

CHUỖI GIÁ TRỊ THANH LONG VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TỈNH LONG AN VÀ TIỀN GIANG

Nguyễn Thị Hằng Nga

Nguyễn Tri Khiêm

Tóm tắt: Đồng bằng sông Cửu Long là vùng trồng thanh long đứng thứ hai cả nước. Thanh long trồng tại vùng này có lợi thế cạnh tranh về chất lượng do khác biệt về điều kiện tự nhiên so với các vùng khác trong cả nước. Tuy nhiên, sản xuất và tiêu thụ thanh long vẫn còn nhiều vấn đề như thông tin thị trường thiếu, giá bán chưa ổn định, lệ thuộc rất lớn vào thị trường Trung Quốc; nông dân còn sản xuất nhỏ lẻ, hợp tác sản xuất còn yếu, sản xuất theo GAP còn hạn chế, chưa đáp ứng nhu cầu thị trường về số lượng và chất lượng, giá thấp vào vụ thuận, sâu bệnh nhiều do ảnh hưởng biến đổi khí hậu, thiếu hậu cần sơ chế và chế biến để nâng cao giá trị gia tăng của thanh long. Nghiên cứu này dựa vào lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky & Morris (2001) và phương pháp liên kết chuỗi giá trị của GTZ Eschborn (2007), sử dụng bộ công cụ phân tích chuỗi giá trị của Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013) và sự tham gia của các tác nhân tham gia chuỗi. Mục tiêu nghiên cứu bao gồm (1) đánh giá thực trạng sản xuất và tiêu thụ thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long, (2) phân tích chuỗi giá trị thanh long và (3) đề xuất các giải pháp chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị. Các kết quả phân tích sẽ là cơ sở xây dựng các chính sách và giải pháp phù hợp hơn để tăng giá trị gia tăng và phát triển bền vững chuỗi ngành hàng thanh long.

Từ khóa: Chuỗi giá trị; Giá trị gia tăng; Thanh long.

Giới thiệu

Tại Đồng bằng sông Cửu Long, thanh long xếp thứ 8 trong 11 loại trái cây chủ lực được Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NN&PTNT) quy hoạch phát triển bền vững đến năm 2020. Hiện tại, chỉ có hai tỉnh trong vùng có diện tích và sản lượng sản xuất thanh long lớn nhất, đó là Long An (12.409 ha) và Tiền Giang (9.634 ha) (Sở NN&PTNT các tỉnh Long An, Tiền Giang, 2021). Theo Đoàn Minh Vương và cộng sự (2015) và qua khảo sát của tác giả thì thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long đang gặp phải những nguy cơ sau: (1) Xuất khẩu thanh long còn phụ thuộc rất lớn vào thị trường Trung Quốc (80% sản

lượng thanh long xuất khẩu của vùng được xuất sang Trung Quốc, trong đó khoảng 50% xuất theo đường tiểu ngạch); (2) Thiếu dự báo cung cầu thị trường và trồng mới tự phát với tỷ lệ cao; (3) Sản xuất theo VietGAP, GlobalGap còn yếu và thiếu; (3) Hoạt động các liên kết ngang như tổ hợp tác, hợp tác xã sản xuất thanh long chất lượng còn quá yếu, chưa nổi kết công ty đầu ra; (4) Dịch bệnh phát triển nhiều do biến đổi khí hậu; và (5) Giá cả trôi nổi, thiếu tính ổn định và bền vững. Bài viết sẽ tập trung làm rõ đâu là những thuận lợi và khó khăn trong sản xuất, tiêu thụ, tham gia chuỗi giá trị của trái cây thanh long và những giải

pháp cấp bách trong thời gian tới nhằm nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm thanh long.

1. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

1.1. Cơ sở lý luận về chuỗi giá trị

Có nhiều định nghĩa khác nhau về chuỗi giá trị đã được nhiều tác giả và tổ chức trên thế giới đưa ra. Cụ thể, theo Raikes và cộng sự (2000), chuỗi giá trị nói đến một loạt những hoạt động cần thiết để biến một sản phẩm (hoặc một dịch vụ) từ lúc còn là khái niệm, thông qua các giai đoạn sản xuất khác nhau đến khi phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng và vứt bỏ sau khi đã sử dụng. Trong khi đó, Kaplinsky và Morris (2001) và Hellin và Meijer (2006) cho rằng, chuỗi giá trị là một loạt các hoạt động để mang một sản phẩm từ nơi sản xuất đến người tiêu dùng thông qua nhiều khâu hoặc công đoạn khác nhau. Những tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị đơn giản có thể bắt đầu từ những nhà cung cấp giống, nông dân, những trung gian mua bán, những nhà chế biến, những nhà xuất, nhập khẩu, những người bán lẻ và cuối cùng đến người tiêu dùng. Tuy nhiên, trong thực tế, có những chuỗi giá trị phức tạp hơn thể hiện ở nhiều kênh phân phối hơn và được phân phối cho nhiều đối tượng người mua hơn.

Theo cách tiếp cận liên kết chuỗi giá trị (ValueLinks) của (GTZ, 2007) thì “Chuỗi giá trị là một loạt các hoạt động kinh doanh (hay chức năng) có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp các giá trị đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó, đến sơ chế, chuyển đổi, marketing, cuối cùng là bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng”. Hay “Chuỗi giá trị là một loạt quá trình mà các doanh nghiệp (nhà vận hành) thực hiện các chức năng chủ yếu của mình để sản xuất, chế biến, và phân phối một sản phẩm cụ thể nào đó. Các doanh nghiệp kết nối với nhau bằng một loạt các giao dịch sản xuất và kinh doanh, trong đó sản phẩm được

chuyển từ tay nhà sản xuất, sơ chế ban đầu đến tay người tiêu dùng cuối cùng”. Theo tổ chức GTZ, phân tích chuỗi giá trị có 3 bước: 1) Lập sơ đồ chuỗi giá trị; 2) Lượng hóa và mô tả chi tiết các chuỗi giá trị; 3) Phân tích kinh tế đối với chuỗi giá trị.

Theo Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013), việc phân tích chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp cần tập trung 9 công cụ như sau: Công cụ 1) Phương pháp lựa chọn chuỗi giá trị để phân tích; Công cụ 2) Vẽ bản đồ và mô tả chuỗi giá trị sản phẩm; Công cụ 3) Phân tích kinh tế chuỗi; Công cụ 4) Phân tích hậu cần chuỗi; Công cụ 5) Phân tích rủi ro chuỗi cung ứng sản phẩm; Công cụ 6) Phân tích các chính sách có liên quan trong chuỗi giá trị; Công cụ 7) Phân tích SWOT toàn chuỗi ngành hàng; Công cụ 8) Phân tích lợi thế cạnh tranh; Công cụ 9) Chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị. Tùy từng nghiên cứu cụ thể đối với sản phẩm cụ thể mà có thể sử dụng cả 9 công cụ hay có thể không sử dụng hết 9 công cụ trên.

1.2. Phương pháp nghiên cứu

Bên cạnh việc sử dụng dữ liệu chính thống từ các sở/ngành tại địa phương, bài viết sử dụng nguồn tài liệu sơ cấp phục vụ cho phân tích. Việc thu thập dữ liệu sơ cấp được thực hiện thông qua phỏng vấn trực tiếp bằng bảng hỏi cấu trúc hoặc bán cấu trúc đối với các chủ thể tham gia chuỗi giá trị thanh long (nông dân, thương lái, vựa và công ty); người am hiểu về chuỗi giá trị (KIP) bao gồm nhà quản lý ngành nông nghiệp các cấp có liên quan đến sản xuất và tiêu thụ thanh long; tổ trưởng tổ hợp tác và chủ nhiệm các hợp tác xã thanh long; chợ đầu mối (người bán sỉ) và người bán lẻ. Thời gian tiến hành thu thập dữ liệu từ 7/2020 đến 8/2020.

