



MỐI LIÊN KẾT GIỮA NGƯỜI SẢN XUẤT VÀ NGƯỜI THU MUA TRONG HOẠT ĐỘNG TRỒNG SEN TẠI HUYỆN PHONG ĐIỀN, TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

Nguyễn Văn Chung*, Phạm Hữu Ty, Nguyễn Văn Huế, Hoàng Dũng Hà, Lê Văn Nam

Trường Đại học Nông Lâm, Đại học Huế, 102 Phùng Hưng, Huế, Việt Nam

* Tác giả liên hệ: Nguyễn Văn Chung <nguyenvanchung@hueuni.edu.vn>

(Ngày nhận bài: 10-4-2023; Ngày chấp nhận đăng: 1-6-2023)

Tóm tắt. Trồng sen là giải pháp nâng cao thu nhập cho người dân nông thôn khi các sản phẩm sen mang lại giá trị kinh tế cao. Thiếu tính liên kết trong chuỗi giá trị trong tiêu thụ các sản phẩm sen là một trong các nhược điểm của hoạt động này. Vì vậy, phát triển các liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sen đang được ưu tiên giải quyết. Trong nghiên cứu này, chúng tôi phân tích mối liên kết giữa nông hộ trồng sen và người thu mua, nhằm xác định bản chất của mối liên kết, các yếu tố chi phối và những kết quả mang lại từ liên kết. Chúng tôi đã sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp để phỏng vấn 54 đối tượng bao gồm người trồng sen, người thu mua và các tác nhân liên quan và hai cuộc thảo luận nhóm giữa những người trồng sen và thu thập thông tin thứ cấp. Kết quả cho thấy hạt sen sau khi thu hoạch được bán phần lớn cho người thu gom, phần còn lại bán cho người bán lẻ. Mỗi người thu mua tạo cho mình một nhóm các hộ trồng sen để thiết lập mối liên kết sản xuất kinh doanh lâu dài. Uy tín, giá cả và niềm tin là những tiêu chí chính để lựa chọn đối tác liên kết. Sự tin tưởng và ràng buộc là hai yếu tố chính để duy trì mối liên kết này.

Từ khóa: nông hộ, trồng sen, mối liên kết, Thừa Thiên Huế

Linkage between producers and traders in lotus growing activities at Phong Dien district, Thua Thien Hue province

Nguyen Van Chung*, Pham Huu Ty, Nguyen Van Hue, Hoang Dung Ha, Le Van Na

University of Agriculture and Forestry, Hue University, 102 Phung Hung St., Hue, Vietnam

* Correspondence to Nguyen Van Chung <nguyenvanchung@hueuni.edu.vn>

(Submitted: April 10, 2023; Accepted: June 1, 2023)

Abstract. Lotus growing is a solution to improve the income of rural farmers when the lotus products provide high economic value. The lack of value-chain linkage in lotus product consumption is one of the drawbacks of these activities. Therefore, developing linkages between lotus production and consumption is a priority to be solved. In this research, we analyse the linkage between lotus growers and traders to

determine its nature, determinants, and outcomes. We use the mixed research method and interview 54 stakeholders, including lotus growers, lotus traders, and related actors, organise two focus-group discussions among lotus growers and collect related secondary information. The findings reveal that lotus seeds are mostly sold to collectors, and the rest is given to retailers. Each trader sets up a fixed lotus growers group for a long-term transaction. Prestige, price and trust are criteria to choose partners in the linkage. Trust and commitment are two main elements to maintain the linkage.

Keywords: lotus grower, lotus trader, value-chain linkage, Thua Thien Hue

1 Đặt vấn đề

Sự cần thiết phải thực hiện các liên kết trong sản xuất nông nghiệp nhận được nhiều sự quan tâm ở các nước đang phát triển nói chung và Việt Nam nói riêng [1]. Chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, cũng như những hỗ trợ cần thiết cho việc thiết lập và phát triển liên kết cho các sản phẩm cụ thể đã được ban hành tại Việt Nam [2]. Vậy nên, nhiều mô hình liên kết trong sản xuất kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ như liên kết giữa người trồng cà phê và thương lái ở Tây Nguyên [3], liên kết giữa người dân và doanh nghiệp trong sản xuất lúa gạo, sen hạt ở Đồng Tháp [1, 4], liên kết tiêu thụ chè tại Tuyên Quang [5], liên kết tiêu thụ sản tại Thừa Thiên Huế [6] và một số sản phẩm khác đã được thiết lập.

Thông qua liên kết trong sản xuất nông nghiệp, nhiều lợi ích được tạo ra như giảm chi phí, tăng tính cạnh tranh, giảm rủi ro, tăng doanh thu và lợi nhuận, nâng cao vai trò quản lý nhà nước về kinh tế, cũng như tạo ra sự chuyển đổi trong phương thức sản xuất kinh doanh từ truyền thống đến hiện đại [1, 7–9]. Tuy nhiên, nhiều vấn đề bất cập vẫn còn tồn tại như liên kết còn lỏng lẻo, thiếu ràng buộc, tình trạng phá vỡ liên kết vẫn xảy ra, cũng như tính dễ bị tổn thương thường thuộc về người sản xuất [1]. Thực tế này đặt ra yêu cầu cấp thiết cho việc tìm hiểu và phân tích các mối liên kết trong từng hoạt động sản xuất kinh doanh của từng sản phẩm, dịch vụ cụ thể để đưa ra các can thiệp kịp thời và phù hợp.

Hoạt động trồng sen đã khẳng định được giá trị của nó khi trồng sen được xem là giải pháp nâng cao thu nhập cho người nông dân thông qua việc chuyển đổi từ diện tích trồng lúa kém hiệu quả hay tận dụng diện tích ao hồ để phát triển trồng sen. Lợi nhuận mang lại từ trồng sen cao hơn 2–3 lần so với trồng lúa [10]. Thừa Thiên Huế là một trong những tỉnh đi đầu ở khu vực miền Trung trong khai thác tiềm năng của cây sen, với diện tích sản xuất khoảng 494,5 ha. Sen Huế không chỉ là sản phẩm tạo thu nhập của người dân, mà còn là biểu tượng của giá trị văn hóa và lịch sử của người dân Huế. Vậy nên, hoạt động trồng sen luôn được chính quyền và người

dân chú trọng đầu tư và phát triển. Trong đó, chú trọng đến việc phát triển các liên kết giữa người dân và doanh nghiệp, hợp tác xã trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm cây sen [11].

