

CHIẾN LƯỢC VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CẤP CHUỖI CUNG ỨNG SẦU RIÊNG Ở HUYỆN PHONG ĐIỀN, THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Trần Thị Thu Hà¹, Đỗ Tấn Sĩ²

TÓM TẮT

Được thực hiện tại huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích kinh tế chuỗi giá trị nhằm đánh giá hoạt động và hiệu quả của chuỗi và đề xuất các chiến lược và giải pháp nâng cấp chuỗi cung ứng sầu riêng. Kết quả nghiên cứu cho thấy giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của chuỗi cung ứng sầu riêng không cao, sự phân chia lợi nhuận giữa các tác nhân trong chuỗi chưa công bằng, đặc biệt là người trồng sầu riêng được nhận tỷ lệ giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần rất thấp. Các tác nhân trong chuỗi cũng gặp phải những khó khăn trong phát triển sản xuất kinh doanh. Trên cơ sở phân tích những khó khăn và lợi thế cạnh tranh của sản phẩm sầu riêng, các chiến lược nâng cấp chuỗi cung ứng sầu riêng tập trung vào sản phẩm, phân phối, chiêu thị và hỗ trợ thúc đẩy cần được áp dụng. Các giải pháp cụ thể bao gồm: (i) quy hoạch đất đai cho phát triển sản xuất; (ii) xây dựng tăng cường liên kết dọc và liên kết ngang giữa các tác nhân trong chuỗi; (iii) nâng cấp công nghệ trồng trọt; (iv) xúc tiến thương mại sản phẩm và (v) đa dạng hoá nguồn vốn hỗ trợ cho sản xuất và kinh doanh sầu riêng.

Từ khoá: *Chuỗi cung ứng, giá trị gia tăng, nâng cấp chuỗi, sầu riêng.*

1. BỐI CẢNH

Huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ là vùng có tiềm năng lớn về đất đai, lao động, tài nguyên thiên nhiên để phát triển ngành hàng trái cây tập trung, đa dạng, gắn kết với phát triển du lịch sinh thái, có hiệu quả kinh tế cao. Hàng năm, sản lượng trái cây của huyện đạt trên 30.000 tấn. Thực hiện mục tiêu xây dựng huyện Phong Điền thành huyện sinh thái của thành phố Cần Thơ (UBND thành phố Cần Thơ, 2011), việc phát triển và nâng cao chất lượng diện tích cây ăn trái có vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển của địa phương. Đây cũng là một giải pháp cơ bản được xác định nhằm thúc đẩy sản xuất nông nghiệp và nâng cao đời sống cho một bộ phận nông dân trên địa bàn huyện. Do đó, trong những năm gần đây, huyện đã thực hiện nhiều giải pháp nhằm thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu cây trồng, khôi phục và phát triển đa dạng nhiều loại cây ăn trái.

Bên cạnh một số loại cây ăn trái truyền thống là các loại cây có múi và những loại cây ăn trái phổ biến ở đồng bằng sông Cửu Long như nhãn, vú sữa, chôm chôm, xoài... thì huyện đã phát triển mạnh diện tích trồng sầu riêng. Trong những năm gần đây,

sầu riêng được trồng khá phổ biến và trở thành cây trồng chủ lực, cây ăn trái đặc sản và giúp nông dân thoát nghèo. Huyện Phong Điền có diện tích cây ăn trái 5.929 ha, trong đó có 579 ha sầu riêng (Chi cục Thống kê huyện Phong Điền, 2016). Hầu hết diện tích sầu riêng được trồng phân bố tập trung ở thị trấn Phong Điền, các xã Nhơn Ái, Giai Xuân, Tân Thới và xã Trường Long. Giống sầu riêng này có phẩm chất vượt trội hơn các giống khác, giá trị kinh tế cao mà lại ít tốn công chăm sóc hơn. Vì sầu riêng đang thể hiện là cây trồng mang lại hiệu quả khá cao đối với nông dân Phong Điền, do đó, huyện đang và sẽ tiếp tục thúc đẩy phát triển sản xuất, phát triển thương hiệu sầu riêng đặc trưng của vùng.

Tuy nhiên, trong quá trình mở rộng diện tích và đảm bảo chất lượng sầu riêng, người trồng đang gặp phải những khó khăn, đặc biệt từ thị trường tiêu thụ và liên kết với các tác nhân trong chuỗi, từ đó làm giảm hiệu quả sản xuất của chuỗi cung ứng sản phẩm này. Để sản xuất sầu riêng của huyện phát triển vững chắc, việc nghiên cứu chuỗi cung ứng sầu riêng là hết sức cần thiết để giúp nông dân có thêm thông tin, góp phần nâng cao được hiệu quả sản xuất cũng như giúp các nhà quản lý có được những chiến lược hiệu quả nhằm nâng cao giá trị tăng thêm và phân phối giá trị tăng thêm công bằng giữa các tác nhân trong chuỗi ở huyện Phong Điền. Mục tiêu nghiên cứu nhằm đánh giá hoạt động và hiệu quả

¹ Trường Đại học Lâm nghiệp

² Trường Đại học Lâm nghiệp phân hiệu miền Nam

của chuỗi cung ứng sầu riêng và đề xuất các chiến lược và giải pháp nhằm nâng cấp chuỗi cung ứng sầu riêng trên địa bàn huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đã tiến hành thu thập số liệu thứ cấp từ các báo cáo về tình hình sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm sầu riêng ở huyện Phong Điền; các chương trình, dự án hỗ trợ ngành hàng nông nghiệp của địa phương nói chung và đối với sầu riêng nói riêng; những nghiên cứu có liên quan về chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp được thu thập qua sách, báo, tạp chí, các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước.