Diện tích và sản lượng thanh long là hai tiêu chí cơ sở để chọn địa bàn nghiên cứu về thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

Tuy nhiên, hiện Việt Nam chưa có số liệu thống kê riêng về diện tích và sản lượng thanh long của toàn vùng Đồng bằng sông Cửu Long cũng như của cả nước. Qua đánh giá những thông tin thứ cấp, chủ yếu từ các Sở NN&PTNT các tỉnh của vùng, nghiên cứu xác định có 2 tỉnh trồng thanh long lớn nhất ở Đồng bằng sông Cửu Long là Long An và

Tiền Giang. Tỉnh Long An có huyện Châu Thành chiếm 76,4% diện tích thanh long toàn tỉnh, Tiền Giang có huyện Chợ Gạo chiếm 75,8% diện tích thanh long toàn tỉnh. Do đó, đa phần các khách thể nghiên cứu được lựa chọn từ hai huyện này. Số lượng phỏng vấn trong nghiên cứu này là 331. Chi tiết phân bổ mẫu được trình bày trong Bảng 1.

BẢNG 1. CƠ CẤU MẪU PHỎNG VẤN VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ THANH LONG

STT	Đối tượng	Số mẫu (người)	Tỷ lệ trong tổng thể tại địa bàn nghiên cứu (%)
1	Nông dân	234	20
2	Thương lái	31	70
3	Vựa	20	70
4	Công ty	6	100
5	Bán sỉ	15	20
6	Bán lẻ	10	3
7	Hợp tác xã	5	100
8	Nhà hỗ trợ	10	-
	Tổng cộng	331	

2. Tình hình sản xuất thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long

Nhìn chung, tổng diện tích trồng thanh long và sản lượng thanh long của 2 tỉnh Tiền

Giang và Long An trong giai đoạn 2015 - 2020 đều theo xu hướng tăng, diện tích tăng 13,6%/năm và sản lượng tăng 20,6%/năm, năng suất tăng 8,2%/năm.

BẢNG 2. DIỆN TÍCH, NĂNG SUẤT, SẢN LƯỢNG THANH LONG TỈNH TIỀN GIANG, LONG AN GIAI ĐOẠN 2015-2020

Tỉnh	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Tốc độ tăng (%)
Tiền Giang	Diện tích	ha	4.494	5.042	6.325	7.913	9.070	9.634	16,7
	Sản lượng	tấn	94.009	116.407	145.014	161.522	200.517	208.084	17,5
	Năng suất	tấn/ha	20,92	23,09	22,93	20,41	22,11	21,60	0,94
Long An	Diện tích	ha	7.267	7.721	9.272	11.275	11.842	12.409	11,5
	Sản lượng	tấn	116.324	159.374	217.929	264.700	316.654	368.608	26,2
	Năng suất	tấn/ha	16	20,64	23,50	23,48	26,74	29,70	13,6
Tổng 2 tỉnh	Diện tích	ha	11.761	12.763	15.597	19.188	20.912	22.043	13,6
	Sản lượng	tấn	210.333	275.781	362.943	426.222	517.171	576.692	20,6
	Năng suất	tấn/ha	17,88	21,61	23,27	22,21	24,73	26,16	8,2

Nguồn: Tổng hợp số liệu từ Cục thống kê các tỉnh giai đoạn 2015-2020.

Trong sản xuất và tiêu thụ, sản phẩm thanh long được chính quyền địa phương quan tâm hỗ trợ. Sở NNPTNN các tỉnh đã thực hiện nhiều khóa tập huấn kỹ thuật trồng thanh long cho nông dân. Thanh long của Việt Nam nổi chung và vùng ĐBSCL nói riêng được tiêu thụ chủ yếu bằng xuất khẩu tiểu ngạch sang thị trường Trung Quốc và chính ngạch sang các thị trường khác như Thái Lan, Hàn Quốc... Sản phẩm xuất khẩu sang các thị trường này là thanh long tươi cấp đông.

2.1. Những thuận lợi trong sản xuất thanh long

Điều kiện tự nhiên về khí hậu, thổ nhưỡng của vùng Đồng bằng sông Cửu Long phù hợp cho việc phát triển trồng thanh long.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã có chủ trương phát triển vùng sản xuất thanh long theo Quyết định số 4573/QĐ-BNN-KHCN ngày 22 tháng 10 năm 2014 phê duyệt điều chỉnh dự án khuyến nông Trung ương: “Xây dựng mô hình thâm canh thanh long bền vững, an toàn dịch bệnh” triển khai tại Bình Thuận, Tiền Giang và Long An.

Có sự hỗ trợ của các viện nghiên cứu, trường đại học trong việc nghiên cứu, ứng dụng khoa học, kỹ thuật vào sản xuất giúp nâng cao hiệu quả sản xuất thanh long.

Trong thời gian gần đây, thanh long được tiêu thụ dễ dàng và giá cả có sự tăng cao nên lợi nhuận cũng cao hơn so với những năm trước do người trồng thanh long đã áp dụng tốt việc rải vụn trong sản xuất và thị trường xuất khẩu thanh long đã được mở rộng hơn.

2.2. Một số khó khăn trong sản xuất thanh long

Một là, khó khăn trong khâu sản xuất.

Nông dân sản xuất thanh long theo tập quán cũ, dựa vào kinh nghiệm lâu năm (sử dụng nhiều thuốc bảo vệ thực vật, chất kích

thích sinh trưởng,...), chưa tuân thủ yêu cầu sử dụng thuốc bảo vệ thực vật đúng theo quy trình khuyến cáo của các cơ quan chuyên môn và một phần khác là do ảnh hưởng của biến đổi khí hậu nên sâu bệnh phát sinh, phát triển mạnh (bệnh đốm trắng - đốm nâu và ruồi đục trái). Vì vậy, vấn đề tồn dư thuốc bảo vệ thực vật và hóa chất trong sản phẩm đang là rào cản kỹ thuật lớn trong xuất khẩu thanh long của Việt Nam sang các thị trường khó tính.

Thiếu nguồn cung cấp thanh long đạt chất lượng cho các thị trường cao cấp. Theo Sở NN&PTNT tỉnh Tiền Giang, năm 2020 toàn tỉnh có khoảng 2.184ha sản xuất theo hướng VietGAP, khoảng 547ha được cấp công nhận VietGAP. Trong khi đó, Long An có 620 ha thanh long được cấp giấy chứng nhận VietGAP (Sở NN&PTNT Long An, 2021).

Chất lượng thanh long chưa ổn định, không đồng đều giữa các hộ trồng do chưa sản xuất theo cùng một quy trình nhất định.

Hai là, khó khăn trong khâu sơ chế, bảo quản.

Khâu sơ chế và tồn trữ còn hạn chế, kho bảo quản lạnh tập trung chủ yếu ở một số vừa và công ty.

Ba là, khó khăn trong khâu tiêu thụ.