Tuy nhiên, chưa có quy hoạch cụ thể, diện tích sản xuất phân tán, manh mún và mang tính tự phát cao, thiếu nguồn vốn, kỹ thuật và phương tiện, thiết bị trong sản xuất, bảo quản và chế biến. Đặc biệt, tính liên kết ngang và dọc trong hoạt động sản xuất và tiêu thụ đang bị hạn chế. Điều này đã và đang ảnh hưởng đến hoạt động trồng sen [11, 12]. Hạt sen chưa qua sơ chế vẫn là sản phẩm chủ đạo được người trồng sen bán cho người thu mua, nên giá trị thu được chưa tương xứng với tiềm năng của nó. Hơn nữa, các liên kết sản xuất định hướng theo chuỗi giá trị chưa hình thành và phát triển. Đây cũng là nguyên nhân dẫn đến kênh tiêu thụ thiếu ổn định, giá cả biến động và có sự phụ thuộc của người trồng sen vào người thu gom [12]. Vậy nên, việc khám phá và phân tích các liên kết giữa người nông dân và tác nhân thị trường trong tiêu thụ sen tại Thừa Thiên Huế góp phần cho sự phát triển hoạt động trồng sen, hướng đến sự ổn định và bền vững [1, 13] là cần thiết. Chính vì vậy, trong nghiên cứu này, chúng tôi tập trung phân tích mối liên kết giữa người trồng sen và người thu mua, nhằm xác định bản chất của mối liên kết, các yếu tố chi phối mối liên kết, cũng như những giá trị và kết quả mang lại từ mối liên kết trong hoạt động trồng sen. Từ đó, chúng tôi làm rõ hiện trạng kênh tiêu thụ và các tác nhân tham gia vào kênh, cũng như xác định hình thức và nội dung liên kết giữa người trồng sen và tác nhân thu mua sản phẩm sen. Chúng tôi chọn huyện Phong Điền làm trường hợp nghiên cứu, từ đó, cung cấp các thông tin có ý nghĩa khoa học và thực tiễn, làm cơ sở cho việc phát triển liên kết thị trường của nông hộ trồng sen tại Thừa Thiên Huế.

2 Lý luận về liên kết thị trường trong sản xuất nông nghiệp

“Liên kết trong sản xuất nông nghiệp (giữa sản xuất với chế biến và tiêu thụ nông sản) là những hoạt động kinh tế tự nguyện, cùng có lợi, nhưng ràng buộc chặt chẽ với nhau theo một thỏa thuận trước của các chủ thể... nhằm đạt được mục tiêu tham gia quá trình liên kết” [9]. Cùng với đó, Hồ Quế Hậu cho rằng, việc thực hiện các liên kết kinh tế phải dựa trên sự tự nguyện và bình đẳng giữa các bên tham gia để tạo dựng mối liên kết ổn định và cùng có lợi. Có hai hình thức liên kết phổ biến bao gồm, (i) liên kết ngang là liên kết giữa các tác nhân trong cùng một khâu như giữa những người sản xuất hay giữa những người chế biến; (ii) liên kết dọc là liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi như người sản xuất và người chế biến, hay người chế biến và người tiêu thụ [3]. Liên kết dọc trở nên phổ biến trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh nông sản [14]; nó được xem là mối quan hệ và sự tương tác giữa người mua và người bán. Từ đó, tạo ra các cơ chế để cải thiện khả năng phân phối và gia tăng giá trị sản phẩm hay dịch vụ [15]. Hơn nữa, lợi thế cạnh tranh cao, chi phí thấp, chất lượng sản phẩm tăng, giảm các rủi ro và gia tăng giá trị là kết quả có được thông qua

mối liên kết giữa các tác nhân trong các khâu như cung ứng đầu vào, sản xuất, chế biến và phân phối sản phẩm [8].

Sự gia tăng các liên kết dọc trong chuỗi giá trị sẽ dẫn đến sự suy giảm của thị trường mua đứt bán đoạn, trong khi có sự gia tăng các hợp đồng sản xuất, kinh doanh, nhượng quyền hay cổ phần [16]. Tuy nhiên, người nông dân đang đối mặt với nhiều vấn đề khác nhau trong sản xuất và tiêu thụ như khối lượng sản xuất nhỏ, thiếu khả năng cung ứng, thay đổi giá cả, bán cho nhiều người mua khác nhau, chất lượng và tiêu chuẩn sản phẩm thấp, thiếu truy xuất nguồn gốc [17]. Người sản xuất có xu hướng đáp ứng theo các nhu cầu của các tác nhân thu mua như giá cả, khối lượng, chất lượng và an toàn thực phẩm; tuy nhiên, những điều này không có nghĩa sẽ thiết lập được mối quan hệ lâu dài hay bình đẳng giữa các tác nhân trong chuỗi [18]. Chính vì vậy, việc lựa chọn đối tác liên kết trở nên quan trọng nhằm giảm rủi ro cho cả hai phía. Bên cạnh những tiêu chí như giá cả, số lượng và chất lượng sản phẩm, dịch vụ, thì sự tin tưởng và sự chia sẻ thông tin cũng ảnh hưởng đến mối liên kết lâu dài [19, 20]. Với những đặc trưng trong sản xuất nông nghiệp như quy mô sản xuất nhỏ lẻ, tự phát, thiếu sự liên kết ngang và dọc, cũng như tình trạng bị ép giá và sự phụ thuộc của người nông dân vào thương lái vẫn đang tồn tại [21–23]. Chính vì vậy, làm thế nào để phát triển mối liên kết đảm bảo sự cân bằng về quyền lực và lợi ích giữa các tác nhân tham gia là vấn đề cần phải giải quyết nhằm mang lại hiệu quả tối ưu trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp.

3 Phương pháp

Địa điểm và đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện tại huyện Phong Điền, nơi được biết đến với sự phát triển mạnh về hoạt động trồng sen, với diện tích lớn nhất trong tỉnh Thừa Thiên Huế (hơn 350 ha). Chúng tôi lựa chọn xã Phong Bình và Phong Hiền làm địa điểm nghiên cứu bởi vì hai xã có diện tích trồng sen lớn, có sự đa dạng trong các loại hình trồng sen, cũng như thu hút được sự tham gia của nhiều hộ dân và tác nhân thị trường.

Đối tượng nghiên cứu là liên kết sản xuất kinh doanh sen của nông hộ với các tác nhân thu mua trong chuỗi giá trị sản phẩm sen. Chúng tôi thu thập thông tin chính từ những nông hộ đang tham gia hoạt động trồng sen với những đặc điểm khác nhau như kinh nghiệm sản xuất, diện tích sản xuất, mức độ thành công trong sản xuất hay sinh kế phụ thuộc chính vào trồng sen. Bên cạnh đó, những tác nhân thu mua sen và các tác nhân liên quan cũng được tiến hành thu thập thông tin.

Cách tiếp cận và thu thập thông tin

Phương pháp nghiên cứu hỗn hợp (định tính và định lượng) được sử dụng để khai thác và phân tích thông tin theo chiều sâu. Do đó, kết quả nghiên cứu được phản ánh một cách cụ thể, chi tiết và đảm bảo độ tin cậy cao [24]. Chúng tôi sử dụng lý thuyết quản trị chuỗi giá trị (năm mô hình liên kết dựa trên giá cả, tiêu chuẩn, sự tin tưởng, quyền lực và thứ bậc) của Gerreffi và cs. để làm căn cứ cho việc phân tích mối liên kết thị trường trong hoạt động trồng sen. Ngoài ra, cách tiếp cận quả bóng tuyết (snow-ball approach) cũng được sử dụng để lựa chọn đối tượng cung cấp thông tin phù hợp [25]. Phương pháp này được hiểu là quá trình tìm kiếm và lựa chọn người cung cấp thông tin tiếp theo dựa vào thông tin, dữ liệu của người trả lời phỏng vấn trước đó cung cấp. Việc lựa chọn số lượng người cung cấp thông tin dựa trên lượng thông tin thu được đáp ứng mục tiêu đưa ra và tính lặp lại của thông tin.