Thu thập số liệu sơ cấp thông qua phỏng vấn trực tiếp 05 tác nhân tham gia chuỗi cung ứng sầu riêng bằng bảng hỏi cấu trúc với 135 mẫu trên địa bàn thị trấn Phong Điền, xã Tân Thới và Nhon Ái. Đây là các xã và thị trấn có diện tích trồng sầu riêng khá lớn và đóng góp vào sự phát triển kinh tế của địa phương. Số lượng mẫu được phân bổ theo bảng 1.

Bảng 1. Phân bổ mẫu điều tra các tác nhân trong chuỗi cung ứng sầu riêng

Stt	Đối tượng	Số mẫu điều tra	Tỷ lệ (%)
1	Nông dân trồng sầu riêng	100	74,07
	- Xã Tân Thới	40	
	- Thị trấn Phong Điền	30	
	- Xã Nhon Ái	30	
2	Thương lái	5	3,7
3	Người bán lẻ	10	7,4
	- Trong huyện	5	
	- Ngoài huyện	5	
4	Chủ vừa trái cây/Người bán sỉ	10	7,4
	- Trong huyện	5	
	- Ngoài huyện	5	
5	Người cung cấp vật tư, cây giống	10	7,4
	Tổng cộng	135	100

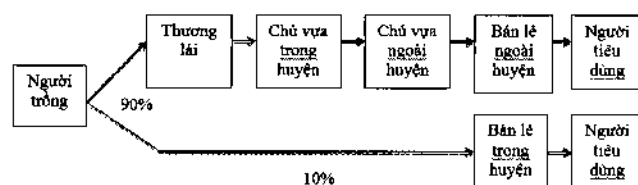
Ngoài ra nghiên cứu còn tiến hành phỏng vấn một số cán bộ ngành nông nghiệp ở địa phương bằng bảng câu hỏi bán cấu trúc về các vấn đề hỗ trợ nông dân sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, các chiến lược và giải pháp của địa phương nhằm phát triển sản phẩm sầu riêng thành mặt hàng chủ lực, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng cả về số lượng và chất lượng.

Thực hiện phân tích số liệu như sau: Lập sơ đồ chuỗi và phân tích chuỗi giá trị bằng phương pháp thống kê mô tả, trực quan để phân tích chức năng chuỗi, tác nhân tham gia chuỗi, kênh thị trường và hỗ trợ thúc đẩy chuỗi; phân tích kinh tế chuỗi, bao gồm: phân tích chi phí trung gian, chi phí tăng thêm, doanh thu, giá trị gia tăng (GTGT), GTGT thuần của mỗi tác nhân và của toàn chuỗi; phân tích theo nội dung từ các kết quả phỏng vấn định hướng và bán định hướng về các chiến lược và giải pháp nâng cấp chuỗi cung ứng sầu riêng (Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright, 2013).

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kênh tiêu thụ sản phẩm và các tác nhân tham gia chuỗi

Thị trường của sản phẩm sầu riêng sản xuất trên địa bàn huyện Phong Điền là thị trường nội địa, bao gồm cả thị trường trong huyện và ngoài huyện (TP Cần Thơ, các tỉnh lân cận và TP Hồ Chí Minh) theo hình 1.



Hình 1. Sơ đồ kênh tiêu thụ sản phẩm sầu riêng

Kênh 1: Người trồng sầu riêng - Thương lái - Chủ vừa trong huyện- Chủ vừa ngoài huyện - Người bán lẻ ngoài huyện - Người tiêu dùng ngoài huyện.

Kênh 2: Người trồng sầu riêng - Người bán lẻ trong huyện - Người tiêu dùng trong huyện.

Trên địa bàn huyện Phong Điền hiện nay có hai kênh tiêu thụ sản phẩm sầu riêng chủ yếu. Ở kênh 1, 100% người trồng sầu riêng bán cho thương lái, chiếm khoảng 90% tổng sản phẩm sản xuất. Thương lái bán sản phẩm thu mua được cho chủ vừa trong huyện, sau đó được chuyển đi các chủ vừa lớn ở các tỉnh lân cận và TP Hồ Chí Minh, người bán lẻ và người tiêu dùng ngoài huyện. Ở kênh 2 khoảng 10% sản lượng sầu riêng được người trồng bán trực tiếp cho người bán lẻ trong huyện, sau đó phân phối đến tay người tiêu dùng trong huyện. Như vậy, kênh 1 chiếm hơn 90% sản lượng của chuỗi với người tiêu dùng, cuối cùng là người ngoài huyện nên được xem là kênh quan trọng. Kênh 2 chiếm 10% sản lượng của chuỗi, chủ yếu tập trung cho người tiêu dùng trong huyện.