Giá cả không ổn định, giá mua bán theo hình thức thỏa thuận - “thuận mua vừa bán” (mặc cả), chưa có ký kết hợp đồng. Từ đó, công ty không chủ động được nguồn hàng nên việc tiêu thụ thiếu tính ổn định, bền vững.

Xuất khẩu thanh long có sự đa dạng về thị trường nhưng còn phụ thuộc quá lớn vào thị trường Trung Quốc, các thị trường khác chiếm tỷ trọng thấp.

Bốn là, việc liên kết trong sản xuất và tiêu thụ còn thiếu và yếu.

Việc tổ chức liên kết nông dân trong sản xuất và tiêu thụ thanh long chưa thực hiện

tốt. Diện tích sản xuất thanh long tăng cao nhưng chưa theo quy hoạch, còn mang tính tự phát, sản xuất và tiêu thụ theo hình thức “mua đứt, bán đoạn”, chưa có hợp đồng mua bán chính thức.

Các tổ chức kinh tế hợp tác trên cây thanh long còn thiếu và yếu; tổ hợp tác, hợp tác xã sản xuất, tiêu thụ thanh long hoạt động không hiệu quả, chỉ mang danh nghĩa nhằm để nhận được sự hỗ trợ của nhà nước.

2.3. Những khó khăn trong sản xuất thanh long theo GAP

Một là, thanh long sản xuất theo quy trình GAP thường cho trái nhỏ, năng suất thấp, tốn nhiều thời gian và chi phí nhưng giá bán không có sự chênh lệch nhiều và thậm chí thấp hơn so với sản xuất theo tập quán cũ.

Hai là, chi phí tái chứng nhận khá cao, thủ tục phức tạp, quy trình sản xuất nghiêm ngặt (người dân chưa quen, chưa tuân thủ). Đây cũng là vấn đề mà các cấp chính quyền và các nhà chuyên môn cần có những giải pháp mang tính chiến lược trong thời gian tới.

3. Tình hình tiêu thụ thanh long

3.1. Thuận lợi trong tiêu thụ thanh long

Trên địa bàn Long An có khoảng 96 doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở thu mua thanh long. Tại Tiền Giang hiện có 74 doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở thu mua thanh long. Thị trường xuất khẩu thanh long chính ngạch lên đến hơn 14 quốc gia, chủ yếu là châu Á: Trung Quốc, Đài Loan, Hồng Kông, Thái Lan, Singapore, Indonesia, Malaysia, Nhật, Hàn Quốc, Hà Lan, Anh, Pháp, Đức, Thụy Sĩ, Canada, Mỹ, Úc và thị trường Trung Đông.

3.2. Khó khăn trong tiêu thụ thanh long

Các công ty xuất khẩu cho biết, nhu cầu thanh long ở các thị trường cao cấp còn rất lớn nhưng việc thực hiện các hợp đồng xuất khẩu của các công ty gặp khó khăn do yêu cầu đảm

bảo cả về số lượng và chất lượng theo tiêu chuẩn. Thêm vào đó, có những diện tích đạt chứng nhận GlobalGAP nhưng khi kiểm tra dư lượng hóa chất trong trái thanh long lại vượt mức cho phép do trong quá trình sản xuất người trồng thanh long chưa tuân thủ đầy đủ các quy định của quy trình GAP. Để giải quyết vấn đề này, các công ty phải cử nhân viên kỹ thuật thường xuyên có mặt theo dõi, hướng dẫn nông dân sản xuất đúng yêu cầu kỹ thuật.

4. Phân tích chuỗi giá trị thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long

4.1. Sơ đồ chuỗi giá trị thanh long

Qua khảo sát các tác nhân tham gia chuỗi giá trị thanh long, sơ đồ chuỗi giá trị thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long được trình bày như Hình 1.

Theo dữ liệu thu thập được, năm 2019, sản lượng thanh long là 83.557 tấn, trong đó tiêu thụ nội địa chiếm 27,9% và xuất khẩu 72,1%. Sản lượng thanh long cung ứng ra thị trường theo hai vụ, chủ yếu là vụ nghịch (69,5%) và vụ thuận (30,5%).

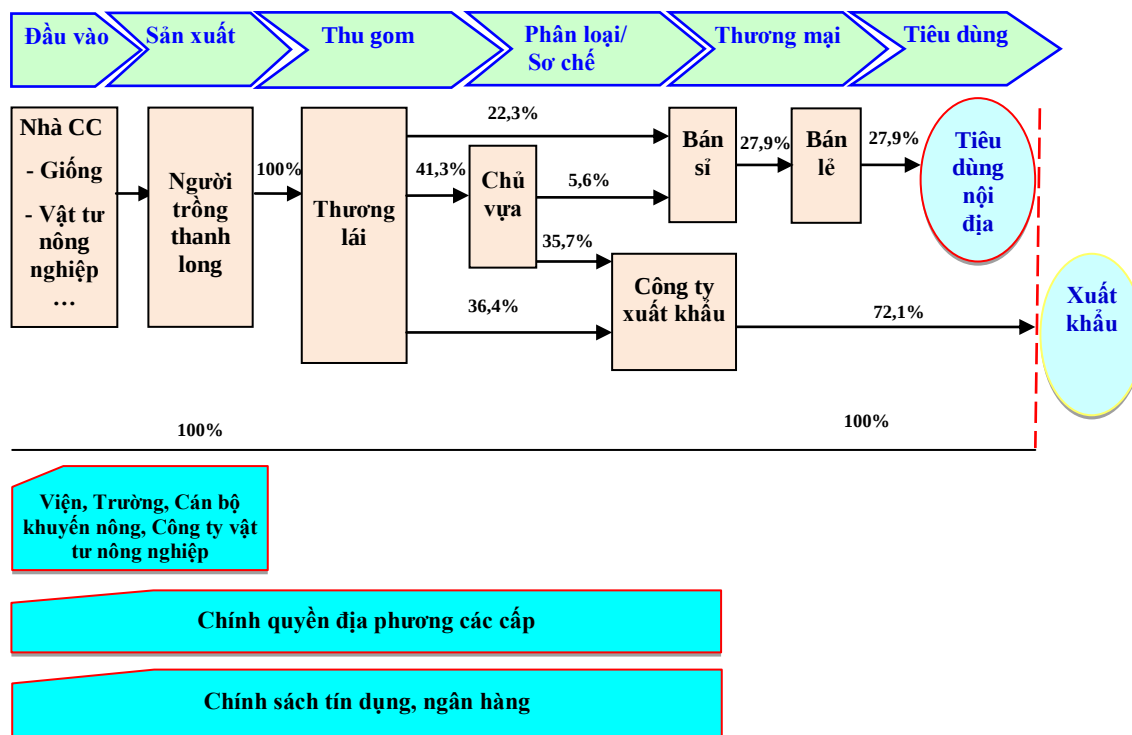
4.2. Phân tích giá trị gia tăng chuỗi giá trị sản phẩm thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long

Trong những phân tích dưới đây, chi phí trung gian và chi phí tăng thêm theo cách tiếp cận chuỗi giá trị được hiểu như sau:

Chi phí trung gian của nông dân là chi phí đầu vào (giống, phân, thuốc) và chi phí tăng thêm là tất cả chi phí còn lại được tính trong giá thành sản xuất (thuê lao động, lãi vay, điện nước....).

Chi phí trung gian của các tác nhân theo sau nông dân là giá bán của tác nhân đi trước trong sơ đồ chuỗi và chi phí tăng thêm là tất cả chi phí phát sinh trong giá thành ngoài chi phí trung gian như tiền thuê lao động, khấu hao, chi phí vật chất, khấu hao, lãi vay, bảo quản...