Thông tin thứ cấp: Những dữ liệu thống kê mô tả về tình hình sản xuất, tiêu thụ, những chiến lược và kế hoạch phát triển các sản phẩm sen, những khó khăn và thuận lợi trong quá trình phát triển các sản phẩm được thu thập thông qua các chính sách và các báo cáo kinh tế xã hội hàng năm của chính quyền địa phương. Ngoài ra, các dữ liệu thông tin từ các kết quả nghiên cứu đã công bố, các dữ liệu thống kê cấp địa phương được khai thác và xử lý.

Thông tin sơ cấp: Chúng tôi áp dụng phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc với 54 hộ trồng sen nhằm thu thập các thông tin như đặc điểm sản xuất của hộ, tình hình liên kết tiêu thụ các sản phẩm sen, những giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh, những rào cản trong sản xuất và tiêu thụ; các tác nhân thu mua và những người quản lý nhằm khai thác thông tin liên quan đến sản xuất và tiêu thụ sen tại điểm nghiên cứu. Ngoài ra, hai cuộc thảo luận nhóm giữa những nông hộ trồng sen được tiến hành nhằm thu thập thông tin liên quan đến các vấn đề tình hình tiêu thụ sản phẩm sen và mối liên kết với các tác nhân thu mua.

4 Kết quả và thảo luận

4.1 Tình hình sản xuất sen tại huyện Phong Điền

Tại Phong Điền, sen được trồng phổ biến ở vùng đất ngập nước, diện tích ao, đầm, hồ và chuyển đổi diện tích đất trồng lúa sang trồng sen. Hoạt động trồng sen chủ yếu mang tính tự phát của nông hộ khi thấy được hiệu quả mang lại từ các hộ đã trồng. Kỹ thuật trồng sen chủ yếu dựa trên kinh nghiệm và sự chia sẻ giữa những người dân trong cộng đồng với nhau, nên sự tự do trong việc áp dụng kỹ thuật trở nên phổ biến. Giống sen hồng cao sản được đa số các hộ áp dụng tại địa phương. Sen được trồng một vụ/năm từ tháng 12 đến tháng 4 âm lịch; mùa mưa

thường bị lụt nên không thể trồng. Diện tích trồng sen trên địa bàn huyện Phong Điền được trình bày ở biểu đồ Hình 1.

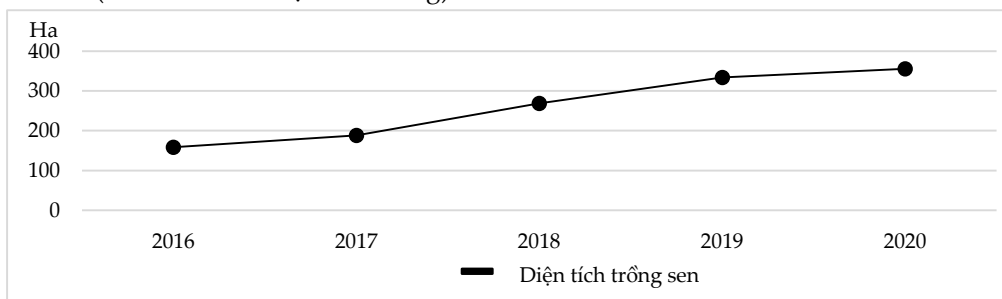
Diện tích trồng sen của huyện có sự gia tăng đáng kể trong vòng năm năm trở lại đây. Năm 2016 diện tích chỉ đạt 158 ha, nhưng đến năm 2020, diện tích đã tăng lên khoảng 200 ha. Sự tăng trưởng này là kết quả từ sự chuyển đổi đất trồng lúa thấp trũng và tận dụng tối đa diện tích ao hồ để trồng sen. Điều này thể hiện tầm quan trọng của hoạt động trồng sen, cũng như sự tham gia tích cực của nông hộ trong lĩnh vực này. Chính quyền địa phương cũng đã có những quan tâm nhất định đến cây sen khi nó được xem là cây trồng góp phần gia tăng thu nhập và cải thiện đời sống cho người dân nông thôn.

“Trồng sen tạo ra thu nhập tốt cộng với thị trường ổn định, đây là cơ sở để xã chuyển đổi cơ cấu cây trồng. Chính quyền địa phương cũng có những định hướng quy hoạch phát triển diện tích trồng sen.”, Cán bộ xã Phong Bình.

4.2 Đặc điểm sản xuất sen của nông hộ

Nông hộ là đối tượng chính tham gia hoạt động trồng sen, họ đều xuất phát từ những người tham gia sản xuất nông nghiệp. Tuy nhiên, những lợi ích mang lại từ trồng sen cao hơn trồng lúa [10] nên nhiều hộ dân đã có những chuyển đổi trong việc đa dạng hoá loại hình sản xuất phù hợp với điều kiện của mỗi hộ.

Chủ hộ trồng sen có độ tuổi trung bình là 56,6 tuổi và kinh nghiệm trồng sen trung bình khoảng 10 năm. Tuy nhiên, trình độ học vấn của các chủ hộ không cao, đa số chỉ mới học hết tiểu học. Bên cạnh đó số lao động tham gia trồng sen còn hạn chế; trung bình mỗi hộ chỉ có 1,8 lao động tham gia chính. Diện tích trồng sen trung bình của các nông hộ là 10,7 sào/hộ, nhưng có sự dao động lớn về diện tích trồng sen của hộ từ 1 đến 30 sào/hộ, tùy thuộc vào điều kiện đất đai và kinh tế (để thuê thêm diện tích trồng).



Hình 1. Diện tích trồng sen của huyện Phong Điền trong giai đoạn 2016–2020

Nguồn: Báo cáo kinh tế xã hội của huyện Phong Điền, 2016–2020

Bảng 1. Đặc điểm của hộ trồng sen và tình hình sản xuất sen của nông hộ

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Số lượng
Tuổi chủ hộ	Tuổi	56,6
Trình độ học vấn của chủ hộ	Lớp	5,3
Số nhân khẩu/hộ	Người	4
Số lao động/hộ	Lao động	2,4
Số lao động trồng sen/hộ	Lao động	1,8
Kinh nghiệm trồng sen của hộ	Năm	9,7
Diện tích trồng sen của hộ	Sào	10,7
Năng suất sen (sen hạt)	Tạ/sào	1
Chi phí trồng sen	Triệu đồng/sào	1,3
Thu nhập từ trồng sen	Triệu đồng/sào	4