Các tác nhân chính tham gia chuỗi giá trị sầu riêng bao gồm người trồng sầu riêng, thương lái, chủ vựa (ngoài huyện), người bán lẻ (ngoài huyện) và người tiêu dùng (ngoài huyện). Ngoài ra, còn có các tác nhân góp phần hỗ trợ và thúc đẩy chuỗi hoạt động, bao gồm: (1) Hội Nông dân huyện Phong Điền: Nơi trao đổi kinh nghiệm, cung cấp thông tin kỹ thuật, giá sầu riêng cho hội viên để hội viên nắm bắt giá cả thị trường, không để người thu mua ép giá; (2) các cơ quan quản lý nhà nước và cung cấp dịch vụ khuyến nông như: Trạm Khuyến nông huyện, Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Phong Điền, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành phố Cần Thơ hỗ trợ tập huấn kỹ thuật và giống cây trồng cho người nông dân, hướng dẫn thực hiện sản xuất sản phẩm sạch và an toàn; (3) ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hỗ trợ tài chính cho các tác nhân từ khâu đầu vào, người trồng sầu, thương lái, chủ vựa, người bán lẻ; (4) viện nghiên cứu

và trường đại học hỗ trợ trong việc sản xuất và nâng cao chất lượng sầu riêng, cũng như tập huấn nâng cao năng lực, bảo quản sau thu hoạch; (5) các công ty tư nhân cung cấp cây giống và vật tư nông nghiệp cho sản xuất sầu riêng.

3.2. Giá trị gia tăng và phân chia giá trị gia tăng giữa các tác nhân trong chuỗi

Phân tích chuỗi cung ứng sầu riêng ở huyện Phong Điền được thực hiện nhằm xác định GTGT và GTGT thuần của các tác nhân trong chuỗi, bao gồm: người trồng, thương lái, chủ vựa và người bán lẻ và sự phân chia giá trị gia tăng đối với các tác nhân tham gia chuỗi.

Kết quả tính toán GTGT và GTGT thuần của các tác nhân trong chuỗi cung ứng thuộc kênh tiêu thụ thứ nhất (kênh tiêu thụ đến 90% sản lượng sầu riêng của người trồng ở huyện Phong Điền) được thể hiện trong bảng 2.

Bảng 2. Phân chia GTGT và GTGT thuần của các tác nhân trong chuỗi

	Người trồng	Thương lái	Chủ vựa	Bán lẻ	Tổng
Giá bán	42.000	69.897	71.100	82.200	
Chi phí đầu vào	32.000	42.000	69.897	71.100	
GTGT	10.000	27.897	1.203	11.100	50.200
% GTGT	19,9%	55,6%	2,4%	22,1%	100%
Chi phí tăng thêm	6.921	2.035	865	500	
GTGT thuần	3.079	25.862	338	10.600	39.879
% GTGT thuần	7,7%	64,9%	0,8%	26,6%	100%

DVT: đồng/kg

Kết quả nghiên cứu cho thấy, GTGT của toàn chuỗi cung ứng sầu riêng là 50.200 đồng/kg, trong đó tác nhân được hưởng doanh thu cao nhất là thương lái (chiếm trên 55% tổng GTGT của toàn chuỗi), người bán lẻ và người trồng được nhận trên 22% và gần 20% tương ứng. Trong toàn chuỗi cung ứng, chủ vựa là tác nhân được hưởng doanh thu thấp nhất.

GTGT thuần tức là GTGT trừ đi các chi phí phát sinh ngoài chi phí đầu vào như chi phí vận chuyển, liên lạc, điện, nước, bán hàng, giao dịch... đạt 39.897 đồng/kg. Tuy nhiên, tỷ lệ phân chia GTGT thuần có sự chênh lệch lớn hơn nhiều so với GTGT, trong đó thương lái hưởng lợi nhuận đến gần 65% (tương ứng trên 25.000 đồng/kg), trong khi người trồng chỉ được hưởng mức lợi nhuận trên 3.000 đồng/kg. Nguyên nhân là do chi phí phát sinh thêm khá lớn, ở mức gần

(Nguồn: Điều tra khảo sát thực địa, 2017)

7.000 đồng/kg, bằng hơn 20% so với chi phí đầu vào cho sản xuất. Có thể thấy thương lái là tác nhân có quyền lực nhất, trong khi người sản xuất gần như là tác nhân yếu thế nhất trong chuỗi.