HÌNH 1. SƠ ĐỒ CHUỖI GIÁ TRỊ THANH LONG VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG NĂM 2019



Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2020.

Bảng 3 phân tích chi tiết giá trị gia tăng thuần theo 02 kênh thị trường nội địa và 02 kênh xuất khẩu của chuỗi giá trị thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Trong cả 4 kênh thị trường, giá trị gia tăng thuần (lợi nhuận/kg) của nông dân là cao nhất (chiếm trên 50% tổng lợi nhuận/kg của toàn chuỗi).

Lợi nhuận/kg của toàn chuỗi giá trị thanh long của hai kênh nội địa đều cao hơn 02 kênh xuất khẩu là do bán lẻ thanh long trong kênh tiêu thụ nội địa có giá bán cao hơn giá xuất khẩu. Tuy nhiên, tỷ trọng giá trị gia tăng thuần của nông dân được tạo ra trong kênh xuất khẩu là cao nhất (chiếm hơn 80%).

BẢNG 3. PHÂN TÍCH GIÁ TRỊ GIA TĂNG THEO KÊNH THỊ TRƯỜNG CỦA CHUỖI GIÁ TRỊ THANH LONG VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG (ĐỒNG/KG)

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	Vựa	Công ty xuất khẩu	Bán sỉ	Bán lẻ	Tổng
Kênh 1: Nông dân - Thương lái - Bán sỉ - Bán lẻ - Tiêu dùng nội địa							
Giá bán	15.982	17.960			20.400	23.200	
Chi phí trung gian	3.551	15.982			17.960	20.400	
Chi phí tăng thêm	2.842	1.420			973	1.245	
Giá trị gia tăng thuần	9.589	558			1467	1.555	13.169

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	Vừa	Công ty xuất khẩu	Bán sỉ	Bán lẻ	Tổng
% GTGT thuần	72,8	4,2			11,1	11,8	100
Kênh 2: Nông dân - Thương lái - Vừa - Bán sỉ - Bán lẻ - Tiêu dùng nội địa							
Giá bán	15.982	18.540	19.050		20.400	23.200	
Chi phí trung gian	3.551	15.982	18.540		19.050	20.400	
Chi phí tăng thêm	2.842	1983	422		973	1.245	
Giá trị gia tăng thuần	9.589	575	88		377	1.555	12.184
% GTGT thuần	78,7	4,7	0,7		3,1	12,7	100
Kênh 3: Nông dân - Thương lái - Vừa - Công ty xuất khẩu - Xuất khẩu							
Giá bán	15.982	18.540	20.845	24.938			
Chi phí trung gian	3.551	15.982	18.540	20.845			
Chi phí tăng thêm	2.842	1983	2.075	2.772			
Giá trị gia tăng thuần	9.589	575	230	1.321			11.715
% GTGT thuần	81,9	4,9	2,0	11,2			100
Kênh 4: Nông dân - Thương lái - Công ty xuất khẩu - Xuất khẩu							
Giá bán	15.982	20.845		24.938			
Chi phí trung gian	3.551	15.982		20.845			
Chi phí tăng thêm	2.842	3.871		2.772			
Giá trị gia tăng thuần	9.589	992		1.321			11.902
% GTGT thuần	80,6	8,3		11,1			100

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020.

Ghi chú: Những chỉ tiêu trên được tính trên 1kg thanh long tươi.

4.3. Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long

Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long

BẢNG 4. PHÂN TÍCH TỔNG HỢP KINH TẾ CHUỖI GIÁ TRỊ THANH LONG VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG NĂM 2019

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	Vừa	Công ty xuất khẩu	Bán sỉ	Bán lẻ	Tổng
Chuỗi giá trị thanh long nội địa							
1. Sản lượng (tấn)	23.312	23.312	4.679		23.312	23.312	
2. Giá bán (đồng/kg)	15.982	18.250	19.050		20.400	23.200	
3. Tổng chi phí (đồng/kg)	6.393	17.684	18.962		19.478	21.645	
4. Lợi nhuận (đồng/kg)	9.589	566	88		922	1.555	12.720

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	Vựa	Công ty xuất khẩu	Bán sỉ	Bán lẻ	Tổng
% Lợi nhuận	75,4	4,4	0,7		7,2	12,2	100
5. Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	223,5	13,2	0,4		21,5	36,3	295
% Tổng lợi nhuận	75,7	4,5	0,1		7,3	12,3	100
6. Tổng thu nhập (tỷ đồng)	372,6	425,4	89,1		475,6	540,8	1.904
% Tổng thu nhập	19,6	22,3	4,7		25	28,4	100
Chuỗi giá trị thanh long xuất khẩu							
1. Sản lượng (tấn)	60.245	60.245	29.830	60.245			
2. Giá bán (đồng/kg)	15.982	19.690	20.845	24.938			
3. Tổng chi phí (đồng/kg)	6.393	18.909	20.615	23.617			
4. Lợi nhuận (đồng/kg)	9.589	781	230	1.321			11.921
% Lợi nhuận	80,4	6,6	1,9	11			100
5. Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	577,6	47,1	6,9	79,6			711
% Tổng lợi nhuận	81,2	6,6	1,0	11,2			100
6. Tổng thu nhập (tỷ đồng)	962,9	1.186	621,8	1.502,4			4.273
% Tổng thu nhập	22,5	27,7	14,6	35,2			100
Chuỗi giá trị theo kênh xuất khẩu và nội địa							
1. Sản lượng (tấn)	83.557	83.557	34.509	60.245	23.312	23.312	
2. Giá bán (đồng/kg)	15.982	19.285	20.600	24.938	20.400	23.200	
3. Tổng chi phí (đồng/kg)	6.393	18.563	20.388	23.617	19.478	21.645	
4. Lợi nhuận (đồng/kg)	9.589	721,7	212	1.321	922	1555	14.321
% Lợi nhuận	67	5,0	1,5	9,2	6,4	10,9	100
5. Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	801,2	60,3	7,3	79,6	21,5	36,3	1.006
% Tổng lợi nhuận	79,6	6,0	0,7	7,9	2,1	3,6	100
6. Tổng thu nhập (tỷ đồng)	1.335,4	1.611,4	710,9	1.502,4	475,6	540,8	6.177
% Tổng thu nhập	21,6	26,1	11,5	24,3	7,7	8,8	100

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020.

Kết quả phân tích Bảng 4 cho thấy, tổng doanh thu thanh long của vùng năm 2019 là 6.177 tỷ đồng, trong đó, kênh tiêu thụ nội địa chiếm 30,8% và kênh xuất khẩu chiếm 69,2%. Cao nhất là doanh thu của thương lái (26,1%), kế đến công ty xuất khẩu (24,3%) và nông dân trồng thanh long là (21,6%).

Tổng lợi nhuận thanh long của toàn vùng năm 2019 đạt 1.006 tỷ đồng, cao nhất là người trồng thanh long (79,6%), kế đến là công ty xuất khẩu (7,9%) và thương lái (6,0%).

Qua khảo sát các tác nhân trong chuỗi giá trị thanh long, các tổ chức, cá nhân hỗ trợ thúc đẩy chuỗi giá trị thanh long, tình hình liên kết trong sản xuất, tiêu thụ giữa các tác nhân còn rất hạn chế.

Liên kết ngang

Liên kết ngang là liên kết giữa các tác nhân trong cùng một khâu trong chuỗi.

