

NGHIÊN CỨU CHUỖI GIÁ TRỊ XOÀI TỈNH TIỀN GIANG

Trịnh Đức Trí¹, Võ Thị Thanh Lộc², Huỳnh Hữu Thọ¹, Nguyễn Thị Kim Thoa²,
 Nguyễn Thị Trúc Dung² và Trương Hồng Võ Tuấn Kiệt²

¹ Khoa Kinh Tế, Trường Đại học Cần Thơ

² Viện Nghiên cứu Phát triển Đồng bằng Sông Cửu Long, Trường Đại học Cần Thơ

Thông tin chung:

Ngày nhận: 04/12/2014

Ngày chấp nhận: 29/10/2015

Title:

Research on mango value chain in Tien Giang province

Từ khóa:

Chuỗi giá trị, giá trị gia tăng và xoài

Keywords:

Mango, value-added, value chain

ABSTRACT

Tien Giang is the second leading province in mangoes production (following Dong Thap) in the Mekong Delta. Tien Giang mangoes, especially Hoa Loc mango has both comparative and competitive advantages in price and quality compared to other mangoes. However, there are many limitations regarding awareness of chain actors, linkages of production and distribution as well as the support from local governments at all levels to increase mangoes quantity and quality. The study was based on the value chain approach of Kaplinsky & Morris (2001), the ValueLinks method of GTZ (2007), Making value chains work better for the poor (M4P, 2008) and participation of chain actors. The research objectives are (1) analysis of mangoes market, (2) assessment of mangoes production and distribution situations in Tien Giang, (3) analysis of mangoes value chain, and (4) Suggestion of strategic solutions for upgrading mango value chain that help facilitators at all levels to develop further policies and better measures to added value of mango product.

TÓM TẮT

Tiền Giang là tỉnh sản xuất xoài đứng thứ hai ở Đồng bằng sông Cửu Long sau Đồng Tháp. Xoài Tiền Giang, đặc biệt là xoài cát Hòa Lộc là sản phẩm 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 hạn chế 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 tăng số lượng và chất lượng ngành hàng quan trọng này. Nghiên cứu dựa vào lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky & Morris (2001), phương pháp liên kết chuỗi giá trị của GTZ Eschborn (2007), nâng cao thị trường cho người nghèo (M4P, 2008) và sự tham gia của các tác nhân tham gia chuỗi. Mục tiêu nghiên cứu bao gồm (1) Phân tích thị trường xoài, (2) Đánh giá thực trạng sản xuất và tiêu thụ xoài tại tỉnh Tiền Giang, (3) Phân tích chuỗi giá trị xoài và (4) 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 chuỗi ngành hàng.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Tiền Giang (TG) là tỉnh có diện tích trồng xoài lớn thứ hai (4.894 ha) của vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) sau Đồng Tháp (9.200 ha). Năm 2013, TG có 4.591 ha diện tích xoài đang cho trái (NGTK tỉnh TG, 2014) với năng suất trung bình 13,35 tấn/ha và tổng sản lượng xoài năm 2013 là 61.290 tấn (Số liệu khảo sát, 2014). Xoài Tiền Giang trồng tập trung tại huyện Cái Bè (3.404 ha) và Cai Lậy (211 ha); hai huyện này chiếm 73,9% diện tích trồng xoài của tỉnh năm 2013. Riêng xoài cát Hòa Lộc, tỉnh TG đã xây dựng được vùng chuyên canh lớn nhất nước (trên 1.600 ha), tập trung ở các xã ven sông Tiền của huyện Cái Bè như Hòa Hưng, Đông Hòa Hiệp, Tân Thanh, Tân Hưng, An Thái Trung và Mỹ Lương (Sở NN&PTNT-TG, 2013). Hiện nay, các loại xoài trồng phổ biến ở Tiền Giang là xoài cát Hòa Lộc (45,9% diện tích), Cát Chu (21,8%), xoài Ghép (19,8%) và xoài Đai Loan (12,5%) (Số liệu khảo sát, 2014).

Tổng doanh thu xoài TG năm 2013 là 4.557,3 tỷ đồng và lợi nhuận đạt 1.145,6 tỷ đồng. Tuy lợi nhuận chỉ bằng 50% so với thanh long nhưng nói chung xoài TG vẫn mang lại hiệu quả kinh tế cao, đặc biệt là xoài cát Hòa Lộc do giá bán cao và nổi tiếng của tỉnh TG, giá bán trung bình của nông dân năm 2013 khoảng 31.200đ/kg (trong đó giá bán cho thương lái là 28.600đ/kg và cho chủ vựa là 33.800đ/kg); tỷ trọng xoài nông dân bán cho hai đối tượng này là 78,4%. Riêng hợp tác xã Hòa Lộc (HTX) có giá bán trung bình cát Hòa Lộc là 45.000đ/kg và cao nhất là 60.000đ/kg. Tuy nhiên, việc sản xuất xoài ở Tiền Giang trong những năm qua còn gặp nhiều khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ. Nguyên nhân chủ yếu là do biến đổi khí hậu (qua phỏng vấn nông dân cho rằng hiện tượng sương muối, nắng nóng kéo dài và mưa lớn quá bất thường so với những năm trước), 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, mạng lưới nhỏ lẻ 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 với việc 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, xoài TG chưa bao trái nên giá bán còn thấp, 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 tỉnh Tiền Giang* nhằm đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng ngành hàng xoài là thật sự cần thiết.

2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

- Phân tích thị trường xoài trong và ngoài nước
- Phân tích thực trạng sản xuất và tiêu thụ xoài tỉnh TG
- Phân tích chuỗi giá trị xoài tỉnh TG
- Đề xuất các giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị xoài tỉnh TG

3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Phương pháp thu thập dữ liệu

Lược khảo tài liệu thứ cấp có liên quan đến sản xuất và tiêu thụ xoài từ nhiều nguồn khác nhau.

Phòng vấn trực tiếp các tác nhân tham gia chuỗi (nông dân, thương lái, chủ vựa, công ty, người bán lẻ) bằng bảng hỏi cấu trúc.

Phòng 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.

Phòng vấn ban giám đốc các HTX xoài thông qua bảng hỏi bán cấu trúc.

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

3.2 Cơ mẫu và phương pháp chọn quan sát mẫu

Huyện Cái Bè là nơi có diện tích và sản lượng xoài lớn nhất tỉnh Tiền Giang (đại diện 69,6% về diện tích và 68,2% về sản lượng xoài toàn tỉnh), vì vậy huyện Cái Bè được chọn làm địa bàn nghiên cứu. Tổng số quan sát mẫu trong nghiên cứu là 126, chi tiết cơ cấu quan sát mẫu được trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1: Cơ cấu quan sát mẫu chuỗi giá trị xoài tỉnh Tiền Giang

STT	Đối tượng	Số quan sát mẫu	Phương pháp
1	Nông dân	57	Phương pháp phi ngẫu nhiên có điều kiện*
2	Hợp tác xã	02	Phỏng vấn KIP
2	Thương lái	08	Phương pháp liên kết chuỗi
3	Chủ vựa	13	Phương pháp theo liên kết chuỗi
4	Công ty	10	Phương pháp theo liên kết chuỗi
5	Bán lẻ	20	Phương pháp theo liên kết chuỗi
6	Nhà hỗ trợ	14	Phỏng vấn KIP
7	Chuyên gia	02	Phỏng vấn chuyên gia
Tổng cộng		126	

(* Những hộ có trồng và bán xoài trên 5 năm sẽ được phỏng vấn

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 Văn 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, Philipines 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 2012 (Gopalakrisnan, 2013).

