

Tình huống nghiên cứu: Marketing điều tại huyện Wonogiri, Java, Indonesia

PHẦN 1: BỐI CẢNH NGHIÊN CỨU

Hiện trạng

Java là 01 đảo đông dân và lớn nhất Indonesia, hiện chiếm 6% diện tích đất nhưng lại là địa bàn sinh sống của hơn 60% dân số cả nước vào khoảng 215 triệu dân. Thêm vào đó, là một trung tâm công nghiệp và khu vực sản xuất thực phẩm chính của Indonesia, Java đóng 01 vai trò đi đầu trong nền kinh tế quốc gia.

Vai trò đang có những nguy cơ tăng dần các vấn đề tồn tại về suy thoái và xói mòn đất, điều này có thể dẫn đến lũ lụt và lở đất trên phạm vi rộng vào mùa mưa và tình trạng thiếu nước sạch nghiêm trọng vào mùa khô.

Chính phủ đã đưa ra nhiều biện pháp để cải thiện sự duy thoái về môi trường tại Java và một số nơi khác trên cả nước. Một trong những biện pháp đã được triển khai thực hiện từ những năm thập kỷ 80 là tái trồng rừng ở các vùng cao. Trong chương trình này, chính phủ cung cấp nguyên liệu và các hỗ trợ khác cho nông dân vùng cao trồng các loại cây như là cà phê và điều.

Mục tiêu môi trường là kiểm soát xói mòn đất tại các lưu vực sông. Song, chương trình cũng mong muốn giúp tăng thu nhập, cụ thể là thông qua cải thiện năng suất sử dụng đất, điều kiện về nước và độ màu mỡ của đất. Vì vậy, chương trình nông lâm kết hợp cũng được xem là chương trình xoá đói giảm nghèo.

Tuy nhiên, sau 25 năm thực hiện, các chương trình chưa đạt được kết quả như mong muốn. Mặc dù mức độ thâm canh và năng suất sử dụng đất có tăng, nhưng vấn đề về nghèo đói vẫn tồn tại phổ biến. Chương trình nông lâm kết hợp, ở một chừng mực nào đó, thất bại trong việc tạo ra thêm thu nhập cho những người nông dân vùng cao.

Địa điểm nghiên cứu và điều kiện kinh tế xã hội

Huyện Wonogiri nằm trong khu vực vùng cao, khô của trung tâm Java (**Hình. 1**). Khu vực này có độ cao khoảng 400m so với mặt biển, lưu lượng mưa trong khu vực vào khoảng 1,500 mm và 67 ngày hằng năm.

Nền kinh tế địa phương dựa chủ yếu vào nông nghiệp, đóng góp hơn một nửa GDP của huyện. Tuy nhiên, việc mở rộng diện tích đất là một vấn đề quan tâm, cho đến nay diện tích đất mở rộng vào khoảng 23% tổng diện tích đất của huyện.

Chính quyền đã thực hiện các chương trình tái trồng rừng từ những năm đầu thập kỷ 80. Tại Wonogiri, điều kiện rất phù hợp cho việc trồng điều, do đó, nó cũng được khuyến khích phát triển trong chương trình. Xét về cơ bản, chương trình được xem là thành công với diện tích trồng điều tăng đáng kể.

Mức tăng diện tích trồng điều được ghi nhận chính thức trong giai đoạn 1999 và 2004. Trong suốt giai đoạn này, chương trình đã tăng diện tích trồng điều 37% lên đến 7,738 ha, và tổng sản lượng điều gần gấp đôi, lên đến 10,833 tons. Sự khác nhau về 02 mức tỷ lệ tăng sản lượng và diện tích này được giải thích do sự tăng lên gần gấp đôi của năng suất bình quân, lên đến 1,400 kg/ha.

Sản xuất và kinh doanh mua bán điều hiện nay trở thành kinh tế chính của huyện Wonogiri, ở một chừng mực nào đó, phần lớn nông dân địa phương tham gia vào hoặc là trồng hoặc là chế biến điều thô thành điều nhân thành phNn. Do đó, hạt điều đóng 01 vai trò quan trọng trong nền kinh tế địa phương.

Làng Rejosari tại huyện Jatisrono là một ví dụ, làng này được chính quyền địa phương chọn để phát triển thành 01 trung tâm sản xuất điều của huyện. Sau 10 năm thực hiện, cho đến nay hầu hết tất cả các nông hộ trong làng đều có tối thiểu 02 cây điều trong vườn.

Trong hầu hết 4,890 hộ trong làng, người làm chủ gia đình là những người nông dân đứng tuổi. Nhìn chung, họ có trình độ giáo dục thấp, với 2/3 trong tổng số có 6 năm đi học. Diện tích đất sở hữu của các nông hộ nhỏ, bình quân 0.17 ha/01 hộ đối với đất có hệ thống tưới tiêu và 1.3 ha/hộ đối với đất vùng cao.

Các xu hướng thị trường trong nước và quốc tế

Ngành điều của Indonesia phát triển đáng kể trong thập kỷ vừa qua với diện tích trồng điều tăng bình quân hằng năm 2.3% và sản lượng điều tăng gần gấp 2. Mặc dù nhu cầu trong nước tăng 3.5% hằng năm, song mức cầu trong nước này vẫn thấp hơn mức tăng sản lượng. Phần chênh lệch này được tiêu thụ trên thị trường quốc tế. Hiện nay, xuất khẩu chiếm 50% tổng sản lượng sản xuất điều.