Nông dân là tác nhân đầu tiên tạo ra sản phẩm thanh long và là tác nhân trung tâm của

chuỗi giá trị. Chính quyền địa phương đã hỗ trợ, tạo điều kiện thành lập các hợp tác xã, tổ hợp tác nông nghiệp ở địa phương (trong đó có một số hợp tác xã, tổ hợp tác trồng thanh long) để nông dân liên kết với nhau tạo ra sản lượng lớn, chất lượng đồng nhất để tiếp cận thị trường tiêu thụ. Tuy nhiên, nông dân chưa mạnh dạn tham gia, năng lực quản lý hợp tác xã, tổ hợp tác còn hạn chế.

Các tác nhân thương mại hầu như không có liên kết hay hỗ trợ lẫn nhau trong quá trình kinh doanh. Kết quả khảo sát cho thấy, các liên kết ngang ở nhóm tác nhân này chỉ dừng lại ở mức độ thỏa thuận không chính thức về phân vùng thu mua nguyên liệu. Hiện chưa hình thành liên kết ngang để thống nhất giá cả, phẩm cấp và chất lượng thanh long. Ngoài ra, mối quan hệ cạnh tranh giữa những tác nhân thương mại khá gay gắt. Nếu tình trạng đất hàng diễn ra, giá thanh long tăng trong khi nguồn cung thanh long từ nông hộ khan hiếm, các tác nhân thương mại sẵn sàng phá vỡ các thỏa thuận không chính thức về địa bàn thu mua, giá cả và chất lượng sản phẩm.

Liên kết dọc

Liên kết dọc là liên kết giữa các tác nhân trong các khâu khác nhau của chuỗi.

Liên kết giữa nông hộ với tác nhân cung cấp đầu vào: Mối liên kết giữa nông hộ trồng thanh long với các cửa hàng vật tư nông nghiệp là khá chặt chẽ. Tuy không có một hợp đồng cung cấp nguyên liệu rõ ràng cho nông hộ nhưng dựa vào các mối quan hệ quen biết lâu dài, các tác nhân cung cấp đầu vào sẵn sàng cung ứng các vật tư cần thiết cho nông hộ dưới hình thức bán chịu.

Liên kết giữa nông hộ và thương lái: thương lái mua thanh long của nông hộ cũng dựa trên mối liên kết quen biết lâu dài tại địa phương. Tuy không giao kết bằng một hợp đồng chính thức nào nhưng khi đến thu hoạch,

các nông hộ thường chỉ liên lạc với thương lái đã có mối quan hệ thương mại để bán thanh long. Mối liên kết này giúp nông hộ và thương lái tiết kiệm được thời gian và chi phí giao dịch.

Liên kết giữa nông hộ với người bán sỉ, bán lẻ: Rất ít nông hộ bán trực tiếp cho người bán sỉ, bán lẻ. Lý do cả người mua và người bán đều không có đủ điều kiện và năng lực để tiếp cận nhau. Đối với nông hộ, hoạt động chủ yếu của họ là sản xuất, vì vậy họ không đầu tư phương tiện để có thể phân phối đến người bán sỉ, bán lẻ. Với người bán sỉ, bán lẻ, do đối tượng này kinh doanh với quy mô nhỏ lẻ, chỉ bán thanh long cho đối tượng người tiêu dùng nên khối lượng mua bán của họ rất ít. Vì vậy, nếu phải trực tiếp tìm kiếm nông hộ để mua thanh long thì chi phí đầu tư cao hơn rất nhiều so với việc mua thanh long từ các tác nhân thương mại khác. Vì thế, mối quan hệ giữa các đối tượng này là rất mờ nhạt, lỏng lẻo.

Liên kết giữa những tác nhân thương mại: giữa các tác nhân thương mại cũng tồn tại liên kết. Liên kết của các tác nhân thương mại được hình thành dựa trên sự quen biết và chỉ mang tính chất hỗ trợ lẫn nhau trong những hoàn cảnh và thời gian nhất định. Sự hỗ trợ chỉ đơn thuần là trao đổi thông tin, hầu như rất ít mối liên kết được hình thành chặt chẽ và có hệ thống.

Nhìn chung, hoạt động liên kết dọc, liên kết ngang giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị thanh long còn rất hạn chế. Thanh long của vùng Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng và của Việt Nam nói chung chủ yếu được xuất khẩu tiểu ngạch sang thị trường Trung Quốc. Trong khi đó, trước tình hình đại dịch Covid19, Trung Quốc và các quốc gia khác hạn chế nhập khẩu tiểu ngạch sản phẩm nông nghiệp nói chung và thanh long nói riêng, tăng cường các rào cản kỹ thuật đối với sản phẩm nhập khẩu. Các thị trường khó tính (Châu Âu,

Mỹ, Nhật, Hàn Quốc,...) thì yêu cầu sản phẩm phải đạt các tiêu chuẩn GAP. Vì vậy, để phát triển chuỗi giá trị thanh long trong thời gian tới, cần tăng cường liên kết giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị nhằm tạo ra sản phẩm đạt các tiêu chuẩn chất lượng với số lượng lớn để tiếp cận thị trường xuất khẩu.

4.4. Phân tích rủi ro và quản lý rủi ro trong chuỗi cung ứng thanh long

Trong sản xuất nông nghiệp nói chung và thanh long nói riêng, có 7 loại rủi ro thường gặp đó là rủi ro do thời tiết, thảm họa thiên nhiên, ô nhiễm, thị trường, thể chế chính sách, khâu hậu cần và quản lý của các tác nhân tham gia. Những rủi ro này có thể ảnh hưởng đến toàn bộ các tác nhân tham gia chuỗi với các mức độ khác nhau.

Những tác động của biến đổi khí hậu như mưa nhiều làm cho bệnh phát sinh, phát triển mạnh nhất là bệnh đốm trắng (đốm nâu), thối rễ. Vì vậy, người trồng thanh long phải sử dụng nhiều thuốc bảo vệ thực vật để khống chế dịch bệnh làm tăng chi phí, tồn dư hóa chất trong sản phẩm ảnh hưởng đến chất lượng. Kết quả khảo sát cho thấy, có khoảng

75% tổng lượng thanh long xuất khẩu (72,1%) của vùng được xuất sang Trung Quốc do thị trường này chưa chú trọng về chất lượng, còn các thị trường như Mỹ, Châu Âu, Nhật,... có yêu cầu cao về chất lượng nên xuất khẩu thanh long của vùng sang các thị trường này còn rất hạn chế, làm cho hiệu quả sản xuất và thu nhập nông hộ cũng bị ảnh hưởng. Để hạn chế ảnh hưởng của biến đổi khí hậu đến sản xuất thanh long cần có những giải pháp cụ thể để khắc phục: quản lý, sử dụng tốt các hệ thống cống, kênh, mương nhằm chủ động tưới tiêu nước; thực hiện đồng bộ các giải pháp về quản lý dịch hại tổng hợp - IPM (Thu gom, xử lý cành, bông thanh long, sử dụng các chế phẩm sinh học, sử dụng thuốc theo nguyên tắc 4 đúng, bón phân hợp lý,...) để hạn chế tối đa việc sử dụng thuốc bảo vệ thực nhằm giảm chi phí, hạ giá thành sản phẩm, tránh tồn dư hóa chất trong sản phẩm, giúp nâng cao chất lượng và hiệu quả sản xuất thanh long.