Ấn Độ là Vua 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; xoài Kent, Tommy Atkins của Mexico cũng có chất lượng tương tự nhưng màu đỏ cam (Hình 1). 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 rãi vụn, kích cỡ, khô ráo khi ăn, vỏ dày bảo đảm khi vận chuyển, lột vỏ dễ dàng khi ăn (không cần dao) và cải tạo giống mới liên tục theo yêu cầu người tiêu dùng.



Hình 1: Xoài Alphonso của Ấn Độ và xoài Tommy của Mexico

Riêng 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. Bảng dưới đây mô tả sản lượng và giá xoài Thái Lan xuất khẩu sang Nhật và các quốc gia khác qua thời gian.

Kết quả Bảng 2 cho thấy, sản lượng trồng cũng như sản lượng xuất khẩu xoài của Thái Lan có tốc

độ tăng khá cao qua thời gian, tuy nhiên giá xuất khẩu sang Nhật cũng như giá xuất qua các thị trường khác có xu hướng giảm dần. Đây cũng là bài học lớn cho Việt Nam, không nên tăng diện tích mà tập trung nâng cao chất lượng để tăng năng lực cạnh tranh trên thị trường trong thời gian tới.

Nếu thị trường Mỹ có xu hướng tăng nhập khẩu xoài thì thị trường Nhật có xu hướng giảm trong

giai đoạn 2008-2012. 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%), Philippines (7,1%) và Brazil (6,7%). Nhật nhập 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 vào Nhật và Mỹ (Vân Chi, 2013).

Bảng 2: Sản xuất và xuất khẩu xoài Thái Lan

Năm	Sản lượng (triệu tấn)	XK sang Nhật (tấn)	Giá XK sang Nhật (đô la/tấn)	XK sang các thị trường khác (tấn)	Giá XK sang các thị trường khác (đô la/tấn)
2005	1,78	1.323	3.672	7.526	1.288
2008	2,09	1.748	3.508	9.945	1.254
2012	2,56	2.535	3.259	14.418	1.209
2013	2,69	2.781	3.185	15.821	1.198

Nguồn: Monck, M. and Pearce, D. (2013)

Dự báo nhập khẩu xoài thế giới sẽ tăng 1,4% năm 2014. Những nước có nhu cầu lớn nhất thế giới đối với xoài là Mỹ và Liên minh châu Âu (EU). Nhập khẩu xoài dự 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. Dự báo trong năm 2014 sản lượng xoài sẽ đạt khoảng 28,8 triệu tấn. Có khoảng 69% tổng sản lượng sẽ đến từ châu Á - Thái Bình Dương (Ấn Độ, Trung Quốc, Pakistan, Philippines và Thái Lan), 14% ở Mỹ Latinh và Caribe (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 sẽ tăng lên 1,9 triệu tấn năm 2014 (FAO, 2014). Có ba loại sản phẩm chính của xoài được tiêu thụ trên thị trường xoài thế giới đó là xoài trái tươi, nước xoài và xoài “cắt má”. Hiện tại, nước xoài và xoài “cắt má” đông lạnh có thị trường đang tăng trưởng, tiêu thụ mạnh ở các nước Đông Nam Á và châu Âu vì tiện lợi cho việc tiêu dùng. Vì thế, vấn đề chính đối với ngành xoài là kéo dài được thời hạn bảo quản và sử dụng của sản phẩm để phù hợp trong khâu vận chuyển. Riêng Ấn Độ còn có sản phẩm com xoài nghiền, hàng năm sản phẩm xuất khẩu này mang về cho Ấn Độ gần 100 triệu USD (Gopalakrisnan, 2013).

4.2 Vai trò của chứng nhận chất lượng trong thương mại xoài thế giới

Việt Nam có lợi thế so sánh trong sản xuất xoài, tuy nhiên ngành xoài của Việt Nam gặp nhiều khó khăn trong việc thâm nhập thị trường khó tính như Mỹ, châu Âu và Nhật Bản. Các thị trường này đưa ra các quy định khác nhau cho trái cây tươi nhập khẩu. Theo Nguyễn Hữu Đạt (2014), muốn thâm nhập thị trường khó tính thì xoài phải sản

xuất theo chuẩn VietGap hoặc GlobalGap, hơn nữa xoài phải bao trái (đây là kỹ thuật bắt buộc để tránh sâu bệnh và hình thức trái xoài đẹp). Hiện tại, xoài đã được đàm phán xuất khẩu vào Newzealand (1/2012) và vào Hàn Quốc (4/2014). Trung Tâm Kiểm dịch Thực vật sau nhập khẩu II đang tiếp tục đàm phán với Nhật và Mỹ để có thể xuất khẩu sang các thị trường này trong năm 2015.

Riêng thị trường châu Âu, các yêu cầu được chia làm ba nhóm chính, bao gồm những yêu cầu “bắt buộc” (must), yêu cầu “phổ biến” (common) và yêu cầu “đặc biệt” (niche). Yêu cầu của nhóm “bắt buộc” là các điều kiện mà doanh nghiệp xuất khẩu phải đáp ứng thì sẽ được phép thâm nhập thị trường châu Âu. Các yêu cầu trong nhóm “phổ biến” là những yêu cầu mà các doanh nghiệp xuất khẩu thường đáp ứng đó là sản phẩm phải đạt chuẩn GlobalGap, điều kiện này không bắt buộc nhưng các nhà xuất khẩu nên đáp ứng để cạnh tranh. Các yêu cầu “đặc biệt” áp dụng cho một số phân khúc thị trường cụ thể như trái cây hữu cơ. Các yêu cầu bắt buộc bao gồm: yêu cầu liên quan đến thuốc trừ sâu, quản lý thực phẩm, giống cây trồng, tiêu chuẩn marketing, quy định về chất gây hại và nhãn mác. Quy định quan trọng nhất trong nhóm này liên quan đến thuốc trừ sâu hay lượng thuốc trừ sâu tối đa (MRL) trong thực phẩm. Thị trường châu Âu quy định 450 loại thuốc bảo vệ thực đối với xoài. Lưu lượng cho phép phân lớn dao động trong khoảng từ 0,01 đến 0,05 mg/kg (CBI Market Information Database, 2013).

4.3 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) (SOFRI, 2013). 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 3: 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 SP 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 khác nhau của nhóm nghiên cứu, 2014

Xoài ở 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 (Bảng 4), bốn tỉnh này chiếm 72,8% tổng diện tích trồng xoài và 72,8% tổng sản lượng xoài của ĐBSCL (NGTK các tỉnh ĐT, TG, AG & VL, 2013).

