

DẠNG THỨC PHÂN PHỐI TRÁI CÂY TẠI TIỀN GIANG

TẠ DOÃN CƯỜNG*

Dạng thức phân phối hàng hóa dịch vụ được diễn giải với nhiều kiểu tồn tại khác nhau trong phân phối, được phân loại và nhận diện thông qua cấu trúc của mỗi dạng thức. Trong không gian phân phối hàng hóa dịch vụ, dạng thức phân phối được xác định là cấu trúc nhỏ nhất để hình thành nên các kênh phân phối và mạng lưới phân phối bằng việc kết nối các phần tử và dạng thức phân phối.

Mạng lưới phân phối trái cây tại tỉnh Tiền Giang được hình thành và thiết lập bởi các dạng thức phân phối trái cây điển hình và phổ biến tại tỉnh Tiền Giang. Thông qua mạng lưới được khảo sát, các mối quan hệ giữa các bên tham gia như nhà vườn, thương lái, chủ vựa trái cây... trong mạng lưới và kênh phân phối đã được xem xét, đánh giá về vị thế và vai trò. Từ thực tiễn trên, bài viết đưa ra một vài ý kiến nhằm hoàn thiện và nâng cao chất lượng mạng lưới phân phối trái cây tại Tiền Giang.

Từ khóa: *phân phối, dạng thức phân phối, kênh phân phối, mạng lưới phân phối, Tiền Giang*

Nhận bài ngày: 1/12/2016; đưa vào biên tập: 14/12/2016; phản biện: 20/3/2017; duyệt đăng: 20/5/2017

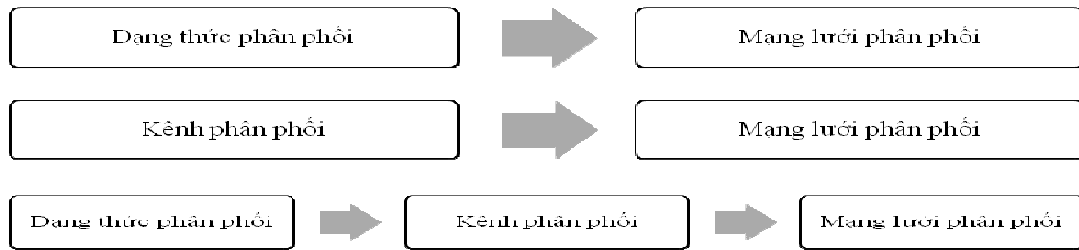
Tiền Giang là nơi có truyền thống và thế mạnh về trái cây, là một trong những tỉnh trọng điểm về sản xuất và xuất khẩu trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long. Trái cây của Tiền Giang đã có mặt ở nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ, kể cả những thị trường cao cấp, khó tính như Châu Âu, Hoa

Kỳ, Hàn Quốc, Nhật Bản. Tại thị trường nội địa, trái cây của Tiền Giang cũng có mặt hầu khắp các đô thị và thành phố lớn thông qua mạng lưới phân phối được thiết lập linh hoạt, phục vụ nhu cầu tiêu dùng trái cây tươi ngày càng gia tăng của người dân.

Trong nhiều năm, mua bán trái cây nói chung vẫn thông qua các kênh

* Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.

Hình 1. Cách thức hình thành mạng lưới phân phối hàng hóa và dịch vụ



Nguồn: Tạ Doãn Cường tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhiệm vụ cơ sở 2016.

phân phối truyền thống, đó là các kênh được thiết lập giản đơn giữa các nhà vườn và các vựa trái cây với quy mô lớn nhỏ, ở trong và ngoài vùng chuyên canh, nhằm chuyển trái cây xuất khẩu đi các nước hoặc tới người tiêu dùng cuối cùng, chủ yếu tại các đô thị. Quan hệ giữa các đối tác trong mạng lưới phân phối thường lỏng lẻo, và ẩn khuất nhiều rủi ro cho mỗi thành viên và toàn bộ hệ thống. Xung đột giữa các thành viên trong mạng lưới phân phối vẫn chưa có hướng giải quyết do thiếu tính chuyên nghiệp và chưa cải thiện được sự bất bình đẳng giữa các thành viên tham gia.

Bài viết này là một phần kết quả nghiên cứu của nhiệm vụ cơ sở năm 2016: *Hiện trạng và giải pháp mở rộng, nâng cao chất lượng mạng lưới phân phối trái cây tại Tiền Giang* do Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ chủ trì.

1. LÝ LUẬN CHUNG VỀ MẠNG LƯỚI PHÂN PHỐI SẢN PHẨM

Mạng lưới phân phối trước tiên được nhìn nhận là tập hợp các mối quan hệ kinh tế liên quan đến quá trình phân phối hàng hóa, dịch vụ được thiết lập

giữa các thành viên tham gia mạng lưới, bao gồm các nhà sản xuất, các nhà bán buôn, bán lẻ... và người tiêu dùng cuối cùng. Nếu thể hiện trên hình vẽ thì sự kết nối giữa các thành viên của mạng lưới phân phối có thể được biểu diễn thông qua các gạch nối. Các gạch nối này thông thường đồng hướng và cho thấy các “dòng chảy”⁽¹⁾ bao gồm dòng hàng hóa dịch vụ, dòng thanh toán, dòng quyền sở hữu, dòng thông tin... từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng hoặc ngược lại. Bản thân những “dòng chảy” này cũng đem lại cho các kết nối của mạng lưới sự phức tạp khó kiểm soát cho dù chỉ có một hoặc một vài tầng trung gian trong mạng lưới. Phân tích cấu trúc của mạng lưới phân phối cho thấy nó được hình thành từ các dạng thức phân phối và kênh phân phối theo cơ chế thị trường. Cách thức hình thành mạng lưới phân phối có thể được diễn tả qua Hình 1.

