

VIỆN KHKT NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

TỔ CHỨC HỢP TÁC VÀ KỸ THUẬT ĐỨC



Hợp phần nghiên cứu ngành hàng nông sản

BÁO CÁO

PHÂN TÍCH NGÀNH HÀNG NHÃN TỈNH HƯNG YÊN

Vũ Trọng Bình, Đinh Đức Tuấn

Tháng 12, 2005

MỤC LỤC

I. Tổng quan.....	2
1. Mục tiêu nghiên cứu	2
2. Nội dung nghiên cứu	2
3. Phương pháp triển khai nghiên cứu	3
II. Thông tin chung.....	3
1. Nguồn gốc của cây nhãn.....	3
2. Diện tích, năng suất và sản lượng nhãn của tỉnh.....	4
3. Các giống nhãn ở Hưng yên.....	5
III. Thông tin về thị trường và sự phát triển của sản phẩm	6
1. Xu hướng về thị trường của sản phẩm.....	6
2. Sự phát triển của nhãn trong các thời kỳ khác nhau	6
IV. Mô tả ngành hàng nhãn tại Hưng yên.....	8
1. Kênh tiêu thụ	8
2. Thị trường tiêu thụ	9
V. Các tác nhân tham gia ngành hàng nhãn và mối quan hệ giữa họ.....	9
1. Người sản xuất (người sản xuất cây giống và người trồng nhãn)	9
2. Người thu gom/chủ buôn.....	10
3. Người bán lẻ	12
4. Người chế biến	13
5. Một số đặc điểm thị trường tiêu thụ nhãn tại Hà nội	14
6. Người tiêu dùng	17
7. Các hoạt động phát triển nhãn trong tỉnh	17
VI. Quá trình hình thành giá trong kênh tiêu thụ nhãn.....	18
1. Quá trình hình thành giá trong kênh hàng tiêu thụ nhãn tươi	18
2. Quá trình hình thành giá trong kênh tiêu thụ nhãn chế biến.....	20
VII. Thuận lợi và khó khăn.....	20
1. Trong hoạt động sản xuất	20
2. Trong tiêu thụ sản phẩm	21
VIII. Kết luận và đề nghị.....	21
1. Kết luận	21
2. Đề xuất chính sách.....	22
IX. Phụ lục.....	24
X. Danh sách phỏng vấn	30
XI. Tài liệu tham khảo	31

I. Tổng quan

Trong những năm vừa qua, nền kinh tế nước ta phát triển ổn định một phần cũng bởi sự phát triển ổn định của ngành nông nghiệp vốn còn chiếm tỷ lệ cao trong cơ cấu GDP của cả nước. Quá trình chuyển đổi cơ cấu cây trồng vật nuôi nhằm tận dụng ưu thế và tiềm năng đất đai của từng vùng đã làm cho bức tranh nền nông nghiệp có thêm những nét mới với việc hình thành các vùng sản xuất chuyên canh, thâm canh tập trung tạo ra lượng sản phẩm hàng hoá lớn phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng của nhân dân.

Sự phát triển của nhu cầu tiêu dùng đồng tình với những đòi hỏi cao về chất lượng và sự đa dạng của chủng loại sản phẩm, và do vậy phát triển những sản phẩm đặc sản có chất lượng cao đang là một trong những hướng phát triển bền vững cho nền nông nghiệp Việt nam. Một nghịch lý đang tồn tại hiện nay đó là nhu cầu của thị trường về những sản phẩm đặc sản như: vải Thanh hà, nhãn lồng Hưng Yên, bưởi Phúc Trạch... ngày càng tăng, thì người tiêu dùng rất khó có thể tìm mua được những sản phẩm đích thực, có chất lượng cao. Trong khi đó, người nông dân đang đứng trước những khó khăn về sản xuất, đặc biệt là về vấn đề tiêu thụ sản phẩm.

Những năm qua, tại thị xã Hưng yên và các vùng lân cận, diện tích nhãn (đặc biệt là nhãn Lồng) được mở rộng thay thế những vùng nông nghiệp trồng lúa bắp bên cạnh năng suất thấp. Sản lượng nhãn quả tươi và chế phẩm hàng năm sản xuất ra không những đủ cung cấp cho nhu cầu tiêu dùng trong tỉnh mà còn cho các tỉnh lân cận hay tham gia xuất khẩu. Tuy vậy, quá trình phát triển của các kênh hàng tiêu thụ sản phẩm nhãn đã dẫn đến những bất lợi cho người sản xuất lẫn người tiêu dùng, đó là sự pha trộn về sản phẩm, các sản phẩm từ nhiều vùng khác nhau như: Nam Hà, Sơn La cũng đều sử dụng tên nhãn Hưng yên để tiêu thụ sản phẩm. Các kênh hàng tiêu thụ thì không được tổ chức tốt, nhất là có những kênh hàng tiêu thụ sản phẩm thực sự mang lại sự tin tưởng cho người tiêu dùng. Điều đó đã làm cho thị trường nhãn Hưng yên có nhiều bất ổn, không thực sự mang lại hiệu quả cho người sản xuất.

Thực tế đó đòi hỏi cần phải có những tác động hỗ trợ tích cực cả về kỹ thuật lẫn tổ chức thị trường, vừa đảm bảo phát triển sản xuất vừa mang lại lợi ích thiết thực cho người tiêu dùng. Nhưng hiện nay chưa có một nghiên cứu cụ thể nào về hiện trạng phát triển về sản xuất và thị trường nhãn Hưng yên, làm cơ sở cho những hướng tác động cụ thể.

Với bối cảnh đó, nghiên cứu sự phát triển của các kênh hàng tiêu thụ sản phẩm nhãn Hưng yên là một trong những nghiên cứu nhằm mô tả bức tranh của quá trình thương mại hoá sản phẩm, những khó khăn hiện nay và đề xuất những biện pháp tác động cụ thể để hỗ trợ cho sự phát triển sản xuất, thương mại cho cây nhãn ở Hưng yên.

1. Mục tiêu nghiên cứu

Mô tả hiện trạng sản xuất và tiêu thụ nhãn tại Hưng Yên. Xác định hệ thống thương mại sản phẩm nhãn hiện nay: xác định các kênh tiêu thụ thông qua việc xác định hoạt động của các tác nhân ngành hàng như nông hộ, thu gom, thương lái, chế biến, bán buôn, bán lẻ và người tiêu dùng. Đánh giá mức độ tiêu thụ/kênh, đặc điểm về chủng loại, chất lượng sản phẩm, đối tượng và thị trường tiêu thụ. Từ đó, thấy được những khó khăn của các tác nhân và đề xuất những ý kiến cho quá trình thương mại hoá ngành hàng nhãn.

2. Nội dung nghiên cứu

Nghiên cứu đánh giá và phân tích tình trạng sản xuất và tiêu thụ nhãn, vấn đề tổ chức và liên kết của các tác nhân ngành hàng trong quá trình tiêu thụ nhằm tìm kiếm các giải pháp giúp cho quá trình tiêu thụ sản phẩm được thông suốt.

3. Phương pháp triển khai nghiên cứu

- Bước 1: Đánh giá lịch sử phát triển của cây Nhãn và hiện trạng về sản xuất thông qua thu thập số liệu thống kê và tài liệu sẵn có.
- Bước 2: Chẩn đoán hệ thống sản xuất nhằm phân vùng sản xuất nhãn theo diện tích, giống và kỹ thuật sản xuất của nông dân thông qua trao đổi và thu thập thông tin từ các chuyên gia có kinh nghiệm.
- Bước 3: Khảo sát thị trường nhãn nhằm đánh giá được thực trạng phân bố về mặt thương mại sản phẩm, các kênh hàng tiêu thụ sản phẩm theo chủng loại, chất lượng đến các thị trường tiêu thụ khác nhau thông qua việc điều tra các tác nhân thương mại, chế biến theo kênh hàng cụ thể.
- Bước 4: Tổng hợp, phân tích thông tin và viết báo cáo.

II. Thông tin chung

1. Nguồn gốc của cây nhãn

Có nhiều quan điểm khác nhau khi nói đến nguồn gốc của cây nhãn:

- Theo Jonathan H. Crane, Carlos F. Balerdi và Steven A. Sargent thì Cây nhãn (hay một số tên gọi phổ biến khác như: Lungan, Dragon eye, Mamoncillo chilo, Longana, Leng keng hay Lam yai) thuộc họ Sapindaceae có nguồn gốc ở Myanmar, phía nam Trung quốc, Tây-Nam Ấn độ, Srilanca và bán đảo Đông Dương.
- Theo Groff: Nhãn có nguồn gốc ở miền nam Trung quốc (tại các tỉnh Quảng đông, Quảng tây, Phúc kiến, Tứ xuyên...) sau đó nhãn được phát triển ra các châu lục và các nước khác trên thế giới: Năm 1798 nhãn được du nhập vào Ấn độ. Năm 1903 Nhãn từ Trung quốc được du nhập vào miền nam bang Florida nước Mỹ sau đó phát triển ra một số nước thuộc vùng Caribe như Bermuda, Puerto Rico và Cu ba, các nước châu phi, Ôt-xtrâyli-a, ở đó nhãn được trồng trong các nông trường, các trạm, trại thí nghiệm vừa để lấy quả vừa để làm cảnh và lấy bóng mát.
- Theo De Candolle thì nhãn có nguồn gốc ở Ấn độ, tại các vùng có khí hậu lục địa. Tại bang Bengal và Assam, nhãn được trồng nhiều ở độ cao 1000m. Tại phía tây Ghats ở độ cao 1600m có rừng nhãn dại.¹

Về địa bàn nghiên cứu

Hưng Yên là một tỉnh thuộc vùng đồng bằng Châu thổ Sông Hồng, nằm trong vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ (Hà Nội - Hưng Yên - Hải Dương - Hải Phòng - Quảng Ninh). Phía tây bắc giáp Hà Nội, đông bắc giáp Bắc Ninh, đông giáp Hải Dương, nam giáp Thái Bình và phía tây giáp Hà Nam. Toàn tỉnh có 160 đơn vị hành chính bao gồm 1 thị xã, 9 huyện, 145 xã, 6 phường. Trên địa bàn tỉnh có hệ thống các tuyến giao thông quan trọng bao gồm: Quốc lộ 5, 39A, Tỉnh lộ 39B...và tuyến đường sắt Hà Nội - Hải Phòng. Có hệ thống sông Hồng, sông Luộc không những là mạng lưới giao thông thủy thuận lợi cho giao lưu hàng hoá và đi lại mà còn cung cấp một lượng phù sa lớn hàng năm đóng góp vào phát triển nông nghiệp của tỉnh. Với diện tích tự nhiên là 92309,3 ha (trong đó đất nông nghiệp là 63450 ha) và dân số là 1113489 người, mật độ dân số bình quân là 1206 người/km². (Phụ lục)

¹ GS-TSKH Trần Thế Tục: *Hỏi đáp về nhãn-vải*, NXB nông nghiệp. Trang 88

Hưng Yên có điều kiện tự nhiên khí hậu và đất đai khá thuận lợi cho phát triển nông nghiệp với sự đa dạng về cơ cấu cây trồng trong đó cây ăn quả là một trong những thế mạnh của tỉnh. Với lợi thế đất phù sa ven sông Hồng, sông Luộc thích hợp cho phát triển các loại cây ăn quả có giá trị kinh tế cao, đặc biệt là cây nhãn Lông. Ngoài nhãn là cây ăn quả có diện tích lớn nhất thì tỉnh còn có chủng loại cây khác khá phong phú như vải, táo, cam, chuối... (Bảng - phụ lục)

Trong những năm qua, ngành trồng trọt của tỉnh đã có sự chuyển đổi khá toàn diện về cơ cấu cây trồng, giống, mùa vụ và diện tích. Quá trình chuyển đổi này gắn liền với đầu tư thâm canh, nâng cao HQKT và nhất là yêu cầu về hoà nhập trong nền kinh tế thị trường. Những cây trồng là thế mạnh của tỉnh được chú trọng phát triển trong đó nhãn là cây trồng truyền thống lâu đời lại có giá trị kinh tế cao, sản phẩm ngoài ăn tươi còn có thể chế biến phục vụ tiêu dùng và xuất khẩu (long nhãn). Có thể nói cây nhãn đã và đang khẳng định vai trò là cây trồng có thế mạnh của tỉnh Hưng Yên...

Về cây nhãn trong tỉnh Hưng yên

Là tỉnh có diện tích nhãn lớn với các giống nổi tiếng như: nhãn Hương chi, nhãn Đường phèn...Hiện nay, diện tích cây ăn quả trong tỉnh khoảng 7500ha thì riêng cây nhãn đã chiếm tới trên 5500ha, phần lớn diện tích là nhãn đang cho thu hoạch. Trong tỉnh, nhãn được trồng tập trung chủ yếu ở thị xã Hưng yên và huyện Tiên Lữ, một số huyện trong tỉnh cũng có diện tích nhãn lớn như Khoái châu, Kim động, Ân thi. Sản lượng nhãn trung bình hàng năm đạt từ 15-20 nghìn tấn đã mang lại nguồn thu từ 150-200 tỷ đồng chiếm 12-13% thu nhập từ sản xuất nông nghiệp của tỉnh.

Sau khi tái lập tỉnh năm 1997, Hưng yên đã có nhiều biện pháp tích cực nhằm thúc đẩy sự phát triển của cây nhãn như đầu tư kinh phí khoa học kỹ thuật, hợp tác với các Viện nghiên cứu, trường đại học mời chuyên gia về chuyển giao tiến bộ kỹ thuật về sản xuất, chăm sóc và nhân giống cây nhãn. Hiện nay hàng năm tỉnh sản xuất hàng vạn cây nhãn giống không những đủ đáp ứng nhu cầu trong tỉnh mà còn cung cấp cho nhiều địa phương khác.