Các chương trình hỗ trợ của chính phủ đã đóng góp vào sự tăng trưởng trong sản xuất. Mặc dù sản xuất tăng trưởng, song giá cả thị trường của hạt điều vẫn tiếp tục tăng. Mức tăng giá điều hằng năm trong nước vào khoảng 17.7% trong giai đoạn 1995 và 2004, hiện đạt khoảng IDR 40,000/kg.

Kết quả nghiên cứu cho thấy Indonesia là đối tượng chấp nhận giá trên thị trường, với mức giá trong nước được quyết định phần lớn từ mức giá trên thị trường thế giới. Các tính toán đơn giản cho thấy 1% mức tăng giá quốc tế sẽ tạo ra 1.2% tăng giá trong nước. Tình hình hiện nay chưa thể hiện 01 nguy cơ nào đối với điều xuất khẩu trong nước. Các tín hiệu thay đổi giá cả cho thấy cung cấp điều vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu thị trường. Chính điều này, càng tạo ra ảnh hưởng thu hút nông dân trồng điều.

PHẦN 2: PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

Sản xuất và thu hoạch

Điều (*Anacardium occidentale*) là một cây trồng thuộc họ Anacardiaceae, phát triển từ 10-12 m. Cây điều có nguồn gốc từ đông bắc Brazil, hiện nay nó được trồng rộng rãi tại các nước nhiệt đới để lấy hạt.

Hạt điều thường là sản phẩm chính của cây điều. Hạt điều nhân được chế biến từ hạt điều thô, hạt điều nhân được mua bán trong nước và quốc tế. Hạt điều thô phát triển ở phần cuối của trái điều, nó có thể màu vàng hay màu đỏ, dài khoảng 5-11 cm khi chín.

Ở làng Rejosari, người ta không bao giờ trồng độc canh cây điều mà trồng xen với cây khác như là cây 'teak', hoặc là với những cây có tính mùa vụ khác như là cây khoai mì và cây ớt. Chúng thường được trồng bao quanh như là các cây bảo vệ. Do đó, quy mô trồng điều hay số cây điều thường có mối quan hệ với diện tích vườn. Bình quân mỗi nông hộ làng Rejosari có từ 02 đến 50 cây điều, bình quân vào khoảng 18 cây.

Phần lớn các cây điều được trồng ở làng Rejosari từ những năm đầu thập kỷ 80s, cho đến bây giờ, nông dân rất ít chăm sóc đến những cây điều này. Phân bón rất ít khi được sử dụng bởi vì nông dân nghĩ rằng không cần thiết phải bón phân và cũng để tiết kiệm tiền. Song, các cán bộ khuyến nông của chính phủ lại không nghĩ như vậy, và do đó, họ thường xuyên xúc tiến và hỗ trợ chăm bón cho cả những cây điều mới trồng và những cây điều trồng lâu năm.

Màu thu hoạch của hạt điều thường kéo dài 04 tháng từ tháng 07 đến tháng 10, cao điểm vào tháng 9. Việc thu hoạch thường được thực hiện thủ công bởi các thành viên trong gia đình chứ không thuê mướn lao động, và họ thường xử dụng cây tre để lái các quả điều chín.

Chế biến sau thu hoạch

Chế biến

Nông dân thực hiện chế biến ngay sau thu hoạch. Họ tách hạt ra từ trái điều, thường thì sau đó, họ bỏ trái điều này đi. Hạt sau đó được phơi nắng trong vài giờ. Sản phẩm điều thô sau khi phơi nắng này được mua bán trong địa phương và sau đó, đưa đến chế biến thành hạt điều nhân tại các cơ sở chế biến quy mô gia đình nhỏ

Thông thường, quá trình chế biến hạt điều thô thành hạt điều nhân bao gồm 8 bước (**Hình 2**): (i) làm sạch, (ii) ngâm xử lý, (iii) chao dầu hoặc hấp, (iv) tách vỏ, (v) sấy hoặc phơi khô, (vi) bóc vỏ lụa, (vii) phân loại, và (viii) đóng gói. Tất cả những bước này phải được thực hiện cẩn thận để điều nhân có chất lượng tốt.

Tách vỏ là bước khó thực hiện nhất. Nếu làm không cẩn thận thì nhân điều có thể bị vỡ, làm giảm giá trị của hạt điều nhân. Bước này đòi hỏi nhiều kinh nghiệm và do đó phải được chuyên môn hoá cao. Tại địa điểm nghiên cứu thực địa, việc tách vỏ được thực hiện ở quy mô gia đình và chủ yếu do phụ nữ đảm trách.

Quá trình chế biến làm tăng đáng kể giá trị sản phẩm điều. Tại huyện Wonogiri, phần lớn quá trình chế biến điều được thực hiện chủ yếu từ các cơ sở nhỏ, quy mô gia đình, trong làng không có 01 công ty nào cả, ở huyện thì có 01 vài công ty.

Quy cách chất lượng

Tại huyện Wonogiri, điều nhân được phân thành 03 cấp hay 03 loại. Loại A là hạt điều nhân còn nguyên, không bị vỡ và có chất lượng cao nhất, loại B có khoảng 30-40% số hạt vỡ và loại C có nhiều hơn 40% hạt vỡ. Mức chênh lệch giá cả của 03 chất lượng điều khác nhau này vào khoảng IDR 1,000/kg (US \$0.10/kg), vào khoảng 14-25% trong giá bán.