Bảng 4: Diện tích và sản lượng xoài các tỉnh vùng ĐBSCL năm 2013

Tỉnh	DT trồng (ha)	DT Cho trái (ha)	Tỷ trọng TG (%)	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 khoảng 50% và xuất khẩu 50%. Tiêu thụ nội địa có thị phần tập trung lớn ở TP. HCM (nhiều nhất là xoài Cát Hòa Lộc) và Hà Nội (chủ yếu là xoài Cát Chu) 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 đều qua Trung Quốc bằng đường tiểu ngạch (chủ yếu xoài Cát Chu loại 1 và loại 2, xoài Ghép và xoài Đài Loan). Xoài cát Hòa Lộc và Cát Chu được xuất khẩu dưới dạng trái tươi (xoài loại 1) và xoài cắt lát qua chế biến (xoài loại 2) còn được xuất sang Nhật, Singapore, Hàn Quốc và Newzealand. 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 hao hụt do hư hỏng cao thuộc tác nhân chủ yếu và công ty chế biến.

4.4 Tình hình sản xuất và tiêu thụ xoài tỉnh Tiền Giang

4.4.1 Tình hình sản xuất xoài tỉnh Tiền Giang

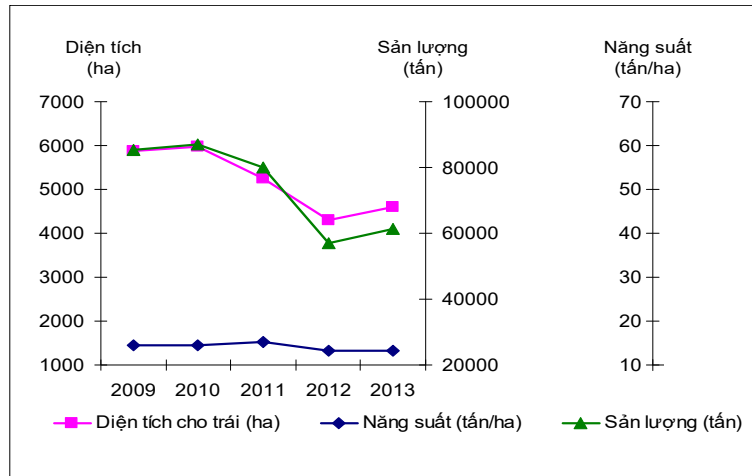
Xoài là một trong những loại cây ăn trái trồng chủ lực của tỉnh Tiền Giang, đặc biệt là giống xoài

cát Hòa Lộc đã trở thành thương hiệu nổi tiếng trong nước và xuất khẩu. Trong 5 năm qua (2009-2013), các chỉ tiêu về diện tích gieo trồng, diện tích cho trái, và sản lượng xoài của tỉnh có xu hướng giảm. Cụ thể, tốc độ giảm trung bình về diện tích trồng xoài của Tiền Giang là 7,2%/năm, diện tích cho trái giảm 6,0%/năm và sản lượng giảm 7,9%/năm trong giai đoạn 2009-2013. Lý do diện tích và sản lượng giảm chủ yếu ở huyện Cai Lậy vì huyện này tỉnh không chủ trương phát triển xoài. Ngoài ra, do ảnh hưởng thời tiết, tỷ lệ xoài ra hoa thấp nên năng suất năm 2012 giảm 2 tấn/ha so với năm 2011 làm cho tổng sản lượng toàn tỉnh năm 2012 giảm hơn 23 ngàn tấn. Diện tích xoài năm 2013 có tăng trở lại và năng suất cũng cao hơn đã làm cho sản lượng xoài tăng 4.149 tấn so với năm 2012; năng suất cũng tăng lên chút ít so với năm 2012 nhưng tương đối ổn định từ 13-15 tấn/ha trong giai đoạn 2009-2013 (Hình 2).

Về nguồn thu nhập nông hộ (hoạt động sinh kế), có 81,2% nông hộ được khảo sát sống dựa vào nguồn thu nhập chính từ xoài. Cụ thể, doanh thu trung bình xoài năm 2013 khoảng 246,1 tr.đ/ha và lợi nhuận trung bình là 171,6 tr.đ/ha. Trong đó,

doanh thu trung bình từ xoài của hộ có diện tích lớn hơn 0,5 ha là 255,9 tr.đ/ha, cao hơn 23,3 tr.đ/ha so với những hộ có diện tích dưới 0,5 ha và lợi nhuận cũng cao hơn 23,9 tr.đ/ha. Hầu hết nông hộ được phỏng vấn có lợi nhuận trong sản xuất xoài. Tuy nhiên, có 12,3% nông hộ phỏng vấn có lợi nhuận nhỏ hơn 50 tr.đ/ha; trong đó, có hộ bị lỗ

23,3 tr.đ/ha. Nguyên nhân là do những nông hộ này không chủ động về vốn và áp dụng không đúng kỹ thuật canh tác làm tỷ lệ đậu trái thấp, bị sâu bệnh nhiều, năng suất thấp, trái xoài không đạt chuẩn (nhất là về trọng lượng) nên chi phí sản xuất tăng cao và giá bán thấp.



Hình 2: Xu hướng diện tích, năng suất và sản lượng xoài TG (2009-2013)

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Tiền Giang, 2013; Số liệu khảo sát, 2014

Đối với chi phí sản xuất xoài, tổng chi phí trung bình năm 2013 khoảng 74,5 tr.đ/ha/năm (Bảng 5), tăng 7,9% so với năm 2012 (trong đó, chi phí đầu vào tăng 9,8%, chi phí tăng thêm tăng 1,6% bao gồm các chi phí liên quan đến chi phí thuê lao

động, chi phí nhiên liệu hoặc thuê vận chuyển xoài, chi phí giỏ đựng xoài, chi phí bao giấy để bao trái,...). Do đó, có đến 22,8% nông hộ trồng xoài có doanh thu xoài năm 2013 giảm so với năm 2012.

Bảng 5: Chi phí sản xuất xoài theo diện tích năm 2013

DVT: triệu đ/ha/năm

	Năm 2013		Năm 2012		Tốc độ +/- (%)
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	
Chi phí đầu vào	59,4	79,7	54,1	78,3	+ 9,8
Chi phí tăng thêm	15,2	20,4	14,9	21,6	+ 1,6
Tổng chi phí	74,5	100,0	69,1	100,0	+ 7,9

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2014

Về vốn vay, có 33,3% nông hộ đang vay vốn đầu tư sản xuất. Đa số hộ được vay từ ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Quỹ tín dụng địa phương và ngân hàng Chính sách xã hội. Bên cạnh đó, một số nông hộ không tiếp cận được nguồn vay từ các ngân hàng nhà nước thì mượn của người thân, bạn bè. Khoản vay trung bình là 44,6 triệu đồng/hộ với lãi suất trung bình 1%/tháng. Tiền vay nông hộ dùng để mua vật tư đầu vào gồm phân, thuốc, nuôi heo hay đầu tư kinh doanh lĩnh vực khác.