Trong Hình 1, dạng thức phân phối được xác định là cấu trúc cơ bản của mạng lưới phân phối, hình thành nên kênh phân phối và mạng lưới phân phối.

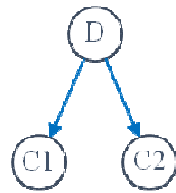
1.1. Dạng thức phân phối

1.1.1. Dạng thức phân phối đơn



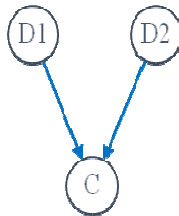
Đây là dạng thức cơ bản của quá trình phân phối, còn gọi là dạng thức phân phối 1-1 do điểm nguồn và điểm tới đều là duy nhất.

1.1.2. Dạng thức phân phối 1 - n và dạng thức n - 1



Dạng thức 1- n

Dạng thức 1 - n có thể được gọi là dạng thức phân tán, do điểm nguồn là 1 và điểm tới là số nhiều n phần tử. Trong hình bên thì n = 2



Dạng thức n - 1

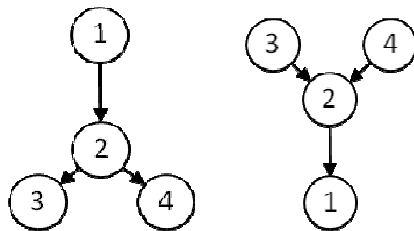
Dạng thức n - 1 có thể được gọi là dạng thức tập trung, do điểm nguồn là số nhiều với n phần tử và điểm tới là duy nhất. Trong hình bên thì n = 2

1.1.3. Dạng thức tuyến tính



Dạng kết nối này có số phần tử lớn hơn 2 và tạo thành đường thẳng có thứ tự và đồng hướng.

1.1.4. Dạng thức phân phối hình cây



Trong các dạng thức phân phối này thì kết nối 1-2 là trực chính, 2-3 và 2-4 là các nhánh.

Đây cũng là sự gắn kết giữa dạng thức đơn 1-2 với các dạng thức tập trung và phân phối 3-2-4.

1.1.5. Dạng thức phân phối hình sao



Các thành viên trong dạng thức phân phối này kết nối với nhau tạo thành hình sao với số 1 là trung tâm. Các thành viên còn lại kết nối đơn với số 1 và có vị thế như nhau.

Trong trường hợp phân phối đồng hướng tới số 1 thì ta có dạng thức tập trung hình sao, ngược lại là dạng thức phân tán hình sao.

1.1.6. Dạng thức phân phối vòng

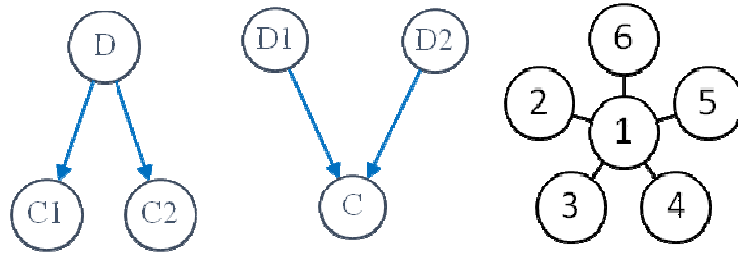


Các thành viên kết nối phân phối đơn với nhau tạo thành một vòng khép kín, vị thế của các thành viên là như nhau

1.2. Hạt nhân mạng lưới phân phối

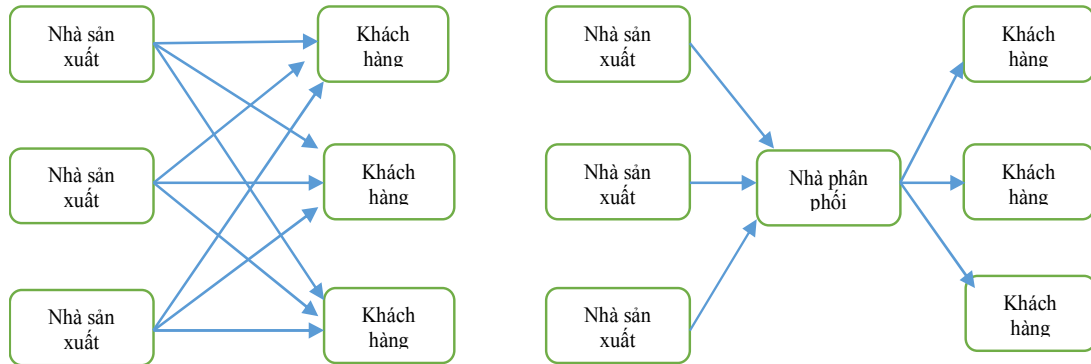
Hạt nhân mạng lưới phân phối được hiểu là vị trí quyết định cho toàn bộ hệ thống mạng lưới phân phối hoặc phân nhánh có giới hạn của mạng lưới hoặc của một kênh phân phối độc lập. Nó được xác định như là một trung tâm quyền lực của mạng lưới, có vai trò kiểm soát các dòng chảy từ sản xuất tới tiêu dùng và ngược lại.

Hình 2. Ưu thế tạo ra vị trí hạt nhân của các dạng thức phân phối



Nguồn: Tạ Doãn Cường tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của đề tài.

Hình 3. Việc bổ sung nhà phân phối sẽ làm giảm số lượng kênh giao dịch.



Nguồn: Philip Kotler & Gary Armstrong 2012: 421.

Hạt nhân của mạng lưới phân phối thường là các nhà phân phối các cấp.