Bảng 5 dưới đây trình bày kết quả tổng hợp từ khảo sát tác động của rủi ro và quản lý của các tác nhân tác nhân tham gia chuỗi, cụ thể như sau:

BẢNG 5. RỦI RO VÀ QUẢN LÝ RỦI RO CỦA CÁC TÁC NHÂN THAM GIA CHUỖI

Các loại rủi ro	Rủi ro/Quản lý rủi ro của tác nhân					
	Nông dân	Thương lái	Vựa	Công ty XK	Bán sỉ	Bán lẻ
1. Thời tiết (mưa, gió,...)	H/M	L/L	L/M	M/H	M/M	M/M
2. Thảm họa (lũ, bão,...)	L/L	L/L	L/L	L/H	L/L	L/L
3. Sinh học, ô nhiễm,...	M/M	-	L/L	L/M	L/L	L/L
4. Biến động thị trường	H/L	H/L	H/L	H/M	H/M	H/M
5. Chính sách và thể chế	L/L	L/L	M/L	H/L	L/L	L/L
6. Hậu cần (thất thoát,...)	L/H	L/L	L/L	L/H	L/H	L/H
7. Do quản lý	M/H	L/M	L/L	L/H	L/H	L/H

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020.

Ghi chú: H: Cao, M: Trung bình, L: Thấp.

(1) Rủi ro về thời tiết ảnh hưởng ở mức khá cao đối với nông dân và ở mức độ thấp, trung bình đối với các tác nhân còn lại. Sau khi thu mua thanh long thì thương lái vận chuyển ngay đến chợ hoặc công ty có điều kiện tốt trong quản lý các rủi ro về thời tiết. Tuy nhiên, đối với nông dân, việc quản lý rủi ro do thời tiết ở mức trung bình do khi có mưa bão thì bệnh dễ phát sinh và trái dễ bị nứt, hư làm ảnh hưởng đến năng suất, chất lượng, hiệu quả trồng thanh long.

(2) Rủi ro về thảm họa, thiên tai được hầu hết nông dân khẳng định không có xảy ra, trừ một số huyện thuộc vùng Đồng Tháp Mười giáp với tỉnh Đồng Tháp thường có lũ hàng năm nhưng khu vực này có diện tích thanh long không đáng kể (năm 2019, diện tích của 4 huyện Tân Thạnh, Mộc Hóa, Tân Hưng, Kiến Tường chỉ có 1,5 ha chiếm 0,07% so với toàn vùng).

(3) Rủi ro về sinh học và môi trường được đánh giá là có ảnh hưởng ở mức độ thấp, trung bình. Việc quản lý rủi ro này ở mức độ thấp và trung bình, do nông dân chưa nhận thức rõ sự tác động của ô nhiễm môi trường đến năng suất và chất lượng cũng như an toàn vệ sinh thực phẩm trên trái thanh long. Hơn nữa, các quy định chưa được thực hiện triệt để, việc sử dụng phân gà tươi bón trực tiếp và vứt cành, bông, trái thanh long tại vườn, ao, kênh còn rất phổ biến gây ô nhiễm môi trường.

(4) Rủi ro về biến động thị trường ảnh hưởng lớn đến tất cả các tác nhân (giá cả, yêu cầu về số lượng và chất lượng,...). Việc quản lý rủi ro của các tác nhân ở mức độ thấp và trung bình. Trường hợp công ty có kho dự trữ thì quản lý rủi ro này tốt hơn; tuy nhiên, cũng rất khó quản lý nếu giá thị trường thay đổi thường xuyên trong khi kho lạnh trữ thanh

long tới đa khoảng 10-15 ngày. Vì vậy, các tác nhân tham gia chuỗi giá trị đều mong muốn thanh long có thị trường tiêu thụ ổn định về giá cả và số lượng.

(5) Rủi ro về thể chế, chính sách thì tập trung chủ yếu ở công ty, nhất là việc xúc tiến thương mại, nâng cao chất lượng sản phẩm, chính sách thu hút đầu tư,... ảnh hưởng đến việc kinh doanh của công ty. Những chính sách này cũng tác động gián tiếp đến các tác nhân khác trong chuỗi và không thể quản lý được hoặc quản lý ở mức thấp, thể hiện cụ thể trong Bảng 5.

(6) Đối với rủi ro về hậu cần, cơ sở hạ tầng thì chợ, công ty, người bán sỉ, bán lẻ quản lý tốt rủi ro này vì việc kinh doanh của họ được thực hiện hoàn toàn chủ động về bốc xếp và chuyên chở.

(7) Công ty và người bán sỉ, bán lẻ cũng quản lý tốt các rủi ro do quản lý. Tuy nhiên, hàng năm họ vẫn mất một khoản doanh thu do khách hàng nợ hoặc trả chậm hoặc bị lỗi trong trường hợp bị đội hàng ở cửa khẩu, phía Trung Quốc mua giá thấp khi xuất bằng đường tiểu ngạch, tồn dư hóa chất làm ảnh hưởng đến khả năng tài chính của công ty để thực hiện các kinh doanh tiếp theo.

4.5. Phân tích các chính sách tác động đến chuỗi giá trị thanh long

Bảng 6 cho thấy nông dân, thương lái, chợ và công ty xuất khẩu bị tác động lớn bởi chính sách xuất khẩu (chính sách này được hiểu là việc đẩy mạnh xúc tiến thương mại, tìm kiếm mở rộng thị trường tiêu thụ thanh long) do có tới 75% lượng thanh long xuất khẩu (trong tổng số 73,2% thanh long xuất khẩu) được xuất sang thị trường Trung Quốc.

BẢNG 6. ẢNH HƯỞNG CHÍNH SÁCH ĐẾN CÁC TÁC NHÂN THAM GIA CHUỖI

Chính sách	Các tác nhân tham gia chuỗi					
	Nông dân	Thương lái	Vựa	Công ty XK	Bán sỉ	Bán lẻ
Môi trường	M (38,6%)	-	-	-	-	-
Chất lượng	L (48,6%)	H (80%)	L (100%)	H (100%)	L (86,7%)	L (100%)
Tín dụng	L (92,7%)	M (80%)	H (100%)	H (80%)	M (100%)	M (100%)
Xuất khẩu	H (51,4%)	H (80%)	H (100%)	H (80%)	M (100%)	L (80%)
Thuế	L (100%)	L (100%)	L (80%)	M (100%)	L (100%)	L (100%)
Giá	L (100%)	L (100%)	L (100%)	L (100%)	L (100%)	L (100%)

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020.

Các tác nhân như thương lái, vựa và công ty bị ảnh hưởng khá lớn bởi các chính sách như chất lượng, tín dụng. Ngoài ra, các chính sách khuyến khích phát triển doanh nghiệp, nâng cao xuất khẩu, hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện xúc tiến thương mại đã tạo sự thuận lợi cho công ty phát triển kinh doanh. Chính sách về giá và thuế hầu như không ảnh hưởng đến

các tác nhân trong chuỗi. Khác với lúa gạo, thanh long chưa có chính sách thu mua bình ổn giá (giá sàn) ở những thời điểm thanh long rớt giá và thanh long là một trong những mặt hàng nông sản có sự biến động rất lớn về giá.