2. Diện tích, năng suất và sản lượng nhãn của tỉnh

Diện tích: Một đặc điểm trong sản xuất cây ăn quả của Hưng yên nói chung và nhãn nói riêng đó là phương thức trồng cả tập trung lẫn phân tán. Thậm chí, ngay cả vùng trồng tập trung cũng có thể trồng xen các cây khác do đó quy mô về diện tích khó thống kê một cách đầy đủ. Số liệu của sở nông nghiệp và UBND tỉnh thì diện tích cây nhãn Hưng Yên vào khoảng 5500ha trong đó diện tích trồng tập trung khoảng 2000ha và trồng phân tán 3500ha. Con số này cao hơn nhiều so với con số báo cáo của Cục thống kê tỉnh được công bố như bảng dưới đây:

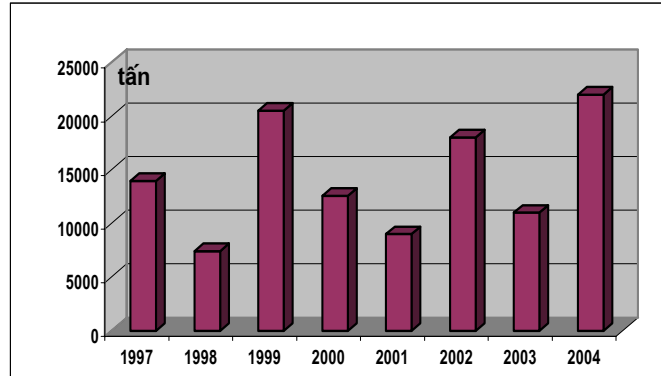
Bảng 1: Diện tích nhãn tỉnh Hưng yên

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
DT trồng mới	58	95	40	33	133	135	367	176
DT cho SP	1225	1240	1315	1326	1470	2013	1937	2140
DT hiện có	1367	1410	1470	1502	1615	2384	2304	2480

Theo đó, năm 2004 diện tích nhãn trong tỉnh là khoảng 2500ha, con số này bao gồm cả diện tích vải với khoảng 400-500ha. Có thể đây chỉ là diện tích nhãn trồng tập trung mà chưa tính tới diện tích trồng bán tập trung quy đổi khoảng 3500 ha.

Năng suất: Nhãn là cây trồng mà yếu tố năng suất phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện thời tiết khí hậu. Lý do là nhãn ra hoa vào tháng hay bị gặp mưa phùn nên khó thụ phấn còn khi quả nhãn phát triển và sắp cho thu hoạch thì hay có mưa to và nắng nên vỏ quả và cùi phát triển không đồng nhất dễ dẫn tới hiện tượng nứt vỏ quả làm giảm năng suất. Ngoài ra các giống nhãn khác nhau cho năng suất cũng khác nhau.

Sản lượng: Vì phụ thuộc khá nhiều vào yếu tố thời tiết nên sản lượng nhãn hàng năm biến động không đều, năm thấp, năm cao. Năm 2004 là năm được mùa nhất từ trước tới nay với sản lượng ước đạt 22000 tấn. (Cục thống kê tỉnh Hưng Yên, 2004)



Biểu đồ 1: Sản lượng nhãn của tỉnh Hưng Yên

3. Các giống nhãn ở Hưng yên

Các tài liệu trong tỉnh đều cho rằng nhãn đã được trồng tại Hưng Yên 300-400 năm. Hiện nay, có rất nhiều loại nhãn khác nhau được trồng tại Hưng yên. Bảng 2 (phụ lục) cho chúng ta thấy đặc điểm về một số loại giống nhãn được trồng tại Hưng yên.

Hai giống nhãn được người sản xuất cũng như các tác nhân thương mại đánh giá là có chất lượng cao nhất đó là nhãn Hương chi và Đường phèn. Đây là những giống nhãn được trồng phổ biến. Tại các vùng nhãn mới phát có đến 90% diện tích được trồng là nhãn Hương chi.

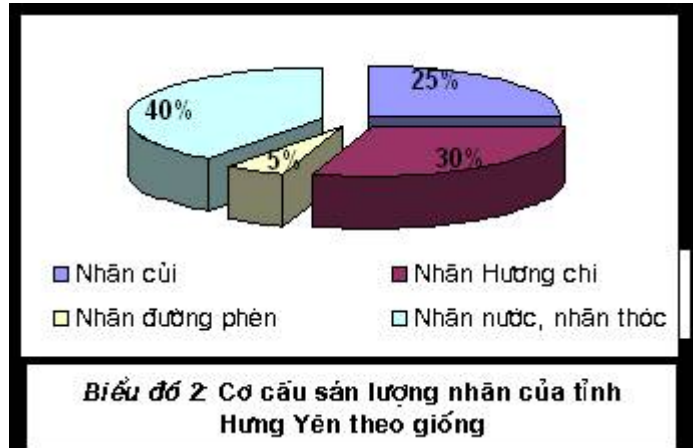


Nhãn Hương chi: Nhãn do cụ Hương Chi ở phường Hồng Nam thị xã Hưng Yên (trước đây là xã Hồng Nam huyện Tiên Lữ) chọn ra và trồng ở vườn nhà cụ. Là cây nhãn ngon lại có nhiều ưu điểm nổi bật như cây thấp, quả to, mã đẹp, năng suất cao. Theo thời gian, cây nhãn này được nhân giống rộng khắp trong vùng và nhờ những ưu điểm trên nên dân làng quen gọi giống nhãn ấy theo tên của người nhân giống, tên gọi Hương Chi có từ đấy. Nhãn Hương chi là loại nhãn được trồng phổ biến hiện nay tại Hưng yên do có sản lượng ổn định bởi vì các giống nhãn khác chỉ có một đợt ra hoa cái nhưng nhãn Hương chi lại có tới 2-3 đợt. Vì thế nếu đợt hoa này không đậu thì còn có đợt hoa khác.

Nhãn Đường phèn: Là giống nhãn quý, có thể nói đây là giống nhãn ngon và quý nhất Việt nam. Nhãn đường phèn có đặc điểm quả nhỏ, sắc vỏ hơi thâm, cùi dày ráo nước và thơm. Vì trên mặt cùi có các u cục nhỏ như cục đường nên dân gian quen gọi là nhãn đường phèn. Tuy nhiên do quả nhãn bé nên năng suất kém hơn nhãn Hương chi vì thế nhãn đường phèn hiện nay không phổ biến bằng nhãn Hương Chi, chủ yếu được các hộ trồng với mục đích tiêu thụ gia đình.

Cơ cấu sản lượng theo giống được phân chia như sau:

- ❖ Chủng loại nhãn ngon (đường phèn, nhãn Hương chi) đạt 5500-6500 tấn chiếm khoảng 25-30% sản lượng. Loại này chủ yếu được bán thông qua các hợp đồng tiêu thụ phục vụ các nhà hàng khách sạn, các cơ quan, chính quyền...hay tiêu thụ trực tiếp tới người tiêu dùng địa phương. Giá bán bình quân khá cao từ 16000-20000đ/kg.
- ❖ Đối với nhãn chất lượng khá: Chủng loại này đạt khoảng 6500 tấn (30% sản lượng). Thị trường tiêu thụ chủ yếu tại Hưng Yên và các tỉnh thành phố lân cận như Hải Dương, Hà Tây, Thái Bình, Nam Định, Hà Nội, Hải Phòng...Việc tiêu thụ hầu hết do thương lái đảm trách. Ngoài ra một phần do các nhà vườn trực tiếp tiêu thụ. Giá bán trung bình từ 9000-12000đ/kg.
- ❖ Đối với nhãn có chất lượng thấp hơn (gồm chủ yếu là nhãn cùi, nhãn nước, nhãn thóc phân bố đều trong tỉnh). Sản lượng ước đạt trên 9,000 tấn chiếm trên 40% tổng số. Loại nhãn này được dùng để chế biến (làm long nhãn). Giá bình quân đạt từ 4000-6000đ/kg.



III. Thông tin về thị trường và sự phát triển của sản phẩm

1. Xu hướng về thị trường của sản phẩm

Nhãn cùng với vải và chôm chôm được xếp cùng một nhóm cây ăn quả trong đó riêng cây nhãn là cây ăn quả có giá trị kinh tế đồng thời là một loại cây ăn quả quý trong tập đoàn cây ăn quả ở nước ta vì có giá trị dinh dưỡng cao (trong cùi nhãn hàm lượng đường tổng số chiếm 15 - 20%, a xít 0,09 - 0,1%, vitaminC 43 - 163 mg/100 g, các vitamin B1, B2 và các chất khoáng như Ca, P, Fe,...), thích hợp với ăn tươi và chế biến, do đó có thị trường tiêu thụ cả trong và ngoài nước. Hiện nay, các giống nhãn ngon rất được khách hàng ưa chuộng trong ăn tươi. Một số lượng sản phẩm nhất định đã xuất khẩu sang Châu Âu (Đức,) dưới dạng tiểu ngạch và rất được khách hàng ưa chuộng.²

2. Sự phát triển của nhãn trong các thời kỳ khác nhau

Sự phát triển của cây nhãn Hưng yên có thể chia ra làm 2 giai đoạn như sau:

- Giai đoạn trước những năm 70: Đây là thời kỳ nhãn được trồng theo kiểu ai có giống gì thì trồng giống ấy. Nhãn phát triển một cách tự phát, được trồng bằng cách gieo hạt (chủ yếu) hoặc bằng phương pháp chiết cành. Nhãn được trồng nhiều tại các khu vực công cộng: Đường giao thông, kênh,mương...
- Thời kỳ từ sau những năm 70: Khi phương pháp ghép cành³ trở nên phổ biến thì sự phát triển của cây nhãn bắt đầu tăng lên. Cây nhãn phát triển mạnh nhất là vào đầu

² Theo sổ NN và PTNT tỉnh Hưng Yên

³Theo phương pháp này thì cây nhãn ghép không những giữ nguyên được các đặc điểm tốt của cây nhãn gốc mà thời gian cho sinh trưởng phát triển nhanh, khoẻ do gốc ghép được trồng bằng hạt. Ngoài ra cây ghép nhỏ gọn hơn rất nhiều so với phương pháp chiết cành nên mang được nhiều và đi xa.

những năm 90 khi phương pháp ghép mắt được áp dụng và phong trào chuyển đổi cơ cấu cây trồng diễn ra mạnh mẽ.

Từ năm 2000, chính quyền cho phép chuyển đổi đất trồng lúa sang trồng nhãn đã tạo đà cho sự mở rộng diện tích cây nhãn trên khu vực đất được chuyển đổi (gồm đất bãi ven sông, đất ruộng lúa). Tại các xã chuyên canh nhãn ở thị xã Hưng yên, có tới 90% đất nông nghiệp được chuyển đổi sang trồng nhãn do đó diện tích cây nhãn trong tỉnh ngày một tăng (năm 2004 là 5500 ha tăng 1500ha so với năm 1997). Hiện tại, diện tích nhãn của Hưng Yên tiếp tục được mở rộng. Các giống nhãn có chất lượng ngon, năng suất cao qua bình tuyển hàng năm được chú trọng phát triển nhằm thay thế những cây đã già cỗi và cải tạo các vườn nhãn tạp. Theo quy hoạch, đến năm 2010 diện tích ăn quả trong tỉnh khoảng 10000ha trong đó nhãn là cây ăn quả đặc sản truyền thống sẽ chiếm diện tích là 6500 ha (cả tập trung và bán tập trung). Diện tích nhãn được mở rộng bằng cách chuyển các vùng thấp trũng trồng lúa không hiệu quả sang trồng nhãn, cải tạo vườn tạp và phát triển mới trên các vùng đất bãi sông Hồng. Tỉnh phấn đấu đưa diện tích nhãn trồng tập trung lên 3900 ha, tăng hơn 1500 ha so với diện tích hiện nay. Vùng nhãn sẽ được phát triển ra các huyện ven sông Hồng, như Khoái Châu Tiên Lữ, Kim Động, ...

3. Ảnh hưởng của yếu tố sản xuất địa phương tới sự phát triển của nhãn

Khí hậu-Đất đai: Nhãn là cây không kén đất (có thể trồng trên nhiều loại đất: đất phù sa, đất sét, đất cát ven biển, đất gò đồi ở trung du và miền núi,...) với độ pH đất thích hợp cho cây nhãn sinh trưởng phát triển là 5,0 - 6,5. Cây nhãn rất thích hợp trên đất phù sa nhiều màu, ẩm, mát, không bị ngập nước. Đây là điều kiện thích hợp nhất cho sự sinh trưởng và phát triển của cây nhãn. Tại thị xã Hưng Yên huyện Tiên Lữ và huyện Khoái Châu (khu vực tập trung nhãn) hầu hết là đất phù sa cát nhẹ có hàm lượng dinh dưỡng trong đất cao phù hợp với sự sinh trưởng và phát triển của cây nhãn. Trên thực tế việc phân định vùng nhãn theo chất lượng tại Hưng Yên là tương đối rõ ràng vì chất lượng nhãn rất khác nhau giữa các vùng. Phần lớn các ý kiến của khách hàng và người dân Hưng Yên đều cho rằng không những chất lượng nhãn tại thị xã Hưng Yên là ngon nhất mà tại đây diện tích nhãn còn lớn nhất (Ngoài ra một số xã tại huyện Khoái Châu cũng có các giống nhãn với chất lượng rất ngon nhưng diện tích không lớn). Tuy thế việc này cũng chưa có nghiên cứu chi tiết nào làm sáng tỏ ảnh hưởng của các yếu tố tự nhiên và xã hội tại vùng sản xuất tác động tới chất lượng của nhãn.