Việc phân loại giúp cho việc kiểm soát chất lượng, lựa chọn sản phẩm của người mua hay người tiêu dùng tốt hơn. Mục đích cuối cùng của việc phân loại này cũng là để định giá sản phẩm một cách chính xác. Việc định giá cho từng loại cụ thể được nêu rõ trong hợp đồng, vì vậy mà người mua có thể đặt hàng 01 cách hiệu quả. Hệ thống phân loại điều tại Wonogiri rõ ràng là rất có lợi đối với thị trường điều địa phương. Tuy nhiên nghiên cứu cũng phát hiện ra 01 vài thiếu sót trong hệ thống phân loại này từ nhận định của người sản xuất, người chế biến và người mua.

Hệ thống phân loại A, B, C hiện nay chỉ xem xét tính chất nguyên vẹn của sản phẩm (nghĩa là phần trăm hạt điều nhân vỡ ra). Việc đơn giản hoá trong cách phân loại này bỏ qua những tính chất khác mà người mua và người tiêu dùng có thể quan tâm như là độ ẩm, thời hạn, màu sắc và mùi vị.

Qua 8 bước chế biến như vậy, với nhiều người tham gia vào và khoảng cách khá lớn từ khi điều nhân được chế biến xong cho đến khi nó đến tay người tiêu dùng cuối cùng, việc duy trì chất lượng sản phẩm làm phát sinh chi phí giao dịch đáng kể.

Bởi vì việc định giá dựa vào cách phân loại trên nên thiệt hại về hình thái sản phẩm trong quá trình thu hoạch, chế biến và vận chuyển đương nhiên sẽ làm giảm giá trị, cho dù các đặc điểm khác không bị ảnh hưởng.

Do đó, điều này đòi hỏi phải có một hệ thống chuẩn hoá chất lượng sản phẩm thiết thực hơn. Chính quyền Indonesia đã xây dựng 01 cơ chế quốc gia, có tên là “Standard Nasional Industri Indonesia”, hay SNI. để kiểm soát nhiều loại hàng hoá và sản phẩm. Tuy nhiên, hệ thống này vẫn chưa đưa vào các tiêu chuẩn để kiểm soát chất lượng đối với hạt điều nhân. Song, trong tương lai gần, chắc chắn phải đưa hạt điều nhân vào danh mục các mặt hàng của hệ thống SNI.

Đóng gói

Việc đóng gói sản phẩm là một yêu cầu cơ bản để bảo đảm chất lượng sản phẩm, cụ thể là để tránh thiệt hại, các điều kiện không tốt và để giữ vệ sinh. Việc đóng gói hợp lý phải đảm bảo cho hàng hoá đạt chất lượng cao nhất trên thị trường. Tuy nhiên, nghiên cứu cho thấy các cách thức đóng gói hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu tránh thiệt hại về chất lượng và số lượng của sản phẩm điều.

Phần lớn điều nhân bán thành phẩm sản xuất tại địa phương được bán đến các thành phố khác của đảo Java, trước khi được chế biến thành hạt điều nhân thành phẩm. Vận chuyển chủ yếu bằng đường bộ, và thường kéo dài trên 10 giờ. Người ta thường vận chuyển điều nhân bán thành phẩm với các nông sản khác, ví dụ như rau quả. Khác với giả định mong đợi, việc đóng gói sản phẩm điều rất ít. Hạt điều chỉ đơn giản được đặt vào những túi nylon lớn. Cả trọng lượng và chất lượng của các bao bì này đều không được chuẩn hoá hay quy định cụ thể.

Sản phẩm thường bị hư hỏng. Nghiên cứu ghi nhận rằng người mua thường phàn nàn với người bán về chất lượng điều nhân tại điểm giao hàng chỗ người mua rằng họ nhận được hàng hoá không đạt chất lượng mong muốn như ký kết trong hợp đồng. Một kỹ thuật khá đơn giản như là việc sử dụng các thùng giấy cứng có thể tránh được các phàn nàn này và không làm giảm thu nhập.

Thương hiệu và xúc tiến thương mại

Hiện nay, các hộ dân tại huyện Wonogiri chưa có nỗ lực nào để xây dựng 01 thương hiệu cho điều cũng như đầu tư xúc tiến thương mại. Lý do khá đơn giản là từng cá nhân hộ sản xuất và thậm chí những người mua bán trung gian đều không có đủ khả năng tài chính và thiếu kinh nghiệm để vượt qua hạn chế về thương hiệu và xúc tiến thương mại này. Điều này thật đáng tiếc bởi vì việc xây dựng thương hiệu và xúc tiến thương mại có thể làm tăng đáng kể giá trị của nông sản địa phương bằng cách kêu gọi sự trung thành của khách hàng hay tạo ra sự khác biệt của hạt điều Wonogiri so với điều sản xuất tại các vùng khác tại Indonesia.

Việc xúc tiến thương mại chắc chắn sẽ phát sinh chi phí, song; đó chính là 01 khía cạnh kinh doanh mà sẽ phát sinh lợi nhuận nhờ quy mô. Điều này nhấn mạnh, xúc tiến thương mại đạt được hiệu quả chỉ khi nông dân sản xuất (hay người mua bán) có 01 thị phần đủ lớn trên thị trường. Hiện tại, để đạt được điều này tại huyện Wonogiri District thì cách duy nhất đó là hình thành các hợp tác nhất định giữa các đối tượng quan tâm.

