

CÁC KÊNH SẢN XUẤT VÀ CUNG ỨNG THỊT LỢN TẠI TỈNH LÂM ĐỒNG

Phạm Thị Thanh Thảo

Trường Đại học Đà Lạt

TÓM TẮT

Nghiên cứu được thực hiện tại 3 địa phương phát triển chăn nuôi lợn mạnh nhất tỉnh Lâm Đồng nhằm mô tả kênh sản xuất – cung ứng thịt lợn. Các tác nhân tham gia kênh đã được phỏng vấn trực tiếp thông qua bộ câu hỏi bán cấu trúc tại 162 cơ sở chăn nuôi, 40 hộ thương lái, 23 cơ sở giết mổ, 31 chợ, 1 siêu thị và 27 nhà hàng, khách sạn. Kết quả nghiên cứu cho thấy, kênh sản xuất – cung ứng thịt lợn tại tỉnh Lâm Đồng tương đối phức tạp với nhiều tác nhân khác nhau và không được liên kết chặt chẽ. Tuy nhiên, tỉnh Lâm Đồng có điều kiện phù hợp cho việc hình thành chuỗi sản xuất – cung ứng thịt lợn ngắn tại địa phương là 87,5% cơ sở giết mổ thực hiện trực tiếp thu mua lợn và phân phối thịt lợn.

Từ khóa: *Cung ứng; kênh; sản xuất; thịt lợn; Lâm Đồng*

Ngày nhận bài: 14/01/2020; Ngày hoàn thiện: 23/10/2020; Ngày đăng: 31/10/2020

THE PORK PRODUCTION – SUPPLY CHAIN IN LAM DONG PROVINCE

Pham Thi Thanh Thao

Dalat University

ABSTRACT

The study was conducted in three localities which had the most developing pig production in Lam Dong province to describe the pork production – supply chain. The participants in the chain were interviewed directly through a semi-structured questionnaire at 162 farms, 23 slaughterhouses, 31 markets, one supermarket, 27 restaurants, hotels, and with 40 traders. The studied results showed that the pork production and supply chain in Lam Dong province was relatively complex with many different actors and was not strictly linked. However, Lam Dong province had the right conditions for the establishment of the short pork production - supply chain in the locality that was 87.5% of slaughter facilities directly purchasing pig and distributing pork.

Keywords: *Supply; chain; production; pork; Lam Dong*

Received: 14/01/2020; Revised: 23/10/2020; Published: 31/10/2020

1. Giới thiệu

Việt Nam là một trong những nước tiêu thụ thịt lợn/ người nhiều nhất thế giới [1]. Theo phân tích của các chuyên gia trong nước, Việt Nam sẽ là một trong những thị trường sản xuất thịt phục vụ cho các nước phát triển trong những năm tới. Trong đó, Lâm Đồng là một trong số các tỉnh phát triển mạnh chăn nuôi lợn của miền Nam Việt Nam, không những cung cấp thịt lợn trong tỉnh mà còn cho các tỉnh lân cận và xuất khẩu [2].

Kênh sản xuất – cung ứng thịt lợn Việt Nam có những đặc điểm khác với các nước phát triển là từ sản xuất đến phân phối tỷ lệ cơ sở sản xuất nông hộ nhỏ lẻ vẫn chiếm tỷ lệ cao. Chuỗi thịt lợn bị phân đoạn vì sự tham gia của nhiều tác nhân nhỏ tạo ra thị trường sản xuất thịt lợn rất khó kiểm soát [3]. Giải pháp phù hợp để đảm bảo việc điều tiết cung cầu thị trường một cách bền vững là liên kết chăn nuôi theo chuỗi giá trị sẽ giúp các thành phần tham gia chia sẻ quyền lợi và trách nhiệm với nhau [4], [5]. Vì vậy, việc nghiên cứu kênh sản xuất – cung ứng thịt lợn là cần thiết nhằm tạo tiền đề cho việc liên kết chuỗi sản xuất – cung ứng thịt lợn tại tỉnh Lâm Đồng.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Các tác nhân tham gia kênh sản xuất - cung ứng thịt lợn tại 3 ba huyện/ thành phố có ngành chăn nuôi lợn phát triển nhất cho tỉnh Lâm Đồng là thành phố Bảo Lộc, huyện Đức Trọng và huyện Lâm Hà (căn cứ vào sản lượng lợn và thịt lợn năm 2015 [6]). Tại mỗi huyện hoặc thành phố, 3 xã hoặc phường đại diện về mức độ đô thị hóa (dựa trên tỷ lệ phần trăm giữa số dân đô thị trên tổng số dân trong xã/ phường) được chọn để khảo sát trực tiếp từ tháng 02 năm 2015 đến tháng 08 năm 2015.