Bảng 2: So sánh HQKT giữa nhãn (Hương chi) và Lúa

Chỉ tiêu	Nhãn hương chi	Lúa	Chênh lệch	
			GT(+,-)	TL %
1. Tổng chi phí	946492	180000	766492	426
- Chi phí vật chất	281492	150000	131492	88
- Chi phí dịch vụ	665000	30000	635000	2117
2. Chi công lao động gia đình				
3. Năng suất (kg/sào)	360	180		
4. Giá bán BQ (đồng)/kg	8600	3000		
5. Tổng thu/sào	3096000	540000	2556000	473
6. Lợi nhuận	2149508	360000	1789508	497

(Nguồn: Số liệu điều tra VASI 2005)

Tại khu vực thị xã Hưng yên, ngoài ý nghĩa là cây trồng đặc sản truyền thống lâu năm (bằng chứng là cây nhãn tổ đã trên 300 năm vẫn sống và cho quả) thì hiệu quả kinh tế của việc trồng nhãn so với các loại cây khác cũng là một yếu tố.

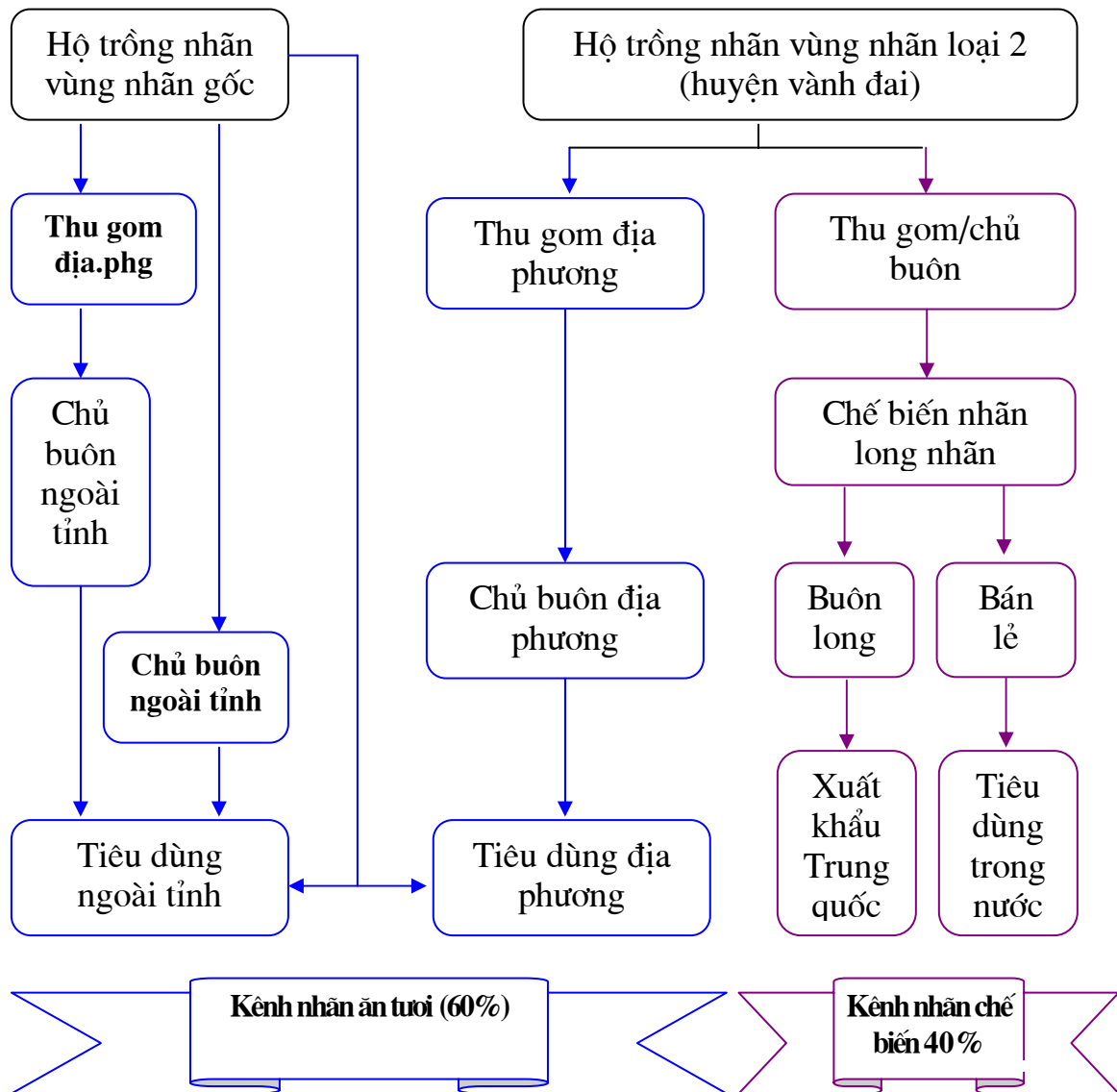
Như vậy rõ ràng trồng nhãn đem lại HQKT cao hơn nhiều so với cây lúa và đây là một yếu tố quan trọng thúc đẩy quá trình chuyển đổi cơ cấu cây trồng từ lúa sang nhãn.

IV. Mô tả ngành hàng nhãn tại Hưng yên

1. Kênh tiêu thụ

Nhãn là loại quả vừa dùng để ăn tươi vừa có thể đem chế biến thành long nhãn phục vụ tiêu dùng và xuất khẩu. Nhãn trong tỉnh có các kênh tiêu thụ như sau: (Sơ đồ 1)

Sơ đồ 1: Kênh tiêu thụ nhãn tỉnh Hưng yên



Kênh tiêu thụ 1: Đây là kênh tiêu thụ sản phẩm nhãn ăn tươi. Tại kênh này có 2 luồng tiêu thụ sản phẩm:

- (1) Tiêu thụ trực tiếp từ hộ sản xuất đến người tiêu dùng chiếm 30% tổng sản lượng nhãn hàng năm và hầu hết là nhãn ngon, nhãn loại 1. (Nhãn lồng, nhãn Hương chi...). Việc mua bán diễn ra tại nhà người trồng nhãn. Người tiêu dùng là người dân địa phương hay người mua từ các thành phố lớn (Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh...) mua nhãn thông qua các hợp đồng đặt hàng tiêu thụ tại các nhà hàng, khách sạn, công sở nhà nước... Họ là những khách quen, đã biết tiếng tăm và chất lượng nhãn của nhà vườn. Mặc dù tiêu thụ tại chỗ nhưng giá cả lại khá cao và ổn định khoảng từ 16000-20000đồng/kg.
- (2) Tiêu thụ thông qua thương lái và các hộ thu gom chiếm khoảng 30% tổng sản lượng nhãn hàng năm. Sản phẩm tại kênh này hầu hết là nhãn loại II có chất lượng khá, đối tượng tiêu thụ là khách qua đường, người dân trong tỉnh và các tỉnh lân cận (Nhãn bán trên Quốc lộ 5). Giá tiêu thụ bình quân vào khoảng 10000-12000đ/kg

Kênh tiêu thụ 2: Kênh nhãn chế biến. Chiếm tới 40% sản lượng nhãn hàng năm. Sản phẩm cho kênh này chủ yếu là các giống nhãn cùi, nhãn thóc, nhãn nước hay nhãn loại (nhãn ngon loại ra) để chế biến long nhãn. Sản phẩm được tiêu thụ bởi thương lái và các hộ thu gom với khối lượng lớn.

2. Thị trường tiêu thụ

Với nhãn ăn tươi thì được tiêu thụ trong thời điểm từ 35 đến 50 ngày của vụ thu hoạch nhãn. Thông qua các kênh tiêu thụ trên thì lượng nhãn tiêu dùng tại địa phương chỉ chiếm một số lượng nhỏ còn phần lớn được tiêu thụ tại các tỉnh và thành phố lớn trong khu vực: Hà nội, Hải phòng, Quảng ninh,...Còn lại khoảng 40% sản phẩm nhãn quả được chế biến làm Long nhãn với thị trường chính là xuất khẩu sang Trung quốc.

V. Các tác nhân tham gia ngành hàng nhãn và mối quan hệ giữa họ.

1. Người sản xuất (người sản xuất cây giống và người trồng nhãn)

Tỉnh Hưng Yên có diện tích nhãn lớn nhưng không phải tất cả các huyện đều như vậy. Như đã nói ở phần trên, cây nhãn tập trung nhiều ở thị xã Hưng Yên, một số xã của huyện Tiên Lữ, Kim Động và Khoái Châu... Đây là những vùng không những có diện tích nhãn lớn mà còn có chất lượng ngon. Tại đây nhãn là cây trồng chính trong cơ cấu cây trồng của các hộ nông dân. Nhãn giống cũng được sản xuất chủ yếu tại những khu vực này. Hiện nay ngoài khả năng cung cấp đủ về số lượng và chủng loại nhãn giống cho nhu cầu trong tỉnh thì người sản xuất nhãn giống tại Hưng Yên còn cung cấp hàng chục vạn cây giống cho các tỉnh lân cận.



Trong tỉnh, hầu hết các nhà vườn nhãn lâu năm đều có khả năng tự túc về giống bằng cách tự nhân giống (từ cây nhãn ngon trong nhà) hay mua của các hộ sản xuất giống tại địa phương. Trong quá trình canh tác, ngoài quy trình chung nhất về chăm sóc-thu hoạch thì các hộ còn có các bí quyết riêng dựa trên kinh nghiệm làm vườn của mỗi gia đình. Chính vì điều này nên chất lượng nhãn nói chung còn chưa đồng đều do không cùng sử dụng chung 1 giống chuẩn cũng như quy trình sản xuất tối ưu (không có ai kiểm soát)

Thu hoạch và bảo quản và tiêu thụ: phần lớn công việc này do chủ buôn hay nhưng người thu gom yêu cầu và cũng chính họ là người đảm trách (thuê bể nhãn: Có thể là lao động của nhà vườn hay lao động thuê ngoài, cũng có thể là tự bể). Sản phẩm tiêu thụ thì chỉ phân thành 2 loại nhãn: nhãn ngon dùng để bán ăn tươi và nhãn khác (nhãn loại ra, nhãn tạp...) dùng để chế biến. Nhãn sau khi được đem ra khỏi vườn thì do không có nhãn mác

Phương thức bán: Hộ trồng nhãn bán trực tiếp cho các tác nhân thu gom hoặc các chủ buôn trong địa phương tại vườn. Đây là hình thức tiêu thụ chính của các nhà vườn nhãn hiện nay (chiếm 85% trong phương thức thu mua bán). Thường thì nhà vườn và thương lái hay thu gom có mối quan hệ quen biết với nhau và là khách hàng quen nên cũng đơn giản trong thoả thuận-thậm chí người thu gom lấy hàng trước rồi trả tiền cho chủ vườn sau. chủ yếu vẫn Những nhà vườn lớn có giống nhãn ngon thường có những mối khách hàng ổn định và hàng năm vẫn bán được giá cao nhờ vào việc bán trực tiếp cho người tiêu dùng hoặc các chủ buôn lớn. Việc bán trực tiếp tại vườn đã giúp người sản xuất chủ động hơn trong việc thoả thuận về giá cả, tránh được hiện tượng ép giá, giảm chi phí trung gian... Ngoài ra một hình thức khác là các hộ trồng nhãn tự đem đi bán.

Khó khăn và các yêu cầu hỗ trợ: Về sản xuất giống: Để các giống nhãn Hưng yên được chuẩn hoá khi đem vào trồng hay tiêu thụ ra ngoài thì các cơ sở này cần được chọn lựa dựa trên các cuộc thi bình tuyển cây nhãn ngon hàng năm. Hộ đạt yêu cầu về chất lượng giống sẽ được tỉnh cấp giấy phép hành nghề. Các cơ sở nhân giống phải chịu trách nhiệm về chất lượng cây giống của mình nếu không đạt sẽ bị tước giấy phép hành nghề.

Việc khoanh vùng nhãn cũng là một yêu cầu quan trọng trong quá trình đưa nhãn lồng trở thành một sản phẩm có tên gọi, có xuất xứ địa lý. Vì thế tỉnh cần phải tiến hành việc khoanh vùng sản xuất nhãn, chuẩn hoá quy trình sản xuất, cây giống, tập huấn cho các hộ sản xuất về lợi ích của việc đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hoá cho nhãn lồng và các yêu cầu để thực hiện. Giúp liên kết các tác nhân thành các hội, hiệp hội để tăng cường khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

2. Người thu gom/chủ buôn.

Chủ yếu là người địa phương, hoạt động theo thời vụ. Các tác nhân này ngoài thu mua tại các hộ gia đình trong thị xã và một số vùng lân cận. Nhãn sau đó được đem ra chợ Dầu tiêu thụ hay bán trực tiếp của các chủ lò sấy tại Phương chiếu, Hồng Nam,... Ngoài khu vực thị xã, họ còn thu gom nhãn tại các vùng lân cận như Khoái Châu, Kim Động, Ân Thi...

Hình thức mua bán của các tác nhân tại các hộ gia đình được gọi là "mua vo" tức là mua cả cây, mỗi cây đều được ước tính trọng lượng tùy theo lượng quả và loại quả của từng cây. Hiệu quả hoạt động của các tác nhân phụ thuộc vào kinh nghiệm đánh giá sản lượng và chất lượng của sản phẩm của chính họ. Bản thân của các chủ thu gom/chủ buôn luôn có mối quan hệ thường xuyên với 5-10 hộ trồng nhãn, đây là các hộ cung ứng ổn định cho các tác nhân này.