Phần lớn nông dân bán xoài cho chủ vựa (65,1% tổng sản lượng xoài); cho thương lái (13,3%); riêng HTX bán 1,3% sản lượng xoài cát Hòa Lộc (Loại 1 và 2) trực tiếp cho công ty xuất khẩu và 9,1% 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 dân chở xoài đến sạp bán lẻ địa phương tiêu thụ (11,2%). Ngoài ra, một số nông hộ bán xoài đạt chất lượng, trái bóng đẹp, đạt trọng lượng cho HTX (10,4%), với giá bán cao hơn thị trường từ 1.000-2.000đ/kg. Đa số nông hộ không có hợp đồng mua bán và giá xoài

do người mua quyết định (71,7%). Ngoài ra, 73,7% nông hộ có phân loại xoài khi bán vì xoài loại 1 bán được giá cao hơn. Giá bán xoài của nông dân trực tiếp cho chủ vừa cao hơn bán cho thương lái (chẳng hạn như giá bán xoài Cát Hòa Lộc cho thương lái là 28.600đ/kg trong khi bán cho vừa là 33.800đ/kg; tương tự cho Cát Chu là 11.800đ/kg và 12.500đ/kg). Nông dân bán xoài giá cao vào giai đoạn trái mùa, thu hoạch sớm hay trễ, đặc biệt giá bán cao vào tháng 11, 12 và tháng 1. Trong quá trình thu hoạch và vận chuyển xoài, tỷ lệ hao hụt, thất thoát (trái bị dập, da trái bị trầy) của nông dân thường không đáng kể.

Giá xoài của nông dân nói chung và của HTX Hòa Lộc nói riêng đều thấp hơn giá của hai loại xoài này ở Đồng Tháp. Chẳng hạn như năm 2013 HTX xoài Mỹ Xương (Đồng Tháp) bán xoài Cát Chu với giá 25.000đ/kg (xoài loại 1) và 15.000đ/kg (xoài loại 2), và giá bán xoài Cát Hòa Lộc là 60.000-80.000đ/kg (loại 1) và 40.000-45.000đ/kg xoài loại 2. Sự khác biệt về giá là do xoài của HTX Mỹ Xương có bao trái nên trái bóng đẹp, không bị vết hay xì mủ, đạt trọng lượng và bảo quản được lâu hơn. Cũng xin chia sẻ thông tin lợi ích của xoài bao trái ở Đồng Tháp, ngoài việc mang lại lợi ích trái xoài da bóng đẹp, đạt chuẩn, giá cao hơn xoài không bao trái mà hiệu quả kinh tế cũng cao hơn. Chẳng hạn như chi phí bao trái (bao giấy và công bao trái) khoảng 1.200-1.500đ/kg (tùy theo loại bao vàng hay bao trắng) nhưng giá bán cao hơn từ 5.000-10.000đ/kg tùy thời điểm, như vậy nếu sử dụng lao động gia đình hay thuê người bao trái thì nông dân đều hưởng lợi ít nhất 3.500đ/kg khi bao trái xoài. Ở Đồng Tháp, có rất nhiều đội nhân công bao trái xoài chuyên nghiệp với giá 250.000đ/ngày với hơn 500 quả xoài được bao trái trong ngày (Số liệu khảo sát, 2014).

4.4.2 Tình hình tiêu thụ xoài tỉnh Tiền Giang

Riêng xoài TG tiêu thụ nội địa 48,1% và xuất khẩu 51,9%. Xoài tiêu thụ nội địa chủ yếu là cát Hòa Lộc (83,6% tổng lượng cát Hòa Lộc) ở hai thị trường chính đó là thành phố Hồ Chí Minh (Tp.HCM) và Hà Nội (Hà Nội chỉ bằng 1/3 lượng xoài cát Hòa Lộc tiêu thụ ở TP.HCM); số còn lại được công ty xuất khẩu trái tươi (1,3% qua hợp tác xã Hòa Lộc) và chủ vừa xuất khẩu tiểu ngạch sang Trung Quốc (13,1%). Trong khi đó, xoài Cát Chu được tiêu thụ nội địa 40,8%; một phần qua công ty chế biến các sản phẩm giá trị gia tăng để xuất khẩu (23,5%) và phần còn lại chủ vừa xuất khẩu tiểu ngạch sang Trung Quốc (35,7%). Riêng xoài Ghép và xoài Đài Loan hầu hết được xuất khẩu tiểu

ngạch sang Trung Quốc; riêng xoài Đài Loan có tiêu thụ nội địa nhưng không đáng kể (Số liệu khảo sát, 2014).

Ý kiến của công ty về yêu cầu thị trường xoài:

Xoài cần có tính **ổn định cao** số lượng, độ đồng đều, kích cỡ và trọng 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 được 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 được phép sử dụng hóa chất cấm sử dụng, chất kích thích sinh trưởng hoặc không nên xử lý bằng cách nhúng trái xoài để đẩy nhanh quá trình chín sinh lý.

Trái xoài phải đủ trọng lượng (> 300g 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.

4.4.3 Thuận lợi và khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ xoài

Thuận lợi:

Điều kiện tự nhiên và môi trường của tỉnh rất thích hợp cho việc phát triển cây ăn trái nói chung, xoài nói riêng (đất phù sa màu mỡ, nước ngọt quanh năm, khí hậu nhiệt đới).

Có nhiều chính sách và chủ trương phát triển cây xoài từ Trung ương đến địa phương.

Đã hình thành được vùng sản xuất tập trung, vùng nguyên liệu này đã được tỉnh thực hiện nhiều chương trình, dự án đầu tư nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm theo hướng sản xuất nông nghiệp sạch, an toàn thực phẩm (đầu tư về hạ tầng các công trình thủy lợi; nghiên cứu áp dụng các tiến bộ kỹ thuật canh tác nhằm nâng cao chất lượng trái cây; trong đó đặc biệt là việc áp dụng quy trình sản xuất nông nghiệp tốt. Sản xuất cây ăn trái theo qui trình thực hành nông nghiệp tốt, an toàn thực phẩm đang được tỉnh quan tâm, nhất là phục vụ cho thị trường xuất khẩu. Hiện nay, Tiền Giang đang tập

trung phát động và khuyến khích nhà vườn sản xuất theo tiêu chuẩn GAP, an toàn thực phẩm. Với yêu cầu của thị trường thế giới đang khắt khe hơn về vệ sinh an toàn thực phẩm đối với trái cây; vì vậy sản xuất theo hướng GAP, an toàn thực phẩm là điều kiện cần thiết để người trồng cây ăn trái nâng cao giá trị sản phẩm của mình, mở đường cho trái cây thâm nhập vào thị trường thế giới.

Khó khăn:

Tiêu thụ dưới dạng trái tươi nên khó bảo quản vào chính vụ, chưa nhiều sản phẩm qua chế biến; công nghệ sau thu hoạch trái cây còn thô sơ và thủ công, tỷ lệ hao hụt trong các khâu thu hoạch, bảo quản và vận chuyển còn khá lớn.