Trong các trường hợp kết nối các dạng thức để hình thành và thiết lập các kênh phân phối và mạng lưới phân phối thì một số dạng thức có ưu thế tạo ra vị trí hạt nhân cho cả hệ thống. Trong Hình 2, các vị trí D, C và 1 của các dạng thức là những điểm có ưu thế hình thành và thiết lập hạt nhân của hệ thống.

Hình thành hạt nhân của mạng lưới phân phối là nhu cầu tất yếu của các thành viên tham gia. Về lý thuyết, số lần giao dịch giữa nhóm các nhà sản xuất và khách hàng giảm đi khi xuất hiện nhà phân phối với vai trò trung

gian, kết nối giữa sản xuất và tiêu dùng (xem Hình 3). Đồng thời nhà phân phối cũng tạo ra vị thế lãnh đạo và quyền lực đối các tầng và toàn bộ mạng lưới phân phối. Đây là một cách mà các hạt nhân mạng lưới phân phối được hình thành và thiết lập.

Đối với các nhà sản xuất, khi lựa chọn và thiết kế kênh phân phối cho sản phẩm của mình sẽ phải quyết định số lượng kênh, số lượng các thành viên trong từng kênh hoặc trong từng tầng nấc trung gian theo các phương thức khác nhau. Có 3 phương thức phân phối chính trong việc tổ chức, thiết lập kênh phân phối cho sản phẩm hàng hóa và dịch vụ:

Khung 1: Các phương thức phân phối hàng hóa dịch vụ

Thứ nhất: Phân phối đại trà - tích trữ hàng hóa càng nhiều tại cửa hàng bán lẻ trực tiếp càng tốt.

Thứ hai: Phân phối độc quyền - cho phép một số lượng hạn chế các đại lý được độc quyền phân phối sản phẩm của doanh nghiệp trong khu vực kinh doanh của mình.

Thứ ba: Phân phối chọn lọc - sử dụng nhiều hơn 1, nhưng không phải là tất cả những trung gian sẵn sàng bày bán sản phẩm của doanh nghiệp (Philip Kotler & Gary Armstrong 2012: 433).

Phương thức thứ hai và ba là các phương thức tạo nên hạt nhân hoặc nhóm các hạt nhân phân phối có chủ đích trong mạng lưới, kênh phân phối sản phẩm của doanh nghiệp.

2. CÁC DẠNG THỨC PHÂN PHỐI TRÁI CÂY TẠI TIỀN GIANG

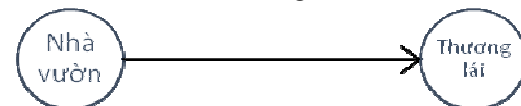
Trước nhu cầu tiêu dùng trái cây ngày càng gia tăng, kéo theo sản lượng và diện tích trồng các loại trái cây tại nhiều địa phương cũng gia tăng hàng năm, công việc tiêu thụ trái cây với sản lượng lớn trở nên cấp thiết hơn đối với các nhà vườn tại tỉnh Tiền Giang. Các nhà vườn không cung cấp trực tiếp cho người tiêu dùng và cũng không có kết nối với các nhà bán lẻ trái cây, họ tập trung giao dịch với các thương lái hoặc các vựa trái cây lớn, tương tự những nhà môi giới và bán buôn trong kênh phân phối đầy đủ. Các vựa trái cây bán

buôn hay các thương lái, hoặc sự kết hợp cả hai, thường được mở ra tại các vùng chuyên canh trái cây, nơi tập trung các nhà vườn sản xuất trái cây với qui mô diện tích khác nhau, tạo cơ sở cho việc thiết lập các dạng thức và kênh phân phối trái cây theo cơ chế thị trường.

2.1. Dạng thức phân phối đơn (1-1)

Dạng thức này dựa trên các kết nối phổ biến theo từng cặp như Nhà vườn - Thương lái, Nhà vườn - Vựa trái cây bán buôn, Vựa trái cây bán buôn - Vựa trái cây bán lẻ. Các kết nối trực tiếp giữa nhà vườn và người tiêu dùng hoặc với vựa trái cây bán lẻ trong thị trường trái cây tại Tiền Giang không được thiết lập thường xuyên và đôi khi không tồn tại đối với một số sản phẩm trái cây chủ lực. Sản lượng giao dịch qua các kết nối này cũng rất nhỏ. Chẳng hạn đối với trái thanh long tại Tiền Giang, theo *Báo cáo Tổng kết Dự án hỗ trợ xuất khẩu trái cây tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long – Mô hình thí điểm tại Tiền Giang* được tổ chức trong năm 2013, thì sản lượng trái thanh long đi từ nhà vườn trực tiếp ra thị trường tiêu thụ nội địa chỉ chiếm 0,5% sản lượng thanh long toàn ngành của tỉnh Tiền Giang.

▪ Nhà vườn - Thương lái:



Kết nối này tồn tại trong phân đoạn thu gom trái cây của chuỗi giá trị sản phẩm trái cây, thường gắn với các hộ

sản xuất với quy mô diện tích nhỏ, sản lượng thấp, chất lượng, mẫu mã khi bán ra không đồng đều. Phía nhà vườn tiếp cận các thông tin thị trường thường bị động và hạn chế. Giá cả trong các giao dịch thường do phía thương lái đưa ra trước.

Kết nối này thường lỏng lẻo, mang tính thời vụ, thiếu sự đảm bảo về pháp lý và dễ xảy ra các rủi ro, xung đột cho cả hai phía. Khi giáp vụ thu hoạch, các thương lái tới nhà vườn đánh giá quy mô và chất lượng sản phẩm và đưa ra giá cả. Sau khi có sự thống nhất của hai bên, họ đặt cọc, viết giấy tay cho các điều khoản và cam kết thực hiện mà không cần sự hiện diện của chính quyền địa phương.