Các đối tượng tham gia trên thị trường

Có nhiều đối tượng tham gia vào thị trường điều tại Wonogiri, bao gồm nông dân, người chế biến, người trung gian trong làng, người trung gian trong huyện, người bán buôn, người bán lẻ địa phương và người tiêu dùng. Khác với lý thuyết về marketing, các đối tượng này thể hiện nhiều vai trò đồng thời. Điều này làm cho mối quan hệ giữa các đối tượng tham gia trên thị trường trở nên phức tạp và vì vậy nghiên cứu chỉ tập trung xác định và mô tả các đối tượng quan trọng nhất và mối quan hệ giữa những đối tượng đó.

Hình 3 cho thấy, các nông dân sản xuất quy mô nhỏ là những người trồng điều chính. Dựa vào vai trò của họ trên chuỗi thị trường, những nông dân này được chia làm 02 nhóm: những nông dân có cơ sở chế biến và những nông dân không chế biến. Các nông dân mà không chế biến điều thô thành điều nhân chỉ đơn thuần là những người trồng điều. Họ thường có những trang trại lớn và không cần phải kiếm thêm thu nhập từ việc chế biến

Đối với nông dân có 03 kênh để bán sản phẩm điều thô: i) bán cho các nông dân chế biến, ii) bán cho những người thu mua trong làng không thực hiện chế biến, và iii) bán cho những người thu mua trong làng thực hiện chế biến.

Người trung gian chế biến là những người trong làng mua điều thô từ những nông dân sản xuất. Họ có thể tự chế biến số điều thô mua được này thành điều nhân hoặc bán điều thô cho những người mua bán trung gian trong huyện. Những người mua bán trung gian này sau đó

có thể sẽ chế biến thành điều nhân hoặc bán lại cho những người chế biến quy mô lớn trong huyện.

Trong khi những người trung gian trong làng mà không có cơ sở chế biến mua điều từ nông dân sau đó bán lại cho những người nông dân chế biến, người nông dân chế biến sau đó bán lại cho trường trung gian mua bán. Những đối tượng này hoặc là bán điều thô cho những người chế biến quy mô lớn.

Chuỗi thị trường đối với hạt điều nhân thì dài hơn và phức tạp hơn so với điều thô. Hầu hết điều nhân của huyện Wonogiri được bán đến các thành phố khác của đảo Java chẳng hạn như Jakarta, Yogyakarta, Semarang và Surabaya.

Bởi vì hệ thống phân phối khá phức tạp nên trong phạm vi nghiên cứu của đề tài không thực hiện phân tích tầm quan trọng của các đối tượng khác nhau tham gia trên thị trường. Tuy nhiên, phần lớn việc mua bán ra bên ngoài tỉnh được thực hiện bởi những người chế biến quy mô lớn, đối tượng trung gian trong huyện đóng vai trò không đáng kể.

Thu nhập của nông hộ và mức lợi nhuận của các đối tượng tham gia thị trường

Thu nhập của nông hộ

Các hộ sản xuất nhỏ tại Wonogiri có nghĩa là các hộ có số cây điều thấp. Như có đề cập, bình quân hộ ở làng Rejosari có khoảng 18 cây điều với mức sản lượng khoảng 161 kg điều thô mỗi năm. Với mức giá là IDR 7,000/kg, bình quân mỗi hộ có thể thu nhập được 1.127 triệu, chiếm khoảng 13% tổng thu nhập hàng năm của hộ. Tuy nhiên, những số liệu bình quân này không thể hiện sự thay đổi số lượng cây điều mỗi năm của hộ. Thực tế, sản lượng thu hoạch thay đổi từ 40 đến 700kg, với giá trị vào khoảng IDR 280,000 đến 4.9 triệu mỗi năm.

Để ước tính thu nhập từ chế biến, đầu tiên nghiên cứu tính toán chi phí hoạt động, dựa trên chi phí và giá cả bình quân trong làng (**Bảng 1**). Tính toán cho thấy, sản xuất mỗi kg điều nhân, người chế biến có thể kiếm được khoảng IDR 7,500.

Thông thường mùa vụ kéo dài khoảng 120 ngày, bình quân những người sản xuất nhỏ sẽ làm việc 7 ngày 01tuần, chế biến khoảng 30 kg điều thô thành 7.5 kg điều nhân mỗi ngày. Như vậy trong cả mùa vụ tổng cộng sẽ chế biến được khoảng 900 kg điều nhân. Các nhà chế biến kiếm được khoảng IDR 7,500/kg cho 01 kg điều nhân hoàn thành, như vậy, thu nhập hàng năm của những người chế biến không dưới IDR 7 triệu.

Theo số liệu từ chính quyền, thu nhập bình quân năm của hộ gia đình khoảng IDR 8.6 triệu. Chế biến điều do đó đóng góp vào thu nhập lên trên 75%. Mặc dù đây là những con số bình quân, điều này rõ ràng cho thấy đối với các hộ sản xuất và chế biến điều, sự thay đổi lợi nhuận từ điều sẽ làm thay đổi đáng kể thu nhập của hộ.

So sánh lợi nhuận

Nghiên cứu cũng cố gắng tìm hiểu chi phí và lợi nhuận đối với các kênh phân phối khác nhau. Do tính phức tạp của nhiều chuỗi và thiếu thông tin, đề tài không thể so sánh tính hiệu quả giữa các chuỗi thị trường với nhau. Tuy nhiên, đề tài cũng tính được mức lợi nhuận của một mẫu quan sát nhỏ các đối tượng tham gia khác nhau (ngoại trừ các người mua bán sỉ thì không thu thập được số liệu) như trình bày ở **Bảng 2**.