2.2. Phương pháp chọn điểm nghiên cứu

Tại mỗi xã nghiên cứu, 10% cơ sở chăn nuôi được lựa chọn ngẫu nhiên theo danh sách các hộ hoặc trang trại chăn nuôi lợn ở xã. Các xã có trang trại ít hơn 10 thì khảo sát 1 trang trại.

Tổng số 67 hộ chăn nuôi nhỏ lẻ, 86 trang trại bán công nghiệp và 9 trang trại công nghiệp đã được lựa chọn. Ngoài ra, 50% cơ sở thu gom lợn hoặc giết mổ lợn (40 thương lái, 23 cơ sở giết mổ (CSGM)); 100% chợ, siêu thị (31 chợ, 1 siêu thị) và 27 nhà hàng, khách sạn, quán ăn (3 cơ sở đại diện mỗi xã) thuộc địa bàn nghiên cứu được điều tra để thu thập các thông tin liên quan đến kênh sản xuất - cung ứng thịt lợn.

2.3. Phương pháp điều tra

Người chăn nuôi, người thu gom hoặc giết mổ lợn và người phân phối thịt lợn được phỏng vấn trực tiếp theo bộ câu hỏi soạn sẵn nhằm thu thập các thông tin chi tiết của kênh sản xuất – cung ứng thịt lợn. Cụ thể: Các thông tin về bán lợn cho ai; phương thức bán lợn là gì được thu thập tại các hộ hoặc trang trại chăn nuôi. Thông tin mua lợn từ ai và hình thức mua lợn là gì; được thu thập tại các cơ sở thu gom hoặc giết mổ lợn. Cuối cùng, các thông tin còn thiếu về địa điểm mua thịt được bổ sung thêm từ các chợ, siêu thị, nhà hàng, quán ăn, trường học.

2.4. Phương pháp xử lý số liệu

Phần mềm Excel 2010 được sử dụng để tổng hợp, phân tích số liệu và thống kê mô tả kênh sản xuất - cung ứng thịt lợn.

3. Kết quả và bàn luận

3.1. Tổng thể kênh sản xuất – cung ứng thịt lợn tỉnh Lâm Đồng

Trên cơ sở các thông tin liên quan đến hoạt động của các tác nhân tham gia ngành hàng thịt lợn, các kênh sản xuất - cung ứng thịt lợn khác nhau tại tỉnh Lâm Đồng được tổng hợp như sau (Hình 1):

+ Kênh 1 là dạng phổ biến nhất, xuất phát từ các hộ chăn nuôi nhỏ lẻ hay trang trại chăn nuôi đến thương lái ngoại tỉnh, sau đó đến bán sỉ hay bán lẻ lợn ra ngoại tỉnh.

+ Kênh 2 xuất phát từ hộ chăn nuôi nhỏ lẻ hay trang trại chăn nuôi đến người giết mổ lợn và bán thịt lợn tại quầy thịt rồi đến người bán sỉ, bán lẻ thịt lợn khác.

+ Kênh 3 là từ hộ chăn nuôi nhỏ lẻ hay trang trại chăn nuôi đến người giết mổ lợn và bán thịt lợn tại quây thịt.

+ Kênh 4 là từ hộ chăn nuôi nhỏ lẻ hay trang trại chăn nuôi qua thương lái nội tỉnh 1 đến thương lái nội tỉnh 2, đến CSGM nội tỉnh, đến bán sỉ hay bán lẻ nội tỉnh.