Quy mô sản xuất ở dạng nông hộ, khó tạo được lượng trái cây có quy cách đồng nhất nên khó đạt được hiệu quả trong việc xây dựng tiêu chuẩn hóa ở quy mô lớn.

Trong quá trình thâm canh đã phát sinh nhiều loại bệnh gây hại như thán thư, xì mù, ruồi đục quả,...

Cây giống chưa được quản lý chặt chẽ và còn nhiều bất cập.

Cơ sở hạ tầng phục vụ đầu ra chưa đáp ứng được nhu cầu, thiếu thông tin về thị trường, hệ thống phân phối chưa tốt, thị trường xuất khẩu lệ thuộc Trung Quốc.

Mặc dù có nhiều hỗ trợ nhưng việc quy hoạch, định hướng phát triển và xây dựng vùng chuyên canh chưa được đầu tư lớn, việc xây dựng tổ hợp

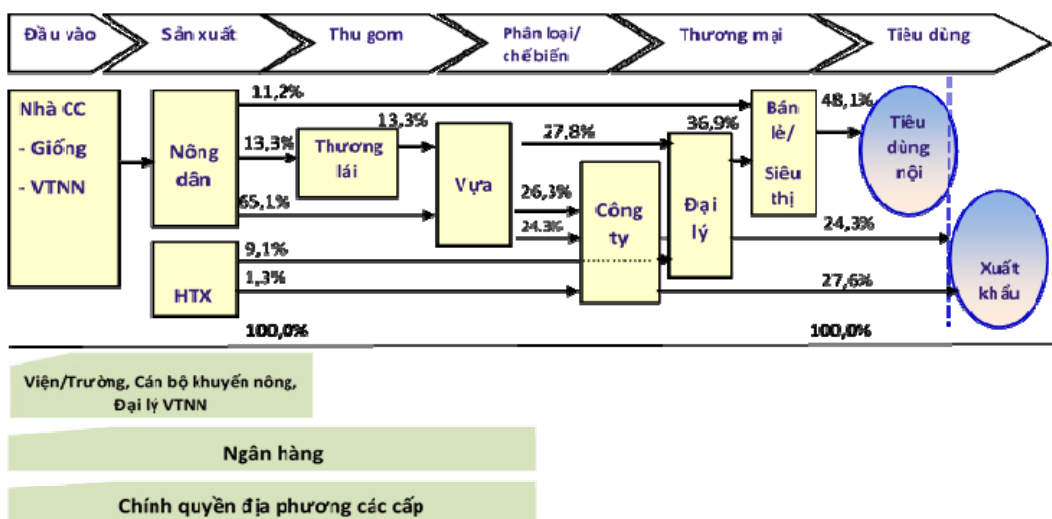
tác, hợp tác xã sản xuất còn hạn chế.

Những khó khăn trong việc trồng theo tiêu chuẩn GAP ở Tiền Giang: Hiện nay, tại các vùng nguyên liệu cây ăn trái của tỉnh nói chung đều có HTX hoặc THT áp dụng sản xuất theo tiêu chuẩn GAP nhưng còn hạn chế về diện tích nên sản lượng cung ứng cho thị trường không nhiều, muốn mở rộng diện tích đạt chứng nhận gặp nhiều khó khăn như:

- Việc tìm kiếm công ty tiêu thụ sản phẩm GAP khó khăn.
- Trình độ nông dân không đều nên việc tiếp thu tiến bộ khoa học kỹ thuật mới còn hạn chế, việc ghi chép nhật ký sản xuất là một yêu cầu quan trọng trong sản xuất theo GAP nhưng chưa được nông dân quan tâm đúng mức.
- Chi phí chứng nhận còn cao và chưa thống nhất giữa các đơn vị chứng nhận.
- Đặc biệt giá sản phẩm đạt GAP chênh lệch không nhiều, thậm chí ngang bằng với sản phẩm không áp dụng GAP (do sản xuất GAP qui mô nhỏ).
- Một số quy định về môi trường xung quanh, nguồn nước theo quy định của tiêu chuẩn GAP vẫn còn là thách thức.

4.5 Sơ đồ chuỗi giá trị xoài tỉnh Tiền Giang

Qua mô tả các tác nhân tham gia chuỗi trong các phần trên, sơ đồ chuỗi giá trị xoài tỉnh TG (chung cho tất cả các loại xoài) được trình bày trong hình sau.



Hình 3: Sơ đồ chuỗi giá trị xoài tỉnh Tiền Giang

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2014

4.5.1 Mô tả tổng quan sơ đồ chuỗi

Chuỗi giá trị xoài tỉnh TG có 6 chức năng (6 khâu trong chuỗi) bao gồm khâu đầu vào, sản xuất, thu gom, phân loại/chế biến, thương mại và tiêu dùng; và 10 tác nhân tham gia chuỗi (nhà cung cấp giống và VTNN, nông dân, HTX, thương lái, chủ vựa, đại lý, công ty, bán lẻ/siêu thị và người tiêu dùng. Năm 2013, sản lượng xoài sản xuất của TG là 61.290 tấn (trong đó tiêu thụ nội địa 29,480 tấn (48,1%) và xuất khẩu 31.810 tấn (51,9%). Xoài được nông dân bán cho thương lái (13,3%) và trực tiếp bán cho chủ vựa (65,1%). Như vậy, chủ vựa thu gom 78,4% lượng xoài của tỉnh (Hình 14), sau đó phân loại và phân phối lại cho nhiều tác nhân khác nhau; trong đó 36,9% xoài đạt chất lượng, tươi ngon sẽ được cung cấp cho đại lý ở Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội (trong đó có 9,1% xoài từ HTX Hòa Lộc); 24,3% xoài được chủ vựa

xuất khẩu trực tiếp sang thị trường Trung Quốc; 27,6% lượng xoài còn lại sẽ được cung cấp cho công ty xuất tươi và chế biến xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc, Singapore, Nhật Bản (trong đó có 1,3% xoài từ HTX Hòa Lộc).

4.5.2 Phân tích giá trị gia tăng chuỗi giá trị xoài theo kênh thị trường

Chuỗi giá trị xoài tỉnh TG tiêu thụ theo 5 kênh thị trường chính (kênh có tỷ trọng xoài lớn), trong đó 2 kênh tiêu thụ nội địa (kênh 1&2) và 3 kênh xuất khẩu. Trong kênh tiêu thụ nội địa, nông dân bán xoài cho chủ vựa có giá trung bình cao hơn bán cho thương lái 2.700đ/kg. Trong các kênh thị trường, tỷ trọng giá trị gia tăng thuần (lợi nhuận/kg) của nông dân là cao nhất (từ 43,7% - 71,2%); riêng HTX, tỷ lệ này chỉ chiếm 32,7% sau công ty là do HTX có chi phí trung gian và chi phí tăng thêm cao (Bảng 6).