Bảng 3: Đặc điểm và quy mô hoạt động của tác nhân thu gom

TT	Chỉ tiêu	Đvt	Bán tại chợ			Bán tại lò sấy		
			S.lg	Min	Max	S.lg	Min	Max
1	Khối lượng bán/ngày	kg	200	150	300	250	200	300
2	Số LĐ gia đình	%	1	1	2	1	1	2
3	Số lao động thuê	Người	1	1	2	1	1	2
4	Vốn KD nhân/ngày	Triệu	3	2	5	3	2	4
5	Thời gian hoạt động	Giờ	5h sáng - 6 h chiều			5h sáng - 6 h chiều		
6	Số tác nhân đầu vào	Người	8	5	11			
7	Số tác nhân đầu ra	Người	9	7	12	6	4	7

Nguồn: Số liệu điều tra VASI, 2005

Những người thu gom cạnh tranh với nhau thông qua giá mua và hình thức thanh toán. Các giống nhãn ngon như Hương chi, nhãn đường phèn chủ yếu được các tác nhân thu gom và các chủ buôn đến tận các nhà vườn để thu mua trực tiếp, sau đó được đóng gói và tiêu thụ tại các thị trường như Hà Nội và Hải Phòng và một số tỉnh khác.

Tại thị trường Hà Nội, điểm tập kết nhãn chính là tại chợ Long Biên. Khi mùa nhãn bắt đầu, có khoảng trên 10 chủ buôn lớn của thị xã Hưng Yên buôn bán ở đây với số lượng từ 10- 15 tấn nhãn/ngày. Còn tại Hải Phòng, thì điểm tập kết nhãn là tại chợ Đổ. Có từ 5 - 7 chủ buôn của thị xã hoạt động với sản lượng nhãn từ 5- 10 tấn/một ngày. Các chủ buôn thường hợp đồng thuê xe theo chuyến với các hộ kinh doanh vận tải, có thể thuê riêng hay thuê chung tùy theo lượng nhãn thu mua được và theo nhu cầu đặt hàng từ các chủ buôn ngoài tỉnh và nhu cầu của thị trường.



Bảng 4: Một số đặc điểm quy mô hoạt động của các chủ buôn tại địa phương

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Bán tại HN, HP			Bán trong tỉnh		
			S.Lg	Min	Max	S.Lg	Min	Max
1	Khối lượng bán/ ngày	Kg	900	500	800	400	200	500
2	Số LĐ gia đình tham gia	%	2	1	3	2	1	3
3	Số lao động thuê	Người	2.5	2	3	2	1.5	2.5
4	Vốn KD nhân/ ngày	Triệu	8	5	10	5	3	7
5	Thời gian hoạt động	giờ	1h sáng - 8 h sáng			5h sáng - 6 h chiều		
6	Số tác nhân đầu vào	Người	5	5	10			
7	Số tác nhân đầu ra	Người	5	4	7	6	5	10
8	K.lg mua/ tác nhân	Kg	100	100	200			

Nguồn: Số liệu điều tra VASI, 2005

Hệ thống các thu gom/chủ buôn đóng vai trò quan trọng trong toàn bộ hoạt động của chuỗi giá trị ngành hàng, họ giữ vai trò điều phối các nguồn cung cấp cho thị trường. Các chủ buôn này thường nhập mua nhãn từ các hệ thống các thu gom nhỏ tại địa phương hoặc thu mua trực tiếp từ các nhà vườn, có tiếng trong vùng. Họ thường lấy hàng với số lượng lớn, chủng loại đa dạng, chất lượng cao. Mối quan hệ giữa những chủ buôn và các nhà vườn thường là các quan hệ làm ăn ổn định và lâu dài từ năm này sang năm khác.

Các chủ buôn Hà nội là người tiếp nhận thông tin hai chiều, từ khu vực sản xuất và từ hệ thống bán lẻ cho người tiêu dùng. Họ thường cập nhật thông tin về giá, chất lượng sản phẩm từ các khu vực sản xuất khác nhau như nhãn của một số tỉnh Sơn La, Hà Nam, Thái Bình về thị trường hàng ngày nhiều hay ít... đồng thời những thông tin về nhu cầu đặt hàng của các đại lý bán lẻ để điều phối sản phẩm nhập theo mức giá phù hợp.

Khó khăn của các chủ buôn hiện nay là việc làm thế nào để tăng giá trị tiêu thụ sản phẩm bằng cách tìm kiếm một thị trường tiêu thụ ổn định sẽ giúp các chủ buôn nói chung chủ động hơn trong tiêu thụ sản phẩm. Đối với các chủ buôn lớn, việc đưa sản phẩm tiêu thụ tại các siêu thị rất khó vì sản phẩm không có được độ đồng đều theo yêu cầu, nếu đạt thì sản lượng lại không lớn và quan trọng hơn là họ không chứng minh hay phân loại được các loại nhãn.

3. Người bán lẻ

Tác nhân này buôn bán chủ yếu tại các chợ của thị xã như chợ Dầu, chợ Phố Hiến, Bà Hàng, chợ Xuôi, chợ Đâu... và trên một số tuyến đường vành đai trong và ngoài thị xã. Họ thường chia làm hai dạng: Bán rong và bán theo quầy ngòai cố định.



- *Các tác nhân bán lẻ bán rong:* Thường xuất phát từ những huyện lân cận thị xã, họ là những người buôn bán không thường xuyên, chỉ khi mùa nhãn đến thì những người này mua lại của thu gom hay vào thu mua tại các nhà vườn. Chất lượng nhãn ở kênh này thường thấp do người bán thường lấy nhãn lại từ các nhà vườn có sản lượng nhãn thấp, chất lượng và giá cả vừa phải. Đối tượng mua hàng của kênh này thường là những khách đi đường vắng lái mua làm quà hoặc người tiêu dùng có mức chi tiêu vừa phải. Ở kênh này nhãn bán thường bị trà trộn hoặc cân không được đúng với số lượng.

- *Bán lẻ ở các quầy bán cố định:* Các quầy này không những chỉ chuyên bán nhãn mà họ còn buôn bán các loại hoa quả khác kèm theo, diện tích trung bình các quầy từ 2- 3 m², có thể nói chất lượng nhãn các quầy này tương đối ngon do họ là những người có thâm niên buôn bán lâu năm nên tương đối sành sỏi trong việc chọn lựa và đánh giá chất lượng sản phẩm. Mặt khác các tác nhân này thường lấy nhãn trực tiếp tại các nhà vườn có tiếng hoặc lấy lại từ các chủ buôn lớn trong thị xã. Đối tượng khách hàng của các tác nhân này thường là khách quen, hoặc một số các công ty, cơ quan trong và ngoài tỉnh đặt mua làm quà biếu vào các dịp đặc biệt.

Người bán lẻ thường chỉ bán các loại nhãn chất lượng thấp, họ lấy lại của người thu gom hoặc trực tiếp mua của các hộ sản xuất. Ngoài ra, họ còn bán nhãn của gia đình tự trồng... Đối với tác nhân này, khách hàng rất khó để phân biệt được các loại nhãn vì nhãn không xác định được nguồn gốc cũng như chất lượng (bán lẫn cả nhãn ngon)

4. Người chế biến

Là nhóm tác nhân đã hình thành từ lâu với các hoạt động chế biến theo phương pháp truyền thống. Nghề làm Long có ở nhiều nơi trong tỉnh nhưng tập trung chủ yếu tại xã Hồng Nam thị xã Hưng Yên. Các chủ lò sấy mua nhân thường mua trực tiếp của một số thu gom trong và ngoài địa phương mang tới tận nhà hoặc mua qua chợ Dầu. Họ có hệ thống cung ứng thường xuyên, tuy nhiên có những thời điểm thị trường nhân khan hiếm thì họ phải trực tiếp đi mua. Ngoài nhân trong tỉnh, họ còn thu mua nhân của tỉnh khác về chế biến.



Bảng 5: Một số đặc điểm hoạt động của tác nhân là chủ lò sấy

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Số lượng		
			T. bình	Min	Max
1	Khối lượng mua/ngày	Kg	500	500	1000
2	Số lao động gia đình tham gia	%	2	1	3
3	Số lao động thuê	Người	5	5	10
4	Vốn kinh doanh nhân/ ngày	Triệu	4.5	5.5	7
5	Thời gian hoạt động	h	5h sáng – 19 h chiều		
6	Tổng vốn KD	Triệu	50	30	100
6	Số tác nhân đầu vào	Người	5	7	10
7	Số tác nhân đầu ra	Người	4	4	7
8	Khối lượng mua/ mỗi tác nhân	Kg	100	200	300

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Quy mô vốn để sấy long tương đối lớn do lượng vốn dùng trong ngày là khá cao mà sản phẩm sấy ra chưa tiêu thụ kịp thời, một thời vụ sấy long thường kéo dài từ 1.5- 2 tháng, cho nên vốn bị tồn đọng khá lâu, vòng quay của đồng vốn thấp. Các chủ lò sấy thường phải vay ngân hàng với lãi suất khá cao từ 1% - 1,5% tháng. Để quay vòng vốn nhanh một số chủ lò sấy thường tìm cho mình đầu tiêu thụ ngay sau khi ra lò những mẻ long xoáy đầu tiên. Thị trường tiêu thụ long nhân có cơ cấu như sau:

- 80 % thị trường Trung Quốc
- 15% thị trường Hà Nội, Hải Phòng, TP HCM
- 5% thị trường các tỉnh khác.

Kênh tiêu thụ long nhân được thực hiện chủ yếu qua hai kênh chính đó là:

Kênh 1: Nông dân => thu gom => Chủ lò sấy => chủ buôn ngoại tỉnh => người bán lẻ => người tiêu dùng

Kênh 2: Nông dân => thu gom => Chủ lò sấy => Chủ buôn Trung Quốc

Trong đó thị trường Trung quốc là thị trường tiêu thụ chính long nhân cho Hưng yên, tuy nhiên trong hai năm trở lại đây thị trường này bị thu hẹp do nhiều nguyên nhân khác nhau chủ yếu là thuế nhập khẩu cao nên giá sản phẩm khó cạnh tranh. Do đó hoạt động

chế biến long sậy gặp nhiều khó khăn, các hộ gia đình có xu hướng thu hẹp quy mô và chuyển vào tiêu thụ tại thị trường nội địa.

Dù nghề chế biến long rất phát triển ở Hưng Yên tuy nhiên hầu hết các hộ chế biến hiện nay sử dụng lò than để sấy long do vậy sản phẩm long không đảm bảo về vệ sinh. Ngoài ra do quá lệ thuộc vào thị trường tiêu thụ Trung Quốc nên giá cả của long nhân không ổn định và lệ thuộc vào khả năng tiêu thụ nhiều hay ít của thị trường này. Vì thế, để nâng cao giá trị của sản phẩm long nhân thì cần phải nghiên cứu chuyển giao công nghệ chế biến nhân nhằm đảm bảo vệ sinh là một trong những tiêu chí quan trọng. Thêm nữa là quá trình giám sát về chất lượng sản phẩm cũng phải được các chủ sấy long và các cơ quan chuyên trách kiểm tra chặt chẽ. Ngoài ra, chủ động tìm thị trường tiêu thụ mới để tránh quá lệ thuộc vào thị trường Trung Quốc

5. Một số đặc điểm thị trường tiêu thụ nhân tại Hà nội

Qua việc điều tra tác nhân tại một số trung tâm tiêu thụ nhân lớn tại Hà nội chúng tôi đã xác định được trung tâm tiêu thụ nhân lớn nhất của thành phố đó là chợ đầu mối hoa quả Long Biên: chợ có diện tích lớn, vị trí nằm ngoài đê, được thành lập khoảng 30 năm nay, thời gian hoạt động mạnh bắt đầu khoảng 15 năm trở về đây. Chợ hoạt động quanh năm với đầy đủ các chủng loại hoa quả từ các tỉnh thành trong và ngoài nước, có thể nói thời gian diễn ra hoạt động giao dịch sôi nổi nhất của chợ diễn ra khoảng từ 1h - 5h sáng Trong thời gian này hoạt động giao dịch diễn ra không những ở trong chợ mà còn kéo dài ra tận khu vực ngoài chợ. Các tác nhân bán lẻ hoa quả của thành phố và một số chủ buôn của một số tỉnh lân cận thường buôn lại hoa quả của các chủ buôn lớn sau đó mới phân phối tiêu dùng địa phương. Lượng hoa quả trung bình một ngày được tiêu thụ tại chợ ước chừng từ 200- 300 tấn hoa quả.