Thật nguy hiểm nếu đưa ra quá nhiều kết luận từ số liệu Bảng 2 bởi vì nó không thể hiện năng lực hoạt động cũng như không tính đến chi phí vốn và lao động có liên quan. Tuy nhiên, tính toán cũng cho thấy người chế biến trung gian trong làng thu được mức chênh lệch cao nhất, những người chế biến thì thu được khoảng IDR 1,000/01 kg điều nhân cao hơn những người trung gian không chế biến. Do đó, phần thu nhập gia tăng thêm phần nào thể hiện được chi phí vốn vào lao động bỏ ra trong quá trình chế biến điều nhân.

Bảng 1: Lợi nhuận bình quân trên mỗi kg điều chế biến

A. CHI PHÍ SẢN XUẤT	IDR
1. Điều thô (20 kg x IDR 7,000/kg)	140,000
2. Dầu lửa (0.5 lít x IDR 3,000)	1,500
3. "Kapur" để bảo quản tay	500
4. Khấu hao dao tách vỏ	500
Tổng (A)	142,500
B. DOANH THU	
1. Doanh thu bán điều nhân (5 kg x IDR 35,000)	175,000
2. Bán vỏ điều (15 kg)	5,000
Tổng (B)	180,000
C. Tổng thu nhập hộ đối với 5 kg điều nhân (Tổng B- Tổng A)	37,500
D. Tổng thu nhập hộ đối với 1 kg điều nhân (Tổng C/5)	7,500

Bảng 2: Chênh lệch lợi nhuận đối với các đối tượng chính trên thị trường tại huyện Wonogiri (IDR/kg điều nhân)

Khoản mục	Các đối tượng trên thị trường				
	Nông dân chế biến	Trung gian chế biến trong làng	Trung gian không chế biến trong làng	Trung gian mua bán (Sub-District middlemen)	Người lái phươg địa
Giá bán	30,000	35,000	35,000	37,500	37,500
Purchase Price or Production Cost	28,500	31,500	32,500	35,000	35,000
Absolute Marketing Cost	0	500	500	1,000	1,000
Absolute Profit Margin*	1,500	3,000	2,000	1,500	1,500
Relative Profit Margin**	5.0%	8.5%	5.7%	4.0%	4.0%

* Mức lợi nhuận tuyệt đối được tính bằng giá bán trừ đi giá mua, hay chi phí sản xuất, sau đó trừ đi chi phí marketing

** Mức lợi nhuận tương đối, được tính % lợi nhuận tuyệt đối trên giá bán

Sự tiếp cận tín dụng và vị thế thương lượng của nông dân

Sự tiếp cận tín dụng

Việc không mắc nợ các đối tượng trung gian rõ ràng là một lợi thế đối với các nông dân bán điều, song việc vay nợ từ những người mua là những nguồn tín dụng ít có sẵn đối với nông dân. Đối với những nông dân muốn mở rộng sản xuất, việc tiếp cận tín dụng trở nên quan trọng đối với những người có khó khăn về tài chính.

Mặc dù có những ngân hàng tư nhân và ngân hàng công hoạt động ở huyện Wonogiri , song nông dân nghèo lại không có tài sản thế chấp để đảm bảo cho số tiền vay. Hiện nay, các nông dân có khó khăn lớn về nguồn vốn mà họ có thể vay.

Vị thế thương lượng của nông dân

Các nông dân sản xuất và chế biến thấy rõ là có nguồn thu từ việc tham gia vào trồng điều, và trong vài trường hợp kiếm được 01 nguồn thu nhập đáng kể. Tuy nhiên, có 02 lý do cho rằng họ không nhận được mức thu nhập thỏa đáng.

Thứ 01, nông dân bán nông sản thường có vị thế tương đối yếu. Các báo cáo từ các khu vực nông thôn cho thấy nông dân thường bán nông sản của họ trước khi thu hoạch để có tiền. Điều này không xảy ra tại điểm nghiên cứu, việc bán điều nhanh hay điều thô đều thực hiện dưới hình thức giao hàng trả tiền. Các nông dân cũng không vay mượn từ các đối tượng trung gian. Vì vậy mà phần lớn nông dân tự do trong việc lựa chọn bán cho ai và bán như thế nào.

Tuy nhiên, cá nhân mỗi nông dân gặp bất lợi khi họ có sản lượng nhỏ. Với các mức sản lượng tương đối nhỏ như vậy, các đối tượng trung gian có thể mặc cả giá thấp, với ý định gây sức ép không chịu mua. Vì vậy, mặc dù tự do trong quan hệ mua bán với thương lái, song về tổng thể nông dân vẫn cảm thấy họ bị thua thiệt.

Thứ 02, các nông dân này thiếu thông tin thị trường chính xác, bởi vì họ ở xa thị trường tiêu thụ cuối cùng và nguồn thông tin cung cấp rất ít. Do đó, các đối tượng trung gian có lợi thế đáng kể trong thương lượng bởi vì họ có thông tin về giá cả thị trường tốt hơn.