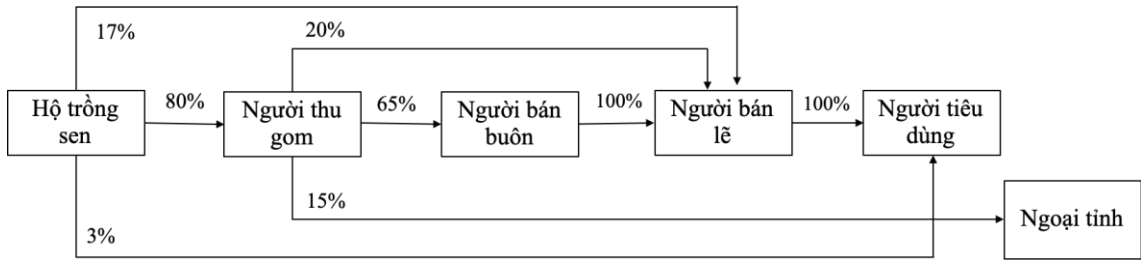
Nguồn: Kết quả điều tra, 2022

Hoạt động trồng sen được nông hộ đánh giá ít tiêu tốn chi phí, với khoảng 1,3 triệu đồng/sào. Trong đó, giống sen chiếm chi phí cao nhất, hơn 60% trong cơ cấu chi phí sản xuất (25 hom/sào và 20.000 đồng/hom). Phân bón, thuốc bảo vệ thực vật hay làm đất chiếm tỷ trọng không đáng kể. Đặc biệt, đối với các diện tích trồng sen ở ao, đầm thì chi phí này còn thấp hơn. Thời gian trồng khoảng 3 tháng, sen bắt đầu ra hoa, thời gian thu hoạch hạt sen kéo dài trong vòng 2 tháng. Năng suất sen hạt thu được trung bình khoảng 1 tạ/sào. Thu nhập mang lại từ hoạt động trồng sen trung bình khoảng 4 triệu đồng/sào. Mặc dù vẫn có một vài hộ có thể bán được hoa sen (3.000 đồng/hoa) và lá sen (1.000 đồng/lá). Tuy nhiên, số lượng hộ tham gia và số lượng bán được không đáng kể. Vậy nên, hoạt động trồng sen mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho người trồng sen, mở ra cơ hội nâng cao thu nhập và cải thiện sinh kế.

“Thông thường hạt sen được bán với giá 25.000–30.000 đồng/kg, gấp 5–6 lần so với 1 kg lúa, trong khi trồng lúa đòi hỏi công chăm sóc nhiều hơn trồng sen. Ngoài ra, trồng sen có thể tận dụng lao động gia đình (thậm chí người già, trẻ em) hay thời gian nông nhàn để gia tăng thu nhập cho gia đình.”, Nông hộ trồng sen, thôn Sơn Tùng, xã Phong Điền.

4.3 Chuỗi giá trị sen và các tác nhân tiêu thụ sen

Cây sen được biết đến là loại cây có tiềm năng đa dạng hoá các sản phẩm cao, khi hầu hết các bộ phận của cây đều có thể được sử dụng và thương mại hoá như hoa sen, lá sen, củ sen, thân sen, ngó sen [26]. Tuy nhiên, trong hoạt động trồng sen tại huyện Phong Điền, sen hạt là sản phẩm chính được tất cả các nông hộ chú trọng đầu tư và khai thác. Chính vì vậy, nghiên cứu này tập trung phân tích kênh tiêu thụ sản phẩm sen hạt và được chỉ rõ ở Hình 2.



Hình 2. Chuỗi giá trị sen hạt tại huyện Phong Điền

Nguồn: Kết quả điều tra 2022

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng hạt sen sau khi người dân thu hoạch được bán phần lớn (80%) cho người thu gom và phần còn lại được bán cho người bán lẻ và người tiêu dùng. Người thu gom đóng một vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị sen hạt, khi đầu ra phụ thuộc lớn vào họ. Sau khi thu mua, hạt sen được người thu gom phân phối đến người bán buôn, người bán lẻ và những người thu mua/tiêu dùng ngoại tỉnh với tỷ lệ sản lượng sen hạt lần lượt là 65, 20 và 15%. Người bán buôn sẽ phân phối toàn bộ sản phẩm đến người bán lẻ, trước khi được người tiêu dùng tiêu thụ. Thực tế cho thấy, kênh tiêu thụ từ người trồng sen đến thu gom, bán buôn, bán lẻ và người tiêu dùng đang là kênh chiếm ưu thế hơn so với các kênh còn lại. Hơn nữa, thị trường trong tỉnh vẫn là thị trường tiêu thụ chính đối với sản phẩm sen hạt, sản phẩm được người bán lẻ bán tại các chợ cho người tiêu dùng hay chuyển trực tiếp cho người tiêu dùng dựa trên việc đặt hàng.

Sản phẩm sen hạt có sự thay đổi khi lưu thông qua các tác nhân, điều này tạo nên sự thay đổi về chủng loại và giá trị sản phẩm. Đa số người trồng sen bán hạt sen tươi chưa tách vỏ cho người thu gom và người bán lẻ. Chỉ một bộ phận hộ dân có diện tích trồng sen ít (1–2 sào) bán hạt sen tươi đã tách vỏ trực tiếp cho người tiêu dùng. Người thu gom phân phối cả sản phẩm hạt sen tươi chưa tách vỏ hay đã tách vỏ đến người bán buôn và bán lẻ tùy theo nhu cầu của người mua. Tương tự như vậy, người bán buôn và bán lẻ phân phối sản phẩm đến tác nhân tiếp theo. Điều này cho thấy, khâu sơ chế đã được thực hiện ngay từ khâu thu gom, nhằm gia tăng thời gian bảo quản sản phẩm và đáp ứng nhu cầu đa dạng của người thu mua, đây cũng là giải pháp để người thu gom có thể thu mua được số lượng lớn từ người dân và tạo lợi thế cạnh tranh cho mình.

Giá bán hạt sen có sự biến động lớn khi so sánh giữa đầu vụ, giữa vụ và cuối vụ, thấp nhất 25.000 đồng/kg và cao nhất 80.000 đồng/kg. Thông thường giá bán đầu vụ và cuối vụ sẽ cao hơn nhiều so với giữa vụ, bởi vì giữa vụ có số lượng sen cung ứng ra thị trường lớn hơn đầu và cuối vụ. Giá bán sen hạt sẽ tăng lên 2.000–3.000 đồng/kg khi phân phối từ người thu gom đến người

bán buôn và bán lẻ, sự chênh lệch giá cũng tương tự như vậy từ người bán buôn đến người bán lẻ. Tuy nhiên, giá bán từ người bán lẻ cho người tiêu dùng sẽ gia tăng 7.000–10.000 đồng/kg. Hơn nữa, có một sự khác biệt lớn về giá giữa các tác nhân đối với sản phẩm sen hạt đã tách vỏ và xoi tim. Giá bán 1 kg hạt sen loại này dao động 100.000–150.000 đồng/kg khi người thu gom bán cho người bán buôn và bán lẻ, giá này sẽ tăng lên 10.000 đồng/kg khi qua các tác nhân và đến tay người tiêu dùng.

Thông thường, 2 kg sen hạt tươi chưa tách vỏ sau sơ chế sẽ thu được 1 kg sen hạt tươi đã tách vỏ; 100 kg sen hạt sẽ thu được 1 kg tim sen. Thực tế cho thấy, giá trị gia tăng đáng kể đối với sản phẩm sen hạt sau khi sơ chế, với kỹ thuật đơn giản, không đòi hỏi đầu tư máy móc thiết bị. Thậm chí, tim sen còn có thể tận dụng được để phơi khô và bán với giá khoảng 350.000 đồng/kg. Điều này cho thấy rằng thu nhập của nông hộ trồng sen có thể tăng cao nếu khâu sơ chế được can thiệp phù hợp. Tuy nhiên, khâu sơ chế (tách vỏ sen) vẫn đang phải thực hiện thủ công, chưa ứng dụng được máy móc, mặc dù cũng đã có nghiên cứu chế tạo máy tách vỏ hạt sen [18], nhưng khả năng áp dụng vào thực tế vẫn chưa được thực thi. Trong khi đó, thiếu lao động đang là vấn đề của nông hộ để đảm nhận khâu sơ chế. Vậy nên, tiềm năng gia tăng giá trị cho sản phẩm sen là hiện hữu, nhưng khả năng vận dụng của nông hộ vẫn còn hạn chế.

