

# NGHIÊN CỨU CHUỖI GIÁ TRỊ XOÀI VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Trịnh Đức Trí<sup>1</sup>, Võ Thị Thanh Lộc<sup>2</sup>

## TÓM TẮT

Đồng bằng sông Cửu Long có diện tích trồng xoài năm 2013 là 41.800 ha và sản lượng đạt 417.268 tấn, trong đó xoài Cát Chu chiếm 59,1%, Cát Hòa Lộc 23,2% và xoài khác 17,7%. Đồng Tháp và Tiền Giang là hai tỉnh sản xuất xoài đứng nhất, nhì ở đồng bằng sông Cửu Long, là nơi có quy hoạch vùng chuyên canh cho hai loại xoài Cát Chu và Cát Hòa Lộc. Hai loại xoài này có lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh cao về giá và chất lượng so với các loại xoài khác. Tuy nhiên, trong sản xuất và tiêu thụ xoài còn rất nhiều vấn đề liên quan đến nhận thức của tác nhân tham gia chuỗi liên kết sản xuất và tiêu thụ cũng như sự hỗ trợ của chính quyền địa phương các cấp để đáp ứng nhu cầu thị trường về số lượng và chất lượng. Nghiên cứu dựa vào lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky & Morris (2001), phương pháp liên kết chuỗi giá trị của GTZ Eschborn (2007), 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) phân tích thị trường xoài trong và ngoài nước, (2) phân tích chuỗi giá trị xoài vùng đồng bằng sông Cửu Long và (3) đề xuất các giải pháp chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị xoài nhằm giúp các nhà hỗ trợ các cấp có đủ cơ sở xây dựng các chính sách và giải pháp phù hợp hơn để tăng giá trị gia tăng và phát triển bền vững ngành hàng xoài.

**Từ khóa:** Chuỗi giá trị, giá trị gia tăng và xoài.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Xoài được trồng phổ biến ở 59/63 tỉnh/thành của Việt Nam. Tổng diện tích xoài cả nước năm 2013 khoảng 87.000 ha, trong đó diện tích cho trái là 68.100 ha và sản lượng đạt 969.063 tấn, năng suất trung bình đạt 14,23 tấn/ha. Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) là vùng trồng xoài lớn nhất quốc gia với 41.800 ha (chiếm trên 48% diện tích cả nước) và sản lượng đạt 417.268 tấn (chiếm 43%) (SOFRI, 2013). ĐBSCL có bốn tỉnh trồng xoài lớn nhất, bao gồm tỉnh Đồng Tháp (ĐT) có diện tích 9.200 ha (chiếm 22% diện tích trồng xoài tại ĐBSCL), Tiền Giang (TG) 4.894 ha (chiếm 11,7%), An Giang 4.664 ha (11,2%) và Vĩnh Long 4.657 ha (11,6%). Diện tích và sản lượng của bốn tỉnh này chiếm khoảng 72,8% và 72,7% tổng diện tích và sản lượng xoài của toàn vùng (NGTK các tỉnh ĐBSCL, 2014).

Tổng doanh thu xoài của toàn vùng ĐBSCL năm 2013 là 31.172 tỷ đồng và lợi nhuận đạt 9.565 tỷ đồng (Võ Thị Thanh Lộc & ctv., 2014). Nói chung, sản xuất xoài có hiệu quả kinh tế cao, đặc biệt là xoài Cát Hòa Lộc do giá bán cao. Tuy nhiên, việc sản xuất và tiêu thụ xoài trong những năm qua còn gặp nhiều khó khăn. Nguyên nhân chủ yếu là do biến đổi khí

hậu, sâu bệnh gây hại trên cây xoài nhiều hơn, làm ảnh hưởng đến năng suất và sản lượng xoài, thiếu nghiên cứu về thị trường và giá bán xoài không ổn định. Ngoài ra, việc trồng xoài của nông dân còn tự phát chưa theo yêu cầu thị trường, mang tính nhỏ lẻ và thiếu liên kết, chưa quan tâm nhiều đến việc đảm bảo chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm; nông dân còn chưa tích cực xây dựng các vùng trồng xoài theo VietGAP và Global GAP do không quen với việc ghi chép nhật ký sản xuất, chi phí chứng nhận còn cao, giá sản phẩm đạt "GAP" chênh lệch không nhiều, chất lượng chưa đáp ứng được yêu cầu của thị trường khó tính (mua giá cao, ổn định) cả về số lượng và chất lượng. Hơn nữa, hậu cần sơ chế, bảo quản và tiêu thụ sản phẩm còn yếu và thiếu; chưa có nhiều sản phẩm giá trị gia tăng để đa dạng hóa sản phẩm trong tiêu thụ nhằm tăng giá trị gia tăng của ngành hàng xoài. Với những vấn đề trên, việc nghiên cứu và phân tích *chuỗi giá trị xoài vùng đồng bằng sông Cửu Long* nhằm đề xuất các giải pháp phát triển ổn định và bền vững ngành hàng xoài vùng ĐBSCL là thật sự cần thiết.

## 2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

- Phân tích thị trường xoài trong và ngoài nước.
- Phân tích chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL.

<sup>1</sup> Nghiên cứu sinh, Khoa Kinh tế - QTKD, Trường Đại học Cần Thơ

<sup>2</sup> Viện Nghiên cứu Phát triển ĐBSCL, Trường Đại học Cần Thơ

- Đề xuất các giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL.

**3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

**3.1. Phương pháp tiếp cận**

Nghiên cứu dựa vào phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu của Kaplinsky & Morris (2001), phương pháp liên kết chuỗi giá trị của GTZ Eschborn (2007), 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.

**3.2. Phương pháp thu thập dữ liệu**

(1) Lược khảo tài liệu thứ cấp có liên quan đến sản xuất và tiêu thụ xoài từ nhiều nguồn khác nhau trong và ngoài nước.

(2) Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp:

- Phỏng vấn trực tiếp các tác nhân tham gia chuỗi (nông dân, thương lái, vựa, đại lý, công ty và người bán lẻ) bằng bảng hỏi cấu trúc.
- Phỏng vấn người am hiểu (KIP), bao gồm nhà quản lý ngành nông nghiệp các cấp có liên quan đến sản xuất và tiêu thụ xoài bằng bảng hỏi bán cấu trúc.

- Phỏng vấn ban giám đốc các HTX xoài bằng bảng hỏi bán cấu trúc.

- Phỏng vấn chuyên gia về sản xuất và tiêu thụ xoài của Việt Nam và các vùng sản xuất xoài.

- Đóng góp của các tất cả các bên có liên quan đến phát triển ngành hàng xoài tại hội thảo được tổ chức ngày 22/04/2014 và Diễn đàn ngành hàng xoài ngày 19/12/2014 tại Đồng Tháp.