Các nhà vườn lâu năm thường làm ăn với nhiều thương lái khác nhau trong quá khứ. Tùy theo thời vụ và đặc điểm sinh học của cây trồng, số lượt thương lái tới nhà vườn trong một năm có thể là 1 hoặc hơn. Ghi nhận trong cuộc khảo sát của đề tài cho thấy các nhà vườn đều có nhiều đầu mối thương lái, nhưng số thương lái có được mối quan hệ làm ăn tốt với nhà vườn trong quá khứ cũng không nhiều, việc mua bán giữa thương lái và nhà vườn sầm uất diễn ra thành công được ghi nhận trong một mùa vụ 2015 như sau (Khung 2).

Khung 2: Các thao tác mua bán giữa thương lái và nhà vườn

Chủ vườn NVC tại ấp 3, xã Tân Thanh, Cái Bè, Tiền Giang; trồng sầu riêng từ năm 2010, diện tích

hiện nay khoảng 8.000m² thu hoạch 12-13 tấn/vụ. Trong năm qua bán sản phẩm cho 2 thương lái đều tại huyện Cai Lậy. Giá bán 52.000/kg, sau khi trừ chi phí lời khoảng 400 triệu. Việc mua bán được mô tả như sau:

Thương lái và nhà vườn ký kết hợp đồng trước ngày thu hoạch 10 ngày, nhà vườn cầm tiền đặt cọc. Khi tới ngày thu hoạch, thương lái cho người đến bẻ. Nhà vườn thì thuê nhân công gom lại, sau đó thì cân. Sau khi cân, thương lái sẽ trả tiền mặt ngay trong ngày thu hoạch. Thu hoạch bao nhiêu thanh toán bấy nhiêu sau đó hàng được chở về Cai Lậy. Giá cả được hỏi qua bạn bè ở Cai Lậy sau đó thương lượng với thương lái (Tư liệu phỏng vấn của nhiệm vụ cơ sở 2016).

Một trong những vấn nạn không chỉ đối với ngành trái cây Tiền Giang mà đối với nhiều loại nông sản khác đó là hoạt động của các thương lái Trung Quốc. Việc quản lý xuất nhập cảnh lỏng lẻo đã tạo ra khoảng trống dễ dàng cho nhiều người có quốc tịch Trung Quốc đi sâu vào lãnh thổ Việt Nam hoạt động kinh doanh trái phép. Họ gây ra rất nhiều phiền phức và thiệt hại cho nông nghiệp và nông dân ở các địa phương. Đáng lo ngại hơn, có một số người Việt vì lợi ích cá nhân đã lấy tư cách pháp nhân là doanh nghiệp Việt để hợp thức hóa các thương vụ bất hợp pháp cho các thương lái Trung Quốc. Không chỉ gây phiền phức vì cạnh tranh với các

Hình 4: Sơ đồ tháp thu mua nông sản



Nguồn: Tạ Doãn Cường tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhiệm vụ cơ sở 2016.

thương lái Việt, các thương lái Trung Quốc còn lợi dụng lòng tin, sự thiếu kinh nghiệm của các hộ nông dân trong kinh doanh để nâng giá, ép giá... lũng đoạn giá cả thu mua và thị trường xuất khẩu tiểu ngạch, thu lợi bất chính và để lại nhiều tổn thất khó bề khắc phục cho nhiều vùng quê của Việt Nam.

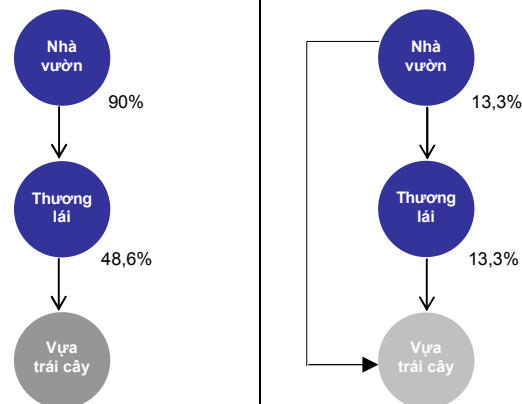
Trong sơ đồ tháp thu mua nông sản nói chung, theo hướng đi của nông sản từ dưới lên thì các thương lái Trung Quốc thường đứng ở vị trí trên hay cuối cùng của kênh phân phối trước khi nông sản được xuất đi thị trường nước ngoài, nên thiệt hại họ gây ra đối với toàn hệ thống phân phối, thu mua nông sản trên lãnh thổ Việt Nam càng nặng nề và nghiêm trọng hơn.

- Thương lái - Vừa trái cây bán buôn

Trong nhiều trường hợp rất khó tách biệt hai đối tượng này vì nhiều khi thương lái theo cách gọi của nhà vườn lại chính là người của vừa trái cây. Có những chủ vườn vừa sản xuất, vừa tham gia chỉ dẫn, môi giới các thương vụ buôn bán trái cây trên địa bàn. Có một dạng trung gian khác mà các nhà vườn phân biệt rất rõ ràng, đó là “cò”. Đây là nhóm người chuyên thông tin và môi giới

cho các chủ vừa trái cây. Trong các nghiên cứu về trái cây tại Tiền Giang, các tác giả Trịnh Đức Trí, Võ Thị Thanh Lộc cùng các đồng sự (2015) đều không sử dụng cách gọi dân dã này. Họ dường như đã sử dụng từ thương lái thay cho từ “cò” khi biểu diễn sản lượng đi từ Hộ nông dân → Thương lái → Vừa trái cây: không có sự thay đổi về % sản lượng (13,3%) nhưng mức giá lại tăng do chi phí trung gian. Xem Hình 5.