Bảng 6: Phân tích giá trị gia tăng theo kênh thị trường chuỗi giá trị xoài tỉnh TG

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	Vựa	Đại lý	Công ty	Bán lẻ	Tổng
Kênh 1: Nông dân – Thương lái – Vựa - Đại lý – Bán lẻ – Tiêu dùng nội địa							
Giá bán	18.800	20.550	26.150	35.750		42.400	
Chi phí trung gian	6.400	18.800	20.550	26.150		35.750	
Chi phí tăng thêm	950	900	3.900	3.100		950	
Giá trị gia tăng thuần	11.450	850	1.700	6.500		5.700	26.200
% GTGT thuần	43,7	3,2	6,5	24,8		21,8	100,0
Kênh 2: Nông dân – Vựa – Đại lý - Bán lẻ - Tiêu dùng nội địa							
Giá bán	21.500		26.150	35.750		42.400	
Chi phí trung gian	6.400		21.500	26.150		35.750	
Chi phí tăng thêm	1.500		2.950	3.100		950	
Giá trị gia tăng thuần	13.600		1.700	6.500		5.700	27.500
% GTGT thuần	49,5		6,2	23,6		20,7	100,0
Kênh 3: Nông dân – Vựa - Công ty - Xuất khẩu							
Giá bán	21.500		25.900		39.800		
Chi phí trung gian	6.400		21.500		25.900		
Chi phí tăng thêm	1.500		2.000		10.000		
Giá trị gia tăng thuần	13.600		2.400		3.900		19.900
% GTGT thuần	68,3		12,1		19,6		100,0
Kênh 4: Nông dân – Vựa - Xuất khẩu							
Giá bán	21.500		32.000				
Chi phí trung gian	6.400		21.500				
Chi phí tăng thêm	1.500		5.000				
Giá trị gia tăng thuần	13.600		5.500				19.100
% GTGT thuần	71,2		28,8				100,0
Kênh 5: HTX – Công ty - Xuất khẩu							
Giá bán	45.000				70.000		
Chi phí trung gian	34.700				45.000		
Chi phí tăng thêm	3.000				10.000		
Giá trị gia tăng thuần	7.300				15.000		22.300
% GTGT thuần	32,7				67,3		100,0

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2014

4.5.3 Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị xoài tỉnh Tiền Giang

và lợi nhuận của toàn chuỗi giá trị tỉnh TG xoài nói chung và riêng cho chuỗi giá trị xoài nội địa và xuất khẩu.

Bảng 7 dưới đây là kết quả tổng hợp thu nhập

Bảng 7: Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị xoài tỉnh Tiền Giang năm 2013

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	Vựa	Đại lý	Công ty	Bán lẻ	Tổng
Chuỗi giá trị xoài nội địa							
1. Sản lượng (tấn)	29.480	3.921	23.112	10.878		29.480	
2. Giá bán (đ/kg)	18.800	20.550	26.150	35.750		42.400	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	11.450	850	1.700	6.500		5.700	26.200
% Lợi nhuận	43,7	3,2	6,5	24,8		21,8	100,0
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đ)	337,5	3,3	39,3	70,7		168,0	618,9
% Tổng lợi nhuận	54,5	0,5	6,3	11,4		27,2	100,0
5. Tổng thu nhập (tỉ đ)	554,2	80,6	604,4	388,9		1.250	2.878
% Tổng thu nhập	19,3	2,8	21,0	13,5		43,4	100,0
Chuỗi giá trị xoài xuất khẩu							
1. Sản lượng (tấn)			31.810	24.939		8.780	
2. Giá bán (đ/kg)			21.500	25.900		39.800	
3. Lợi nhuận (đ/kg)			13.600	2.400		3.900	19.900
% Lợi nhuận			68,3	12,1		19,6	100,0
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đ)			432,6	59,9		34,2	526,7
% Tổng lợi nhuận			82,1	11,4		6,5	100,0
5. Tổng thu nhập (tỉ đ)			683,9	645,9		349,4	1.679,3
% Tổng thu nhập			40,7	38,5		20,8	100,0
Chuỗi giá trị xoài tổng hợp							
1. Sản lượng (tấn)	61.290	3.921	48.051	10.878	8.780	29.480	62.400
2. Giá bán (đ/kg)	20.201	20.550	26.020	35.750	39.800	42.400	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	12.566	850	2.063	6.500	3.900	5.700	31.579
% Lợi nhuận	39,8	2,7	6,5	20,6	12,3	18,0	100,0
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đ)	770,2	3,3	99,1	70,7	34,2	168,0	1.145,6
% Tổng lợi nhuận	67,2	0,3	8,7	6,2	3,0	14,7	100,0
5. Tổng thu nhập (tỉ đ)	1.238,1	80,6	1.250,3	388,9	349,4	1.250	4.557
% Tổng thu nhập	27,2	1,8	27,4	8,5	7,7	27,4	100,0
6. Sản lượng TB/chủ thể/năm (tấn)	8,4	363,0	1.014	5,2	1.000	4,1	
7. Lợi nhuận TB/chủ thể/năm (tr.đ)	105,6	308,6	2092,2	33,8	3900	23,4	6463,6
% Lợi nhuận/chủ thể/năm	1,63	4,77	32,37	0,52	60,34	0,36	100,0

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2014

Kết quả phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị xoài của tỉnh TG cho thấy:

Năm 2013, tổng thu nhập xoài nói chung của tỉnh TG là 4.557,3 tỷ đồng tập trung chủ yếu ở tác nhân nông dân (27,2%), chủ vựa (27,4%) và người bán lẻ (27,4%). Tổng lợi nhuận đạt 1.145,6 tỷ đồng, trong đó khâu nông dân sản xuất chiếm 67,2%. Tuy nhiên, tỷ trọng lợi nhuận/hộ/năm là thấp nhất trong chuỗi (1,63%) do số lượng xoài/hộ trong năm thấp hơn rất nhiều (trung bình 8,4

tấn/hộ/năm) so với công ty (1.000 tấn/năm) và chủ vựa (1.014 tấn/năm).

Mặc dù sản lượng xoài tiêu thụ nội địa ít hơn xuất khẩu không nhiều (ít hơn 3,8%) nhưng tổng thu nhập từ kênh tiêu thụ nội địa cao hơn 1.198,7 tỷ đồng và tổng lợi nhuận cũng cao hơn 92,2 tỷ đồng so với kênh xuất khẩu. Nguyên nhân là do xoài cát Hòa Lộc được tiêu thụ chủ yếu ở thị trường nội địa (83,6%) với giá bán cao hơn gấp 2,4 lần so với xoài Cát Chu.

5 CÁC GIẢI PHÁP VÀ HOẠT ĐỘNG NÂNG CẤP CGT XOÀI TỈNH TIỀN GIANG

5.1 Giải pháp chiến lược SO

(1) Nâng cao kiến thức về thị trường và chuỗi giá trị tất cả các tác nhân tham gia chuỗi để sx-tt xoài theo yêu cầu TT về số lượng và chất lượng.

Hoạt động 1: Tỉnh/huyện hỗ trợ tập huấn cho tất cả các tác nhân tham gia chuỗi về tình hình thị trường xoài trong nước và quốc tế, yêu cầu về chất lượng xoài hiện tại và tương lai để thay đổi tư duy trong sản xuất và tiêu thụ xoài, hạn chế phát triển tự phát việc trồng loại xoài không theo yêu cầu thị trường của nông dân.