+ Kênh 5 là từ hộ chăn nuôi nhỏ lẻ hay trang trại chăn nuôi qua thương lái nội tỉnh đến người trực tiếp giết mổ lợn và bán thịt lợn tại quây hay đến bán sỉ nội tỉnh.

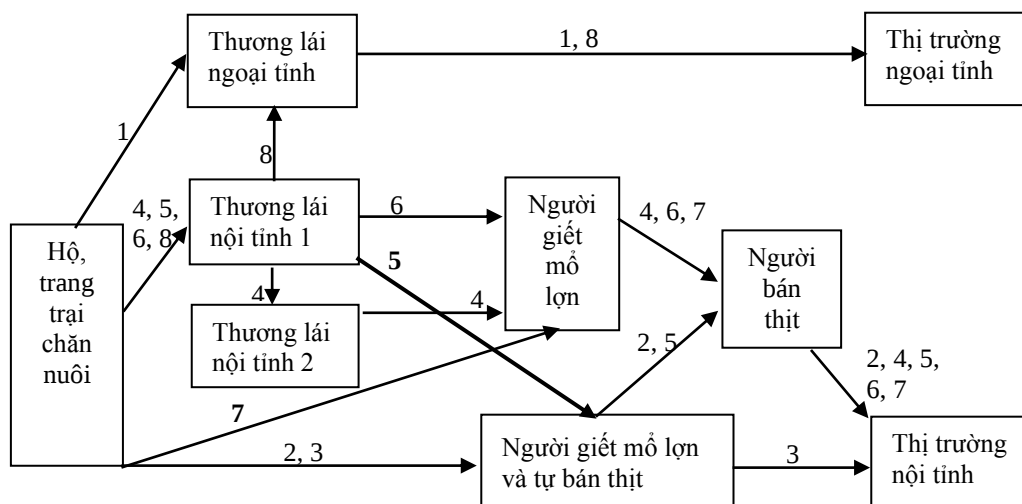
+ Kênh 6 kém phổ biến hơn, từ hộ chăn nuôi nhỏ lẻ hay trang trại chăn nuôi qua thương lái nội tỉnh đến CSGM nội tỉnh và đến người bán sỉ hoặc người bán lẻ nội tỉnh.

+ Kênh 7 là từ hộ chăn nuôi lợn nhỏ lẻ trực tiếp đến CSGM và sau đó đến người bán thịt.

+ Kênh 8 là một vài trường hợp lợn từ hộ chăn nuôi nhỏ lẻ hay trang trại qua thương lái nội tỉnh rồi đến thương lái ngoại tỉnh và chuyển qua bán sỉ/ bán lẻ ngoại tỉnh.

Như vậy, các kênh sản xuất - cung ứng thịt lợn ở Lâm Đồng có sự tham gia của nhiều tác nhân và tương đối phức tạp.

Thực tế, lợn bán trên thị trường tỉnh Lâm Đồng phần lớn chưa nhận diện được nguồn gốc. Người nông dân hầu như không biết ai là người thu mua lợn, họ bán lợn cho người trả giá cao nhất tại thời điểm bán hoặc cho người thu mua đến tận nơi, thậm chí là thỏa thuận mua bán qua điện thoại và người vận chuyển đến bắt lợn và thanh toán tiền. Việc lựa chọn người mua lợn là yếu tố khó lường và không ổn định.