“Việc bán sen đã bóc vỏ có giá cao hơn nhiều so với sen chưa bóc vỏ, nhưng người dân chỉ cung ứng được số lượng ít cho thị trường vì họ thiếu lao động, cũng như bóc vỏ tiêu tốn nhiều thời gian và công sức vì chỉ làm bằng tay, chưa có máy móc để thay thế”, Nông hộ trồng sen, thôn Sơn Tùng, xã Phong Hiền.

4.4 Đặc điểm liên kết giữa nông hộ trồng sen và người thu mua

Người thu mua trực tiếp từ nông hộ bao gồm người thu gom và người bán lẻ; người thu gom có thể thu mua số lượng hạt sen cao và từ nhiều nông hộ khác nhau, trong khi người bán lẻ thu mua sen từ người thu gom hay mua trực tiếp từ một vài nông hộ với số lượng sen ít hơn. Theo đánh giá của những người thu mua, sen Huế được ưa chuộng trên thị trường so với sen khác bởi vì độ bở, thơm và ngon từ hạt sen đã tạo nên lợi thế cạnh tranh. Vậy nên, người thu mua luôn có sự ưu tiên tiêu thụ sen Huế khi đến thời điểm thu hoạch. Nghiên cứu cho thấy có sự phân chia nhóm liên kết giữa người thu mua và nông hộ trồng sen và được trình bày ở Bảng 2.

Bảng 2. Vai trò của các tác nhân và đặc điểm của mối liên kết

TT	Mối liên kết	Vai trò của các nhân tham gia liên kết		Đặc điểm của liên kết
		Người trồng sen	Người thu mua	
1	Người trồng sen và người thu gom		1) Người thu gom - Thu mua sen hạt chưa tách vỏ từ nhiều hộ khác nhau - Sơ chế tách vỏ sen - Cung cấp sen hạt chưa tách vỏ hay đã tách vỏ và hạt sen khô	- Hình thành dựa trên mối quan hệ mua bán lâu năm. Mỗi người thu gom tạo cho mình một nhóm người trồng sen - Quy tắc liên kết: Đã mua/bán sen từ đầu vụ phải duy trì đến hết vụ và thu mua tất cả số lượng sen mà người trồng sen có
2	Người trồng sen và người bán lẻ	- Cung cấp sen hạt tươi tách vỏ và chưa tách vỏ	2) Người bán lẻ - Thu mua sen hạt chưa tách vỏ hay đã tách vỏ từ người thu gom, người bán buôn và nông hộ - Sơ chế tách vỏ hạt sen - Cung cấp sen hạt tách vỏ và chưa tách vỏ cho người tiêu dùng	- Hình thành dựa trên mối quan hệ mua bán lâu năm. Mỗi người bán lẻ tạo cho mình một nhóm người trồng sen (3-5 người/nhóm) - Quy tắc liên kết: Đã mua/bán sen từ đầu vụ phải duy trì đến hết vụ - Sự rõ ràng và sòng phẳng trong giao dịch như số lượng, chất lượng sản phẩm và giá cả

Nguồn: Kết quả điều tra, 2022

Thực tế cho thấy, người trồng sen chủ yếu chỉ bán sen thô (hạt sen chưa tách vỏ), vậy nên đến thời điểm thu hoạch các sản phẩm sen, người trồng sen có sự phụ thuộc rất lớn vào các tác nhân thu mua bởi vì hạt sen chưa tách vỏ không thể để lâu (khó tách vỏ, chất lượng sen giảm). Điều này tạo nên sự liên kết chặt chẽ giữa người trồng sen và người thu mua (người thu gom và người bán lẻ). Khi người trồng sen tự lựa chọn người thu mua phù hợp với mình hay chính những người thu mua cũng tự tạo cho mình nhóm người trồng sen, là những người luôn sẵn sàng bán sen cho mình khi có. Mỗi người thu mua có số lượng người trồng sen trong nhóm khác nhau, tùy thuộc vào khả năng thu mua của mình. Thông thường, người thu gom có số lượng người trồng sen trong nhóm phân bố xuyên suốt huyện Phong Điền, trong khi người bán lẻ tạo cho mình nhóm từ 3-5 người trồng sen. Việc người thu mua tạo nhóm người trồng sen được quyết định từ việc lựa chọn và duy trì mối quan hệ mua bán lâu năm của nông hộ, khi họ không muốn thay đổi người mua. Một điểm nổi bật trong hoạt động mua bán sen là nếu nông hộ đã bán

sen cho người thu mua nào từ đầu vụ thì sẽ tiếp tục bán cho người này đến khi hết vụ thu hoạch, cũng như người thu mua đã mua sen từ nông hộ từ đầu vụ thì phải có trách nhiệm thu mua sen đến cuối vụ. Đặc điểm này trở thành một nguyên tắc hay thoả thuận ngầm giữa người bán và người mua và không thay đổi từ trước đến nay.

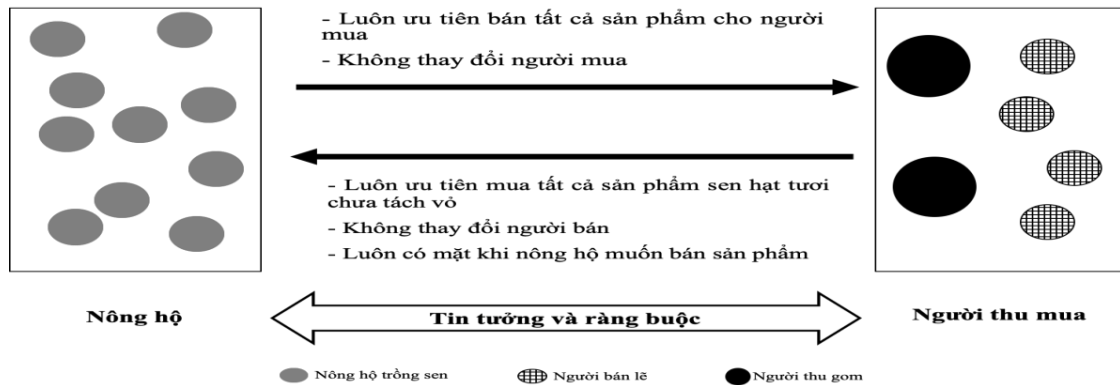
“Trong mỗi vụ trồng sen, tôi thường có thoả thuận bằng miệng trước với người trồng sen trong việc khẳng định tôi sẽ thu mua sen vụ này. Nếu người trồng sen bán cho người khác, tôi sẽ không tiếp tục thu mua nữa. Đây là nguyên tắc để duy trì môi làm ăn và uy tín trong làm ăn.” Người thu gom tại Thành Phố Huế.