Hình 5. Sản lượng phân phối qua thương lái



A. Phân phối qua thương lái trong chuỗi giá trị thanh long tại Tiền Giang.

B. Phân phối qua thương lái trong chuỗi giá trị xoài tại Tiền Giang.

Trong nghiên cứu của dự án *Hỗ trợ xuất khẩu trái cây tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long – Mô hình thí điểm tại Tiền Giang* với kênh phân phối của trái thanh long tại Tiền Giang, thì có sự khác biệt về thương lái khi 90% sản lượng đi trực tiếp tới thương lái, sau đó thông qua thương lái tiếp tới là vựa trái cây chỉ nhận được 48,6% sản lượng.

Còn nhiều vấn đề phải bàn luận về nhóm thương lái nhưng không thể phủ nhận vai trò trung gian, chỉ dẫn và thông tin về sản phẩm trái cây của nhóm các thương lái cho nguồn hàng của hệ thống phân phối trái cây địa phương. Họ đã kết nối giữa nhà vườn với các vựa bán buôn, các doanh nghiệp và đối với nhiều hộ gia đình khi mới tham gia trồng một loại trái cây mới thì vụ thu hoạch đầu tiên có sự kết nối của các thương lái là rất

cần thiết. Thương lái thường là bên chủ động hơn và có nhiều lợi thế hơn trong các giao dịch. Họ có thể tham gia và rút khỏi thị trường rất mau lẹ và an toàn hơn các đối tác khác. Có lẽ vì sự linh hoạt này nên khi có các biến cố bất ổn, làm tổn thất cho hệ thống phân phối, các thương lái thường vẫn an

toàn. Tuy nhiên để thành công trong nghề thương lái nông sản không phải dễ dàng.

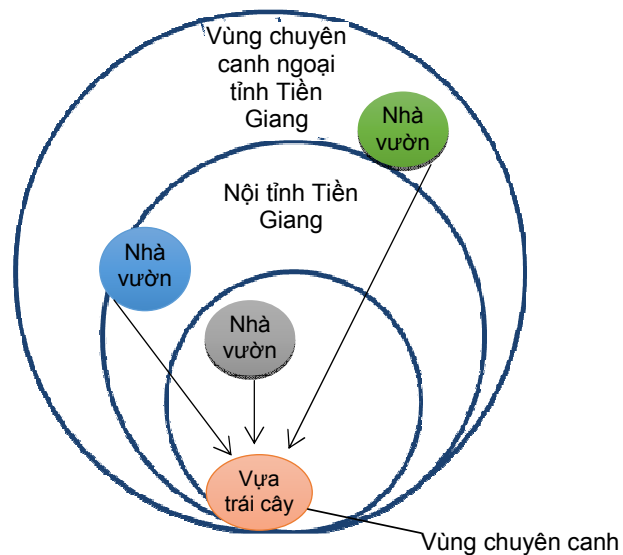
2.2. Dạng thức phân phối hội tụ (n - 1) và phân tán (1 - n)

Hai dạng thức phân phối này rất phổ biến cho nhiều loại hình sản phẩm dịch vụ và giữ vai trò quan trọng trong mạng lưới phân phối. Trong ngành sản xuất, kinh doanh trái cây, nhà vườn và vựa trái cây bán buôn là 2 đối tác quan trọng để hình thành nên các dạng thức này.

- Các nhà vườn - Vựa trái cây bán buôn

Theo Ban Quản lý chợ An Hữu, huyện Cái Bè, Tiền Giang thì mỗi vựa trái cây tại đây luôn có mạng lưới các nhà vườn lớn nhỏ chuyên cung cấp các sản phẩm trái cây theo mùa vụ với các chủng loại khác nhau và rất

Hình 6: Mạng lưới thu mua trái cây ban đầu tại vùng chuyên canh



Nguồn: Tạ Doãn Cường tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhiệm vụ cơ sở 2016.

rất hiếm khi có sự trùng lặp về hộ cung cấp trái cây cho hai vựa trái cây trên cùng một địa bàn. Dạng thức này được mô tả qua Hình 6.

Trong Hình 6, có 3 loại nhà vườn tại 3 vùng khác nhau, đó là tại vùng chuyên canh, ngoài vùng chuyên canh của Tiền Giang và vùng chuyên canh sản phẩm cùng loại tại các tỉnh khác. Có một thực tế là một số sản phẩm trái cây như xoài, sầu riêng, thanh long được trồng tại các địa phương khác nhưng được thu mua và đem về Tiền Giang bổ sung thêm nguồn cung cấp cho các thị trường với thương hiệu, xuất xứ Tiền Giang.

Các vùng chuyên canh trái cây truyền thống cho phép hình thành dạng thức phân phối tập trung, hay còn gọi là mạng lưới thu mua trái cây của các vựa trái cây trung tâm. Trong dạng thức này, các hộ sản xuất kinh doanh với diện tích canh tác nhỏ lẻ thường thu hoạch nhiều lần và không tập trung, sản lượng bán ra thấp (dưới 500kg) nhằm phục vụ chi tiêu hàng ngày cho gia đình. Giữa các hộ cũng có sự khác nhau về lịch chăm sóc, gieo trồng nên việc thu hoạch không trùng nhau, ai thu hoạch trước sẽ bán trước và mùa vụ thu hoạch có thể sớm muộn, dài ngắn khác nhau tùy địa phương.