**3.3. Cỡ mẫu và phương pháp chọn quan sát mẫu**

Tiêu chí chọn địa bàn nghiên cứu dựa vào diện tích và sản lượng xoài. Hai tỉnh có diện tích và sản lượng lớn nhất là Đồng Tháp và Tiền Giang được chọn làm địa bàn nghiên cứu. Hai tỉnh này có diện tích trồng xoài chiếm 33,7% trong tổng diện tích và 44,4% tổng sản lượng xoài vùng ĐBSCL. Hơn nữa, hai tỉnh này có vùng chuyên canh xoài, đặc biệt là xoài Cát Hòa Lộc và xoài Cát Chu.

Tổng số quan sát mẫu là 423 trong đó 353 là đại diện các tác nhân tham gia chuỗi, nhà hỗ trợ, chuyên gia và 70 đại biểu tham dự hội thảo. Cơ cấu quan sát mẫu được trình bày trong bảng 1.

**Bảng 1. Cơ cấu quan sát mẫu**

STT	Tác nhân	Số quan sát mẫu	Phương pháp (PP) chọn quan sát mẫu
1	Người trồng xoài	223	PP phi ngẫu nhiên có điều kiện (*)
2	Hợp tác xã	2	PP liên kết chuỗi dựa vào phỏng vấn nông dân trồng xoài
3	Thương lái	20	PP liên kết chuỗi dựa vào phỏng vấn nông dân trồng xoài
4	Chủ vựa	28	PP liên kết chuỗi dựa vào phỏng vấn nông dân và thương lái
5	Người bán lẻ/Cửa hàng bán lẻ	29	PP liên kết chuỗi dựa vào phỏng vấn nông dân và người bán lẻ
6	Công ty chế biến và xuất khẩu xoài	10	PP liên kết chuỗi dựa vào phỏng vấn chủ vựa và thương lái
7	Đại lý TT Nội địa	6	PP liên kết chuỗi dựa vào phỏng vấn chủ vựa và HTX
7	Nhà hỗ trợ chuỗi	10	PP phỏng vấn người am hiểu (KIP)
8	Thảo luận nhóm	25	03 nhóm (Cát Chu, Hòa Lộc và xoài khác)
9	Hội thảo	70	Đại biểu tham dự hội thảo ngày 22/4/2014
<b>Tổng cộng</b>		<b>423</b>	

(\*) Những hộ có trồng và bán xoài trên 5 năm

**4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN**

**4.1. Phân tích thị trường xoài thế giới**

Năm 2012, diện tích trồng xoài của thế giới khoảng 4,2 triệu ha và sản lượng đạt 33,7 triệu tấn (FAO, 2014). Châu Á là trung tâm quan trọng hàng đầu về sự đa dạng cây ăn trái, trong đó xoài là một

trong những sản phẩm trái cây chủ lực của châu lục này. Theo Vân Chi (2013), châu Á là khu vực sản xuất xoài lớn nhất thế giới, chiếm đến 77% tổng sản lượng xoài toàn cầu. Tiếp theo là khu vực châu Mỹ (13%) và châu Phi chỉ chiếm khoảng 10%. Ở châu Á xoài được trồng nhiều nhất ở Ấn Độ (2,5 triệu ha năm 2013); xếp thứ hai là Trung Quốc. Ấn Độ và

Trung Quốc chiếm trên 50% diện tích và sản lượng xoài thế giới. Kế đến là Thái Lan, Indonesia, Philippin và Việt Nam. Việt Nam xếp thứ 13 trong diện tích sản xuất xoài thế giới nhưng chỉ chiếm 3,5% diện tích trồng xoài của Ấn Độ. Ngược lại, các quốc gia tiêu thụ xoài lớn nhất là Mỹ (25%), châu Âu (24,8%) và Trung Quốc (8,5%) trong năm 2013 (FAO, 2014).

Ấn Độ là trung tâm xoài của thế giới với hơn 30 giống xoài khác nhau. Giống xoài được cả thế giới biết đến là Alphonso có cỡ trái trung bình, hình trứng và màu vàng cam, thịt xoài khô ráo, chắc thịt và không có xơ, xếp thứ hai là xoài Kent, Tommy Atkins của Mexico cũng có chất lượng tương tự nhưng màu đỏ cam. Đây là những điều mà xoài ở Việt Nam nói chung và ĐBSCL nói riêng chưa thực hiện được, đặc biệt là các đặc tính thỏa mãn thị hiếu của người tiêu dùng như xoài của Ấn Độ liên quan đến rải vụ, kích cỡ, khô ráo khi ăn, vỏ dày bảo đảm khi vận chuyển, lột vỏ dễ dàng khi ăn (không cần dao) và được cải tạo giống mới liên tục theo yêu cầu người tiêu dùng. Xoài Thái Lan, đối thủ cạnh tranh “số 1” của Việt Nam trong vùng Đông Nam Á về sản phẩm trái cây nói chung và xoài nói riêng cả về số lượng và chất lượng. Riêng xoài của Phi-lip-pin thì cạnh tranh lớn về giá đối với xoài Việt Nam.

Trong giai đoạn 2008-2013, nếu thị trường Mỹ có xu hướng tăng nhập khẩu xoài thì thị trường Nhật có xu hướng giảm. Mỹ nhập xoài chủ yếu từ Mexico (53,7%) và bốn quốc gia khác có tỷ trọng nhập khẩu xoài đáng kể vào thị trường này đó là Ecuador (10,6%), Peru (9,6%), Philippin (7,1%) và Brazil (6,7%).

Nhập khẩu xoài lớn nhất từ ba nguồn đó là xoài từ Mexico (29,7%), Thái Lan (24,6%) và Phi-lip-pin (16,1%). Việt Nam không có trong danh sách 10 nước xuất khẩu xoài lớn nhất vào Nhật và Mỹ (Vân Chi, 2013).

Tuy chưa có số liệu tổng hợp chính thức của năm 2014 nhưng những nước có nhu cầu lớn nhất thế giới đối với xoài là Mỹ và Liên minh châu Âu (EU). Trong đó, nhập khẩu xoài ước đoán vào EU sẽ tăng 2,5% năm 2014. Pháp, Hà Lan, Anh và Tây Ban Nha là những thị trường nhập xoài lớn sau Mỹ. Có khoảng 69% tổng sản lượng xoài sẽ đến từ châu Á - Thái Bình Dương (Ấn Độ, Trung Quốc, Pakistan, Philippin và Thái Lan), 14% ở Mỹ Latinh và Caribê (Brazil và Mexico) và 9% từ châu Phi. Sản lượng xoài của các nước phát triển (Hoa Kỳ, Israel và Nam Phi) dự kiến đạt 158.000 tấn. Ấn Độ là nước sản xuất xoài lớn nhất thế giới năm 2014, chiếm 40% tổng sản lượng (11,6 triệu tấn). Sản lượng của Mexico cũng tăng lên 1,9 triệu tấn năm 2014 (FAO, 2014).