Tuy nhiên, trong trường hợp người bán lẻ, việc mua hay bán số lượng hạt sen bao nhiêu phụ thuộc vào thoả thuận giữa người bán và người mua. Trong trường hợp người bán lẻ không đủ khả năng mua hết sen của một nông hộ, nông hộ có thể bán cho các người thu mua khác. Có nhiều người thu mua không thể mua hết sen của nông hộ (trường hợp diện tích trồng sen lớn), nhưng họ vẫn duy trì thu mua của nhiều hộ cùng lúc và các nông hộ trong nhóm vẫn hài lòng với thực tế này. Không phải trồng sen lúc nào cũng đạt năng suất cao, hay không phải lúc nào cũng giá cao và đầu ra dễ dàng. Vậy nên, duy trì người thu mua cố định sẽ là giải pháp giảm thiểu rủi ro cho người trồng sen, trong khi người thu mua được đảm bảo số lượng sen hàng ngày để duy trì hoạt động kinh doanh.

Các yếu tố duy trì mối liên kết

Việc thiết lập mối liên kết giữa nông hộ trồng sen và người thu mua thực hiện một vai trò quan trọng trong hoạt động sản xuất sen khi đầu ra được giải quyết là yếu tố tiên quyết để duy trì và phát triển hoạt động này. Cùng với thiết lập mối quan hệ, việc duy trì mối liên kết ổn định theo thời gian là yếu tố quan trọng để đảm bảo sự ổn định của kênh tiêu thụ sản phẩm sen, cũng như mang lại lợi ích cho các tác nhân tham gia. Vậy nên, các yếu tố duy trì mối liên kết giữa nông hộ trồng sen và người thu mua được trình bày ở Hình 3.

Hình 3 đã cho thấy rằng, mối quan hệ giữa hai nhóm tác nhân này phụ thuộc rất lớn vào sự tin tưởng và ràng buộc lẫn nhau. Trong đó, sự tin tưởng thể hiện ở sự ưu tiên, sự sẵn có và sẵn sàng thu mua sen hạt từ nông hộ của người thu mua, cũng như sự ưu tiên trong bán sản phẩm sen cho người thu mua của nông hộ. Ngoài ra, sự tin tưởng còn thể hiện trong việc duy trì mối quan hệ lâu dài giữa hai tác nhân khi không tác nhân nào muốn thay đổi đối tác của mình để tạo sự ổn định trong mối quan hệ kinh doanh. Bên cạnh đó, sự ràng buộc thể hiện ở những lợi ích được tạo ra cho cả hai nhóm tác nhân khi tham gia vào mối liên kết này. Nông hộ trồng sen



Hình 3. Các yếu tố duy trì liên kết giữa nông hộ trồng sen và người thu mua

Nguồn: Kết quả điều tra 2022

có đầu ra ổn định và tạo được thu nhập và người thu mua có được sản phẩm để phân phối đến các tác nhân tiếp theo và thu được lợi nhuận.

Tuy nhiên, trong mối quan hệ này, nông hộ trồng sen thường chịu sự ràng buộc hay bị phụ thuộc nhiều hơn so với người thu mua. Điều này do đặc điểm hoạt động trồng sen, cũng như sản phẩm tạo ra từ hoạt động này quyết định. Trong khi đó, trong hoạt động sản xuất nhỏ ở Ninh Thuận, nông hộ có thể thương lượng về giá cả, số lượng bán và thời điểm bán, thậm chí nông hộ có thể chò giá cao để bán [21]. Đối với sản phẩm cà phê, người dân có nhiều lựa chọn trong việc bán cho ai và thời điểm bán [3]. Ở hoạt động trồng sen, đến thời điểm thu hoạch, nếu nông hộ không thu hoạch thì đầu ra và giá cả bị ảnh hưởng lớn. Bởi vì cương sen để lâu không thu hái, hạt sen sẽ già và khó tách vỏ; hơn nữa, hạt sen sau khi thu hoạch xong phải bán trong ngày, nếu để sang ngày mai (trong điều kiện không có bảo quản mát) vỏ hạt sen sẽ khô (khó tách vỏ), giá sẽ giảm mạnh và người thu mua thường không ưu tiên mua những sản phẩm này hay mua với giá thấp. Chính vì vậy, người thu mua có thể sử dụng đặc điểm này để kiểm soát đối với nông hộ, nếu họ không có mối liên kết hay duy trì mối quan hệ kinh doanh lâu dài. Trong khi đó, cũng giống như ở các địa phương khác, nông hộ trồng sen tại Phong Điền còn thiếu máy tách vỏ, hệ thống bảo quản mát và lao động [26], nên sự phụ thuộc vào người thu mua là một quy luật tất yếu. Đặc biệt, những nông hộ có quy mô sản xuất càng lớn càng dễ bị ràng buộc và phụ thuộc vào người thu mua. Đặc điểm này có thể tạo ra tình trạng ép giá khi có sự liên kết giữa những người thu mua với nhau.

Thực tế này đã dẫn đến việc cần thiết phải lựa chọn các đối tác của nông hộ trồng sen, cũng như của người thu mua. Nông hộ trồng sen lựa chọn người thu mua với tiêu chí, luôn sẵn sàng thu mua hạt sen khi có, dù chất lượng sen cao hay thấp; người thu mua phải rõ ràng trong số

lượng mua và giá cả, không được mua với giá thấp hơn giá thị trường; người thu mua phải sòng phẳng trong việc thanh toán, không nợ hay chậm trễ trong việc thanh toán. Trong khi đó người thu mua lựa chọn nông hộ trồng sen dựa vào sự ưu tiên của nông hộ trong việc bán sản phẩm sen cho người thu mua; luôn đáp ứng nhu cầu của người thu mua về số lượng và chất lượng sen và sự chính xác trong việc cung cấp thông tin về sản phẩm.

“Tôi và nhóm trồng sen đều rõ ràng và sòng phẳng trong việc mua bán, sen xấu hay đẹp họ đều báo trước cho tôi, tôi đều sẵn sàng thu mua với giá cao hay thấp tùy theo chất lượng. Nhưng có một điều quan trọng nhất trong việc duy trì mối quan hệ với họ là không bao giờ nợ tiền dù ít hay nhiều.”, Người bán lẻ tại huyện Phong Điền.

Chính vì vậy, sự tin tưởng và ràng buộc lẫn nhau là hai yếu tố chính tạo nên sự liên kết giữa nông hộ trồng sen và người thu mua. Chính sự liên kết này tạo nên sự vận hành của dòng sản phẩm, đảm bảo được sự lưu thông hàng hoá và thị trường đầu ra cho sản phẩm sen. So với các mô hình liên kết dọc của Gerreffi và cs. [27] thì mối quan hệ giữa nông hộ trồng sen và người thu mua không phân tách rõ ràng theo từng loại hình cụ thể, mà nó có sự đan xen và lồng ghép giữa hai loại hình liên kết cùng tồn tại trong mỗi liên kết này, là *“mối quan hệ/relation được quyết định bởi sự tin tưởng”* và *“thị trường/market được quyết định bởi giá cả”*. Sự đan xen này là kết quả của việc thực hiện các giao dịch chủ yếu dựa trên thoả thuận miệng, không có bất kỳ sự ràng buộc nào, như các hợp đồng mua bán. Đây là điểm đặc trưng của thị trường truyền thống trong hoạt động trồng sen khi giá trị của thoả thuận miệng hay sự tin tưởng có thể cao hơn cả những hợp đồng.