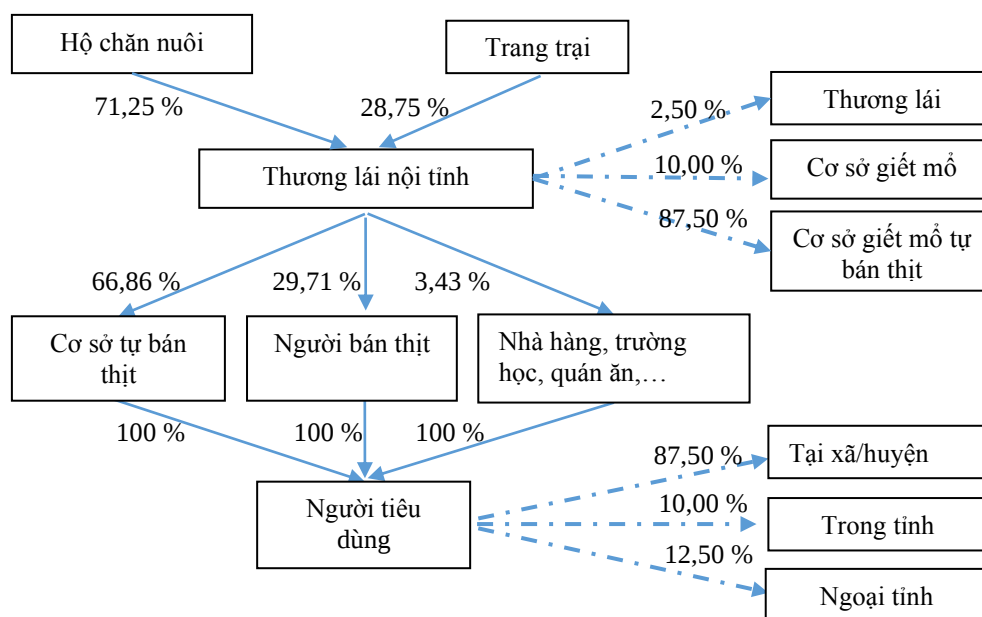
Hình 1. Các kênh sản xuất – cung ứng thịt lợn tại tỉnh Lâm Đồng

Lưu ý: Ký hiệu 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 trên mũi tên là con đường di chuyển của các kênh sản xuất cung ứng thịt lợn tương ứng.

3.2. Các tác nhân tham gia kênh sản xuất – cung ứng thịt lợn tỉnh Lâm Đồng

Qua điều tra thông tin từ thương lái nội tỉnh Lâm Đồng, các tác nhân tham gia vào kênh sản xuất - cung ứng thịt lợn được truy xuất ngược đến tác nhân sản xuất lợn và truy xuất xuôi đến các tác nhân cung ứng thịt lợn, thị trường tiêu thụ thịt lợn cũng được xác định (Hình 2). Thương lái mua lợn từ hộ chăn nuôi là chủ yếu (71,25%). Thương lái gọi điện

thoại tới người chăn nuôi hoặc môi giới trước khi đến xem lợn và bắt lợn sau khi làm hợp đồng miệng. Thực tế, có 19,5% trường hợp thương lái phải thu mua lợn qua môi giới với giá cao hơn giá thu mua trực tiếp từ hộ chăn nuôi hay trang trại. Hoặc thương lái thỏa thuận trả 100.000 - 200.000 VNĐ/ lần cho môi giới (tùy số lượng lợn) để lấy địa chỉ hộ chăn nuôi đang cần bán lợn.



Hình 2. Tỷ lệ các tác nhân tham gia kênh sản xuất - cung ứng thịt lợn tại tỉnh Lâm Đồng

Lưu ý: Mũi tên đường liền chỉ sự liên kết giữa các tác nhân được nối. Mũi tên đường đứt đoạn là phân loại chức năng của thương lái nội tỉnh và khu vực phân phối người tiêu dùng.

LIFSAP (2013) nhận định 70% CSGM chỉ giết mổ và bán thịt xẻ cho người phân phối thịt lợn (bán lẻ và bán buôn), 24% CSGM chỉ giết mổ và bán thịt cho người bán buôn, 6% CSGM bán trực tiếp thịt đến người tiêu dùng tại Việt Nam nói chung [7], [8]. Tuy nhiên, phần lớn thương lái nội tỉnh vừa là người giết mổ vừa là người phân phối thịt lợn tại Lâm Đồng. Kênh sản xuất cung ứng thịt lợn nội tỉnh Lâm Đồng có nhiều tác nhân tham gia giống như tại Nghệ An và Cần Thơ. Kênh sản xuất cung ứng thịt lợn tại Nghệ An chỉ có 4 kênh chính, việc thanh toán chủ yếu thông qua tiền mặt và hợp đồng miệng [9]. Một nghiên cứu khác chỉ ra rằng người bán lẻ thịt lợn tại Cần Thơ bỏ rất ít vốn do nhận thịt gói đầu để bán, giống kết quả trong nghiên cứu này tại Lâm Đồng [10]. Ngoài ra, 36,5% thịt lợn do CSGM bán cho người phân phối thịt lợn trong xã tại Cần Thơ, trường hợp này tại Nghệ An chiếm 65,52%, cả hai đều thấp hơn so với Lâm Đồng trong nghiên cứu này (87,5%). Như vậy, việc hình thành chuỗi ngắn sản xuất – tiêu thụ thịt lợn trong tỉnh có thể sẽ dễ dàng hơn so với hai tỉnh này.