#### 4.2. Tình hình sản xuất và tiêu thụ xoài trong nước

Việt Nam là nước đứng thứ 13 về diện tích và sản lượng xoài trên thế giới (87.000 ha và gần 1 triệu tấn xoài các loại). Trái cây Việt Nam được trồng phổ biến ở khu vực Nam bộ, diện tích trồng xoài của khu vực này năm 2013 là 64.200 ha (chiếm 73,8% diện tích xoài cả nước) và sản lượng khoảng 677.063 tấn (chiếm 69,9% sản lượng xoài quốc gia) (TTXTTM & ĐT - TP.HCM, 2013).

**Bảng 2. Diện tích và sản lượng xoài Việt Nam và các vùng năm 2013**

Địa phương	DT cây ăn trái (ha)	DT-CAT đặc sản (ha)	Số lượng sản phẩm đặc sản	DT trồng xoài (ha)	DT cho trái xoài (ha)	Sản lượng xoài (tấn)
Việt Nam	781.500	319.230	50	87.000	68.100	969.063
KV. Nam bộ	415.800	275.000	23	64.200	47.580	677.063
ĐBSCL	286.207	185.000	13	41.800	29.316	417.268
Tiền Giang	68.734	27.259	8	4.894	4.591	61.290

*Nguồn: Số liệu tổng hợp từ các nguồn SOFRI (2013) và TTXTTM & ĐT TP.HCM (2013)*

Xoài vùng ĐBSCL là loại trái cây được trồng nhiều nhất với 41.800 ha năm 2013 (chiếm 48,0% tổng diện tích xoài quốc gia và 65,1% diện tích xoài khu vực Nam bộ) và sản lượng đạt 417.268 tấn. Trong vùng có 4 tỉnh trồng xoài lớn nhất đó là Đồng Tháp,

Tiền Giang, An Giang và Vĩnh Long, bốn tỉnh này chiếm 72,8% tổng diện tích trồng xoài và 72,7% tổng sản lượng xoài của ĐBSCL (NGTK các tỉnh ĐT, TG, AG & VL, 2014).

Bảng 3. Diện tích và sản lượng xoài các tỉnh vùng ĐBSCL năm 2013

Tỉnh	DT trồng (ha)	DT cho trái (ha)	Tỷ trọng DT (%)	Sản lượng (tấn)	Tỷ trọng SL (%)	Năng suất (tấn/ha)
Đồng Tháp	9.200	8.319	28,4	123.870	29,7	14,89
Tiền Giang	4.894	4.591	15,7	61.290	14,7	13,35
An Giang	4.664	4.217	14,4	64.251	15,4	15,24
Vĩnh Long	4.857	4.204	14,3	54.230	12,9	12,89
Tỉnh khác	18.185	7.985	27,2	113.627	27,3	14,23
ĐBSCL	41.800	29.316	100,0	417.268	100,0	14,23

Nguồn: Niên giám Thống kê các tỉnh ĐBSCL, 2014 và số liệu khảo sát, 2014

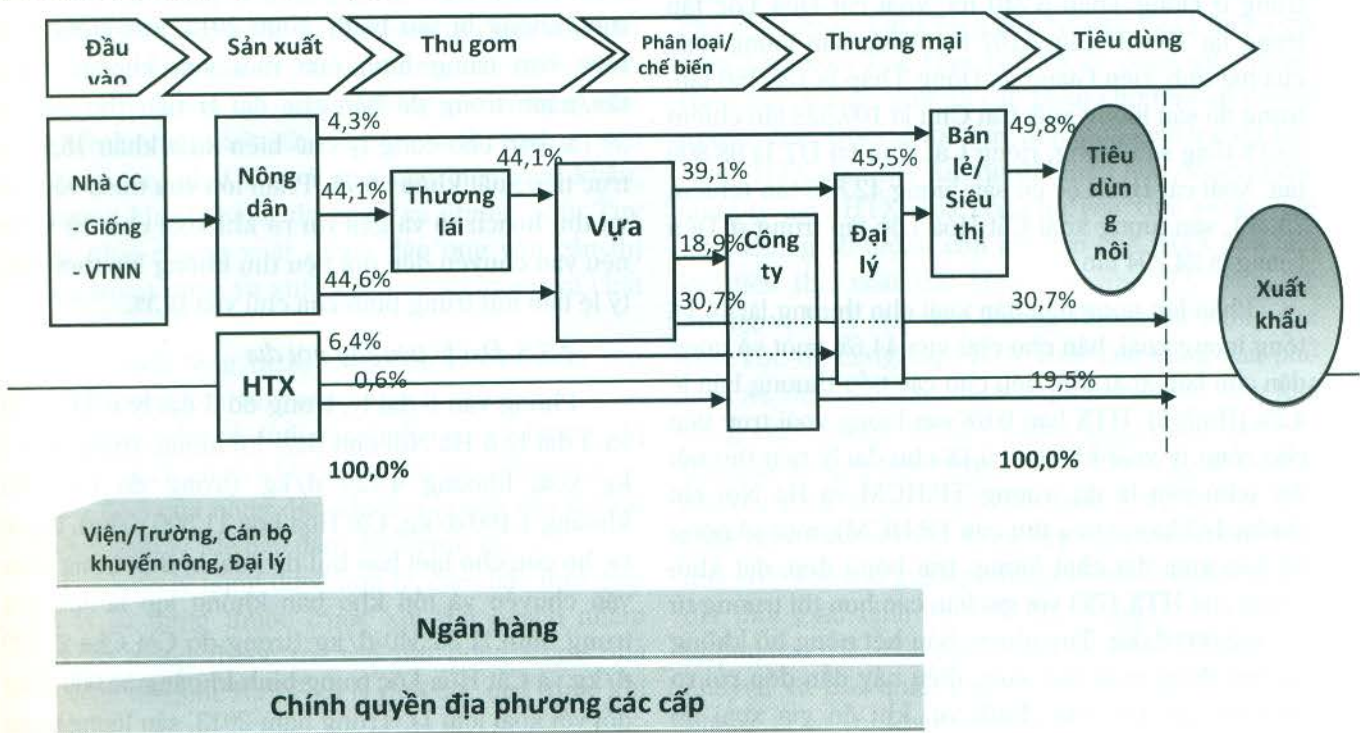
Xoài ở ĐBSCL nói chung tiêu thụ nội địa 49,8% và xuất khẩu 50,2%. Tiêu thụ nội địa xoài trái tươi có thị phần tập trung lớn ở TP. HCM (79,6% tổng lượng xoài Cát Hòa Lộc) và Hà Nội (chủ yếu là xoài Cát Chu 38%) và các tỉnh miền Trung và miền Nam tiêu thụ với tỷ trọng thấp hơn với hai loại xoài này. Ngoài ra, phần lớn xoài xuất khẩu trái tươi đều qua Trung Quốc (30,7%) bằng đường tiểu ngạch (chủ yếu xoài Cát Chu loại 1 và loại 2, xoài Ghép và xoài Đài Loan). Xoài Cát Chu xoài loại 2 được cắt lát chế biến xuất khẩu sang Nhật, Singapore, Hàn Quốc và New Zealand. Khó khăn lớn nhất trong sản xuất và tiêu thụ xoài hiện nay là chất lượng chưa đạt chuẩn và