Mặc dù mỗi liên kết này đã và đang mang lại những lợi ích thiết thực cho cả hai phía, nhưng nó có thể là yếu tố cản trở cho việc phát triển triển hoạt động sản xuất sen. Mỗi liên kết tạo nên sự ràng buộc và phụ thuộc của người trồng sen. Điều này tạo nên tâm lý lo sợ rủi ro khi muốn thay đổi người mua hay tìm kiếm đầu ra tiềm năng nhằm nâng cao giá trị gia tăng. Hơn nữa, sự dễ dàng trong việc mua bán tạo nên sự an phận hay chấp nhận của nông hộ. Điều này có thể ảnh hưởng đến việc thay đổi tư duy trong sản xuất như tìm kiếm và ứng dụng công nghệ trong sản xuất nhằm nâng cao hiệu quả hay đa dạng hoá các sản phẩm sen để đa dạng nguồn thu, cũng như phát triển thị trường mới cho sản phẩm mới. Hơn nữa, mỗi người thu mua có từng nhóm nông hộ trồng sen riêng sẽ kích hãm sự cạnh tranh giữa những người thu mua trong việc lựa chọn sản phẩm và giá cả thu mua, cũng như thị trường tiêu thụ của nông hộ bị hạn chế trong một vài tác nhân thu mua. Nếu tình trạng liên kết ngang giữa những người thu mua xảy ra, thì sự phụ thuộc hay tính dễ bị tổn thương lại thuộc về những nông hộ trồng sen.

Đánh giá của người trồng sen và người thu mua về mối liên kết

Hoạt động trồng sen đã hình thành nên một liên kết chặt chẽ giữa người trồng sen và người thu mua. Mặc dù vẫn còn sự phụ thuộc của người trồng sen vào người thu mua trong khả năng thương lượng, quyết định về giá hay không thay đổi người mua, nhưng người trồng sen vẫn đánh giá cao về những lợi ích mang lại thông qua liên kết này. Kết quả thảo luận nhóm đã chỉ ra rằng, nếu không có những người thu gom và người bán lẻ, đặc biệt là người thu gom, thì đầu ra của sản phẩm sen sẽ gặp nhiều khó khăn. Hơn nữa, hầu như không có sự khác biệt về giá giữa những người trồng sen trong cùng nhóm. Vậy nên, duy trì mối liên kết chặt chẽ sẽ hạn chế rủi ro cho người trồng sen.

“Họ mua của mình lâu năm nên họ sẽ không thể bỏ mình (không thể không mua), nên đầu ra luôn có, chỉ có giá bán cao hay thấp thôi.”, Thảo luận nhóm tại xã Phong Hiền.

Việc xây dựng liên kết với người trồng sen cũng mang lại nhiều lợi ích cho người thu mua, khi số lượng và chất lượng sản phẩm sen luôn được đảm bảo để cung ứng ra thị trường. Trong thời điểm đầu vụ hay cuối vụ trồng sen, sản lượng sen trở nên khan hiếm trong khi giá bán sản phẩm sen lại tăng cao, người thu mua luôn có sen để bán và gia tăng lợi nhuận. Tại thời điểm chính vụ, sản lượng sen hạt tăng cao, nhưng người thu mua vẫn mua hết sen hạt từ người dân với giá cả theo giá thị trường nhằm đảm bảo nguyên tắc liên kết với người trồng sen, và người thu mua vẫn đảm bảo được lợi nhuận tối ưu. Chính vì vậy, những lợi ích có được từ mối liên kết này làm hài lòng người thu mua và người trồng sen, nên hai nhóm tác nhân luôn sẵn sàng duy trì mối liên kết này.

5 Kết luận

Hoạt động trồng sen đã mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho người dân trong việc giải quyết việc làm, cải thiện thu nhập và tận dụng được diện tích đất canh tác kém chất lượng. Chi phí trồng sen là khoảng 1,3 triệu đồng/sào và mang lại thu nhập khoảng 4 triệu đồng/sào, trong khi sen dễ trồng và đầu ra luôn được đảm bảo. Mặc dù người trồng sen vẫn đang đối mặt với những khó khăn về lao động, máy móc và thiết bị sơ chế hay sự thay đổi giá cả, nhưng giá trị kinh tế từ hoạt động trồng sen đã thu hút sự quan tâm đầu tư của người dân và chính quyền địa phương.

Hạt sen là sản phẩm chính trong hoạt động trồng sen. Sau khi thu hoạch (chưa tách vỏ), sen hạt được người trồng sen bán phần lớn cho người thu gom, phần còn lại bán cho người bán lẻ và người tiêu dùng. Người thu gom tiếp tục bán sản phẩm sen hạt tách vỏ hay chưa tách vỏ đến người bán buôn và bán lẻ trước khi đến tay người tiêu dùng. Đây cũng chính là kênh tiêu

thụ chính trong hoạt động trồng sen và người trồng sen, người thu gom, người bán buôn và người bán lẻ là những tác nhân chính trong chuỗi giá trị sen. Mặc dù có sự chênh lệch lớn về giá bán giữa sen hạt đã tách vỏ và sen hạt chưa tách vỏ, nhưng rất ít nông hộ có thể bán sen hạt đã tách vỏ bởi vì thiếu máy móc, lao động và đặc điểm đặc trưng của sen hạt. Khâu sơ chế chủ yếu được thực hiện ở người thu gom, bán buôn và bán lẻ, điều này góp phần làm gia tăng giá trị sản phẩm sen.

Hoạt động mua bán lâu năm giữa người trồng sen và người thu mua đã tạo nên mối liên kết chặt chẽ giữa hai tác nhân này. Mối liên kết này được xây dựng thông qua sự tin tưởng và ràng buộc giữa các tác nhân. Mỗi người thu mua tự xây dựng cho mình một nhóm người trồng sen và duy trì mối quan hệ kinh doanh lâu dài, cũng như người trồng sen cũng không muốn thay đổi người thu mua để đảm bảo sự ổn định đầu ra và lợi nhuận thu được. Nông hộ trồng sen hay người thu mua đều có những tiêu chí để lựa chọn đối tác cho mình, trong đó uy tín, giá cả và tin tưởng là những yếu tố then chốt. Chính mối liên kết này góp phần đảm bảo sự vận hành của dòng sản phẩm sen hạt, tạo ra những giá trị cho người trồng sen. Tuy nhiên, mối liên kết này cũng có thể kìm hãm sự phát triển của hoạt động trồng sen khi người trồng sen bị lệ thuộc vào người thu mua. Vậy nên, việc phát triển liên kết theo chuỗi giá trị sản phẩm sen, cũng như đầu tư công nghệ trong việc sơ chế và chế biến các sản phẩm từ cây sen cần được xem xét để đa dạng hoá sản phẩm, nguồn thu nhập và sự ổn định trong hoạt động trồng sen tại huyện Phong Điền nói riêng và tỉnh Thừa Thiên Huế nói chung.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này là một phần kết quả trong nghiên cứu của đề tài cấp Đại học Huế “Nghiên cứu khả năng đa dạng hoá sản phẩm và liên kết thị trường của nông hộ trồng sen, tại huyện Phong Điền, tỉnh Thừa Thiên Huế”, mã số: DHH2022-02-166. Một phần kinh phí cho nghiên cứu này được tài trợ từ dự án “Đa dạng hoá các sản phẩm sen bản địa kết hợp với phát triển du lịch sinh thái: mô hình giảm nghèo cho phụ nữ nông thôn”, mã số 2122HTQT07 và được hỗ trợ của Đại học Huế trong chương trình Nghiên cứu mạnh “Chuyển đổi sinh kế theo thị trường”, Mã số NCM.DHH.2022.14.