Hoạt động 2: Tỉnh/huyện hỗ trợ tập huấn cho tất cả các tác nhân tham gia chuỗi về việc đưa sản phẩm ra thị trường một cách bền vững theo cách tiếp cận chuỗi giá trị.

(2) Mở rộng sản xuất xoài theo tiêu chuẩn VietGap và GlobalGap.

Hoạt động 3: Tỉnh/huyện và các tổ chức hỗ trợ mở rộng hỗ trợ tập huấn cho nông dân trồng xoài về kỹ thuật trồng theo tiêu chuẩn GAP (sau khi đã tham gia hoạt động 1 và 2 được đề cập ở trên).

Hoạt động 4: Tỉnh/huyện và liên minh HTX hỗ trợ tập huấn cho lãnh đạo THT và HTX kiến thức về quản lý chuỗi cung ứng hiệu quả và lập kế hoạch sản xuất - kinh doanh theo yêu cầu thị trường.

5.2 Giải pháp chiến lược ST

(3) Nâng cao chất lượng và giá trị xoài thông qua kỹ thuật xử lý rải vụ và bao trái

Hoạt động 5: Tỉnh và các sở liên quan nghiên cứu phân bố rải vụ xoài để cung cấp ra thị trường đúng thời điểm với giá bán cao và ổn định; tham khảo ý kiến các công ty tiêu thụ xoài về thời điểm và thời gian rải vụ; phân bố cách rải vụ 3 lần trong năm theo kinh nghiệm của Ấn Độ. Chú ý thời gian ít trùng với các quốc gia khác thì giá càng ổn định.

Hoạt động 6: Tập huấn kỹ thuật bao trái xoài để nâng cao chất lượng cũng như mẫu mã đẹp, tăng thời gian bảo quản, tạo uy tín cho khách hàng về lâu dài (nhất là xoài loại 1 bán trái tươi); điều này nông dân cần học tập xã viên HTX xoài Mỹ Xương. Hoạt động này cũng tạo ra nhiều đội hình lao động bao trái xoài chuyên nghiệp như tỉnh Đồng Tháp.

(4) Khuyến khích tăng diện tích sản xuất xoài Cát Chu

Hoạt động 7: Tuyên truyền và hướng nông dân trồng xoài Cát Chu trong quy hoạch phát triển vùng xoài hơn là xoài cát Hòa Lộc vì Cát Chu có năng suất cao, thị trường ưa thích phổ biến hơn vì giá rẻ hơn. Hơn nữa, nguyên liệu dành cho chế biến các sản phẩm giá trị gia tăng đều từ xoài Cát Chu.

Hiện tại, thị trường xoài cát Hòa Lộc trong nước đã bão hòa. Không nên tăng diện tích xoài cát Hòa Lộc (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 trọng 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 hơn 80% sản lượng là 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 đều xuất khẩu sang Trung Quốc.

5.3 Giải pháp chiến lược WO

(5) Phát triển mô hình liên kết ngang có kết nối công ty đầu tư vùng nguyên liệu.

Hoạt động 8: Hỗ trợ xây dựng mô hình liên kết dọc (nông dân – công ty) có sự hỗ trợ của công ty trong sản xuất và tiêu thụ (kể cả công ty xuất khẩu trái tươi và công ty chế biến xoài xuất khẩu), hợp đồng đầu vào và đầu ra, bao tiêu sản phẩm (đây là giải pháp quan trọng để rút ngắn kênh thị trường nhằm đem lợi nhuận của các tác nhân trung gian về cho nông hộ sản xuất xoài). Hoạt động này cần có hỗ trợ về kinh phí của Nhà nước hoặc dự án với sự sẵn lòng tham gia của công ty.

Hoạt động 9: Hỗ trợ để củng cố các THT & HTX hoạt động hiệu quả theo hướng nâng cao chất lượng xoài, sản xuất quy mô lớn, chất lượng đồng loạt, tạo uy tín và kết nối đầu ra về lâu dài.

Hoạt động 10: Khuyến khích các mô hình sản xuất quy mô lớn tự nguyện của nông dân (sản xuất theo GAP), cùng qui trình kỹ thuật và chất lượng, chia sẻ thông tin sản xuất và thông tin thị trường, chịu trách nhiệm với sản phẩm mình tạo ra (sau khi nông dân được tập huấn kiến thức ở hoạt động 1).

(6) Quy hoạch rải vụ xoài và tập huấn kỹ thuật rải vụ để bảo đảm chất lượng xoài.

Hoạt động 11: Hỗ trợ thực hiện mô hình sản xuất rải vụ xoài cho HTX Hòa Lộc để rút kinh nghiệm nhân rộng.

Hoạt động 12: Hỗ trợ nghiên cứu hoàn chỉnh qui trình kích thích xoài ra hoa thay thế paclobutrazol, một chất lưu giữ trong đất ít nhất 3 năm làm ảnh hưởng môi trường và làm suy kiệt độ màu mỡ của đất (Trường Đại học Cần Thơ có thể giúp việc này).

Hoạt động 13: Hỗ trợ xây dựng liên kết ngang tự nguyện qui mô lớn giữa các nông dân để hình thành tổ sản xuất GAP (tiền đề cho phát triển lên VietGap) nhằm chia sẻ kỹ thuật, kinh nghiệm và thông tin thị trường (sau khi nông dân đã được tập huấn các kiến thức ở các hoạt động 1).

Hoạt động 14: Từng bước quảng cáo và xúc tiến thương mại các mô hình xoài đạt chuẩn qui mô lớn đối với xoài cát Hòa Lộc và xoài Cát Chu.

5.4 Giải pháp chiến lược WT

(7-8) Hỗ trợ nâng cao ý thức

Hoạt động 15: 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 bướm phát từng nhà, loa phát thanh địa phương, phát thanh truyền hình...

(9) Hỗ trợ kinh phí chứng nhận và tái chứng nhận theo tiêu chuẩn GAP.

Hoạt động 16: Tăng cường hỗ trợ kinh phí cho mô hình sản xuất xoài đạt chuẩn VietGap.