cũng chưa rải vụ tốt, sản lượng còn tập trung rất lớn vào chính vụ nên khâu bảo quản chưa đạt và chế biến không kịp thời nên làm giảm chất lượng xoài cũng như tỷ lệ hao hụt do hư hỏng cao thuộc tác nhân vừa xoài (3%), đại lý (30%) và công ty chế biến (4%).

### 4.3. Phân tích chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL

#### 4.3.1. Sơ đồ chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL

Qua số liệu thứ cấp và sơ cấp được thu thập, sơ đồ chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL được mô tả trong hình 1.



Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL năm 2013

Tổng sản lượng xoài của toàn vùng ĐBSCL năm 2013 là 417.268 tấn, trong đó xoài Cát Chu chiếm 59,1% (248.221 tấn), Cát Hòa Lộc 23,2% (97.348 tấn) và xoài khác 17,7% (71.699 tấn). Xoài được bán qua 6 tác nhân và tiêu thụ nội địa 49,8%, xuất khẩu 50,2%. Đặc biệt, xoài Cát Hòa Lộc chủ yếu là tiêu thụ nội địa (79,6%) và Cát Chu chủ yếu là xuất khẩu (62%). Cụ thể, mô tả hoạt động của các tác nhân chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL trong các phần dưới đây.

#### 4.3.2. Nông dân trồng xoài

Diện tích trồng xoài ĐBSCL năm 2013 là 41.800 ha; trong đó diện tích cho trái là 29.316 ha, chủ yếu tập trung vào hai loại: Cát Chu 49,4% và Cát Hòa Lộc 28,8%, còn lại là các loại xoài khác 21,8%. Tổng sản lượng xoài năm 2013 đạt 417.268 tấn, trong đó Cát Chu chiếm 59,1% sản lượng với năng suất trung bình 17,14 tấn/ha; Cát Hòa Lộc chiếm 23,2% sản lượng với năng suất trung bình 11,53 tấn/ha. Điều này cho thấy xoài Cát Chu có diện tích và năng suất cao nhất vùng ĐBSCL.

Riêng diện tích xoài cho trái năm 2013 của hai tỉnh Tiền Giang và Đồng Tháp là 12.910 ha, trong đó diện tích xoài Cát Chu cho trái là 6.379 ha, chiếm 49,4% diện tích xoài cho trái hai tỉnh; và xoài Cát Hòa Lộc là 3.719 ha, chiếm 28,8%. Diện tích xoài Cát Chu tập trung ở Đồng Tháp 5.240 ha, xoài Cát Hòa Lộc tập trung tại Tiền Giang 2.107 ha. Tổng sản lượng xoài của hai tỉnh Tiền Giang và Đồng Tháp là 185.160 tấn, trong đó sản lượng xoài Cát Chu là 109.328 tấn chiếm 59,1% tổng sản lượng, riêng Cát Chu tại ĐT là 98.806 tấn. Xoài Cát Hòa Lộc có sản lượng 42.875 tấn (chiếm 23,2%), sản lượng xoài Cát Hòa Lộc tập trung ở Tiền Giang là 24.294 tấn.

Phần lớn nông dân bán xoài cho thương lái 44,1% tổng lượng xoài, bán cho chủ vườn 44,6%, một số nông dân còn bán xoài trực tiếp cho các tiểu thương bán lẻ 4,3% (Hình 1). HTX bán 0,6% sản lượng xoài trực tiếp cho công ty xuất khẩu và 6,4% cho đại lý tiêu thụ nội địa (chủ yếu là thị trường TP.HCM và Hà Nội chỉ chiếm 1/3 lượng tiêu thụ của TP.HCM), một số nông hộ bán xoài đạt chất lượng, trái bóng đẹp, đạt khối lượng cho HTX (7%) với giá bán cao hơn thị trường từ 1.000-2.000 đ/kg. Tuy nhiên, hầu hết nông hộ không có hợp đồng mua bán xoài, điều này dẫn đến rủi ro xoài rớt giá khi vào chính vụ, khi đó giá xoài do thương lái quyết định hơn là có sự thỏa thuận giữa nông dân và thương lái. Giá xoài cao và lý tưởng nhất

cho nông dân là vào vụ nghịch, thu hoạch sớm hoặc trễ, rơi vào các tháng 8 - 9, 12 - 1 trong năm. Lượng xoài bán trung bình của nông hộ là 7,6 tấn/hộ/năm.

#### 4.3.3. Thương lái

Hầu hết thương lái mua xoài từ nông dân và bán cho các chủ vườn. Thương lái thanh toán tiền mặt cho nông dân và không có hợp đồng mua bán. Trong đó, giá mua trung bình của xoài Cát Chu là 14.080 đồng/kg, xoài Cát Hòa Lộc là 34.320 đồng/kg. Năm 2013, sản lượng xoài mua bán trung bình của một thương lái khoảng 98,2 tấn/năm. Tùy theo chất lượng xoài, thương lái sẽ có nhiều giá mua khác nhau. Nếu xoài đáp ứng được các yêu cầu như trái to, khối lượng đều, trái bóng đẹp, không bị sâu, không xỉ mủ, không bị nứt, không bị thẹo, và không bị trầy,... thì thương lái sẽ mua với giá cao hơn 1.000 - 3.000 đồng/kg; tại Tiền Giang, thương lái sẽ mua với giá cao hơn 3.000 - 5.000 đồng/kg.