Tài liệu tham khảo

1. Vũ Thị Hằng Nga & Trần Hữu Cường (2020), Một số lý luận về liên kết giữa hộ nông dân và doanh nghiệp trong sản xuất và tiêu thụ nông sản, *Vietnam J. Agri. Sci*, 18(30), 230–237.
2. Chính Phủ (2018), Nghị Định 98/2018/NĐ-CP, Về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, 05/07/2018.

3. Phan Thị Thanh Trúc & Nguyễn Thị Thúy Hạnh (2017), Môi liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị sản phẩm cà phê khu vực Tây Nguyên, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ-Đại học Đà Nẵng*, 114–117.
4. Võ Thị Bé Thơ & Nguyễn Trí Khiêm (2020), Nghiên cứu chuỗi giá trị ngành hàng sen tỉnh Đồng Tháp, *Tạp chí Nông nghiệp & Phát triển nông thôn*, 12(2), 132–140. Truy cập từ <http://elib.vnuf.edu.vn/handle/123456789/13859>, 13/12/2022
5. Nguyễn Tiến Hưng, Nguyễn Hữu Ngoan, Vũ Tiến Vượng & Tô Thế Nguyên (2022), Tác động của liên kết đến sản xuất và tiêu thụ chè của các nông hộ trên địa bàn huyện Yên Sơn, tỉnh Tuyên Quang, *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 20(5), 686–694.
6. Nguyễn Việt Tuấn (2012), Nghiên cứu đặc điểm và mối liên kết của các tác nhân trong chuỗi giá trị sản ở Thừa Thiên Huế, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế*, 71(2), 299–308.
7. Đỗ Kim Chung (2021), Nông nghiệp công nghệ cao: góc nhìn từ sự tiến hoá của nông nghiệp và phát triển của công nghệ, *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 19(2), 288–300.
8. Gunasekaran, A., Subramanian, N. & Rahman, S. (2015), Supply chain resilience: role of complexities and strategies, *International Journal of Production Research*, 53(22), 6809–6819.
9. Hồ Thanh Thuý (2017), Vai trò của liên kết trong sản xuất nông sản, *Tạp chí Giáo dục lý luận*, 269 + 270, 36–40.
10. Nguyễn Thị Quỳnh Trang, Hoàng Thị Kim Hồng, Võ Thị Mai Hương, Bùi Ninh & Ngô Quý Thảo Ngọc (2018), Đặc điểm hình thái và khả năng sinh trưởng, phát triển, năng suất của giống sen cao sản trồng tại thừa thiên huế, *Hue University Journal of Science: Natural Science*, 127(1C), 193–201.
11. Thừa Thiên Huế (2021), Kế hoạch số 65/KH-UBND phát triển trồng sen giai đoạn 2021–2025. Thừa Thiên Huế ngày 02/03/2021.
12. Sở Nông nghiệp & Phát Triển Nông Thôn Thừa Thiên Huế (2020), Cấp thiết xây dựng kế hoạch phát triển trồng cây sen tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021–2025. Truy cập từ <https://snnptnt.thuathienhue.gov.vn/?gd=7&cn=153&tc=22315>, 19/01/2023.
13. Hồ Quế Hậu (2012), Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp chế biến nông sản với nông dân ở Việt Nam, Luận án Tiến sỹ Kinh tế chính trị, Trường Đại học Kinh tế Quốc Dân. Truy cập từ <http://117.3.71.125:8080/dspace/handle/DHKTDN/5878>, 02/04/2022, truy cập ngày 15/01/2023.
14. Aramyan, L., Ondersteijn, C., Kooten, O. & Oude Lansink, A. (2006), Performance indicators in agri-food production chains, *Quantifying the agri-food supply chain*, 49–66.

15. Pomeroy, R., Navy, H., Ferrer, A. J. & Purnomo, A. H. (2017), Linkages and Trust in the Value Chain for Small-scale Aquaculture in Asia, *Journal of the World Aquaculture Society*, 48(4), 542–554.
16. Young, L. M. & Hobbs, J. E. (2002), Vertical linkages in agri-food supply chains: changing roles for producers, commodity groups, and government policy, *Review of Agricultural Economics*, 24(2), 428–441.
17. Riisgaard, L., Bolwig, S., Ponte, S., Du Toit, A., Halberg, N. & Matose, F. (2010), Integrating poverty and environmental concerns into value-chain analysis: a strategic framework and practical guide, *Development policy review*, 28(2), 195–216.
18. Jespersen, K. S., Kelling, I., Ponte, S. & Kruijssen, F. (2014), What shapes food value chains? Lessons from aquaculture in Asia, *Food policy*, 49, 228–240.
19. Abate-Kassa, G. & Peterson, H. C. (2011), Market access for local food through the conventional food supply chain, *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(1030-2016-82895), 63–82.
20. Fritz, M. & Fischer, C. (2007), The role of trust in European food chains: theory and empirical findings, *International Food and Agribusiness Management Review*, 10, 141–164.
21. Đỗ Thị Nâng & Nguyễn Thị Hồng (2018), Sự tham gia liên kết của hộ nông dân trong chuỗi giá trị nho Ninh Thuận, *Bản B của Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, 60(4).
22. Hoàng Thị Việt Hà (2011), Phát triển cây ăn trái tỉnh Đồng Tháp–thực trạng và giải pháp, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm Tp. Hồ Chí Minh*, 26(74).
23. Trần Minh Vĩnh & Phạm Đình Vân (2014), Một số giải pháp phát triển hợp đồng liên kết sản xuất–tiêu thụ lúa gạo ở tỉnh Đồng Tháp, *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 844–852.
24. Chenail, R. J. (2011), Ten steps for conceptualizing and conducting qualitative research studies in a Pragmatically Curious Manner, *Qualitative Report*, 16(6), 1713–1730.
25. Noy, C. (2008), Sampling knowledge: The hermeneutics of snowball sampling in qualitative research, *International Journal of social research methodology*, 11(4), 327–344. <https://doi.org/10.1080/13645570701401305>.
26. Nguyễn Văn Chung, Nguyễn Văn Huế, Hoàng Dũng Hà, Lê Chí Hùng Cường, Trần Cao Úy, Nguyễn Tiến Dũng & Nguyễn Thanh Phong (2022), Tổng quan hoạt động trồng sen và tiềm năng đa dạng hóa sản phẩm sen của nông hộ, *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 20(9), 1272–1280.
27. Gereffi, G., Humphrey, J. & Sturgeon, T. (2005), The governance of global value chains. *Review of international political economy*, 12(1), 78–104.