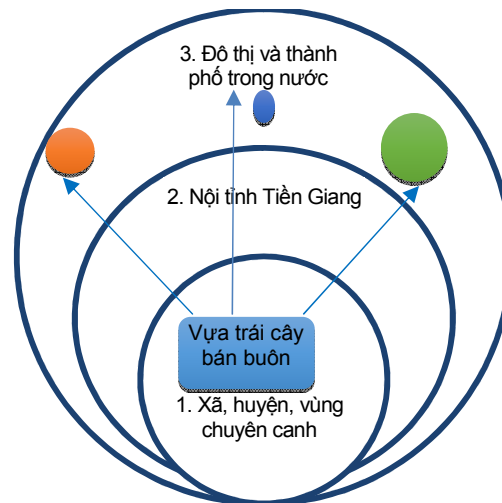
Các hộ ở quy mô này thường tự mang sản phẩm tới các điểm thu mua tập

trung của vựa trái cây nào đó và được thu mua với giá khác nhau đa phần do chủ vựa quyết định. Sau đó các trái cây này được phân loại theo chủng loại, nhiều kích cỡ, chất lượng... và đóng gói, chuyển đi theo các đơn hàng của các vựa trái cây thứ cấp tại các vùng miền. Khu vực chợ An Hữu thuộc huyện Cái Bè, Tiền Giang là một điển hình của dạng thức phân phối này với các chủ vựa trái cây tập trung trong và ngoài khu vực chợ truyền thống.

▪ Vựa trái cây bán buôn - Vựa trái cây bán buôn khu vực

Hầu hết các vựa trái cây tại vùng chuyên canh đều hướng tới các thị trường tiêu dùng nội địa tại các đô thị. Nơi đó có sự hình thành mạng lưới bán lẻ trái cây bao gồm các điểm bán hàng như sạp hàng, cửa hiệu, xe trái cây... và hệ thống các siêu thị hiện

Hình 7. Phân phối bán buôn → bán lẻ tới các đô thị và thành phố



Nguồn: Tạ Doãn Cường tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhiệm vụ cơ sở 2016.

đại. Tuy nhiên, các vựa trái cây cũng hầu như chỉ có kết nối với các điểm bán buôn thường hiện diện tại các đường phố lớn, các chợ, đặc biệt là các chợ đầu mối nông sản.

Dạng thức phân phối phân tán cũng luôn có tại khu vực chợ đầu mối An Hữu với thị trường xuất không bị giới hạn về khoảng cách địa lý. Chợ đầu mối An Hữu được xem là trung tâm của mạng lưới phân phối một số loại trái cây như xoài cát Hòa Lộc, bưởi lông Cổ Cò, cam sành. Giá trị hàng hóa luân chuyển qua dạng phân phối này từ 20 triệu đến 100 triệu/ngày tùy theo quy mô kinh doanh của vựa trái cây. Tuy nhiên, 5 năm trở lại đây, khu vực Tân Thanh trên quốc lộ 30 lại nổi lên thành trung tâm của mạng lưới phân phối trái cây tại huyện Cái Bè do có sự hiện diện của các hộ kinh doanh trái cây với quy mô lớn tập trung về đây.

Hai dạng thức phân phối trên hình thành nên mạng lưới phân phối một số trái cây chủ lực của Tiền Giang, trong đó các vựa trái cây tại khu vực chợ An Hữu và khu Tân Thanh trên quốc lộ 30 là một ví dụ cho “trung tâm quyền lực” của mạng lưới phân phối trái cây. Vùng chuyên canh là cơ sở quan trọng cho việc hình thành “trung tâm quyền lực” của mạng lưới phân phối trái cây tương ứng. Chẳng hạn xoài cát Hòa Lộc thuộc về huyện Cái Bè, sầu riêng

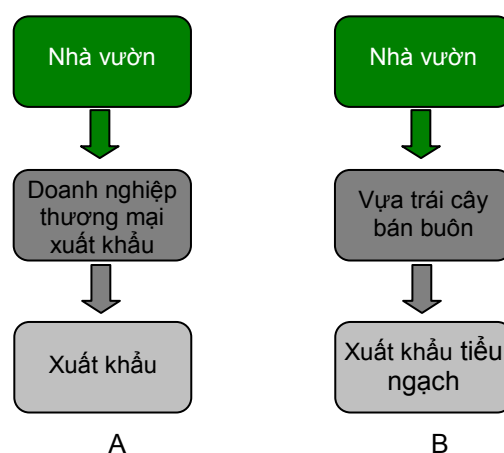
thuộc về huyện Cai Lậy, khóm thuộc về huyện Tân Phước, thanh long thì thuộc về huyện Chợ Gạo, vú sữa tại Vĩnh Kim, Châu Thành... Mặc dù các sản phẩm tương tự có thể được trồng tại nhiều nơi trên địa bàn tỉnh Tiền Giang hoặc ngoại tỉnh, nhưng thông tin về giá cả của sản phẩm đó thường được tham khảo từ các vùng chuyên canh.

2.3. Dạng thức phân phối tuyến tính giữa Nhà vườn → Doanh nghiệp → Xuất khẩu

Đây là dạng thức phân phối rất đặc trưng, là cốt lõi của kênh phân phối trái cây cho thị trường quốc tế. Sản xuất và xuất khẩu trái khóm tại huyện Tân Phước, thanh long ở huyện Chợ Gạo là các mô hình điển hình cho dạng thức này.

Tại Hình 8, các nhà vườn là điểm nguồn và có quy mô, sản lượng sản xuất lớn, được xem như là vùng nguyên liệu của doanh nghiệp

Hình 8. Dạng thức tuyến tính với điểm nguồn là nhà vườn



Nguồn: Tạ Doãn Cường tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhiệm vụ cơ sở 2016.

thương mại - xuất khẩu. Các doanh nghiệp giữ vị trí tâm điểm, định hướng cho sản phẩm được bán ra tại khu vực, thị trường nào đó hoặc các nhà vườn sẽ phải trồng trọt, sản xuất sản phẩm theo đơn hàng từ thông tin thị trường. Doanh nghiệp thường độc quyền trong việc khai thác vùng nguyên liệu hoặc kiểm soát đầu ra của các nhà vườn tại vùng nguyên liệu. Trong trường hợp các nguyên liệu đầu vào cũng do các doanh nghiệp này cung cấp thì thiết lập nên vòng giá trị nông sản và “ông chủ” thực sự của ruộng đất không còn là người nông dân nữa.