3.3. Phân tích thị trường và lợi thế cạnh tranh của sản phẩm sầu riêng

3.3.1. Cầu và cung thị trường sản phẩm sầu riêng

Nhu cầu sử dụng trái cây của người dân trong nước nói chung đã, đang và sẽ gia tăng do thu nhập bình quân đầu người tăng, chính vì vậy họ có xu hướng sử dụng sản phẩm đáp ứng cả 2 mục tiêu quan trọng là an toàn và tăng cường sức khỏe. Kết quả khảo sát người bán lẻ cho thấy người tiêu dùng tin tưởng trái cây nội hơn trái cây Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc (100% ý kiến), địa điểm mua bán thuận lợi (100% ý kiến), giá cả phù hợp với túi tiền của người tiêu dùng so với các loại trái cây khác (30% ý

kiến), lượng tiêu thụ sản phẩm ổn định (50% ý kiến). Kết quả khảo sát cũng cho thấy rằng sản phẩm sầu riêng tại Phong Điền có chất lượng cao và do hiện nay trái sầu riêng bán tại địa phương được ưa chuộng nhiều hơn các nguồn sầu riêng nhập khẩu từ các nước lân cận do người tiêu dùng biết rõ nguồn gốc và chất lượng, đặc biệt là xu hướng lo ngại hoa quả Trung Quốc. Ngoài ra, Phong Điền được quy hoạch là đô thị sinh thái, dẫn đến khách du lịch trên địa bàn ngày càng tăng, từ đó nhu cầu sử dụng cây ăn trái của du khách ngày càng tăng, trong đó có sản phẩm sầu riêng.

Ở nước ta có nhiều loại sầu riêng khác nhau nhưng sầu riêng ở huyện Phong Điền có chất lượng ngon, ngọt vì phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng, đây là đặc sản của địa phương (Nguyễn Thị Mỹ Ái, 2011). Mùa thu hoạch sầu riêng thường bắt đầu từ tháng 4 kéo dài đến tháng 7, nghịch mùa từ tháng 9 đến tháng 4. Nghịch mùa là thời điểm các loại trái cây khác hết mùa, đồng thời vào thời điểm này người dân có nhu cầu đi du lịch, nghỉ dưỡng nên người trồng có điều kiện bán được nhiều sản phẩm với giá cao. Mặt khác, do vụ thu hoạch sầu riêng đúng vào mùa mưa mà trong mùa mưa thì các loại trái cây khác ở ĐBSCL giảm sản lượng, do sâu bệnh làm giảm cả chất lượng và sản lượng trái.

3.3.2. Phân tích lợi thế cạnh tranh ngành hàng sầu riêng

Qua khảo sát các tác nhân, đánh giá hiện trạng sản phẩm sầu riêng cũng như ngành hàng sầu riêng Phong Điền nhận thấy được các áp lực cạnh tranh của ngành như sau:

** Mở rộng diện tích không theo quy hoạch*

Theo số liệu của Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Phong Điền, chỉ trong 10 năm diện tích trồng sầu riêng đã tăng gần 20 lần (từ 30 ha năm 2006 lên gần 600 ha năm 2016). Mặt khác, trong thời gian qua mô hình trồng sầu riêng kết hợp với du lịch sinh thái đã mang lại hiệu quả cao dẫn đến nguy cơ những hộ đang trồng các loại cây ăn trái khác không hiệu quả hoặc canh tác cây hàng năm gặp khó khăn đã chuyển đổi sang trồng sầu riêng. Sự chuyển đổi này nếu không theo quy hoạch, định hướng của huyện Phong Điền về dài hạn sẽ dẫn đến tăng diện tích canh tác, lượng cung sầu riêng trên thị trường gia tăng và do vậy sẽ làm cho giá cả sụt giảm. Điều này làm cho lợi nhuận chung của ngành suy giảm, vì

vậy chiến lược hữu hiệu để đối phó lại với tình trạng này là thực hiện tốt quy hoạch vùng trồng sầu riêng nhằm ổn định sản lượng và giá bán để làm gia tăng lợi nhuận trong dài hạn.

** Cạnh tranh giữa người trồng sầu riêng*

Đối với mô hình sản xuất sầu riêng Phong Điền, mặc dù trong thời gian qua nhu cầu khá cao nhưng do có nhiều hộ sản xuất phân tán và do đây là loại cây lâu năm, chu kỳ khai thác dài nên khả năng rút lui ra khỏi ngành của các nông hộ rất khó xảy ra, làm gia tăng thêm nguy cơ áp lực cạnh tranh giữa những người sản xuất sầu riêng. Để cạnh tranh được, người trồng sầu riêng phải liên kết với nhau trong khâu xây dựng kế hoạch sản xuất và tiêu thụ, đồng thời cần có sự hỗ trợ của địa phương trong việc cung cấp thông tin thị trường.

** Năng lực thương lượng giá của người trồng sầu riêng*

Kết quả khảo sát cho thấy, việc quyết định giá phần lớn phụ thuộc vào sự thương lượng giữa thương lái và nhà vườn (chiếm 71%); thương lái quyết định giá bán (chiếm 17%), trong khi người trồng sầu riêng ít khi quyết định giá bán (chiếm 12%). Đối với sản phẩm sầu riêng tươi, khó khăn hiện tại của người trồng sầu riêng là năng lực thương lượng giá của họ với thương lái rất thấp, do vậy thường họ phải nhận một mức giá thấp hơn giá cả thị trường. Để tránh được tình trạng này cần tạo cho thị trường hoàn hảo hơn thông qua việc thành lập các tổ chức nông dân cùng liên kết lại để lên kế hoạch tiêu thụ sản phẩm và nâng cao năng lực ngã giá với người mua. Bên cạnh đó, các cơ quan chức năng tận dụng sự hỗ trợ của các chương trình dự án nên xây dựng hệ thống thông tin thị trường để tăng cường việc cung cấp thông tin về giá cả sản phẩm cho người trồng.