Người chăn nuôi luôn là đối tượng chịu rủi ro

nhều nhất dù đóng vai trò quan trọng trong việc tạo sản phẩm. Họ phải chịu chi phí đầu vào cũng như sự biến động của các yếu tố như giá thức ăn chăn nuôi, thuốc thú y, giống, dịch bệnh... Thậm chí, giá trị gia tăng của người chăn nuôi chỉ chiếm 15% tổng giá trị gia tăng cả chuỗi [8]. Trong khi đó, người giết mổ và người phân phối chiếm hơn 40% giá trị gia tăng. Tại Lâm Đồng, kênh phân phối hiện đại thông qua các siêu thị lớn hoặc cửa hàng của công ty chăn nuôi theo “chuỗi từ trang trại đến bàn ăn” khó phát triển do thói quen mua thịt tươi hàng ngày từ chợ truyền thống của người tiêu dùng.

4. Kết luận

Thịt lợn tại tỉnh Lâm Đồng được phân phối theo 8 kênh sản xuất – cung ứng khác nhau. Các kênh này thường phức tạp với sự tham gia của nhiều tác nhân. Người chăn nuôi chịu nhiều rủi ro khi đối tượng mua lợn không ổn định. Tuy nhiên, 87,5% cơ sở tiến hành thu mua lợn trực tiếp từ người chăn nuôi, giết mổ lợn và tự phân phối thịt lợn đến người tiêu dùng chính là lợi thế để chuỗi sản xuất cung ứng thịt lợn ngắn hình thành và tồn tại bền vững trong tỉnh Lâm Đồng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1]. The World Bank, *Food safety risk management in Vietnam: Challenges and opportunities*. Public Disclosure Authorized, Hanoi, 2017.
- [2]. Department of Agriculture and Rural Development of Lam Dong province, *Project on food safety in vegetables, tea and meat until 2015*, Report No. 317/QĐ-UBND, Lam Dong, 2011.
- [3]. L. Theuvsen, C. H. Plumeyer, and J. C. Gawron, "Certification systems in the meat industry: Overview and consequences for chain-wide communication," *Polish Journal of Food and Nutrition Sciences*, vol. 57, no. 4C, pp. 563-569, 2007.
- [4]. R. Ruben, D. Boselie, and H. Lu, "Vegetable procurement by Asian supermarkets: a transaction cost approach," *Supply Chain Management: An International Journal*, vol. 12, no. 1, pp. 60-68, 2007.
- [5]. J. Trienekens, and P. Zuurbier, "Quality and safety standards in the food industry, developments and challenges," *International Journal of Production Economics*, vol. 113, pp. 107-122, 2008.
- [6]. Statistics Office of Lam Dong province, *Statistical Yearbook of Lam Dong province in 2014*, Dalat's Map Department, 2015.
- [7]. The Livestock Competitiveness and Food Safety Project, *The training documents on fresh food market operating procedures*, LPS/2013/2457/Final Report, LIFSAP, Hanoi, 2013.
- [8]. N. V. Giap, N. T. Lien, T. T. U. Linh, D. M. Hung, and D. D. Huy, *Vietnam Livestock Market - Changing structure to enhance competition*. Hanoi Publishing House, 2015.
- [9]. P. T. Tan, and P. V. Hung, "The study on marketing actors of distributional channel of pork products in Nghe An province," *Journal of Scientific Research and Development*, vol. 11, no. 5, pp. 767-776, 2013.
- [10]. B. V. Trinh, "The market agents of marketing channel of pig products in Can Tho city," *Can Tho University Journal of Science*, vol. 3, pp. 110-118, 2005.