#### 4.3.4. Vườn xoài

Phần lớn các vườn thu mua xoài từ nông dân chiếm 44,6% và mua từ thương lái 44,1% tổng lượng xoài. Hình thức thanh toán là tiền mặt một lần hoặc hai lần và không có hợp đồng trước. Giá cả do thỏa thuận giữa hai bên. Bên cạnh đó, tiêu chuẩn mua xoài của các vườn là xoài trái to, màu sắc đẹp, không trầy, không bị sâu bệnh. Năm 2013, sản lượng xoài mua bán trung bình của mỗi vườn khoảng 640,2 tấn/năm; trong đó bán cho đại lý tiêu thụ nội địa 39,1%, bán cho công ty chế biến xuất khẩu 18,9% và trực tiếp xuất khẩu 30,7%. Phần lớn vườn thiếu vốn vào vụ thu hoạch rộ và gặp rủi ro khi xoài chín rộ và hư nếu vận chuyển đến nơi tiêu thụ không kịp thời gian, tỷ lệ hao hụt trung bình của chủ vườn là 3%.

#### 4.3.5. Đại lý tiêu thụ nội địa

Phòng vấn 6 đại lý, trong đó 3 đại lý ở TP.HCM và 3 đại lý ở Hà Nội cho thấy lợi nhuận trung bình 1 kg xoài khoảng 4.720 đ/kg (trong đó Cát Chu khoảng 1.100 đ/kg, Cát Hòa Lộc 11.500 đ/kg). Ngoài ra, họ còn cho biết hao hụt do xoài bị thối trong khâu vận chuyển và tồn kho bán không kịp là 30%. Giá trung bình là 28.540 đ/kg (trong đó Cát Chu 21.200 đ/kg và Cát Hòa Lộc trung bình khoảng 55.000 đ/kg đối với xoài loại 1). Trong năm 2013, sản lượng trung bình mỗi đại lý bán ra là 5,1 tấn/năm.

#### 4.3.6. Người bán lẻ

Với qui mô mua bán nhỏ lẻ, người bán lẻ địa phương thì mua xoài trực tiếp từ nông dân 4,3%; người bán lẻ từ Bắc vào Nam thì mua xoài từ vừa và đại lý 45,5%. Năm 2013, sản lượng xoài mua bán trung bình của người bán lẻ khoảng 3,0 tấn/năm. Giá bán lẻ xoài trung bình khoảng 33.540 đồng/kg. Trong đó, xoài dễ tiêu thụ nhất khoảng từ tháng 1 đến tháng 4.

#### 4.3.7. Công ty chế biến xuất khẩu xoài

Nhóm nghiên cứu đã thu thập thông tin thông qua phỏng vấn HTX xoài Mỹ Xương (TP. Cao Lãnh, Đồng Tháp), HTX Hòa Lộc (Cái Bè, tỉnh Tiền Giang) - hai HTX vừa xuất khẩu trực tiếp xoài trái tươi và hợp đồng xuất khẩu xoài trái tươi qua các công ty xuất khẩu tại TP.HCM; kết hợp với thông tin phỏng vấn từ các công ty thu mua xoài xuất khẩu trái tươi và xoài qua chế biến ở khu công nghiệp Hậu Giang (Công ty TNHH Phú Thịnh), khu công nghiệp Tiền Giang (Công ty TNHH Long Uyên), Công ty Long Việt (đây là công ty tiềm năng xuất khẩu xoài trái tươi tại Tiền Giang), Công ty Chế biến Nông sản Việt Đức (Đồng Tháp), Công ty TNHH Quốc Thảo (Vĩnh Long), Công ty Le Fruit (Cần Thơ) và một số công ty ở TP.HCM như Công ty Vĩnh Lộc, Công ty Phát triển Kinh tế Duyên Hải thuộc Tổng Công ty Thương mại Sài Gòn (COFIDEC) và Công ty Hatchando. Kết quả cho thấy các công ty mua xoài từ HTX 0,6%, mua từ chủ vừa 18,9%, các công ty chế biến và cung cấp cho thị trường xuất khẩu 19,5%, sản lượng bán trung bình của công ty là 615 tấn/năm. Phỏng vấn công ty cho thấy tiềm năng phát triển và nhu cầu thị trường xoài còn tăng cao, nhất là xoài qua chế biến xuất khẩu, đối tượng khách hàng đa dạng và phong phú. Tuy nhiên, nhìn chung xoài chưa đáp ứng yêu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu về số lượng và chất lượng.

Một cách tổng quát, các công ty thu mua yêu cầu chất lượng xoài như sau:

- Xoài cần có tính ổn định cao số lượng, độ đồng đều, kích cỡ và khối lượng, giá và chất lượng.
- Xoài của nông dân khi thu hoạch cần đạt đủ “độ chín sinh lý” để bảo đảm độ đường 15.
- Quản lý nông dược hợp lý, đảm bảo thời gian cách ly sử dụng thuốc trước khi thu hoạch nhằm tránh dư lượng thuốc trừ sâu tồn đọng trong quả xoài, nhất là thuốc BVTV xử lý ruồi đục quả trước khi thu hoạch.
- Không sử dụng hóa chất cấm sử dụng như carbenazim, chất kích thích sinh trưởng hoặc không

nên xử lý bằng cách nhúng trái xoài vào hóa chất để đẩy nhanh quá trình chín sinh lý.

- Trái xoài phải đủ khối lượng (> 300 g đối với xoài loại 1, đồng đều, bóng đẹp (xoài cần bao trái)) đối với xoài trái tươi tiêu thụ ở các thị trường lớn trong nước như Hà Nội, TP.HCM và xoài trái tươi xuất khẩu.

- Xoài phải sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP và GlobalGAP.

- Xây dựng vườn xoài sạch.

Có hai loại công ty xuất khẩu xoài: (1) Công ty xuất khẩu trực tiếp xoài trái tươi, chủ yếu là xoài loại 1 (kể cả xoài Cát Hòa Lộc và Cát Chu) và (2) công ty chế biến xuất khẩu các sản phẩm giá trị gia tăng của xoài (chỉ sử dụng xoài Cát Chu). Các công ty xuất khẩu xoài trái tươi thường hợp đồng với các HTX sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP và GlobalGAP, xoài được bao trái và xếp vào khay nhựa, sau đó xử lý đạt chuẩn tại tỉnh Long An rồi chuyển thẳng xuống tàu để xuất đi các quốc gia như Hàn Quốc, Singapore, Nhật Bản, New Zealand và Hà Lan. Các công ty chế biến xoài thường là công ty xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản khác nhau, trong đó có xoài chế biến dưới dạng sản phẩm giá trị gia tăng (xoài cắt má và hạt lựu và nước ép); sản phẩm sau chế biến chủ yếu được xuất đi Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore, EU và Trung Quốc. Xoài nguyên liệu của công ty chế biến chủ yếu là xoài Cát Chu loại 2 (vì xoài Cát Chu có giá thấp hơn xoài Cát Hòa Lộc và có màu vàng đẹp). Hiện nay, Chính phủ đã cấp phép cho một số doanh nghiệp Hàn Quốc được trực tiếp mua xoài trái tại Việt Nam, HTX xoài Mỹ Xương đã nhận hợp đồng từ các công ty này. HTX Hòa Lộc chủ yếu xuất sang Nhật Bản nhưng số lượng còn rất hạn chế, HTX cần liên kết tiêu thụ xoài Cát Hòa Lộc với HTX xoài Mỹ Xương vì HTX xoài Mỹ Xương không đủ lượng Cát Hòa Lộc để cung cấp; HTX Hòa Lộc cũng cần phổ biến xã viên bao trái xoài với qui mô lớn để tăng khả năng cạnh tranh. Khảo sát cho thấy, nông dân bao trái xoài thì giá bán tăng 3.000-5.000 đ/kg trong khi chi phí tăng thêm chỉ 1.200-1.500 đ/kg và vừa bán tăng hơn 5.000-10.000 đ/kg tùy theo thời điểm; hơn nữa xoài bao trái giảm phun xịt thuốc 8-10 lần và kéo dài thời gian chín sinh lý hơn 4 ngày so với xoài không bao trái, điều này rất quan trọng trong khi vận chuyển và bảo quản cho chế biến; đặc biệt là xoài không bị có vôi khi chín do ruồi đục quả không thể đục xuyên qua bao trái.