Bảng 6: Cơ cấu nguồn nhân và số tác nhân tham gia tại chợ Long Biên

Nguồn gốc các tác nhân	Số lượng người	Tỷ lệ
<u>Khu vực ngoài tỉnh</u>		
- Hưng Yên	7- 10 tác nhân	20%
- Hà Nam	5- 7 tác nhân	15%
- Sơn La	10- 15 tác nhân	30%
- Yên Bái	5- 7 tác nhân	13%
- Hà tây	3- 5 tác nhân	7%
- Hải dương	4 tác nhân	5%
<u>Trong thành phố</u>		
- Hà nội	4- 6 tác nhân	10%
Tổng số	40- 50 tác nhân	100

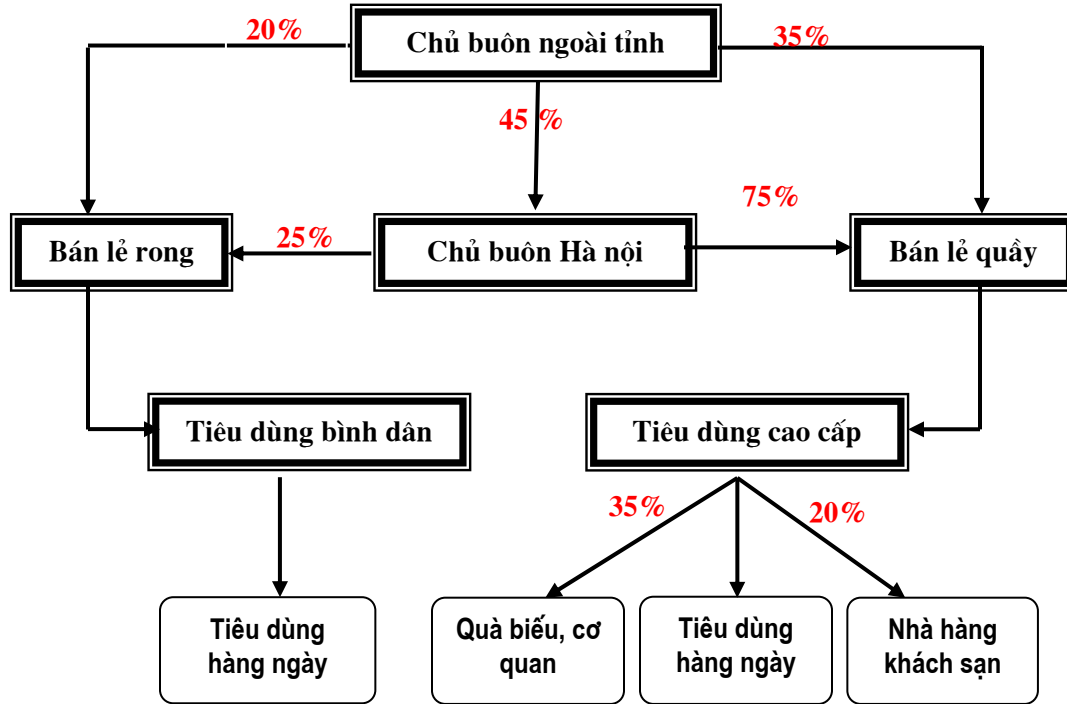
Nguồn: Số liệu điều tra VASI, 2005

Vào mùa nhân, khối lượng nhân của các tỉnh đổ buôn về đây rất lớn, ngoài nhân của Hưng Yên còn có cả nhân của một số tỉnh khác như Hà nam, Hải dương, Sơn la, Yên Bái... Tỷ lệ nhân của Hưng Yên chỉ chiếm một phần trong tổng sản lượng nhân tiêu thụ tại đây. Hệ thống cung ứng sản phẩm nhân cho thành phố Hà nội từ các tỉnh được thực hiện qua các kênh hàng sau (sơ đồ) Kênh hàng đóng vai trò quan trọng nhất tại thị trường Hà nội đó là kênh **Chủ buôn địa phương => chủ buôn Hà nội => người bán lẻ**. Đây là kênh hàng tiêu thụ sản phẩm nhân có chất lượng cao của Hưng yên tới người tiêu dùng.

Đặc điểm, quy mô các chủ buôn nhãn ở chợ Long biên

Đa phần họ đều là những người có thâm niên buôn hoa quả lâu năm tại chợ, thông thường ngoài vụ nhãn ra các tác này thường buôn cả các mặt hàng hoa quả chính vụ khác như vải, cam, mận, dưa hấu...Tại chợ các chủ buôn ngoại tỉnh thường phải đóng tiền thuê chỗ ngồi hàng ngày cho ban quản lý chợ tùy theo lượng hàng nhiều hay ít, lệ phí thường được tính theo sọt từ 30,000đ - 50,000đ tùy theo sọt lớn hay nhỏ, trọng lượng bình quân mỗi sọt từ 100kg - 140 kg.

Sơ đồ kênh hàng cung ứng nhãn ra thành phố như sau:



Bảng 7: Một số đặc điểm trong tiêu thụ của các chủ buôn nhãn tại chợ Long Biên

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Số lượng		
			T. bình	Min	Max
1	Khối lượng sản phẩm bán/ngày	Kg	2500	1500	5000
2	Số lao động gia đình tham gia	%	1	1	2
3	Số lao động thuê	Người	2	2	3
4	Vốn kinh doanh nhãn/ngày	Triệu	20	15	35
5	Thời gian hoạt động	Giờ	1h sáng - 5h sáng		
6	Số tác nhân đầu vào	Người	3	2	5
7	Số tác nhân đầu ra	Người	7	5	10
8	Khối lượng mua/ mỗi tác nhân	Kg	300	200	500
9	Chủng loại sản phẩm	Loại	3	2	5

Nguồn: Số liệu điều tra VASI, 2005

Chỗ ngồi của các chủ buôn đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của họ, một số chỗ ngồi trong chợ được một số chủ buôn lớn mua lại nhờ một số mối quan hệ với ban quản lý chợ sau đó các tác nhân này lại cho các chủ buôn ngoại tỉnh thuê lại chỗ để bán hàng. Đặc điểm hoạt động của những tác này thường cho thuê chỗ và kiêm chức năng đầu nậu,

khi có những lô nhãn quả có chất lượng do các chủ buôn ngoại tỉnh mang đến họ thường là những người đầu tiên xuất hiện và mua lại toàn bộ sau đó bán lại cho các tác nhân bán lẻ trong thành phố, giá trị chênh lệch các chủ buôn này được hưởng từ 500đ - 1000đ/ kg. Lượng tác nhân tham gia các hoạt động mua bán theo hình thức chiếm 30% - 35% bởi họ chỉ mua được của các chủ buôn mới tham gia vào hoạt động buôn bán trong chợ, còn đối với các chủ buôn ngoại tỉnh lâu năm thì do có sự quen biết, đã thuê chỗ ngồi thường xuyên nên để giữ uy tín trong công việc kinh doanh nên họ lựa chọn và thoả thuận mua bán với các tác nhân bán lẻ khác mà không bị ảnh hưởng nhiều đến lợi nhuận thu được.

Đặc điểm quy mô hoạt động của các quầy hàng hoa quả

Số lượng các tác nhân bán lẻ hoa quả theo quầy trong thành phố hiện nay tương đối nhiều phân bố rải rác nhưng chủ yếu vẫn tập trung tại các khu vực chợ lớn trung tâm, các khu vực tập trung đông dân cư trong thành phố. Đây là những tác nhân có mức thu nhập chính trong gia đình là từ buôn hoa quả. Họ thường tận dụng cửa hàng của gia đình để kinh doanh, một số mở quầy ngay trên vỉa hè, số tác nhân còn lại thường thuê chỗ ngồi trong các khu vực trong chợ để bán. Những người này hàng ngày thường đi lấy hàng vào các buổi sáng tại chợ Long Biên sau đó đem bán cho người tiêu dùng.

Bảng 8: Khối lượng và cơ cấu sản phẩm, quy mô hoạt động của tác nhân bán lẻ

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Số lượng		
			T. bình	Min	Max
1	Khối lượng sản phẩm bán/ngày	Kg	50	30	90
2	Số lao động gia đình tham gia	%	1.5	1	2
3	Số lao động thuê	Người	0.5	1	1
4	Tổng vốn kinh doanh/ngày	Trđ	5	3	8
5	Thời gian hoạt động	Giờ	7h sáng - 21h chiều		
6	Số tác nhân đầu vào/ngày	Người	2	1	3
7	Số tác nhân đầu ra/ngày	Người	5	5	10
8	Khối lượng mua/mỗi tác nhân	Kg	30	20	50

(Nguồn: Số liệu điều tra VASI 2005)

Sản phẩm được mua về bán tại quầy thường có chất ngon giá cả không phải là vấn đề chính. Sau khi đã được các tác nhân đánh giá thông qua nếm trực tiếp, sản phẩm sẽ được thoả thuận về giá để giao dịch được diễn ra phù hợp với chất lượng.

Một số đặc điểm của một số tác nhân bán lẻ đi rong.

Đây là những tác nhân có xuất xứ từ các tỉnh lân cận Hà nội như Hà nam, Hưng yên, Hải dương, Hà tây, Bắc ninh,... họ là những người bán hàng rong chuyên nghiệp quanh năm. Thông thường họ buôn hoa quả theo thời vụ, ngoài nhãn còn có một số các loại quả khác thường được các tác nhân này bán nhiều như: vải, cam, mận, dưa hấu, xoài, chôm chôm. Phương tiện bán hàng của các tác nhân này chủ yếu là sọt và quang gánh để gánh rong, một số khác dùng bằng phương tiện xe thô tuy nhiên số lượng này ít không đáng kể. Các tác nhân này thường lấy lại nhãn của các chủ buôn nhãn ngoại tỉnh, có một số ít thì lấy lại nhãn của các chủ buôn trong chợ, họ chỉ buôn nhãn loại 2 hoặc loại 3 tùy theo chất lượng và giá cả từng loại, xuất xứ đa phần là nhãn các tỉnh khác, đặc biệt tỷ lệ nhãn Hưng yên chiếm cơ cấu rất nhỏ trong tổng sản lượng nhãn bán ra từ các tác nhân này. Đặc điểm của loại sản phẩm này thường là nhãn loại của các chủ buôn sau khi đã phân phối hết sản phẩm chất

lượng cho các tác nhân bán lẻ theo quầy hoặc nhân tồn từ hôm trước đã bị mất giá của các chủ buôn nên có thể nói chất lượng nhân ở kênh hàng này không cao.

Bảng 9: Quy mô hoạt động của các tác nhân bán lẻ

Tác nhân	Đơn vị	Số lượng	Min	Max
Số lao động	Người	1	1	1
Chủng loại sản phẩm	Loại	1-2	1	2
Khối lượng bán/ngày	Kg	25	20	30
Số tác nhân đầu vào	Người	2	2	3
Số tác nhân đầu ra	Người	15	10	20

Nguồn: Số liệu điều tra VASI, 2005

Một trong những đặc điểm của tác nhân này đó là sự linh hoạt trong bán hàng để tạo lên lợi nhuận cao. Cụ thể là khối lượng không được đảm bảo khi giá bán thấp hơn với giá đầu vào và với hình thức này thì họ có thể bán với nhiều giá khác nhau tùy theo đối tượng mua hàng. Các đối tượng tiêu dùng của kênh này thường là những người tiêu dùng dễ tính đòi hỏi chất lượng vừa phải, phù hợp với mức thu nhập của họ.

6. Người tiêu dùng

Trên thị trường nhãn Lông⁴ Hưng yên là sản phẩm nổi tiếng và có vị trí nhất định trong thói quen mua bán của người tiêu dùng. Tuy vậy việc mua được đúng sản phẩm nhãn lông đối với người tiêu dùng nói chung thậm chí rất khó khăn do không thể phân biệt được đâu là nhãn lông thật ngay cả với những người địa phương (Bà Lan một chủ buôn hoa quả lớn tại thị xã Hưng yên cho biết: Những người buôn hoa quả chuyên nghiệp như bà cũng phải mất thời gian bình quân khoảng 3-4 năm để phân biệt cho được các loại giống nhãn bán trên thị trường). Như đã mô tả ở trên, phần lớn nhãn ăn tươi tiêu thụ tại Hà nội hay các tỉnh khác là cho đối tượng khách hàng có thu nhập khá trở lên hay các khách hàng cao cấp (tiêu thụ theo đơn đặt hàng tại các khách sạn, nhà hàng,...)

7. Các hoạt động phát triển nhãn trong tỉnh

Về bảo tồn và phát triển nguồn ghen của các giống nhãn quý: năm 1999 với sự giúp đỡ của Bộ NN & PTNT, Bộ Khoa học-Công nghệ và Môi trường, Viện rau quả TW, tỉnh đã tổ chức hội thi cây nhãn. Kết quả đã bình tuyển được 39 cây đại diện cho cả 3 trà: Chín sớm, chín vụ và chín muộn để nghị Bộ NN công nhận là giống quốc gia. Các cây nhãn được bình tuyển hầu hết thuộc vùng nhãn tập trung (Thị xã Hưng yên và huyện Tiên Lữ). Hiện nay 39 cây này đang được trồng tại vườn bảo tồn nguồn ghen tại Sở Khoa học-Công nghệ và Môi trường tỉnh Hưng yên. Hàng năm tỉnh vẫn đều đặn tiến hành các cuộc thi bình tuyển cây nhãn ngon nhằm từng bước chuẩn hoá các giống nhãn đưa vào canh tác.

Từ năm 2000, tỉnh có các chủ trương cho chuyển đổi các vùng sản xuất lúa kém hiệu quả sản trồng nhãn. Ngoài ra là các chính sách chuyển đổi cơ cấu cây trồng cho các xã vùng nhãn gốc đã tạo đà cho việc phát triển mạnh diện tích nhãn trong tỉnh như hiện nay

Năm 2002, dự án bảo tồn đa dạng sinh học nông nghiệp được triển khai trong tỉnh nhằm bảo tồn và dung trì sự đa dạng của các giống nhãn và đẩy mạnh sản xuất các giống nhãn chất lượng cao.

Ngoài ra, các sở ban ngành trong tỉnh (sở NN và PTNT, sở KH và CN, hội làm vườn, hội nông dân...) hàng năm đều có các hoạt động như đào tạo, tập huấn quy trình kỹ thuật trồng nhãn, khuyến nông...cho các hộ sản xuất

⁴ (Dân gian) Tên gọi chung các giống nhãn ngon tại Hưng Yên

Hoạt động sản xuất nhãn tại Hưng Yên hiện nay mới chỉ dừng lại ở phạm vi sản xuất hộ gia đình, chưa có một tổ chức nào thực sự có được những hoạt động tích cực và thiết thực cho người sản xuất từ kỹ thuật, cập nhật thông tin và tiêu thụ sản phẩm.

Ngoài hoạt động cá thể thì năm 2004, Hội sản xuất nhãn lồng Hưng yên ra đời với vai trò trợ giúp người nông dân phát triển, bảo tồn sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nhằm đi đến xây dựng thương hiệu cho nhãn lồng Hưng Yên. Hội được thành lập theo Quyết định số 3110/QĐ-UB ngày 08 tháng 12 năm 2004 của UBND tỉnh Hưng Yên.