5. Phân tích SWOT toàn chuỗi giá trị thanh long và các giải pháp

BẢNG 7. PHÂN TÍCH SWOT TOÀN CHUỖI NGÀNH HÀNG THANH LONG

Cơ hội (O)	Nguy cơ (T)
1. Thị trường thanh long đang tăng trưởng 2. Các chính sách của tỉnh 3. Chính sách liên quan sản xuất, tiêu thụ trái cây của Chính phủ	1. Cạnh tranh cao về giá và chất lượng với các nước khác. 2. Các nước tăng hàng rào kỹ thuật đối với thanh long Việt Nam 3. Lệ thuộc nhiều vào thị trường Trung Quốc 4. Nhu cầu tiêu dùng sản phẩm đảm bảo ATVSTP.
Điểm mạnh (S)	Điểm yếu (W)
1. Có vùng chuyên canh cao 2. Các tác nhân tham gia khâu thương mại có tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long 3. Hiệu quả kinh tế cao 4. Rải vụ thanh long tốt	1. Thiếu thanh long đạt tiêu chuẩn chất lượng theo yêu cầu thị trường 2. Thiếu liên kết sản xuất, tiêu thụ, sản xuất nhỏ, lẻ. 3. Tồn dư thuốc bảo vệ thực vật, hóa chất cao. 4. Quy hoạch sản xuất, tiêu thụ chưa sát hợp với thị trường 5. Các hình thức kinh tế hợp tác hoạt động yếu, thiếu

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020.

Từ kết quả phân tích SWOT của toàn chuỗi ngành hàng thanh long ở Bảng 7, nghiên cứu đề xuất 6 giải pháp gắn với 11 hoạt động để nâng cấp chuỗi giá trị ngành hàng thanh long trong thời gian tới.

5.1. Giải pháp đột phá (SO) và các hoạt động

Kết quả khảo sát cho thấy, sản xuất thanh long ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long đứng trước cơ hội lớn do thị trường thanh long của thế giới đang tăng trưởng, địa phương có chính sách đầu tư, hỗ trợ. Đồng thời, điểm mạnh của Đồng bằng sông Cửu Long là có vùng chuyên canh thanh long tập trung ở huyện Châu Thành tỉnh Long An và huyện Chợ Gạo tỉnh Tiền Giang.

Kết hợp những cơ hội và điểm mạnh này, nghiên cứu đưa ra giải pháp đột phá [SO (1)]: Nâng cao kiến thức, năng lực cho các tác nhân tham gia chuỗi. Hình thành liên kết giữa nông dân với doanh nghiệp để sản xuất, tiêu thụ thanh long đáp ứng theo yêu cầu thị trường về số lượng, chất lượng.

Để thực hiện giải pháp này cần có các hoạt động sau:

(1) Tập huấn, cập nhật thông tin cho các tác nhân tham gia chuỗi về cung cầu thanh long trong nước, thế giới và cách tiếp cận chuỗi. Hoạt động này nhằm giúp cho các tác nhân nắm được nhu cầu của thị trường, hiểu được vai trò của các tác nhân trong chuỗi để đưa sản phẩm ra thị trường một cách bền vững.

(2) Xây dựng các chính sách mời và thu hút doanh nghiệp đầu tư liên kết với nông dân, hình thành vùng nguyên liệu sản xuất thanh long theo một quy trình kỹ thuật, tạo ra sản phẩm đồng đều về chất lượng và có hợp đồng bao tiêu ổn định. Hoạt động này nhằm rút ngắn kênh thị trường (giảm tác nhân trung gian), tạo

sự ổn định về sản xuất và tiêu thụ, tăng lợi nhuận cho người trồng thanh long.

(3) Tổ chức tập huấn, dạy nghề về kỹ thuật trồng thanh long theo tiêu chuẩn GAP nhằm mục đích nâng cao nhận thức, cung cấp kiến thức về thực hành sản xuất tốt để tạo ra sản phẩm chất lượng, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường.

(4) Tập huấn cho lãnh đạo các tổ hợp tác, hợp tác xã kiến thức về quản lý chuỗi cung ứng và xây dựng kế hoạch sản xuất, kinh doanh theo yêu cầu thị trường nhằm nâng cao năng lực cho ban lãnh đạo. Từ đó, giúp họ quản lý, điều hành hoạt động sản xuất, kinh doanh đạt hiệu quả đáp ứng với xu thế hội nhập.

5.2. Giải pháp thích ứng (ST) và các hoạt động

Sản xuất thanh long của tỉnh đang đối mặt với những nguy cơ như: cạnh tranh về giá và chất lượng với các nước, tăng hàng rào kỹ thuật đối với thanh long Việt Nam, lệ thuộc nhiều vào thị trường Trung Quốc, nhu cầu tiêu dùng sản phẩm đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm ngày càng cao trong khi chất lượng thanh long của vùng còn rất hạn chế. Tuy nhiên, Đồng bằng sông Cửu Long có những thế mạnh về vùng chuyên canh cao, có đầy đủ tác nhân trong khâu thương mại, hiệu quả kinh tế từ sản xuất thanh long khá cao, thực hiện trồng thanh long rải vụ tốt.

Với những điểm mạnh và nguy cơ nêu trên, Đồng bằng sông Cửu Long cần có giải pháp thích ứng như: [ST (2)] Đầu tư nâng cao chất lượng, tạo thương hiệu tốt cho nhãn hiệu thanh long Long An về lâu dài. [ST (3)] Đa dạng hóa chủng loại và các sản phẩm chế biến từ thanh long nhằm nâng cao giá trị gia tăng. Để thực hiện các giải pháp này cần có những hoạt động sau:

Hoạt động gắn với giải pháp [ST (2)]

(5) Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường, quảng bá sản phẩm và nhãn hiệu thanh long để các thị trường mới biết đến thanh long Đồng bằng sông Cửu Long nhằm tạo thương hiệu cho nhãn hiệu thanh long của vùng.

(6) Rà soát, quy hoạch diện tích trồng tập trung, hạn chế tăng diện tích trồng tự phát, đầu tư nâng cao chất lượng ở vùng sản xuất chuyên canh. Hoạt động nhằm đảm bảo tính bền vững trong sản xuất và tiêu thụ thanh long đang có tính cạnh tranh cao về số lượng và chất lượng.

Hoạt động gắn với giải pháp [ST (3)]

(7) Đầu tư nghiên cứu tạo ra các chủng loại thanh long khác nhau nhằm đáp ứng thị hiếu của thị trường về màu sắc, hương vị và chất lượng thị quả.

(8) Khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp đầu tư, nghiên cứu chế biến thanh long. Đây là hoạt động nhằm tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng (rượu, nước ép, nước si rô, kẹo, thạch thanh long, ...).

5.3. Giải pháp điều chỉnh (WO) và các hoạt động

Sản xuất thanh long của tỉnh có những cơ hội tốt: thị trường thanh long đang tăng trưởng, các chính sách của các tỉnh và Chính phủ về sản xuất, tiêu thụ. Tuy nhiên, sản xuất thanh long của vùng còn nhiều điểm yếu như thiếu lượng thanh long đạt tiêu chuẩn chất lượng; thiếu liên kết sản xuất, tiêu thụ; tồn dư thuốc bảo vệ thực vật, hóa chất cao; quy hoạch sản xuất, tiêu thụ chưa sát hợp với thị trường; các hình thức kinh tế hợp tác hoạt động yếu và thiếu.