**4.4. Phân tích kinh tế chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL**

Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL dựa vào tổng sản lượng xoài của vùng

năm 2013 (417.268 tấn) và tỷ trọng phân phối xoài giữa các tác nhân (Hình 1) và kết quả khảo sát về giá bán và chi phí của tất cả các tác nhân tham gia chuỗi được mô tả ở các phần trên.

**Bảng 4. Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL năm 2013**

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	Vựa	Đại lý	Công ty	Bán lẻ	Tổng
<b>Chuỗi giá trị xoài nội địa</b>							
1. Sản lượng (tấn)	207.799	91.640	163.152	189.857		207.799	
2. Giá bán (đ/kg)	17.940	20.610	25.370	28.540	-	33.540	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	12.110	1.980	2.640	4.720	-	4.890	26.340
<i>% lợi nhuận</i>	46,0	7,5	10,0	17,9		18,6	100,0
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đ)	2.516,5	181,4	430,7	896,1		1.016,1	5.040,9
<i>% tổng lợi nhuận</i>	49,9	3,6	8,5	17,8		20,2	100,0
5. Tổng thu nhập (tỉ đ)	3.727,9	1.888,7	4.139,2	5.418,5		6.969,6	22.143,9
<i>% tổng thu nhập</i>	16,8	8,5	18,7	24,5		31,5	100,0
<b>Chuỗi giá trị xoài xuất khẩu</b>							
1. Sản lượng (tấn)	209.469	92.376	206.965	-	81.367	-	
2. Giá bán (đ/kg)	18.750	20.610	29.810	-	37.200	-	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	12.840	1.980	5.730	-	5.690	-	26.240
<i>% lợi nhuận</i>	48,9	7,6	21,8	-	21,7	-	100,0
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đ)	2.689,6	182,9	1.185,9	-	463,0	-	4.521,4
<i>% tổng lợi nhuận</i>	59,5	4,1	26,2	-	10,2	-	100,0
5. Tổng thu nhập (tỉ đ)	3.927,5	1.903,9	6.169,6	-	3.026,9	-	15.027,9
<i>% tổng thu nhập</i>	26,1	12,7	41,1	-	20,1	-	100,0
<b>Chuỗi giá trị xoài chung</b>							
1. Sản lượng (tấn)	417.268	184.015	370.117	189.857	81.367	207.799	
2. Giá bán (đ/kg)	18.350	20.610	27.850	28.540	37.200	33.540	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	12.480	1.980	4.370	4.720	5.690	4.890	34.130
<i>% lợi nhuận</i>	36,6	5,8	12,8	13,8	16,7	14,3	100,0
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đ)	5.207,5	364,4	1.617,4	896,1	463,0	1.016,1	9.564,5
<i>% tổng lợi nhuận</i>	54,5	3,8	16,9	9,4	4,8	10,6	100,0
5. Tổng thu nhập (tỉ đ)	7.656,9	3.792,6	10.307,8	5.418,5	3.026,9	6.969,6	37.172,1
<i>% tổng thu nhập</i>	20,6	10,2	27,7	14,6	8,1	18,8	100,0
6. Sản lượng TB/chủ thể/năm (tấn)	7,6	98,2	640,2	5,1	615,0	3,0	
7. Lợi nhuận TB/chủ thể/năm (tr.đ)	94,3	194,4	2.797,8	24,2	3.499,6	14,6	

*Nguồn: Kết quả khảo sát, 2014*

Kết quả ở bảng 4 cho thấy:

- Về cơ cấu tổng lợi nhuận toàn chuỗi thì nông dân có tỷ trọng cao nhất trong cả 2 kênh tiêu thụ nội địa (49,9%) và xuất khẩu (59,5%). Tuy nhiên lợi nhuận/chủ thể thì nông dân có lợi nhuận thấp nhất

(1,4% tương đương 94,3 triệu đồng/hộ/năm với sản lượng trung bình/hộ/năm là 7,6 tấn), trong khi chủ vựa đạt hơn 2,8 tỷ đồng/vựa/năm (vì sản lượng tiêu thụ trung bình/vựa/năm là 640,2 tấn). Bán lẻ có tỷ

trọng lợi nhuận thấp là do tiêu thụ lượng xoài ít nhất (trung bình 3,0 tấn/năm).

Riêng đối với xoài Cát Chu, xuất khẩu (62%) nhiều hơn gấp đôi sản lượng xoài tiêu thụ nội địa (38%) nhưng tổng thu nhập toàn chuỗi của 2 kênh này không khác nhau nhiều (8.092 tỷ đồng và 8.098 tỷ đồng) là do xoài tiêu thụ nội địa có tỷ trọng xoài loại 1 cũng như tỷ trọng sản lượng bán giá cao nhiều hơn.

Ngược lại, đối với xoài cát Hòa Lộc thì sản lượng tiêu thụ nội địa cao hơn 3 lần xuất khẩu (79,6% so với 20,4%) và giá xoài Cát Hòa Lộc cao hơn gấp đôi xoài Cát Chu. Xoài cát Hòa Lộc chủ yếu tiêu dùng trái tươi ở TP. HCM. Vì vậy, tổng thu nhập kênh nội địa của loại xoài này là 15.724 tỷ đồng, trong khi kênh xuất khẩu chỉ đạt 2.222 tỷ đồng.

Để thấy rõ hơn hiệu quả kinh tế trong chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL, bảng 5 dưới đây trình bày tỷ suất lợi nhuận của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị xoài theo kênh thị trường.