Hội gồm có 57 thành viên, chủ yếu là các hộ nông dân tham gia dự án thâm canh nhãn và khắc phục tình trạng thu hoạch cách năm do Sở Khoa học Công nghệ phối hợp với Viện Rau quả từ năm 1997, các hộ nông dân có cây nhãn tham gia bình tuyển nhãn ngon năm 1999 và được xếp hạng từ mức đạt đến mức ưu tú, các hộ nông dân tham gia dự án Bảo tồn Đa dạng sinh học và các hộ nông dân trồng nhãn có kinh nghiệm, có cây nhãn ngon được giới thiệu tham gia vào Hội. Những hộ này nằm ở trên địa bàn Thị xã và huyện Tiên Lữ.

Hội được hoạt động theo nghị định 88/2003/NĐ-CP ngày 30/7/2003 của Chính phủ. Tuy nhiên hiện nay cơ cấu lãnh đạo của hiệp hội đều do các cán bộ có chức vụ của Sở Khoa học và công nghệ, Sở NN và PTNT đảm nhiệm. Với những đặc điểm đó hoạt động của hội trong năm 2005 bao gồm:

- Biên soạn tài liệu Quy tình sản xuất nhãn, in thành sách và phát cho các hội viên.
- Tổ chức một buổi sinh hoạt, trao đổi kinh nghiệm trồng và chăm sóc nhãn, có sự tham gia của chuyên gia Viện Rau quả.
- Hoàn chỉnh bộ hồ sơ xin đăng ký thương hiệu nhãn lồng Hưng Yên gửi Bộ khoa học Công nghệ, Cục sở hữu Trí tuệ.
- Lãnh đạo hội tổ chức thăm mô hình Hiệp hội sản xuất Vải thiều Thanh Hà.
- Hội đã làm việc với siêu thị Big C để cung ứng sản và được thực hiện bởi một chủ buôn lớn ở xã Hồng Châu buôn nhãn tươi đi chợ Long Biên thực hiện cung ứng. Tuy nhiên do yêu cầu sản lượng nhãn của siêu thị thấp 70-100 kg/ngày nên không thực hiện được giao dịch.
- Tổ chức hội chợ nhãn nhằm giới thiệu và tiêu thụ nhãn đặc sản Hưng Yên, kết hợp bình tuyển cây nhãn ngon nhằm khuyến khích tinh thần của người sản xuất, bảo tồn và đa dạng của các loại nhãn

Là một tổ chức sản xuất chưa có được những hoạt động cụ thể mang lại lợi nhuận cao hơn cho người sản xuất nên hiện nay mọi hoạt động của hội đều dựa trên nguồn kinh phí của Sở khoa học và công nghệ. Nhưng rõ ràng để có thể đưa hội nhãn lồng Hưng yên hoạt động có hiệu quả và thiết thực hơn thì bản thân hội phải thực sự là của người dân, do họ tự bàn bạc và tổ chức hoạt động vì lợi ích của chính bản thân họ.

VI. Quá trình hình thành giá trong kênh tiêu thụ nhãn

1. Quá trình hình thành giá trong kênh hàng tiêu thụ nhãn tươi

Việc đánh giá quá trình hình thành giá trên thị trường là rất khó khăn do sự đa dạng về loại sản phẩm và sự biến động về giá trên thị trường. Ngoài ra sự linh hoạt trong hoạt động

bán hàng của các tác nhân cũng là một khó khăn để đưa ra những đánh giá chung nhất. Với những khó khăn đó việc tính toán quá trình hình thành giá dựa trên những cơ sở sau:

- Giá được tính toán tại thời điểm được điều tra và dựa trên một kênh hàng cụ thể và là kênh hàng phổ biến tiêu thụ nhãn có chất lượng khá từ Hưng yên lên Hà nội
- Các khoản chi phí hoạt động là chi phí tại thời điểm điều tra và là các khoản chi phí chính của các tác nhân
- Sản phẩm được lựa chọn chỉ là một sản phẩm đại diện trong hoạt động của các tác nhân

Trên hoạt động của kênh hàng này, giá bán của sản phẩm và lợi nhuận của các tác nhân thay đổi như sau: (bảng)

Qua quá trình hình thành giá của kênh hàng cho thấy, lợi nhuận của các tác nhân phụ thuộc vào quy mô hoạt động và nguy cơ rủi ro trong quá trình hoạt động của họ. Đối với các tác nhân thu gom do vai trò của họ chỉ là cầu nối thu gom, thời gian quay vòng vốn nhanh, ít rủi ro nên lợi nhuận của họ thấp hơn các tác nhân khác. Trong khi đó, các tác nhân chủ buôn có vai trò điều phối cung cầu nhãn, thời gian lưu giữ sản phẩm sẽ lâu hơn nên lợi nhuận của họ cao hơn. Lợi nhuận cao nhất là người bán lẻ do quy mô hoạt động nhỏ, mức độ rủi ro trong hoạt động cao hơn do phụ thuộc hoàn toàn vào người tiêu dùng nên lợi nhuận/kg sản phẩm rất cao.

Bảng 10: Hình thành giá trong các kênh tiêu thụ

NHÃN ĂN TƯƠI				NHÃN CHẾ BIẾN LONG			
TT	Chỉ tiêu			STT	Chỉ tiêu		
1	Người sản xuất			1	Người sản xuất		
1.1	Chi phí vật chất, dịch vụ			1.1	Chi phí vật chất, dịch vụ		
1.2	Chi phí lao động đi thuê			1.2	Chi phí lao động đi thuê		
1.3	Giá bán sản phẩm	8,500		1.3	Giá bán sản phẩm	55,000	
1.4	Lợi nhuận	4,896		1.4	Lợi nhuận		
2	Thu gom			2	Thu gom		
2.1	Giá mua sản phẩm	8,500		2.1	Giá mua sản phẩm	55,000	
2.2	Chi phí vận chuyển + thu mua	320		2.2	Chi phí vận chuyển + thu mua	3,000	
2.3	Chi phí lao động khác	180		2.3	Chi phí lao động	1,500	
2.4	Giá bán sản phẩm	9,500		2.4	Giá bán sản phẩm	67,000	
2.5	Lợi nhuận	500		2.5	Lợi nhuận	7,500	
3	Chủ buôn trong huyện			3	Chủ lò sấy		
3.1	Giá mua sản phẩm	9,500		3.1	Giá mua sản phẩm	67,000	
3.2	Chi phí chế biến + lao động	230		3.2	Chi phí chế biến + lao động	6,850	
3.3	Chi phí vận chuyển + bốc dỡ	670		3.3	Chi phí vận chuyển + bốc dỡ	3,200	
3.4	Chi phí khác	100		3.4	Chi phí hoạt động khác	1,000	
3.5	Giá bán sản phẩm	11,500		3.5	Giá bán sản phẩm	90,000	
3.6	Lợi nhuận	1,000		3.6	Lợi nhuận	11,950	
4	Chủ buôn ngoài tỉnh			4	Chủ buôn ngoài tỉnh		
4.1	Giá mua sản phẩm	11,500		4.1	Giá mua sản phẩm	90,000	
4.2	Chi phí thuê lao động	320		4.2	Chi phí chế biến + lao động	3,660	
4.3	Chi phí vận chuyển + bốc dỡ	876		4.3	Chi phí vận chuyển + bốc dỡ	340	

4.4	Chi phí khác	150	4.4	Chi phí bao bì	1,890
4.5	Giá bán sản phẩm	14,200	4.5	Giá bán sản phẩm	105,000
4.6	Lợi nhuận	1,354	4.6	Lợi nhuận	9,110
5	Người bán lẻ		4	Người bán lẻ	
5.1	Giá mua sản phẩm	14,200	5.1	Giá mua sản phẩm	105,000
5.2	Chi phí vận chuyển	270	5.2	Chi phí vận chuyển	2,780
5.3	Chi phí bao bì	80	5.3	Chi phí bao bì	
5.4	Chi phí hoạt động khác	150	5.4	Chi phí hoạt động khác	2,380
5.5	Giá bán sản phẩm	17,500	5.5	Giá bán sản phẩm	145,160
5.6	Lợi nhuận	2,800	5.6	Lợi nhuận	35,000

Nguồn: Điều tra VASI 2005

2. Quá trình hình thành giá trong kênh tiêu thụ nhãn chế biến

Hoạt động chế biến long nhãn hiện nay mang lại hiệu quả kinh tế khá cao cho các tác nhân tham gia kênh tiêu thụ. Tuy vậy, vấn đề thị trường luôn là một rủi ro quá lớn đối với người chế biến do vốn đầu tư cao.

Đối với các tác nhân như người thu gom, chế biến và người bán lẻ thì chủng loại long nhãn cho họ lợi nhuận cao hơn so với tiêu thụ nhãn tươi. Nếu so sánh/kg nhãn tươi thì người thu gom có lợi nhuận 500 đ/kg nhưng nếu thu mua nhãn sấy thì họ có thể đạt được 750 đ/kg, chính vì thế nhiều người thu gom đều lấy hoạt động thu mua sản phẩm nguyên liệu sấy làm hoạt động chính.

Qua bảng hình thành giá của sản phẩm long sấy cho thấy, kênh hàng này ít ủng hộ người nông dân hơn do họ chỉ bán được với giá thấp, chính vì thế sự phát triển sản xuất của các vùng luôn có sự lựa chọn về đặc điểm mang tính truyền thống. Các vùng như Kim Động và các huyện khác, xu thế người nông dân lựa chọn phát triển các loại nhãn có chất lượng cao tăng lên. (bảng)

VII. Thuận lợi và khó khăn

1. Trong hoạt động sản xuất

Thuận lợi: Với Hưng yên, cây nhãn là cây trồng có nhiều ưu thế với các sản phẩm nhãn quả nổi tiếng thêm vào đó là điều kiện đất đai khí hậu thuận lợi cho việc trồng và phát triển cây nhãn trên diện rộng. Ngoài ra là tập quán, thói quen và kinh nghiệm trong sản xuất của người dân trong tỉnh. Với những ưu điểm đó, cây nhãn đã được chọn làm cây ăn quả có vai trò quan trọng nhất trong quy hoạch phát triển cây ăn quả của tỉnh.

Khó khăn: Việc quản lý giống nhãn chưa theo một tiêu chuẩn kỹ thuật nào nên việc sản xuất giống còn tràn lan, nhiều nơi lợi dụng danh tiếng nhãn lồng để kinh doanh kiếm lời gây thiệt hại cho người sản xuất. Vài năm trở lại đây, do cây nhãn có hiệu quả kinh tế cao nên nhiều hộ nông dân tự chuyển đổi sang lập vườn trồng nhãn không theo quy hoạch nên gây khó khăn trong quản lý và sử dụng đất đai cho địa phương. Ngoài ra rủi ro trong sản xuất còn lớn do năng suất nhãn phụ thuộc nhiều vào điều kiện thời tiết.

2. Trong tiêu thụ sản phẩm

Thuận lợi: Cây nhãn lồng Hưng yên nói riêng và cây nhãn nói chung đã có chỗ đứng vững chắc trong tiềm thức và nhu cầu của người tiêu dùng. Điều này được chứng minh bởi các loại nhãn ngon hầu như là tiêu thụ tại vườn mà không phải đem đi bán. Đối với chế biến, hệ thống chế biến đã hình thành các cụm làng nghề, đây là điều kiện để mở rộng quy mô và phát triển, áp dụng khoa học công nghệ.

Sự quan tâm của chính quyền trong việc tìm kiếm và tổ chức tiêu thụ sản phẩm thông qua các hội chợ và hoạt động của hội nhãn lồng. Ngoài ra, hệ thống tiêu thụ nhãn bao gồm những tác nhân khá chuyên nghiệp, hoạt động của họ khá đa dạng và có thể đáp ứng được những thay đổi trong sản xuất và thị trường.

Khó khăn: Mặc dù đầu ra cho sản phẩm dù ở dưới hình thức ăn tươi hay chế biến rất nhiều tiềm năng nhưng thị trường tiêu thụ chưa có tính ổn định cao ngay cả với thị trường trong nước. Việc xuất khẩu nhãn đã chế biến (long nhãn) đi Trung quốc còn bấp bênh chưa chủ động. Hoạt động của các kênh hàng hiện nay chưa hình thành các kênh hàng có chất lượng riêng biệt, do đó người tiêu dùng khó có thể tìm kiếm được những sản phẩm có chất lượng đáp ứng được nhu cầu của họ.

Ngoài ra, nhãn quả sử dụng ăn tươi rất khó bảo quản. Việc tập trung nhiều thời vụ sẽ kéo dài thời gian cần phải bảo quản nhãn, từ đó tỷ lệ nhãn hư hỏng, nứt rập, dẫn tới giảm giá và mất ưu thế cạnh tranh. Vì vậy, kênh ngành hàng nhãn thường khá ngắn, đơn giản. Chưa có quy trình bảo quản nhãn tươi nhằm kéo dài thời gian sử dụng, đưa nhãn đi tiêu thụ xa nhằm giảm những căng thẳng về thời vụ. Một số hộ lợi dụng danh tiếng nhãn lồng đã kinh doanh không lành mạnh bằng cách trà trộn nhãn thường vào nhãn lồng đem bán gây mất lòng tin của khách hàng. *Trong hoạt động chế biến và tiêu thụ:* nhiều nơi còn chế biến theo phương pháp thủ công nên tiêu tốn nhiều năng lượng dẫn đến chi phí cho 1kg thành phẩm cao và chất lượng nhãn khó cạnh tranh và không được người tiêu dùng chấp nhận.