6 KẾT LUẬN

Tỉnh Tiền Giang là tỉnh xếp thứ hai trong bốn tỉnh trồng xoài lớn nhất vùng ĐBSCL vì có điều kiện tự nhiên phù hợp với sự phát triển của cây xoài. Năm 2013, diện tích trồng xoài của tỉnh khoảng 4.894 ha, trong đó diện tích cho trái là 4.591 ha với sản lượng đạt 61.290 tấn. Xoài được trồng nhiều nhất ở Huyện Cái Bè (chiếm 69,6% tổng diện tích xoài toàn tỉnh), trong đó chủ yếu là xoài Cát Chu và cát Hòa Lộc (chiếm 67,7% tổng diện tích và 67,6% tổng sản lượng xoài). Mặc dù năng suất xoài Cát Chu cao hơn cát Hòa Lộc 5,61 tấn/ha nhưng giá bán trung bình xoài cát Hòa Lộc cao hơn 16.800đ/kg nếu bán qua thương lái và cao hơn 21.300đ/kg nếu bán trực tiếp cho chủ vựa. Tỷ trọng diện tích và sản lượng còn lại là từ xoài Ghép (19,8%) và xoài Đài Loan (12,5%). Xoài TG có lợi thế cạnh tranh tại khu vực ven sông Tiền, nhất là xoài cát Hòa Lộc vì chất lượng ngon hơn và cho lợi nhuận cao hơn các loại xoài khác. Xoài cát Hòa Lộc TG đã đăng ký nhãn hiệu “Hòa Lộc Mango”,

“sản phẩm 100% của Tiền Giang” đã được nhiều khách hàng trong và ngoài nước biết đến. Tuy nhiên, năng suất và sản lượng xoài trong 5 năm qua của TG giảm do tính quy hoạch vùng chuyên canh xoài tại huyện Cái Bè, hạn chế phát triển xoài ở các huyện; ngoài ra do ảnh hưởng của biến đổi khí hậu làm tỷ lệ đậu trái thấp và sâu bệnh nhiều hơn cũng làm năng suất và sản lượng giảm.

Mặc dù sản xuất và tiêu thụ xoài đang có hiệu quả nhưng vẫn tồn tại các vấn đề chính trong ngành hàng xoài của TG hiện nay là quy hoạch sản xuất theo yêu cầu thị trường còn hạn chế, chưa ký kết được đầu ra ổn định, hậu cần yếu và thiếu trong khâu bảo quản, chế biến, tồn trữ và cung ứng sản phẩm. Hơn nữa, tập quán sản xuất nhỏ lẻ của nông dân sẽ hạn chế việc sản xuất quy mô lớn một cách tự nguyện, nông dân chưa tin tưởng nhiều vào liên kết tiêu thụ. Xoài TG chưa bao trái và rải vùi nên số lượng và chất lượng xoài chưa đáp ứng được yêu cầu thị trường. Việc phát triển các hình thức kinh tế hợp tác đối với việc liên kết sản xuất xoài còn nhiều hạn chế, chưa tập trung sản xuất quy mô lớn, chất lượng cao (chỉ có 1 HTX Hòa Lộc là sản xuất xoài theo tiêu chuẩn VietGAP và GlobalGAP nhưng số lượng còn hạn chế và hình thức trái chưa đẹp). Còn nhiều trở ngại trong thỏa thuận giá và hình thức cung cấp với các công ty.

Qua phân tích kinh tế chuỗi, năm 2013 tổng thu nhập toàn chuỗi ngành hàng xoài nói chung của tỉnh TG là 4.557,3 tỷ đồng và tổng lợi nhuận đạt 1.145,6 tỷ đồng. Tỷ trọng **lợi nhuận/kg** thuộc 2 kênh nội địa và xuất khẩu cho toàn chuỗi xoài nói chung, xoài Cát Chu và Hòa Lộc nói riêng của nông dân là cao nhất (chiếm từ 43,7-71,2%); tuy nhiên **lợi nhuận/hộ/năm** của nông dân là thấp nhất do sản lượng tiêu thụ trung bình/hộ/năm thấp hơn so với chủ vựa và công ty. Tóm lại, xoài qua chủ vựa (chiếm 78,4% sản lượng xoài) và công ty (27,6%) là hai tác nhân thu mua chính xoài trong chuỗi, vì vậy đây là các tác nhân có tỷ trọng thu nhập và lợi nhuận/chủ thể cao nhất chuỗi.

Tóm lại, xoài Tiền Giang được đánh giá là thơm ngon, thịt xoài có màu vàng đẹp, nhất là xoài cát Hòa Lộc nhưng hình thức và chất lượng chưa đạt chuẩn xuất khẩu, vỏ còn mỏng nên quá trình vận chuyển dễ bị hư hại làm giảm chất lượng xoài, thời gian dự trữ và bảo quản ngắn khi xoài chín nên hao hụt trong khâu tiêu thụ cao. Đây là những lý do xoài chưa xuất khẩu nhiều được sang các nước phát triển như Nhật, Mỹ và châu Âu. Xoài Việt Nam nói chung và tỉnh TG nói riêng có sức cạnh tranh thấp trên thị trường so với xoài của các

quốc gia láng giềng như Thái Lan và Phi-lip-pin nên giá bán thấp, xuất khẩu tiểu ngạch là chính. Vì vậy, việc đầu tư cơ sở vật chất, nguồn lực và nhân lực cho việc phát triển các vườn xoài theo hướng GAP, kể cả đầu tư cải tạo giống có vỏ dày hơn và ít xơ để tăng khả năng cạnh tranh; cải tiến chất lượng xoài từ khâu sản xuất đến khâu chế biến (tăng sản phẩm giá trị gia tăng như xoài sấy dẻo, nước xoài,...) và giảm tối đa rủi ro và hao hụt trong khâu tiêu thụ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

CBI Ministry of Foreign Affairs. Buyer Requirements for Fresh Fruit and Vegetables.

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

FAO (2014). Tổ chức Nông Lương Thế giới, số liệu thống kê sản xuất và thương mại xoài, măng cụt và ôi thê giới.

Gopalakrisnan S., 2013. Marketing system of mangoes in India. World applied science journal 21 (7): 1000-1007).

Kaplinsky, R., and M. Morris (2000) A Handbook for Value Chain Research, The Institute of Development Studies. [Http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf](http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf)

HTX Hòa Lộc (2013). Báo cáo tổng kết năm 2013 của HTX Hòa Lộc, tỉnh TG.

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

M4P (2008). Making value chains work better for the poor – A toolbook for practitioners of Value chain analysis.

Monck, M. and Pearce, D. (2013). Improved trade in mangoes from the Philippines, Thailand and Australia. . ACIAR Impact Assessment Series Report No. 50.

Narong Chomchalow, Songpol Somsri và Prempre Na Songkhla, 2007. Development

of Good Agricultural Practices (GAP) for Fruit and Vegetables in Thailand.

NGTK các tỉnh (2014). Niên giám thống kê các tỉnh Tiền Giang, Đồng Tháp, Vĩnh Long và An Giang năm 2013.

Nguyễn Hữu Đạt (2014). Dịch hại xoài cần quan tâm và biện pháp quản lý để tham gia xuất khẩu đi các thị trường khó tính. Trung Tâm kiểm dịch thực vật sau Nhập khẩu II. Kỹ yếu diễn đàn xoài tỉnh Đồng Tháp ngày 18/9/2014.

Purushottam Bung (2013). Mango Cultivation Industry of India: Problems and Prospects.

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

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

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.

TTXTM Bộ NN & PTNT (2013). Tiền Giang: Xoài đầu vụ giá cao, khan hàng. Trang tin xúc tiến thương mại Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn. <http://xttm.mard.gov.vn/Site/vi-vn/64/95/80941/Default.aspx>. Truy cập ngày 07/6/2014.

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

Vân 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>

Vinafruits (2013-2014). Thống kê tình hình sản xuất và xuất khẩu trái cây Việt Nam. Website: http://www.vinafruit.com/web/index.php?option=com_contentlist&cat=1&id=12; truy cập ngày 2/6/2014.