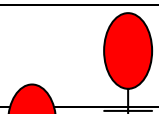
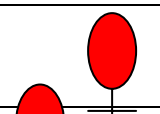
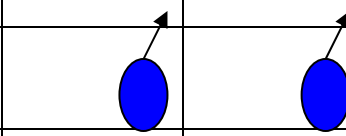
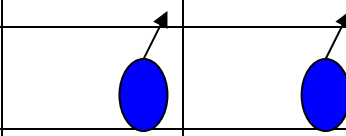
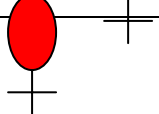
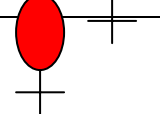
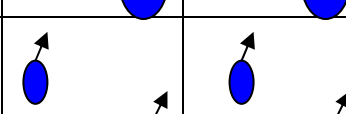
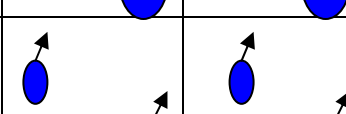
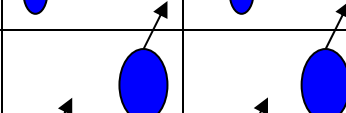
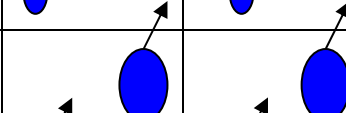
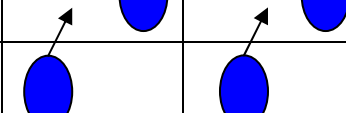
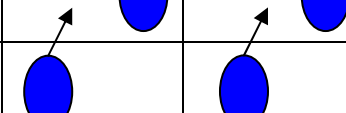


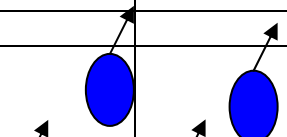
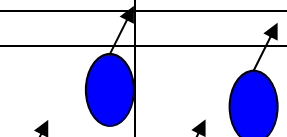
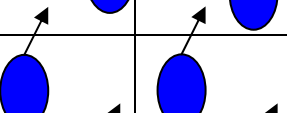
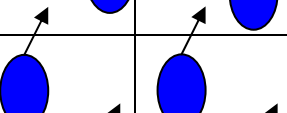
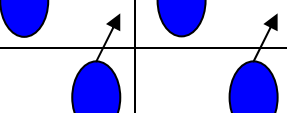
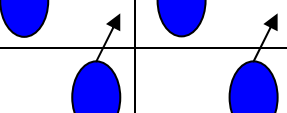


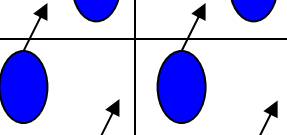
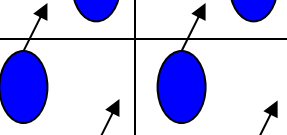


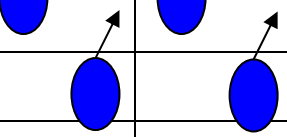
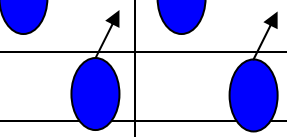

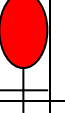
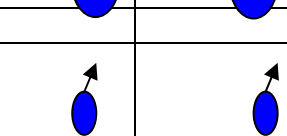
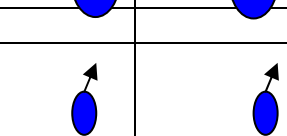
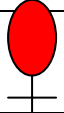

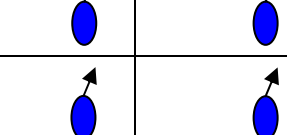
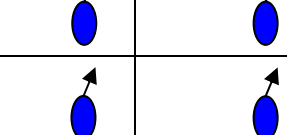
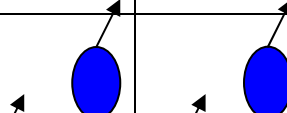
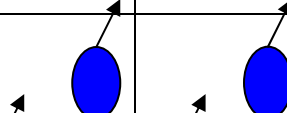
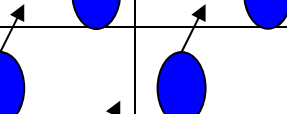
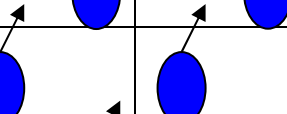
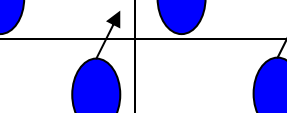
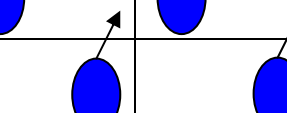
Phân tích về giới tính


Việc phân tích về giới tính là một quá trình xử lý số liệu và thông tin một cách có hệ thống nhằm xác định và chỉ ra thực trạng, chức năng, vai trò và trách nhiệm của nam và nữ và các yếu tố ảnh hưởng trong từng tính huống cụ thể. (KPP-BKKBN-UNFPA 2003).


Nhìn chung, kết quả nghiên cứu cho thấy mặc dù không hoàn toàn cân bằng, nam và nữ cộng tác tốt với nhau trong các hoạt động kinh tế từ điều ở làng Rejosari, huyện Wonogiri (**Bảng 3**). Có sự bất bình đẳng về giới trong việc tiếp cận và kiểm soát đối với thương lái thu mua và người mua bán sỉ; tuy nhiên cũng có sự bình đẳng về giới trong việc tiếp cận và kiểm soát đối với nông dân, song về chế biến nữ có sự tiếp cận kiểm soát trong chế biến nhiều hơn.