VIII. Kết luận và đề nghị

1. Kết luận

Cây nhãn Hưng yên đã và đang là cây trồng mang lại thu nhập cao cho các hộ trồng nhãn trong tỉnh. Ngoài yếu tố văn hoá, truyền thống, nhãn còn là cây trồng có giá trị kinh tế cao, có khả năng xuất khẩu đặc biệt là long nhãn. Hiện nay diện tích nhãn tại Hưng yên ngày một tăng mạnh đặc biệt là các giống nhãn có năng suất cao và có khả năng cho quả liên tục nhiều năm như nhãn Hương chi. Tại một số vùng nhãn tập trung, phong trào chuyển đổi cơ cấu cây trồng chuyển từ trồng lúa hiệu quả kinh tế kém sang trồng nhãn đang diễn ra khá mạnh. Điều này phù hợp với định hướng phát triển nông nghiệp của tỉnh khi xác định cây ăn quả trong đó cây nhãn sẽ là cây trồng chủ lực. Định hướng phát triển cây lâu năm của tỉnh đến năm 2010, cây nhãn là cây trồng chủ lực với quy mô diện tích gấp 2 lần hiện nay là một hướng đi hợp lý.

Hệ thống thương mại nhãn của tỉnh hiện nay còn có những đặc điểm khá đặc trưng cụ thể là:

- Các kênh hàng hoạt động ngắn chủ yếu là kết nối giữa các khu vực sản xuất với các thị trường tiêu thụ xung quanh, kênh hàng chưa mở rộng được ra các thị trường xa như miền Trung hay miền Nam

- Chưa có một kênh hàng riêng của nhãn Hưng yên mà chủ yếu vẫn có sự trà trộn với các sản phẩm từ các khu vực khác, điều này đã làm cho người tiêu dùng khó khăn trong việc tìm kiếm những sản phẩm thực sự có chất lượng

- Hệ thống sầy long nhãn đã hỗ trợ tích cực cho quá trình sản xuất của người dân tuy nhiên thị trường tiêu thụ lại không ổn định, phụ thuộc quá nhiều vào thị trường Trung quốc nên khi có sự biến động thì mức độ ảnh hưởng là rất lớn

- Thị trường hoạt động dựa trên sự phát triển của hệ thống tư thương, chưa có được sự hỗ trợ của nhà nước trong việc tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm và các hình thức tiêu thụ ổn định

Sự phát triển sản xuất và hoạt động của hệ thống thương mại nhãn hiện nay cho thấy được hiệu quả về mặt kinh tế cho các tác nhân tham gia. Tuy nhiên, từ người sản xuất đến các tác nhân thương mại vẫn chưa có được những chiến lược cụ thể và dài hơi nhằm cải thiện sự thích ứng với những thay đổi của thị trường. Mặc dù vậy phát triển và mở rộng sản xuất vẫn là xu hướng hiện nay của người dân cũng như chính quyền địa phương.

2. Đề xuất chính sách

Sự phát triển của ngành hàng nhãn Hưng yên hiện nay cần có những biện pháp hỗ trợ tích cực để có thể mang lại sự ổn định trong sản xuất và tiêu thụ của người dân:

❖ Về mặt sản xuất

- Tỉnh Hưng yên và các huyện cần có những quy hoạch cụ thể và quy hoạch lại vùng sản xuất nhãn cho phù hợp với điều kiện tự nhiên và thế mạnh của mỗi vùng. Các vùng sản xuất nhãn truyền thống có chất lượng cao và các vùng sản xuất phục vụ cho chế biến.

- Nghiên cứu và bảo tồn nguồn gen của các giống nhãn có chất lượng cao trên diện rộng từ đó có những định hướng cho người sản xuất nhằm khai thác tối đa ưu điểm của các giống nhãn địa phương có chất lượng cao và nâng cao hiệu quả sản xuất

- Từng bước thay thế dần các giống nhãn kém chất lượng, năng suất thấp bằng các giống nhãn có giá trị kinh tế cao như Hương chi, Cùi đường phèn... Xây dựng quy trình sản xuất chuẩn mực và triển khai thành quy trình tập thể nhằm xây dựng một ngành hàng có sự đồng đều về chất lượng và xây dựng thương hiệu cho nhãn Hưng yên

- Hoạt động cải tạo vườn nhãn và mở rộng các vườn mới cần có những nghiên cứu và hỗ trợ về mặt khuyến nông, kỹ thuật để có thể sử dụng tối đa và hiệu quả của sản xuất như trồng nhãn kết hợp chăn nuôi, nuôi thả...

- áp dụng các biện pháp thâm canh nhãn, sử dụng các biện pháp kéo dài thời vụ thu hoạch để đảm bảo khả năng cung ứng cho thị trường

- Tổ chức sản xuất hiện nay của Hội nhãn lồng Hưng yên chưa thực sự có hiệu quả và chưa có tầm ảnh hưởng trên diện rộng. Cần thiết phải có nhiều hình thức tổ chức hơn và cải tổ lại hội hiện nay để hội thực sự là tổ chức của người dân và người chế biến. Từ đó mới có thể nâng cao khả năng định giá sản phẩm và mở rộng mức độ ảnh hưởng của Nhãn Hưng yên trên thị trường Việt nam

❖ Về mặt tổ chức thị trường

- Nghiên cứu và mở rộng thị trường nội địa là hoạt động cần thiết đặc biệt là thiết lập các kênh thị trường xa. Tính chất thời vụ của sản phẩm là một trong những hạn chế của sản phẩm nhãn vì vậy mở rộng thị trường là một hoạt động nhằm hạn chế tối đa sự mất cân đối cung cầu trên thị trường và giảm thiểu những rủi ro trong sản xuất và tiêu thụ.

- Bên cạnh việc phát triển các vùng nhãn, cần chú trọng vào xây dựng mô hình, các nhà máy chế biến nhãn hay áp dụng các công nghệ bảo quản lạnh nhằm tăng thời gian và giá trị của nhãn.

- Tổ chức công tác tuyên truyền, tiếp thị nhãn nhằm nâng cao uy tín và khuyến khích thương hiệu nhãn lồng của tỉnh, thành lập các HTX, hiệp hội sản xuất và chế biến nhãn tiến tới xây dựng thương hiệu Nhãn lồng. Trước hết cần xây dựng cho hội nhãn lồng Hưng yên có mối quan hệ với các trung tâm thương mại, hệ thống siêu thị nhằm thúc đẩy sự phát triển và tầm ảnh hưởng của hội

- Xây dựng kênh hàng riêng cho sản phẩm nhãn lồng có chất lượng cao thông qua việc xây dựng mối quan hệ giữa các đại lý lớn, các chủ thu gom và các chủ buôn đầu tiêu thụ. Xây dựng hệ thống các tiêu chí về mặt chất lượng sản phẩm trong giao dịch giữa các tác nhân thương mại lớn và giữa người sản xuất với các tác nhân đầu ra.

- Trong khuôn khổ của nghiên cứu này đó là những đề xuất trong việc xây dựng mối quan hệ giữa Hội nhãn lồng, các tác nhân thương mại (được đề cập đến trong phần trên) với tổ chức thương mại Metro nhằm hình thành các kênh hàng riêng và ổn định

- Các đề xuất trên thực hiện tốt thì cần có sự phối hợp giữa 4 nhà: Nhà nước với công tác quy hoạch vùng sản xuất. Nhà khoa học với việc chọn tạo giống và áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào thâm canh nhãn, hỗ trợ sản xuất, nhà doanh nghiệp với vấn đề chế biến, tiêu thụ nhãn và người nông dân với khả năng sản xuất những sản phẩm có chất lượng cao, ổn định và có hiệu quả.

IX. Phụ lục

Các thông tin về tình hình kinh tế - xã hội, dân cư của tỉnh hưng yên

Các thông tin chung (Đến ngày 01/10/2003)

- + Diện tích đất tự nhiên tỉnh Hưng Yên: 92.309,3 ha
- + Diện tích đất nông nghiệp: 63.450 ha
- + Đất chuyên dùng: 16.237,1 ha
- + Đất ở: 7.442,5 ha
- + Đất chưa sử dụng và sông suối: 6.026,8 ha

I. Đất nông nghiệp: 63.450 ha

- + Đất trồng cây hàng năm: 55.282,2 ha
Trong đó đất trồng lúa 50.021,0 ha
- + Đất vườn tạp: 2.207,1 ha
- + Đất trồng cây lâu năm: 1.021,0 ha
- + Đất có mặt nước nuôi trồng thủy sản: 4.092,7 ha

II. Đất lâm nghiệp có rừng

III. Đất chuyên dùng: 16.237,1 ha

- + Đất xây dựng: 1.851,1 ha
- + Đất giao thông: 6.616,5 ha
- + Đất thủy lợi & mặt nước chuyên dùng: 6.124,1 ha
- + Đất di tích lịch sử văn hoá: 60,4 ha
- + Đất quốc phòng an ninh: 79,5 ha
- + Đất làm nguyên, vật liệu xây dựng: 260,4 ha
- + Đất chuyên dùng khác: 1.245,0 ha

IV. Đất ở: 7.442,5 ha

- + Đất ở đô thị: 681,7 ha
- + Đất ở nông thôn: 6.761,0 ha

V. Đất chưa sử dụng và sông suối: 6.026,8 ha

- + Đất bằng chưa sử dụng: 506,8 ha
- + Đất có mặt nước chưa sử dụng: 1.813,6 ha
- + Sông suối: 3.672,4 ha
- + Đất chưa sử dụng khác: 33,9 ha

VI. Dân số:

- + Dân số toàn tỉnh (năm 2003): 1.113.489 người.
- + Mật độ dân số: 1.206 người/km².
- + Đơn vị hành chính: Tổng số 160 bao gồm 9 thị trấn, 145 xã, 6 phường.
- + Ranh giới với các tỉnh và thành phố: Hà Nội, Hà Nam, Hải Dương, Thái Bình, Bắc Ninh.

Tình hình khí tượng thủy văn**Bảng 11: Nhiệt độ trung bình trong các tháng và năm (Đơn vị tính: °C)**

	1997	2000	2001	2002	2003
BQ 1 tháng	23,7	23,4	23,4	24,2	24,4
Tháng 1	18,1	17,7	17,9	17,2	16,5
Tháng 2	16,4	16,0	16,9	24,1	20,3
Tháng 3	20,4	19,7	20,7	21,7	21,4
Tháng 4	23,9	24,6	23,8	24,9	25,6
Tháng 5	27,2	26,7	26,4	27,0	28,2
Tháng 6	29,0	27,9	28,6	29,2	29,6
Tháng 7	28,3	29,1	29,4	29,2	29,5
Tháng 8	28,5	28,2	28,4	29,0	28,5
Tháng 9	25,1	26,3	27,5	27,9	27,2
Tháng 10	25,4	24,4	25,4	26,8	25,5
Tháng 11	23,0	20,5	19,7	24,6	22,6
Tháng 12	18,6	19,5	17,0	20,5	17,2

Nguồn số liệu: Trung tâm khí tượng, thủy văn tỉnh Hưng Yên

Bảng 12: Số giờ nắng trong các tháng và năm (Đơn vị tính: Giờ)

	1997	2000	2001	2002	2003
Cả năm	1.646,4	1.414,5	1.404,2	1.285,0	1.576,3
Tháng 1	75,3	52,5	62,6	82,7	118,7
Tháng 2	42,8	20,4	31,5	24,0	74,5
Tháng 3	45,1	43,3	62,4	35,1	78,5
Tháng 4	90,0	91,3	66,1	106,3	126,7
Tháng 5	193,0	152,7	143,3	154,3	188,8
Tháng 6	179,5	154,1	166,3	148,0	174,2
Tháng 7	211,3	209,3	161,3	120,3	251,8
Tháng 8	181,2	166,2	168,0	165,2	126,3
Tháng 9	185,0	137,2	180,5	146,0	154,9
Tháng 10	173,7	126,4	107,0	144,0	163,3
Tháng 11	139,9	158,9	186,4	94,1	121,5
Tháng 12	129,6	102,5	68,3	64,5	97,0

Nguồn số liệu: Trung tâm khí tượng, thủy văn tỉnh Hưng Yên

Bảng 13: Lượng mưa trong các tháng và năm (Đơn vị tính: mm)

	1997	2000	2001	2002	2003
Cả năm	2.031,7	1.286,2	2.037,7	1.176,8	1.308,3
Tháng 1	73,2	7,0	49,2	1,9	24,5
Tháng 2	11,6	18,4	27,0	23,9	41,5
Tháng 3	85,3	38,0	116,5	8,8	35,0
Tháng 4	284,4	65,9	33,8	44,5	74,8
Tháng 5	91,1	144,0	235,9	296,6	216,5
Tháng 6	258,1	111,8	186,2	156,3	217,8
Tháng 7	400,4	153,6	274,6	138,0	139,9
Tháng 8	256,2	257,9	456,0	118,7	226,2
Tháng 9	264,5	282,2	178,0	93,2	300,4
Tháng 10	121,4	169,4	368,5	213,3	20,3
Tháng 11	31,4	29,0	51,3	50,6	7,4
Tháng 12	44,1	9,0	60,7	31,0	4,0

Nguồn số liệu: Trung tâm khí tượng, thủy văn tỉnh Hưng Yên

Bảng 14: Độ ẩm tương đối trung bình trong các tháng và năm (Đơn vị tính: %)

Năm	1997	2000	2001	2002	2003
BQ 1 tháng	86	86	86	86	84
Tháng 1	84	86	84	82	85
Tháng 2	86	89	86	91	88
Tháng 3	92	93	90	88	85
Tháng 4	90	90	92	87	87
Tháng 5	87	87	86	86	86
Tháng 6	80	86	86	85	81
Tháng 7	87	85	85	85	85
Tháng 8	87	85	87	87	89
Tháng 9	89	88	85	83	87
Tháng 10	85	85	86	83	79
Tháng 11	82	76	80	84	79
Tháng 12	84	76	85	87	79