Mặc dù không có vị thế như các doanh nghiệp thương mại - xuất khẩu trái cây tại TPHCM, Long An hay Mỹ Tho, nhưng các vừa trái cây có quy mô lớn tại Tiền Giang cũng có tầm kiểm soát không nhỏ. Xuất khẩu trái cây theo con đường tiểu ngạch sang Trung Quốc là lãnh địa của các vừa trái cây này.

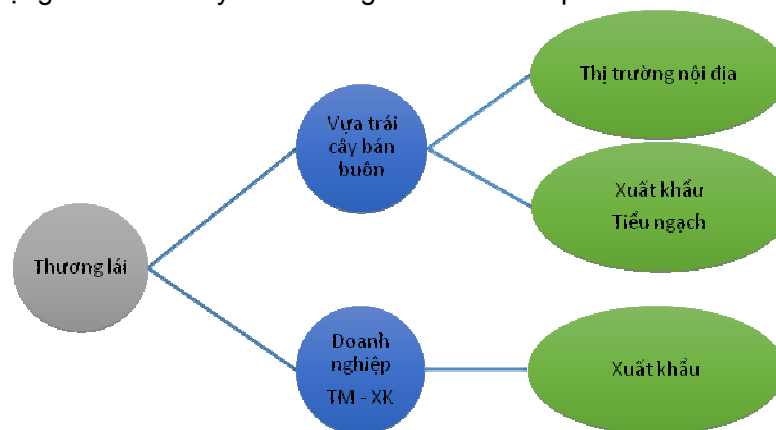
2.4. Dạng thức hình cây với điểm

nút là thương lái

Các thương lái độc lập giữ vị trí điểm nút của dạng thức này, phân phối sản phẩm cho các thị trường nội địa, xuất khẩu và xuất khẩu tiểu ngạch thông qua các đối tác trực tiếp là vừa trái cây bán buôn và doanh nghiệp thương mại - xuất khẩu.

Sản lượng của vùng chuyên canh thường ít thay đổi và được phân phối cho thị trường trong nước và quốc tế theo tỷ lệ nào đó qua các kênh đại diện. Trong trường hợp tăng sản lượng phân phối cho thị trường này cũng có nghĩa làm giảm sản lượng của thị trường khác. Do điều kiện địa lý và sản lượng nông sản cũng như trái cây xuất sang Trung Quốc chiếm tỷ trọng cao nên biến động từ thị trường này (thật hoặc giả) đều có ảnh hưởng tới các thị trường còn lại của trái cây Việt Nam. Đây chính là mấu chốt dẫn đến các hành vi lũng đoạn của thương lái Trung Quốc tại các vùng chuyên canh nông sản của Việt Nam.

Hình 9: Dạng thức hình cây với thương lái ở điểm nút phân chia cho các thị trường



Nguồn: Tạ Doãn Cường tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhiệm vụ cơ sở 2016.

2.5. Dạng thức phân phối kết nối hình thành hạt nhân của mạng lưới phân phối

Các dạng thức phân phối khi kết nối với nhau thường tạo ra các điểm nút là vị trí của hạt nhân trong mạng lưới phân phối do vị trí của các điểm nút có tính quyết định cho mạng lưới phân phối, đặc biệt là việc kiểm soát các dòng chảy của hàng hóa dịch vụ. Trên thực tế, trong ngành sản xuất kinh doanh trái cây tại Tiền Giang thì các hạt nhân thường rơi vào vị trí các vựa trái cây bán buôn tại vùng nguyên liệu.

- Vec-tơ số 1 là kênh kết nối với các khu vực nội tỉnh Tiền Giang. Số 2 là kênh kết nối với ngoại tỉnh Tiền Giang

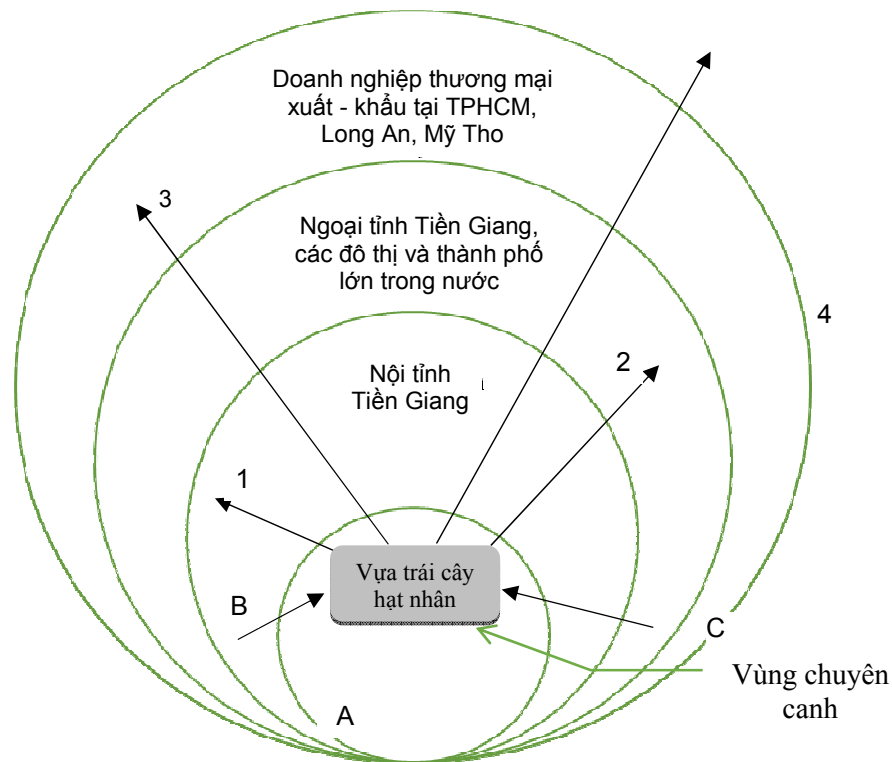
và các đô thị, thành phố trong cả nước. Số 3 là kết nối với các doanh nghiệp thương mại xuất khẩu tới các thị trường quốc tế. Số 4 là kênh xuất khẩu tiểu ngạch sang Trung Quốc.