** Năng lực thương lượng của nhà cung cấp cây giống*

Kết quả khảo sát cho thấy những nhà cung cấp cây sầu riêng giống tại Phong Điền không chủ động được lượng cây giống khi cần thiết, do thời gian ươm giống cây dài (khoảng 10-11 tháng). Do vậy, việc hỗ trợ thúc đẩy phát triển ngành sản xuất cây sầu riêng giống để cung cấp cho thị trường nên được thực hiện trong dài hạn, mỗi khi qui mô diện tích gia tăng.

** Áp lực cạnh tranh từ sản phẩm thay thế*

Về mặt nguyên lý kinh tế, một ngành hàng càng có nhiều sản phẩm thay thế gần gũi sẽ biểu hiện một đe dọa cạnh tranh càng gay gắt và do vậy làm giới hạn khả năng sinh lợi của ngành hàng (Vũ Đình Tôn và Trần Minh Vương, 2001). Sầu riêng có rất nhiều sản phẩm thay thế như bưởi, quýt, vú sữa... Do vậy, sầu riêng cũng hạn chế về lợi thế cạnh tranh trong việc định giá. Hay nói cách khác đây là sản phẩm nhạy cảm với giá. Chính vì đặc điểm này mà việc thực hiện các chiến lược để tăng năng suất cây trồng có ý nghĩa quyết định bởi vì đó là một trong những điều kiện làm giảm giá thành sản phẩm, tạo điều kiện để giảm giá bán khi thị trường không thuận lợi. Chiến lược tăng năng suất, giảm giá bán (do ảnh hưởng của thị trường) cần kết hợp với các chiến lược khác (chiêu thị, phân phối) để tăng cầu và tái phân phối lại lợi nhuận, đảm bảo cho người trồng sầu riêng tăng năng suất nhưng vẫn tăng được lợi nhuận.

Tóm lại, đối với mặt hàng sầu riêng để có được lợi thế cạnh tranh so với các sản phẩm thay thế cần quan tâm đến việc nâng cao năng lực sản xuất để tạo ra năng suất sản phẩm cao, đi đôi với việc thực hiện mạnh mẽ các nỗ lực quảng bá sản phẩm để duy trì hành vi tiêu dùng sản phẩm sầu riêng của nhóm khách hàng hiện hữu, đồng thời để làm chuyển đổi sở thích tiêu dùng của nhóm khách hàng tiềm năng - những người đang sử dụng các sản phẩm trái cây tươi khác.

3.4. Khó khăn của các tác nhân trong chuỗi cung ứng sầu riêng

** Đối với người cung cấp cây giống*

Những khó khăn mà người cung cấp cây giống sầu riêng gặp phải là thời gian ươm giống dài (100% ý kiến), bán chậm ít lời (40% ý kiến), khó mở rộng quy mô cung ứng cây giống do người trồng chủ yếu tại huyện Phong Điền (40% ý kiến), chưa chủ động được nguồn cây giống có chất lượng cao (80% ý kiến). Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy chất lượng và số lượng cây giống được đáp ứng kịp thời là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến năng suất sầu riêng.

** Đối với người cung cấp vật tư nông nghiệp*

Những khó khăn đối với các cơ sở cung cấp vật tư nông nghiệp cho nông dân trồng sầu riêng chủ yếu bao gồm thiếu vốn (100% ý kiến), giá vật tư nông nghiệp thường biến động, không ổn định (80% ý kiến), tình cạnh tranh cao (80% ý kiến) và kho chứa

(20% ý kiến). Nguyên nhân chính của tình trạng thiếu vốn của các cơ sở cung cấp vật tư nông nghiệp là do hầu hết các hộ nông dân (trên 90%) đều mua vật tư vào đầu vụ và trả chậm với thời gian trên 90 ngày. Trong khi đó các hộ kinh doanh vật tư nông nghiệp đều cần nguồn vốn lớn nên đều phải vay vốn ngân hàng với tỉ lệ vay cao nhất là 50% và tỉ lệ vay thấp nhất là 20%. Điều này cho thấy các hộ kinh doanh vật tư nông nghiệp cần sự hỗ trợ vay vốn của ngân hàng để phát triển kinh doanh, xoay vòng vốn và cũng để cho các nông hộ sản xuất có thời gian để trả chậm trong quá trình sản xuất sầu riêng.