**Bảng 5. Tỷ suất lợi nhuận của các tác nhân theo kênh thị trường (Tính trên 1 kg xoài nguyên liệu)**

Kênh/tác nhân	Chi phí tăng thêm (đồng/kg)	Lợi nhuận (đồng/kg)	Tỷ suất lợi nhuận (%)
<b>Tiêu thụ nội địa (TTND)</b>			
Nông dân	5.830	12.840	220,2
Thương lái	690	1.980	286,9
Vựa	2.120	2.640	124,5
Đại lý	1.550	4.720	304,5
Bán lẻ	3.280	4.890	149,1
Tổng TTND	13.470	26.340	195,5
<b>Xuất khẩu</b>			
Nông dân	5.830	12.840	220,2
Thương lái	690	1.980	286,9
Vựa	3.470	5.730	165,1
Công ty	1.700	5.690	334,7
Tổng xuất khẩu	11.690	26.240	224,5

Kết quả ở bảng 5 cho thấy:

- Trồng xoài có hiệu quả kinh tế cao cho tất cả các tác nhân tham gia chuỗi.
- Tỷ suất lợi nhuận kênh xuất khẩu nói chung cao hơn kênh nội địa.
- Trong mỗi kênh tiêu thụ thì tỷ suất lợi nhuận của nông dân là cao thứ ba sau đại lý và thương lái trong kênh tiêu thụ nội địa; sau thương lái và công ty trong kênh xuất khẩu.

**5. TÓM TẮT CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CẤP CHUỖI GIÁ TRỊ XOÀI VÙNG ĐBSCL**

Qua phân tích thị trường và phân tích chuỗi giá trị hiện tại xoài vùng ĐBSCL, một số giải pháp cơ bản để nâng cấp chuỗi giá trị xoài và phát triển ngành hàng xoài như sau:

(1) Nâng cao kiến thức về thị trường và chuỗi giá trị bằng cách tập huấn cho tất cả các tác nhân tham gia chuỗi để thay đổi tư duy sản xuất và quản lý theo cách tiếp cận chuỗi giá trị nhằm sản xuất xoài theo yêu cầu thị trường về số lượng và chất lượng.

(2) Mở rộng sản xuất xoài theo tiêu chuẩn VietGAP và GlobalGAP từ ngân sách địa phương, các chương trình/dự án quốc tế để nâng cao tỷ lệ xuất khẩu xoài trái tươi sang các thị trường khó tính.

(3) Nâng cao chất lượng và giá trị xoài thông qua kỹ thuật xử lý rải vụ (tăng xoài vụ nghịch vì giá cao và tiêu thụ dễ dàng) và bao trái xoài.

(4) Khuyến khích tăng diện tích sản xuất xoài Cát Chu hơn xoài cát Hòa Lộc để tăng cường chế biến sản phẩm giá trị gia tăng cho kênh xuất khẩu vì nhu cầu xoài chế biến đang trường mạnh.

Hiện tại, thị trường xoài cát Hòa Lộc trong nước đã bão hòa. Không nên tăng diện tích xoài Cát Hòa Lộc (vì chủ yếu tiêu thụ ở TP.HCM) mà chỉ nên tập trung nâng cao chất lượng xoài Cát Hòa Lộc (về số lượng và hình dáng đẹp, đạt khối lượng, màu vàng đẹp, chín sinh lý) để tăng xuất khẩu trái tươi. Riêng xoài Ghép, xoài Đài Loan và xoài Keo (từ Campuchia) có thị trường đang tăng trưởng rất mạnh, kể cả thị trường trong nước lẫn xuất khẩu, tuy nhiên 3 loại xoài này với hơn 80% sản lượng xuất khẩu sang Trung Quốc theo đường tiểu ngạch, vì vậy nên tăng diện tích ở mức hạn chế. Đặc biệt là gần 100% xoài Ghép được đều xuất khẩu sang Trung Quốc.

(5) Phát triển mô hình liên kết ngang có kết nối công ty đầu tư vùng nguyên liệu để có trách nhiệm trong sản xuất và tiêu thụ, đáp ứng nhu cầu thị trường về số lượng và chất lượng. Về lâu dài công ty đầu tư phí tái chứng nhận GAP cho các liên kết ngang như HTX và THT trồng xoài.

(6) Quy hoạch rải vụ xoài để tăng giá trị gia tăng toàn chuỗi và tập huấn kỹ thuật rải vụ để bảo đảm chất lượng xoài vì xoài vụ nghịch thường không đạt chất lượng do qua xử lý ra hoa và độ đường thấp.

(7) Hỗ trợ nâng cao ý thức để tuyên truyền vận động nhằm phổ biến thông tin thị trường, lợi ích của liên kết ngang và liên kết dọc, tuyên truyền sản xuất theo yêu cầu thị trường về số lượng và chất lượng để giữ vững thương hiệu về lâu dài bằng các hình thức



hội thảo tập huấn, tài liệu tờ bướm phát từng nhà, loa phát thanh địa phương, phát thanh truyền hình...

(8) Hỗ trợ kinh phí cải tạo giống xoài và chúng nhận cũng như tái chứng nhận theo tiêu chuẩn GAP giai đoạn hai năm đầu cho các liên kết ngang như THT/HTX có kết nối kinh doanh với công ty.

## 6. KẾT LUẬN

Vùng ĐBSCL có điều kiện tự nhiên phù hợp với sự phát triển của cây xoài. Năm 2013, diện tích trồng khoảng 41.800 ha, trong đó diện tích cho trái là 29.316 ha với tổng sản lượng 417.268 tấn. Xoài được trồng phổ biến ở tỉnh ven sông Tiền như Đồng Tháp, Tiền Giang, An Giang và Vĩnh Long. Xoài ở ĐBSCL nói chung có chất lượng ngon và trồng xoài cho lợi nhuận cao nhưng những năm gần đây do ảnh hưởng của biến đổi khí hậu làm tỷ lệ đậu trái thấp và sâu bệnh nhiều hơn; thị trường chưa ổn định chủ yếu phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

Chuỗi giá trị xoài ở ĐBSCL có 6 tác nhân tham gia (nông dân, HTX, thương lái, chủ vựa, công ty, đại lý và bán lẻ/siêu thị). Xoài được tiêu thụ với nhiều kênh thị trường nội địa và xuất khẩu khác nhau. Nhìn chung, sản lượng xuất khẩu và tiêu thụ nội địa chênh lệch không đáng kể (50,2% kênh xuất khẩu và 49,8% kênh tiêu thụ nội địa). Tuy nhiên, kênh tiêu thụ nội địa và xuất khẩu rất khác nhau giữa hai loại xoài: xoài Cát Chu tiêu thụ nội địa 38%, xuất khẩu từ 62%, trong khi Cát Hòa Lộc tiêu thụ nội địa 79,6% và xuất khẩu 20,4%. Hơn nữa, giá xoài Cát Hòa Lộc cao gấp 2 lần giá xoài Cát Chu, đây là lý do tổng lợi nhuận chuỗi của kênh tiêu thụ nội địa gần gấp đôi kênh xuất khẩu mặc dù sản lượng tiêu thụ của 2 kênh tương đương nhau.