Hơn nữa, mặc dù không hoàn hảo, song nam và nữ trong làng có sự cộng tác và chia sẻ sự tiếp cận và kiểm soát đối với nguồn lực và kỹ thuật chế biến. Phụ nữ có vai trò giới hạn trong việc tiếp cận thông tin giá cả và tập huấn. Hiện nay, ở làng Rejosari, huyện Wonogiri phụ nữ chưa có sự tiếp cận và kiểm soát tín dụng trong sản xuất và mua bán điều. Ở khía cạnh về tiếp cận và kiểm soát đối với việc sử dụng các máy tách vỏ hạt điều và các phương tiện chế biến hạt điều, vai trò của nữ cao hơn nam. Điều này chứng tỏ phụ nữ có sự kiểm soát cao hơn về chất lượng hạt điều yếu tố ảnh hưởng đến giá bán hạt điều mà nông hộ chế biến nhận được và vì vậy ảnh hưởng đến thu nhập của họ.

Bảng 3. Phân tích về giới đối với các hoạt động kinh tế từ điều tra tại làng Rejosari, huyện Wonogiri

STT	Hoạt động	Nữ		Nam	
		Tiếp cận	kiểm soát	Tiếp cận	kiểm soát
1	Hoạt động				
a	Nông dân				
b	Chế biến				
c	Thu mua	-	-		
d	Mua bán sỉ	-	-		
2	Nguồn lực				
a	Đất				
b	Tín dụng sản xuất	-	-		
c	Tín dụng về thị trường	-	-		
d	Thông tin giá				
e	Thông tin mua bán				
3	Kỹ thuật chế biến				
a	Sử dụng các máy chế biến				
b	Thực hiện việc chế biến				
4	Thị trường				
a	Tổ chức thị trường	-	-		
b	Kênh phân phối	-	-		
c	Hỗ trợ thị trường	-	-		

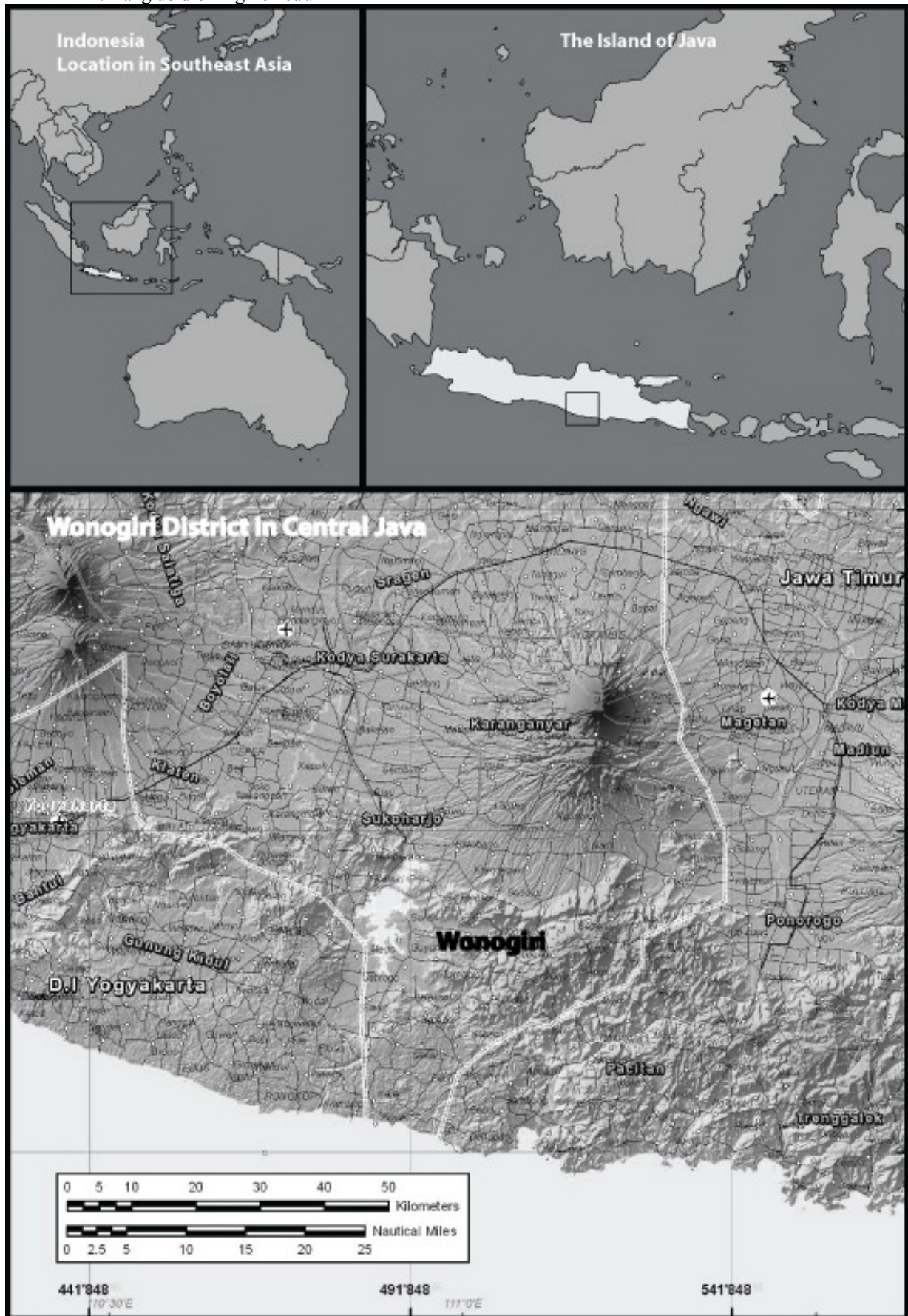
Ghi chú  : chỉ ra mức độ thấp của nữ so với nam