** Người trồng sầu riêng*

Kết quả khảo sát cho thấy 50% ý kiến cho rằng khó khăn chính của người trồng sầu riêng hiện nay là giá cả không ổn định và bị thương lái ép giá đặc biệt trong khoảng thời gian sầu riêng chín rộ. Giá bán tại vườn cho thương lái dao động trong khoảng từ 25.000 đồng/kg đến 65.000 đồng/kg, trung bình trong vụ ở mức 42.000 đồng/kg. Các khó khăn khác mà người trồng sầu riêng gặp phải còn có tình trạng sâu bệnh ở cây đang cho trái (50% ý kiến), giá vật tư nông nghiệp quá cao và chất lượng không ổn định (20% ý kiến). Ngoài ra, sản phẩm sầu riêng còn bị cạnh tranh bởi các sản phẩm cây ăn trái khác như cam, quýt, bưởi và tình trạng cây già cỗi cho năng suất thấp.

** Thương lái*

Thương lái cũng gặp không ít khó khăn trong việc thu mua sầu riêng, đặc biệt là tình trạng “bê kê” của người trồng sầu riêng (50% ý kiến). Nguyên nhân chính là do người trồng sầu riêng và thương lái không ký kết hợp đồng mua bán bằng văn bản mà chỉ thỏa thuận miệng và hẹn ngày giao hàng qua điện thoại, vì vậy tình trạng này là khá phổ biến. Bên cạnh đó thì việc đáp ứng được các yêu cầu của chủ vựa về chất lượng và mẫu mã sản phẩm cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến quá trình kinh doanh sầu riêng của các thương lái (20% ý kiến).

** Chủ vựa*

Chủ vựa (hay người bán sỉ) cũng gặp không ít khó khăn như: Giá cả cạnh tranh làm ảnh hưởng đến việc thu mua sầu riêng lại với các thương lái; cạnh tranh từ nguồn sầu riêng khác ở các tỉnh lân cận hay lượng sầu riêng nhập khẩu từ các nước lân cận. Sự cạnh tranh giữa các chủ vựa là vấn đề quan tâm lớn nhất hiện nay đối với họ vì vậy các chủ vựa phải giảm



giá bán cho người bán lẻ để cạnh tranh (100% ý kiến). Ngoài ra một số chủ vừa thiếu vốn đầu tư (20% ý kiến) và một yếu tố khách quan là sầu riêng khó bảo quản làm tỷ lệ hư hao tăng cao (10% ý kiến).

** Người bán lẻ*

Người bán lẻ mua và bán sầu riêng với qui mô nhỏ lẻ, chỉ khoảng vài chục kg mỗi ngày đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Những khó khăn họ gặp phải gồm: cạnh tranh về giá bán với sầu riêng nhập khẩu từ các nước lân cận có giá thành thấp hơn so với sầu riêng tại huyện Phong Điền (90% ý kiến), thời tiết cũng ảnh hưởng đến việc tiêu thụ sầu riêng do hình thức bán nhỏ lẻ ngoài trời, tỷ lệ hư hao lớn làm giảm nguồn thu nhập (80% ý kiến).

3.5. Chiến lược và giải pháp nâng cấp chuỗi cung ứng sầu riêng

3.5.1. Chiến lược nâng cấp chuỗi cung ứng sầu riêng

Chiến lược nâng cấp chuỗi cung ứng sầu riêng hướng đến ba mục tiêu chính: (i) duy trì và nâng cao khả năng cạnh tranh của chuỗi sản phẩm sầu riêng; (ii) nâng cao lợi ích kinh tế - xã hội mà chuỗi giá trị sầu riêng có thể mang lại cho huyện Phong Điền và thành phố Cần Thơ; (iii) tái phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng sầu riêng. Chiến lược nâng cấp chuỗi cung ứng được xây dựng trên cơ sở phân tích kinh tế chuỗi (GTGT và GTGT thuần của các tác nhân trong chuỗi), lợi thế cạnh tranh của ngành và phân tích hoạt động thị trường của các tác nhân tham gia chuỗi (Lưu Thanh Đức Hải và Võ Thị Thanh Lộc, 2000), các chiến lược được đề xuất cụ thể như sau:

3.5.1.1. Chiến lược sản phẩm

Chiến lược sản phẩm cần tận dụng những cơ hội về cầu thị trường và chính sách hỗ trợ phát triển nông nghiệp của thành phố Cần Thơ, vì vậy chiến lược *mở rộng qui mô diện tích trồng sầu riêng* cần được thực hiện. Chiến lược này được thực hiện sẽ tạo điều kiện gia tăng năng suất và sản lượng sản phẩm, cũng như phù hợp với chủ trương chuyển đổi cơ cấu cây trồng, vật nuôi của thành phố Cần Thơ và huyện Phong Điền. Bên cạnh đó, để khắc phục yếu điểm của ngành hàng là sản phẩm không tồn trữ được lâu thông qua việc tận dụng hai cơ hội: (i) cầu thị trường sầu riêng do thu nhập và nhu cầu du lịch sinh thái của du khách đến Phong Điền gia tăng và (ii) hành vi tiêu dùng sản phẩm trái cây của người tiêu dùng Việt

Nam hướng tới sử dụng sản phẩm trái cây của Việt Nam hơn trái cây của Trung Quốc.