Phân tích kinh tế chuỗi cho thấy, lợi nhuận/kg thuộc 2 kênh nội địa và xuất khẩu cho xoài nói chung và cả hai loại xoài Cát Chu và Hòa Lộc của nông dân nói riêng là cao nhất, tuy nhiên lợi nhuận/hộ/năm của nông dân là thấp nhất sau người bán lẻ do sản lượng tiêu thụ trung bình/hộ/năm thấp hơn so với vựa. Tóm lại, vựa là tác nhân thu mua chính xoài trong chuỗi (hơn 90% sản lượng xoài), vì vậy đây là tác nhân có tỷ trọng thu nhập và lợi nhuận cao nhất chuỗi.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2013). Quy hoạch sản xuất trái cây đặc sản vùng ĐBSCL.

2. GTZ Eschborn (2007). GTZ-ValueLinks – Value chain promotion methods.

3. FAO (2014). *Số liệu thống kê sản xuất và thương mại xoài, măng cụt và ổi thế giới*. Tổ chức Nông Lương Thế giới năm 2014.

4. GSO (2013). Niên giám Thống kê Việt Nam năm 2012. Hà Nội: NXB Thống kê.

5. HTX Hòa Lộc (2013). Báo cáo tổng kết năm 2013 của HTX Hòa Lộc, tỉnh Tiền Giang.

6. HTX xoài Mỹ Xương (2013). Báo cáo tổng kết năm 2013 của HTX xoài Mỹ Xương, tỉnh Đồng Tháp.

7. Kaplinsky, R., and M. Morris (2001) A Handbook for Value Chain Research, The Institute of Development Studies. <http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf>.

8. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2013). Cơ sở dữ liệu 63 tỉnh/thành.

9. NGTK các tỉnh ĐT, TG, AG & VL (2014). Niên giám Thống kê các tỉnh TG, ĐT, VL và AG năm 2013.

10. Phòng Nông nghiệp huyện Cái Bè (2013). Số liệu thống kê xoài năm 2013.

11. SOFRI (2013). Số liệu xoài các vùng miền năm, Viện Cây ăn quả miền Nam 2013.

12. Sở Công thương Đồng Tháp (2013). Báo cáo tổng kết năm 2013 và kế hoạch hoạt động 2014.

13. Sở Công thương Tiền Giang (2013). Báo cáo tổng kết năm 2013 và kế hoạch hoạt động 2014.

14. Sở NN-PTNT Đồng Tháp (2013, 2014). Báo cáo sơ kết đánh giá các mô hình liên kết sản xuất, tiêu thụ, nông sản – thủy sản năm 2013 và công tác triển khai năm 2014. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Đồng Tháp.

15. Sở NN-PTNT Tiền Giang (2013). Báo cáo đánh giá kết quả hoạt động ngành nông nghiệp và PTNT năm 2013, kế hoạch sản xuất năm 2014.

16. TTXTM & ĐT TP. HCM (2013). *Vụ mùa xoài ở vùng đồng bằng sông Cửu Long bắt đầu vào cao điểm*. Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP. HCM.

17. <http://www.itpc.gov.vn/exporters/news/tintrongnuoc/2012-01-04.259580/2012-04-03.561394/2012-04-23.264382>. Truy cập ngày 08/6/2014.

18. UBND tỉnh ĐT (2013). Báo cáo hội nghị liên kết sản xuất và tiêu thụ nông sản, thủy sản của UBND tỉnh Đồng Tháp.

19. UBND tỉnh Đồng Tháp (2014). Dự án đầu tư nhà máy chế biến nông sản Việt Đức (VIET DUC FOOD TECHNOLOGY), tháng 3/2014.

20. UBND tỉnh Tiền Giang (2009). *Dự án nâng cao chất lượng an toàn sản phẩm nông nghiệp và*

phát triển chương trình khí sinh học (Dự án QSEAP).

21. UBND tỉnh Tiền Giang (2013). Đẩy mạnh xuất khẩu trái cây tỉnh Tiền Giang giai đoạn 2013-2015. Kế hoạch số 191/KH-UBND.

22. Văn Chi, 2013. *Điều gì quyết định giá của các loại trái cây nhiệt đới?* Truy cập ngày 15/11/2013, từ website: <http://www.marketingnongnghiep.com/2013/04/ieu-gi-quyet-inh-gia-cua-cac-loai-trai.html>

23. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013). *Phân tích chuỗi giá trị sản phẩm*, ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp TP Cần Thơ. Nhà Xuất bản Đại học Cần Thơ 2013.

24. Võ Thị Thanh Lộc, Trịnh Đức Trí, Huỳnh Hữu Thọ, Nguyễn Thị Kim Thoa (2014). Nghiên cứu chuỗi giá trị xoài vùng ĐBSCL. Báo cáo nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Phát triển ĐBSCL. Đại học Cần Thơ, 2014.

## STUDY OF MANGO VALUE CHAIN IN THE MEKONG DELTA

Trinh Duc Tri, Vo Thi Thanh Loc

### Summary

In 2013, there were 41,800 ha of mango area with total volume of 417,268 tones in the Mekong delta. In which Cat Chu mango accounted for 59.1%, Hoa Loc mango 23.2% and others 17.7%. Dong Thap and Tien Giang are the two leading provinces for mango specialized production in the Mekong delta with mango Cat Chu and Hoa Loc varieties. Both Cat Chu and Hoa Loc mangoes have high comparable and competitive advantages in price and quality compared to other mangoes. However, there are many problems regarding awareness of chain actors, linkages of production and distribution as well as the support of local governments at all levels to meet the market needs in terms of quantity and quality. The study applied the value chain approach of Kaplinsky & Morris (2001), the ValueLinks method of GTZ Eschborn (2007), tools for value chain analysis of Vo Thi Thanh Loc and Nguyen Phu Son (2013) and participation of chain actors. The research objectives are (1) analysis of mango market, (2) analysis of mango value chain and (3) suggestion of strategic solutions for upgrading mango value chain that help facilitators at all levels to develop further policies and better measures for increasing added value and sustainable development of mango sector.

**Key words:** *Mango, value-added and value chain.*

**Người phản biện:** TS. Nguyễn Thắng

**Ngày nhận bài:** 20/4/2015

**Ngày thông qua phản biện:** 22/5/2015

**Ngày duyệt đăng:** 29/5/2015