Do vậy, sản xuất thanh long của tỉnh cần có những giải pháp điều chỉnh phù hợp như: [WO (4)] Hỗ trợ, củng cố các tổ hợp tác, hợp tác xã nâng cao hiệu quả hoạt động theo hướng nâng cao chất lượng. [WO (5)] Phát triển các mô hình sản xuất quy mô lớn, có hợp đồng đầu

ra ổn định theo yêu cầu thị trường, với các hoạt động cụ thể sau:

Hoạt động gắn với giải pháp [WO (4)]

(9) Trong giai đoạn này cần hình thành và tổ chức lại các tổ hợp tác, hợp tác xã tập trung vào khâu sản xuất thanh long chất lượng, quản lý dịch hại bằng biện pháp IPM, sản xuất theo GAP, gắn kết với công ty bao tiêu sản phẩm nhằm tạo ra sản phẩm đạt yêu cầu thị trường, phát triển sản xuất ổn định và bền vững.

Hoạt động gắn với giải pháp [WO (5)]

(10) Hỗ trợ xây dựng liên kết sản xuất tự nguyện giữa nông dân với nông dân (liên kết ngang). Mục tiêu là để hình thành các cánh đồng lớn sản xuất theo một quy trình kỹ thuật tạo ra sản phẩm đạt yêu cầu về số lượng và chất lượng, có hợp đồng đầu ra ổn định.

5.4. Giải pháp phòng rủi ro (WT) và các hoạt động

Ngoài các điểm yếu như thanh long chưa đạt tiêu chuẩn chất lượng; thiếu liên kết sản xuất, tiêu thụ; tồn dư thuốc bảo vệ thực vật, hóa chất trong thanh long cao; quy hoạch sản xuất, tiêu thụ chưa sát hợp với thị trường; các hình thức kinh tế hợp tác hoạt động yếu và thiếu. Sản xuất thanh long của tỉnh có khả năng gánh chịu những rủi ro cạnh tranh cao về giá và chất lượng; các nước tăng hàng rào kỹ thuật đối thanh long Việt Nam; lệ thuộc nhiều vào thị trường Trung Quốc; nhu cầu tiêu dùng sản phẩm đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.

Trước thực tế này, Đồng bằng sông Cửu Long cần có các giải pháp phòng rủi ro, cụ thể: [WT (6)] Hỗ trợ nâng cao ý thức nông dân về chất lượng, giảm phát triển diện tích thanh long tự phát và ý thức hợp tác sản xuất thanh long quy mô lớn.

Hoạt động gắn liền với giải pháp này là (11) Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến các thông tin về thị trường, lợi ích của việc hình thành các

liên kết (ngang và dọc); tầm quan trọng và ý nghĩa của việc sản xuất theo yêu cầu thị trường. Mục tiêu là để nâng cao nhận thức của người trồng thanh long về tính tự nguyện, tầm quan trọng của liên kết, giữ vững thương hiệu cho nhãn hiệu thanh long của vùng.

Tóm lại, để nâng cao giá trị gia tăng và nâng cấp chuỗi giá trị gia tăng của thanh long thì cần tập trung thực hiện các giải pháp sau: Hình thành liên kết trong sản xuất (giữa nông dân với nông dân) và tiêu thụ (giữa nông dân với doanh nghiệp), xây dựng cánh đồng lớn sản xuất thanh long cùng quy trình kỹ thuật theo yêu cầu của thị trường, có hợp đồng bao tiêu ổn định của doanh nghiệp; đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, hạn chế lệ thuộc vào Trung Quốc thông qua việc đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, giới thiệu thanh long của vùng đến các nước trên thế giới.

Tài liệu tham khảo

1. Ban chỉ đạo xây dựng nông thôn mới, UBND tỉnh Bến Tre (2019), *Phân việc hộ gia đình chủ động thực hiện trong xây dựng nông thôn mới*.
2. Đoàn Minh Vương, Võ Thị Thanh Lộc, Huỳnh Vũ Kiệt và Nguyễn Thanh Tiến (2015). Phân tích chuỗi giá trị thanh long tại Huyện Chợ Gạo, tỉnh Tiền Giang. Tạp chí Khoa học, Trường Đại Học Cần Thơ, Số 36d, tr. 10-22.
3. Phòng Nông nghiệp huyện Chợ Gạo (2021). Báo cáo tình hình sản xuất và tiêu thụ thanh long huyện Chợ Gạo năm 2020. Phòng Nông nghiệp huyện Chợ Gạo.
4. GTZ (2007). Manual on Sustainable Value Chain Development. GTZ.
5. Hellin, J., and Meijer, M., (2006). Guidelines for Value Chain Analysis. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). Accessed 10 Dec 2019 at: http://www.fao.org/fileadmin/templates/esa/LISFAME/Documents/Ecuador/value_chain_methodology_EN.pdf.
6. Kaplinsky, R. and M. Morris, 2001. A Handbook for Value Chain Research. Brighton: United Kingdom, Institute of Development Studies, University of Sussex.
7. Raikes, P., Jensen, M.F., and Ponte, S., (2000). Global commodity chain analysis and the French Filière approach: Comparison and critique. Journal of Economy and Society, 29: 390-417.
8. Sở Công Thương Tiền Giang (2021). Báo cáo tổng kết năm 2020 và kế hoạch hoạt động 2021. Sở Công Thương Tiền Giang.

Kết luận

Phân tích chuỗi giá trị thanh long vùng Đồng bằng sông Cửu Long cho thấy, có 6 tác nhân tham gia gồm nông dân, thương lái, vựa, công ty xuất khẩu, bán sỉ, bán lẻ. Hiệu quả sản xuất thanh long là khá cao; tổng thu nhập cao nhất là thương lái (26,1%), kế đến là công ty xuất khẩu và nông dân; tổng lợi nhuận của nông dân là cao nhất (801,2 tỷ đồng/năm, chiếm 67%). Mặc dù nhu cầu của thị trường có tính ổn định cao về số lượng, chất lượng và giá cả nhưng sản xuất thanh long của vùng chưa đáp ứng yêu cầu. Nghiên cứu đã đề xuất 6 giải pháp và 11 hoạt động để nâng cấp ngành hàng thanh long của vùng. Trong thời gian tới, vùng Đồng bằng sông Cửu Long cần ưu tiên tập trung các hoạt động trong chiến lược đột phá để thực hiện sản xuất thanh long theo hướng nâng cao chất lượng, hình thành các liên kết kinh doanh cho sản xuất và tiêu thụ thanh long của vùng.

9. Sở NN&PTNT Tiền Giang (2021). Báo cáo đánh giá kết quả hoạt động ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn năm 2020, kế hoạch sản xuất năm 2021. Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Tiền Giang.
10. Sở NNPTNT Long An (2021). Báo cáo đánh giá kết quả hoạt động ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn năm 2020, kế hoạch sản xuất năm 2021. Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Long An.
11. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013). Phân tích chuỗi giá trị các sản phẩm. Thành phố Cần Thơ: Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.
12. Vinafruits (2020). Thống kê tình hình sản xuất và xuất khẩu trái cây Việt Nam. Truy cập ngày 6/4/2021 tại: http://www.vinafruit.com/web/index.php?option=com_contentlist&cat=1&id=19.

Thông tin tác giả:

1. Nguyễn Thị Hằng Nga, ThS.

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế, Trường Đại học Bạc Liêu.

- Địa chỉ email: nthnga@blu.edu.vn

2. Nguyễn Tri Khiêm, PGS.TS.

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế, Trường Đại học Nam Cần Thơ.

Ngày nhận bài: 10/9/2021

Ngày nhận bản sửa: 6/11/2021

Ngày duyệt đăng: 4/12/2021