 : chỉ ra mức độ cao của nữ so với nam

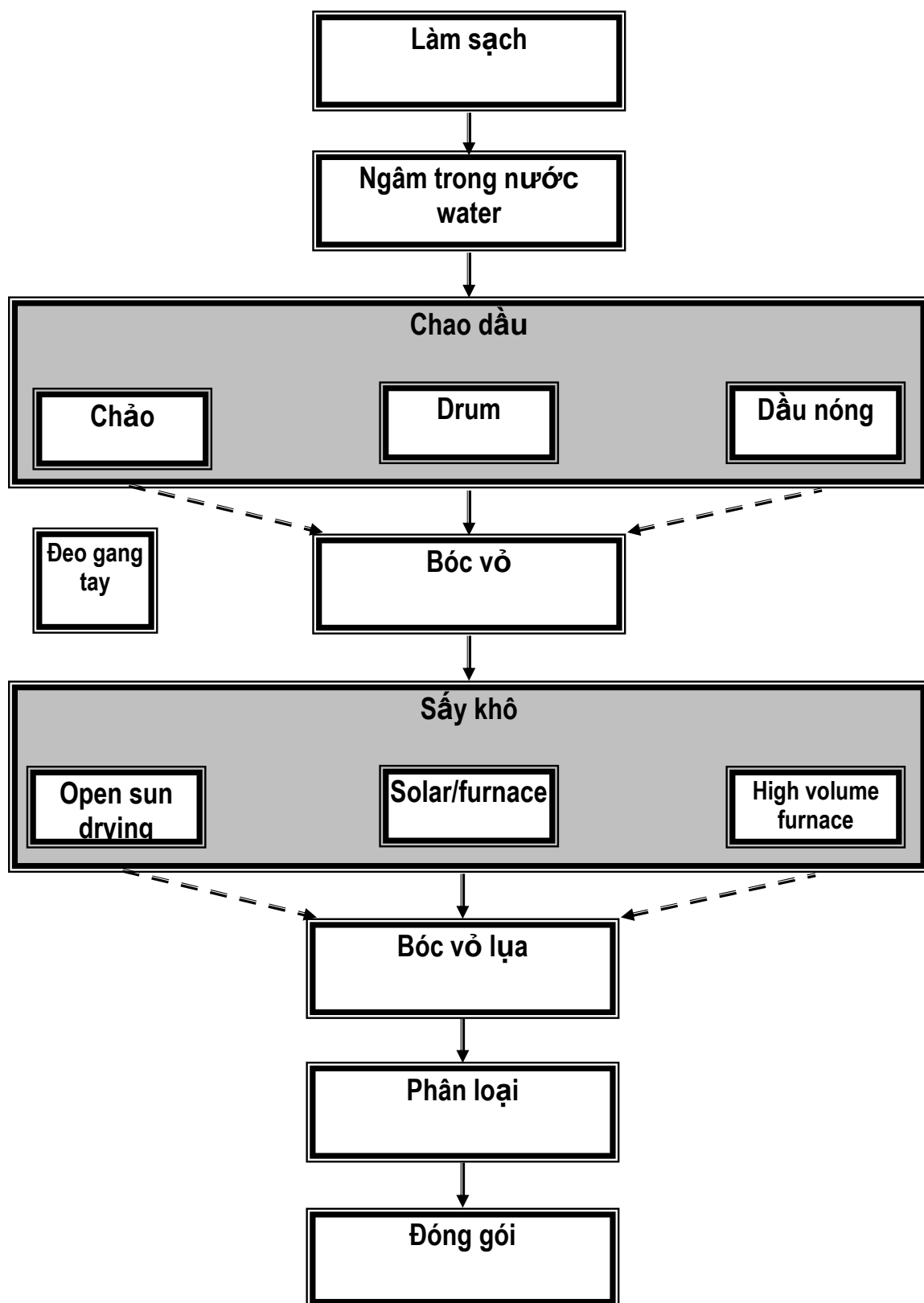
Câu hỏi gợi ý

1. Những đối tượng tham gia chủ yếu vào chuỗi thị trường hạt điều tại huyện Wonogiri? Hãy đề xuất vai trò chính yếu của các đối tượng này để có 01 hệ thống thị trường điều tối ưu hơn
2. Các vấn đề chính yếu về quy cách chất lượng, đóng gói, nhãn và xúc tiến thương mại mà ngành điều tại huyện Wonogiri đang phải gặp là gì? Cần cải thiện những nội dung gì và làm thế nào để cải thiện các nội dung đề xuất đó?
3. Các vấn đề về giới liên quan đến tính tiếp cận và kiểm soát hoạt động sản xuất kinh doanh điều tại huyện Wonogiri là gì? Các nội dung này ảnh hưởng lên thị trường hạt điều và thu nhập nông hộ trong làng như thế nào?

Hình 1: Bản đồ điểm nghiên cứu



Hình 02. Chế biến hạt điều thô thành điều nhân



Hình 03. Chuỗi thị trường hạt điều tại huyện Wonogiri, Central Java