3.5.1.2. Chiến lược phân phối

Kết quả nghiên cứu cho thấy phần lớn sản phẩm sầu riêng trên địa bàn huyện Phong Điền được tiêu thụ qua kênh tiêu thụ 1, là kênh dài với nhiều tác nhân trung gian. Điều này làm phát sinh chi phí và do vậy tỷ trọng lợi nhuận được phân phối cho người trồng sầu riêng cũng bị sụt giảm. Việc áp dụng chiến lược rút ngắn kênh phân phối là cần thiết thông qua việc xúc tiến thương mại trực tiếp với hệ thống phân phối hiện đại (như siêu thị) hoặc thông qua các nhà phân phối lớn ở thành phố Hồ Chí Minh nhằm giảm bớt các khâu trung gian và sẽ làm GTGT của chuỗi, góp phần nâng cao thu nhập cho người trồng sầu riêng.

3.5.1.3. Chiến lược chiêu thị

Chiến lược *tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại* cần được các doanh nghiệp chế biến và các tổ chức nông dân thực hiện nhằm tận dụng các lợi thế cạnh tranh và nâng cao hơn nữa hình ảnh của sản phẩm sầu riêng. Tuy nhiên hiện nay các tổ chức nông dân và các nhà chế biến chưa có đủ khả năng để thực hiện các hoạt động này một cách chuyên nghiệp, do vậy cần có sự hỗ trợ đặc lực của các Sở, ban, ngành chức năng, cũng như từ các dự án hỗ trợ doanh nghiệp và nông nghiệp, các chương trình, dự án của Nhà nước và địa phương hoạt động trên địa bàn thành phố Cần Thơ và huyện Phong Điền.

3.5.1.4. Các chiến lược hỗ trợ, thúc đẩy

Bên cạnh những chiến lược vừa được đề cập nhằm góp phần nâng cấp chuỗi giá trị ngành hàng sầu riêng, những chiến lược thúc đẩy, hỗ trợ sau cũng cần được thực hiện: (i) Xây dựng kết nối thị trường giữa các nhà cung cấp vật tư nông nghiệp và các tổ chức nông dân; (ii) tăng cường vốn cho các tác nhân trong chuỗi giá trị; (iii) tổ chức lại sản xuất dựa trên lợi thế mùa vụ và liên kết giữa những người sản xuất.

3.5.2. Giải pháp nâng cấp chuỗi cung ứng sầu riêng

3.5.2.1. Quy hoạch đất đai cho phát triển sản xuất sầu riêng

Huyện Phong Điền cần xây dựng quy hoạch tổng hợp phát triển ngành sầu riêng giai đoạn 2018 - 2025, tầm nhìn đến 2030, trong đó cần chú trọng các

vấn đề sau: (i) rà soát và xác định diện tích thực trồng sầu riêng và diện tích các loại cây trồng khác kém hiệu quả có khả năng chuyển đổi mục đích canh tác sang phát triển cây sầu riêng để ước tính quy mô trồng sầu riêng có tính khả thi nhất; (ii) đánh giá tuổi vườn sầu riêng, diện tích trồng mới, diện tích đang cho thu hoạch, diện tích vườn sầu riêng lão cần cải tạo và năng suất sầu riêng để ước tính sản lượng sầu riêng và tốc độ tăng trưởng sản lượng.

3.5.2.2. Xây dựng và tăng cường liên kết dọc và liên kết ngang

Chính quyền cần thúc đẩy xây dựng các mô hình liên kết dọc giữa người trồng, thương lái, chủ vườn/người bán sỉ để bảo đảm ổn định giá bán và hỗ trợ nông dân trồng sầu riêng với các mô hình liên kết phù hợp dựa trên kinh nghiệm thực tiễn của địa phương, đồng thời phát huy vai trò của Hội Nông dân trong việc thúc đẩy phát triển hình thành liên kết ngang của người trồng sầu riêng làm nền tảng cho xây dựng liên kết dọc giữa các tác nhân trong chuỗi. Trước mắt cần xây dựng thử nghiệm mô hình liên kết giữa nông dân trồng sầu riêng với thương lái dựa trên nền tảng: (i) hình thành các chi hội nông dân trồng sầu riêng trên địa bàn từng ấp, xã; (ii) xây dựng liên kết dọc giữa nông dân trồng sầu riêng và thương lái.

3.5.2.3. Nâng cấp công nghệ trồng trọt

Huyện Phong Điền cần tiếp tục đầu tư vốn cho các hoạt động nâng cấp công nghệ trồng trọt nhằm nâng cao năng suất trái và chất lượng sầu riêng với sự hỗ trợ của các tổ chức nghiên cứu như Viện Cây ăn quả miền Nam và Trường Đại học Cần Thơ và chuyển giao kỹ thuật tiến bộ cho nông dân thông qua kênh khuyến nông. Mục tiêu của giải pháp này là áp dụng trên diện rộng các kỹ thuật tiến bộ đã được xác định về giống, mật độ trồng, kỹ thuật canh tác, kỹ thuật bón phân, chăm sóc và bảo vệ thực vật để nâng cao năng suất trái.