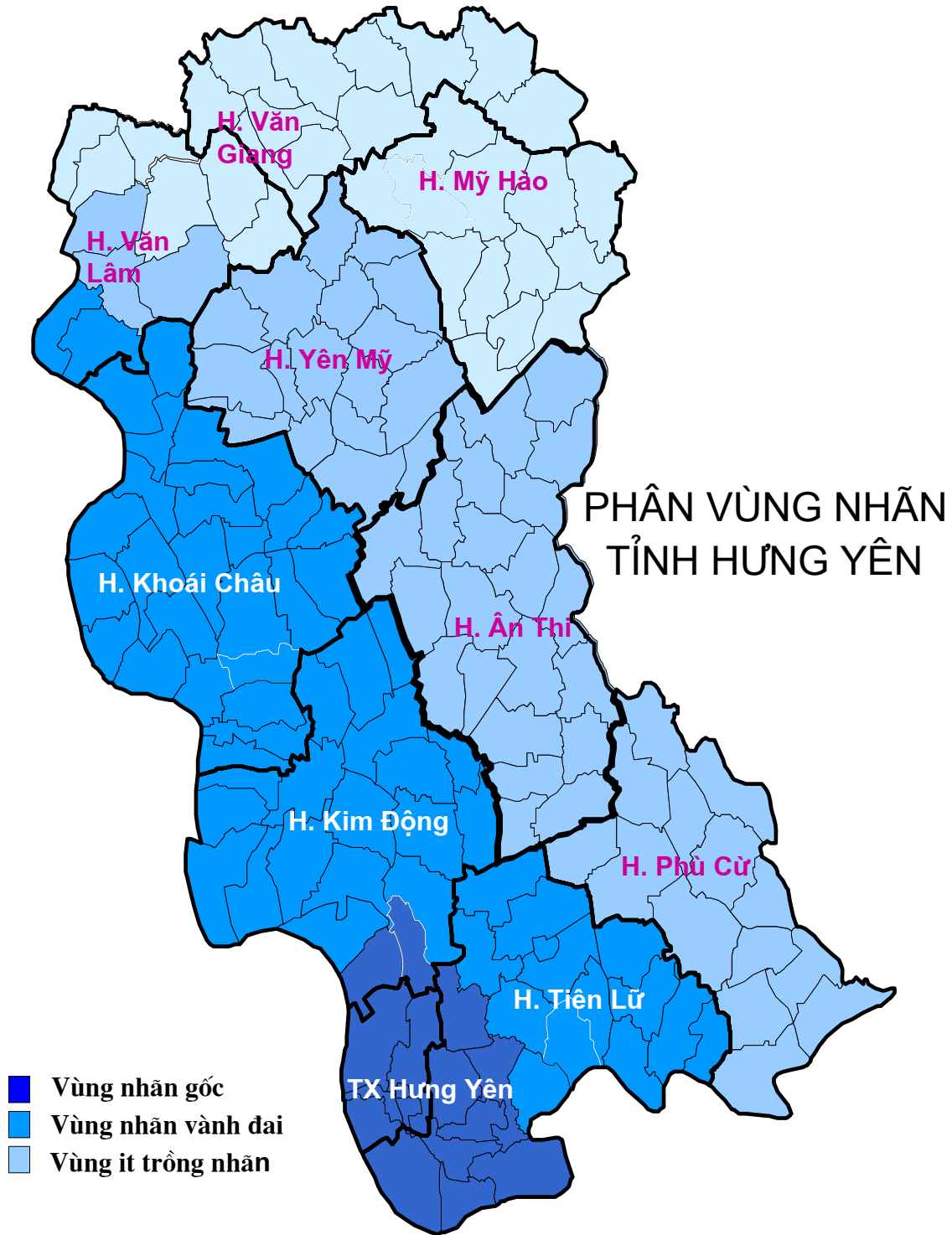
Nguồn số liệu: Trung tâm khí tượng, thủy văn tỉnh Hưng Yên

Bảng 15:Diện tích, năng suất, sản lượng cây lâu năm

	ĐVT	2000	2001	2002	2003
Tổng số	Ha	6.273	6.553	7.015	6.824
I. Cây công nghiệp					
II. Cây ăn quả	Ha	5.995	5.863	6.303	6.211
1. Cam, chanh, quýt					
- Diện tích hiện có	Ha	626	620	859	1.093
+ Diện tích trồng mới	”	4		39	437
+ Diện tích cho sản phẩm	”	580	620	639	656
- Năng suất	Tạ/ha	95,00	90,00	106,00	117,07
- Sản lượng	Tấn	5.510	5.580	6.770	7.680
2. Chuối					
- Diện tích hiện có	Ha	3.160	2.935	2.491	2.073
+ Diện tích trồng mới	”	38			77
+ Diện tích cho sản phẩm	”	2.915	2.935	2.488	1.997
- Năng suất	Tạ/ha	170,00	172,00	110,00	201,71
- Sản lượng	Tấn	49.550	50.482	45.275	40.281
3. Nhân, vải					
- Diện tích hiện có	Ha	1.502	1.615	2.384	2.304
+ Diện tích trồng mới	”	33	133	135	367
+ Diện tích cho sản phẩm	”	1.326	1.470	2.013	1.937
- Năng suất	Tạ/ha	95,00	17,69	115,40	66,06
- Sản lượng	Tấn	12.597	2.600	23.230	12.795
4. Bưởi					
- Diện tích hiện có	Ha	52	48	53	51
+ Diện tích trồng mới	”	-	-	-	0
+ Diện tích cho sản phẩm	”	52	48	53	51
- Năng suất	Tạ/ha	115,00	120,00	127,00	154,51
- Sản lượng	Tấn	598	576	673	788
5. Táo					
- Diện tích hiện có	Ha	655	645	716	690
+ Diện tích trồng mới	”	2	-	30	0
+ Diện tích cho sản phẩm	”	647	645	679	690
- Năng suất	Tạ/ha	145,00	150,00	160,00	170,61
- Sản lượng	Tấn	9.381	9.675	10.880	11.772
III. Cây lâu năm khác					
Dâu tằm					
- Diện tích hiện có	Ha	278	690	712	613
+ Diện tích trồng mới	”	8	318	22	0
+ Diện tích cho sản phẩm	”	270	680	712	613
- Năng suất	Tạ/ha		175,00	188,00	182,68
- Sản lượng	Tấn		12.075	13.417	11.198

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh năm 2003

Biểu đồ: Phân vùng (sơ bộ) vùng trồng nhãn trong tỉnh



Bảng 16: Một số giống nhãn trong tỉnh

Giống nhãn	Đặc điểm cây	Đặc điểm quả	Tr.lượng quả	Tỷ lệ cùi	Phân bố
Nhãn lồng	Lá xanh đậm, ít bóng, phiến lá dày, gợn sóng.	Quả to, cùi dày, vân hanh vàng múi chồng lên nhau ở phía đỉnh quả. Quả chín ăn giòn, Vị ngọt đậm, mùi thơm. Độ bám giữa cùi và hạt, cùi và vỏ quả yếu. Kích thước quả đều.	11-12 gam/quả	62.7%	Chủ yếu ở Thị xã Hưng yên và Huyện Tiên lữ
Nhãn Hương Chi	Cây thấp, hình bán nguyệt. Lá có màu xanh thẫm, bóng, mặt độ dày.	Cùi giòn, ngọt, sắc nước, hạt nhỏ, vỏ mỏng, mã đẹp, thơm. Năng suất cao.	11-13 gam/quả	>60%	T.x Hưng yên, huyện Tiên lữ, Khoái châu
Nhãn cùi	Có lá gần giống với nhãn lồng.	Hình cầu, hơi dẹt, vỏ quả màu vàng nâu, không sáng mã, cùi đan lồng lên nhau. Quả chín ăn giòn, vị ngọt ít nước. Hương thơm kém nhãn lồng	8.5-11.5 gam/quả	58-63%	Phân bố đều trong tỉnh, tập trung ở huyện Khoái châu
Nhãn đường phèn	Lá nhỏ hơn so với nhãn lồng, nhãn cùi. Ra hoa và chín chậm hơn nhãn cùi từ 9-15 ngày.	Vỏ quả và kiểu chùm quả như nhãn lồng, quả nhỏ hơn có cùi dày, mặt cùi có u nhỏ như cục đường phèn, hương thơm đặc biệt, vị ngọt sắc.	7-12 gam/quả	60%	Phân bố rải rác nhưng tập trung chủ yếu ở T.x HY và H.Tiên lữ
Nhãn Băm băm	Quả to gần bằng quả nhãn lồng, tròn quả hơi vẹo, cùi dày, khô, ăn có vị ngọt nhạt.		12-15 gam/quả		Phân bố toàn tỉnh
Nhãn Thóc	Quả nhỏ, trên chùm có nhiều quả. Cùi mỏng, khó tách khỏi hạt, nhiều nước, hạt to, độ ngọt vừa phải		5-7 gam/quả		
Nhãn nước	Cây thường sai quả, quả nhỏ, cùi mỏng, nhão, nhiều nước, không dóc kém ngọt. Độ bám giữa cùi và hạt lớn.		6-9 gam/quả	38.63 %	Phân bố trong toàn tỉnh

X. Danh sách phỏng vấn

Nông dân

TT	Họ và tên	Địa chỉ	TT	Họ và tên	Địa chỉ
1	Nguyễn Hoàng Viện	Nế Châu-Hồng Nam	21	Lê Văn Kiệm	Phong Độ- Hồng Châu
2	Bùi Văn Cung	Nế Châu-Hồng Nam	22	Phạm Văn Trường	Phong Độ- Hồng Châu
3	Trịnh Văn Hùng	Nế Châu-Hồng Nam	23	Lê Văn Hữu	Phong Độ- Hồng Châu
4	Trịnh Văn Hiệp	Nế Châu-Hồng Nam	24	Trần Văn Toàn	Phong Độ- Hồng Châu
5	Trịnh Văn Thịnh	Nế Châu-Hồng Nam	25	Nguyễn Văn Hoàn	Phong Độ- Hồng Châu
6	Trịnh Văn Toàn	Nế Châu-Hồng Nam	26	Trần Xuân Tạng	Phong Độ- Hồng Châu
7	Bùi Văn Giếng	Nế Châu-Hồng Nam	27	Phạm Hữu Dự	Phong Độ- Hồng Châu
8	Nguyễn Xuân Kỳ	Lê Nh Hổ-Hồng Nam	28	Trần Văn Mùi	Phong Độ- Hồng Châu
9	Hà Văn Tái	Lê Nh Hổ-Hồng Nam	29	Trần Văn Hổng	Phong Độ- Hồng Châu
10	Hà Văn Hoat	Lê Nh Hổ-Hồng Nam	30	Trần Văn Tập	Phong Độ- Hồng Châu
11	Bùi Trí Tài	Lê Nh Hổ-Hồng Nam	31	Vũ Văn Trung	Phong Độ- Hồng Châu
12	Nguyễn Trọng Doanh	Lê Nh Hổ-Hồng Nam	32	Nguyễn Anh Phương	Phong Độ- Hồng Châu
13	Nguyễn Văn Thà	Lê Nh Hổ-Hồng Nam	33	Đỗ nguyên Hữu	Phong Độ- Hồng Châu
14	Hà Văn Thờng	Lê Nh Hổ-Hồng Nam	34	Nguyễn Đức Hoà	Nam Tiến-Hồng Châu
15	Hà Văn Cao	Lê Nh Hổ-Hồng Nam	35	Phạm Viết Tha	Nam Tiến-Hồng Châu
16	Dương Văn ánh	Mậu Dương-Hồng Châu	36	Vương Văn Thu	Nam Tiến-Hồng Châu
17	Trần Thị Mơ	Mậu Dương-Hồng Châu	37	Phạm Văn Phú	Nam Tiến-Hồng Châu
18	Vũ Quang Tự	Mậu Dương-Hồng Châu	38	Nguyễn Văn Vượng	Nam Tiến-Hồng Châu
19	Nguyễn Ngọc Du	Mậu Dương-Hồng Châu	39	Phạm Văn Tuấn	Nam Tiến-Hồng Châu
20	Phạm Văn Luân	Mậu Dương-Hồng Châu	40	Cao Văn Bài	Nam Tiến-Hồng Châu
Đối tượng		Họ tên	Địa chỉ/Cơ quan		
Cán bộ địa phương		Nguyễn Văn Tuấn	Phòng KH-Sở NN HY-Hội phó hội làm vườn		
		Nguyễn văn Lương	Sở KHCN		
		Trần nguyên Tháp	Trưởng P. trồng trọt-Sở NN		
		Anh Tráng	Chuyên viên P trồng trọt-sở NN		
		ông Tâm	Trưởng P. Chế biến chính sách-Sở NN		
		Ông Tám	Thôn phó thôn Nế châu-Hồng nam		
SX giống		Ông Minh	Xã Hồng Nam-Chuyên SX nhãn giống		
Thương lái		Gia đình bà Lan-thị xã Hưng yên			
		Hà Xuân Thủy-chủ thu gom-Kỳ Linh Hổ-Hồng Nam-Tx HY			
		Vũ Văn Chung-chủ buôn lớn-Phong độ-Hồng châu-Tx HY			
Chế biến		Trịnh Văn Lạp-Nế châu-Hồng Nam-Tx HY			

XI. Tài liệu tham khảo

1. Niên giám thống kê tỉnh Hưng yên-2003, 2004
2. Quy hoạch phát triển nông nghiệp-nông thôn tỉnh Hưng Yên đến năm 2010 Báo cáo tổng kết hoạt động nông nghiệp tỉnh-2001, 2002, 2003, 2004
3. Báo cáo tổng kết tình hình sản xuất và chế biến nông sản trong tỉnh 2001-2004
4. Hỏi đáp về nhãn vải-GS-TS Trần Thế Tục-NXB Nông nghiệp