- Các vec-tơ A, B và C là các kênh cung cấp nguồn hàng từ vùng chuyên canh, nội tỉnh Tiền Giang và vùng chuyên canh ngoại tỉnh Tiền Giang.

3. MỘT VÀI KẾT LUẬN

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày một sâu rộng, cơ hội và thách thức cùng lúc đến với trái cây Tiền Giang, các dạng thức phân phối càng có ý nghĩa hơn trong vận hành mạng lưới phân phối trái cây. Kênh phân phối có thể thay đổi theo biến động

Hình 10. Mạng lưới phân phối trái cây với hạt nhân là vựa trái cây vùng chuyên canh



Nguồn: Tạ Doãn Cường tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhiệm vụ cơ sở 2016.

của thị trường mục tiêu, thậm chí là biến mất, nhưng các dạng thức phân phối thì bền vững hơn. Hình thành và thiết lập các dạng thức phân phối hiện đại, hiệu quả và linh hoạt là cơ sở quan trọng trong việc thiết lập các kênh bán hàng thành công cho sản phẩm trái cây tại thị trường nội địa, từ đó nâng cao hiệu quả và lợi nhuận cho các thành viên tham gia sản xuất kinh doanh trái cây.

Hạt nhân mạng lưới phân phối giữ vai trò quyết định trong hệ thống mạng lưới phân phối. Mỗi hạt nhân sẽ có một mạng lưới phân phối và chiều sâu - độ rộng của mạng lưới phân phối phụ thuộc vào năng lực của mỗi hạt nhân. Để mạng lưới phân phối hoạt động một cách lành mạnh, giảm thiểu các xung đột lợi ích thì thành viên của mạng lưới phân phối, đặc biệt là hạt nhân của mạng lưới phải là các chủ thể có đạo đức, văn hóa trong kinh doanh, gắn kết được lợi ích của các thành viên trong mạng lưới. Nếu trường hợp thành viên nào đó của mạng lưới phân phối chỉ biết đến lợi ích kinh tế cá nhân, đi ngược lại lợi ích chung của cả mạng lưới có thể gây ra đổ vỡ mạng lưới phân phối và các tổn thất kinh tế cho các thành viên khác. Sự thao túng của các thương lái Trung Quốc là một điển hình xấu cho công tác quản

lý mạng lưới phân phối trái cây tại Tiền Giang. Buông lỏng quản lý, không có chế tài, hoặc các ràng buộc kinh tế khi thương nhân nước ngoài tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào hệ thống phân phối, kinh doanh nông sản sẽ dẫn tới tình trạng lũng loạn thị trường.

Mở rộng và nâng cao chất lượng mạng lưới phân phối là công việc thường xuyên của các chủ thể tham gia quá trình sản xuất, kinh doanh. Công việc này đã diễn ra nhiều năm tại Tiền Giang và hao tốn nhiều công sức và tiền bạc của các doanh nghiệp và hộ sản xuất kinh doanh, nhưng không phải lúc nào cũng đem lại hiệu quả. Thị trường tiêu dùng và xuất khẩu trái cây luôn có sự thay đổi trong những năm gần đây nên việc duy trì sự ổn định và phát triển mạng lưới phân phối giữ vai trò quan trọng bậc nhất. Các đầu mối xuất khẩu trái cây, các điểm hàng tiếp cận và bán hàng cho người tiêu dùng cuối cùng luôn được sự quan tâm, săn đón của các doanh nghiệp và hộ sản xuất kinh doanh trái cây. Vì thế, các vị trí này cũng cần phải được xác định cụ thể trong chiến lược phát triển sản xuất kinh doanh trái cây tại Tiền Giang nói riêng và các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long nói chung. □

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ Khái niệm “dòng chảy” được lấy từ *Nguyên lý tiếp thị* phiên bản 14 của Philip Kotler & Gary Armstrong. Nxb. Lao động-Xã hội, 2012: 423.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Philip Kotler & Gary Armstrong. 2012. *Nguyên lý tiếp thị*. Hà Nội: Nxb. Lao động - Xã hội, tái bản lần thứ 14.
2. Sở Công thương tỉnh Tiền Giang. 2013. *Báo cáo tổng kết dự án hỗ trợ xuất khẩu trái cây các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long – Mô hình thí điểm tại tỉnh Tiền Giang*.
3. Trịnh Đức Trí, Võ Thị Thanh Lộc và các đồng sự. 2015. “Nghiên cứu chuỗi giá trị xoài tỉnh Tiền Giang”. *Tạp chí khoa học Đại học Cần Thơ*, số 40(2015).
4. Ủy ban Nhân dân tỉnh Tiền Giang & Chương trình hỗ trợ kỹ thuật hậu gia nhập WTO. 2013. Hội nghị “*Tổng kết dự án hỗ trợ xuất khẩu trái cây tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long – Mô hình thí điểm tại Tiền Giang*”.
5. Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ. 2016. Nhiệm vụ: *Hiện trạng và giải pháp mở rộng nâng cao chất lượng mạng lưới phân phối trái cây tại Tiền Giang*. Chủ nhiệm: Tạ Doãn Cường.