3.5.2.4. Xúc tiến thương mại sản phẩm sầu riêng

Tiếp tục đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại, kết hợp tốt giữa nguồn vốn ngân sách cho các hoạt động của Trung tâm Xúc tiến thương mại thành phố và huyện để mở rộng các hình thức xúc tiến thương mại và quảng bá hình ảnh sầu riêng và sản phẩm sầu riêng trong các hoạt động hội chợ, lễ hội... Thiết kế và vận hành các website giới thiệu về đặc sản sầu riêng để kết hợp quảng bá du lịch. Ngoài ra, cần

nghiên cứu áp dụng các quy trình - tiêu chuẩn sản xuất xanh, sạch, thân thiện với môi trường và đáp ứng trách nhiệm xã hội để tăng cường hình ảnh và chất lượng sản phẩm sầu riêng.

3.5.2.5. Đa dạng hoá các nguồn vốn cho phát triển trồng sầu riêng

Căn cứ trên quy hoạch ngành sầu riêng, huyện Phong Điền cần cân đối nguồn vốn ngân sách, kết hợp với nguồn vốn tín dụng nông nghiệp, vốn quốc tế cho các hoạt động phát triển nông nghiệp - nông thôn và vốn tự có của nông dân để bảo đảm lượng vốn phù hợp với nhu cầu trồng mới và cải tạo vườn sầu riêng hàng năm.

4. KẾT LUẬN

Trong những năm gần đây, sầu riêng được trồng khá phổ biến và trở thành cây trồng chủ lực, cây ăn trái đặc sản và giúp nông dân thoát nghèo ở huyện Phong Điền với diện tích 579 ha. Giống sầu riêng này có phẩm chất vượt trội hơn các giống khác vì vậy là cây trồng mang lại hiệu quả khá cao đối với nông dân. Tuy nhiên người trồng và các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng sầu riêng ở Phong Điền vẫn gặp phải những khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Nâng cấp chuỗi cung ứng là cần thiết nhằm phát triển sản xuất và tiêu thụ sản phẩm sầu riêng trên địa bàn huyện một cách vững chắc trong thời gian tới. Kết quả nghiên cứu cho thấy giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của chuỗi cung ứng sầu riêng không cao, sự phân chia lợi nhuận giữa các tác nhân trong chuỗi chưa công bằng, đặc biệt là người trồng sầu riêng được nhận tỷ lệ giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần rất thấp. Chiến lược nâng cấp chuỗi cung ứng sầu riêng hướng đến ba mục tiêu chính là: duy trì và nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm, nâng cao lợi ích kinh tế - xã hội mang lại cho địa phương và tái phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng sầu riêng. Các giải pháp cụ thể bao gồm: (i) quy hoạch đất đai cho phát triển sản xuất; (ii) xây dựng tăng cường liên kết dọc và liên kết ngang giữa các tác nhân trong chuỗi; (iii) nâng cấp công nghệ trồng trọt; (iv) xúc tiến thương mại sản phẩm và (v) đa dạng hoá nguồn vốn hỗ trợ cho sản xuất và kinh doanh sầu riêng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Mỹ Ái (2011). Phân tích hiệu quả sản xuất sầu riêng và đầu bón bón huyện Phong Điền. Trường Đại học Cần Thơ.

2. Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright (2013). *Sổ tay nghiên cứu chuỗi giá trị*.

3. Chi cục Thống kê huyện Phong Điền (2016). Niên giám Thống kê huyện Phong Điền.

4. Lưu Thanh Đức Hải, Võ Thị Thanh Lộc (2000). *Nghiên cứu Marketing ứng dụng trong kinh doanh*. NXB Thống kê.

5. Vũ Đình Tôn, Trần Minh Vượng (2001). *Thương mại hoá và phân phối các sản phẩm nông nghiệp*. Trường Đại học Nông nghiệp I - Hà Nội.

6. UBND thành phố Cần Thơ (2011). Quy hoạch phát triển thành phố Cần Thơ tầm nhìn đến 2025.

UPGRADING STRATEGIES AND SOLUTIONS OF DURIAN SUPPLY CHAIN IN PHONG DIEN DISTRICT, CAN THO CITY

Tran Thi Thu Ha, Do Tan Si

Summary

The study was conducted in Phong Dien district, Can Tho city by using value chain assessment method to assess the performance and effectiveness of the durian supply chain and to propose strategies and solutions for upgrading durian supply chains. The results show that the value added and net value added of the durian supply chain are not high and the distribution of profits among actors in the chain is not fair, especially durian planted farmers get a very low share. The chain actors also face difficulties in the development of production and business. Based on the analysis of the dilemma and competitive advantage of durian, durian supply chain upgrading strategies focused on product, distribution, and promotion should be applied. The specific solutions include: (i) land planning for production development; (ii) building up horizontal and vertical linkages among actors in the supply chain; (iii) durian plantation technology upgrading; (iv) promotion of trade for products and (v) diversification of capital sources to support the production and marketing of durian.

Keywords: *Added value, durian, supply chain, supply chain upgrading.*

Người phản biện: PGS.TS. Võ Thị Thanh Lộc

Ngày nhận bài: 13/7/2017

Ngày thông qua phản biện: 15/8/2017

Ngày duyệt đăng: 22/8/2017