

Nghiên cứu chuỗi giá trị tôm sú ở vùng Tây Nam Bộ

TRẦN HOÀNG HIẾU*
NGUYỄN PHÚ SON**
NGUYỄN THÙY TRANG***

Tóm tắt

Nghiên cứu được thực hiện dựa vào cách tiếp cận liên kết chuỗi giá trị (CGT) *valuelinks* của GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit - Đức). Hai công cụ được sử dụng chính trong nghiên cứu này là lập sơ đồ CGT và phân tích kinh tế chuỗi. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 khâu và 8 kênh phân phối trong CGT tôm sú ở vùng Tây Nam Bộ. Trong đó, tôm sú phần lớn được tiêu thụ qua kênh phân phối: Hộ nuôi; Thương lái; Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu (DN CBXK); Người tiêu dùng nước ngoài (xuất khẩu). Có 3 sản phẩm tôm sú xuất khẩu chính, bao gồm: Nguyên con đông lạnh (HOSO); Bỏ đầu, đông lạnh (HLSO); và bỏ đầu, lột vỏ, còn đuôi (PTO). Trong đó, tôm PTO tạo được giá trị gia tăng (GTGT) và lợi nhuận cao nhất. Kết quả nghiên cứu cũng đã chỉ ra rằng, cải thiện kênh phân phối thông qua các hoạt động liên kết ngang và liên kết dọc, cũng như cắt giảm chi phí sản xuất tôm nguyên liệu là 2 giải pháp hữu hiệu để nâng cấp CGT tôm ở vùng Tây Nam Bộ.

Từ khóa: chuỗi giá trị, giá trị gia tăng, kênh phân phối, tôm sú xuất khẩu

Summary

The study is conducted in the light of *valuelinks* developed by GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit - Germany). The two main tools used in this study are value chain mapping and chain economic analysis. The outputs reveal 5 stages and 8 distribution channels in the black tiger shrimp value chain in the Southwest region. In which, black tiger shrimp is mostly consumed through the following distribution channel: Households; Collectors; Export processing enterprises; Foreign consumers (exports). There are three popular shrimp products for export, including: frozen whole shrimps (HOSO), headless shell-on shrimps (HLSO) and peeled tail on shrimps (PTO). In particular, PTO shrimps create the highest added value and profit. Also, the results indicate that improving distribution channels through horizontal and vertical linkages, as well as cutting raw material production costs are the two effective schemes to upgrade the black tiger shrimp value chain in the Southwest region.

Keywords: value chain, value-added, distribution channels, black tiger shrimps for export

GIỚI THIỆU

Mặc dù nuôi tôm nước lợ nói chung và tôm sú nói riêng theo hình thức thâm canh ở vùng Tây Nam Bộ có quy mô diện tích nuôi ít hơn nhiều so với hình thức nuôi quảng canh. Tuy nhiên, nuôi tôm sú theo hình thức thâm canh đã cung cấp được sản lượng tôm hàng hóa khá lớn và tập trung. Do đó, hình thức nuôi này

góp phần cho ngành chế biến và xuất khẩu tôm phát triển ở vùng Tây Nam Bộ (AgroMonitor, 2016; 2018). Mặc dù có những đóng góp như vậy, nhưng trong CGT ngành hàng tôm, nhất là trong khâu sản xuất của các hộ nuôi còn nhiều vấn đề (lỗ hổng) do những yếu tố nội tại của chuỗi, cũng như do tác động

* Khoa Kinh tế chính trị, Học viện Chính trị Khu vực IV

** Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

*** Khoa Phát triển Nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ

Ngày nhận bài: 28/08/2019; Ngày phân biện: 11/09/2019; Ngày duyệt đăng: 17/09/2019

của các yếu tố bên ngoài làm ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của CGT tôm sú dưới hình thức nuôi thâm canh. Do đó, việc phân tích CGT tôm sú theo hình thức nuôi thâm canh ở vùng Tây Nam Bộ là cần thiết.

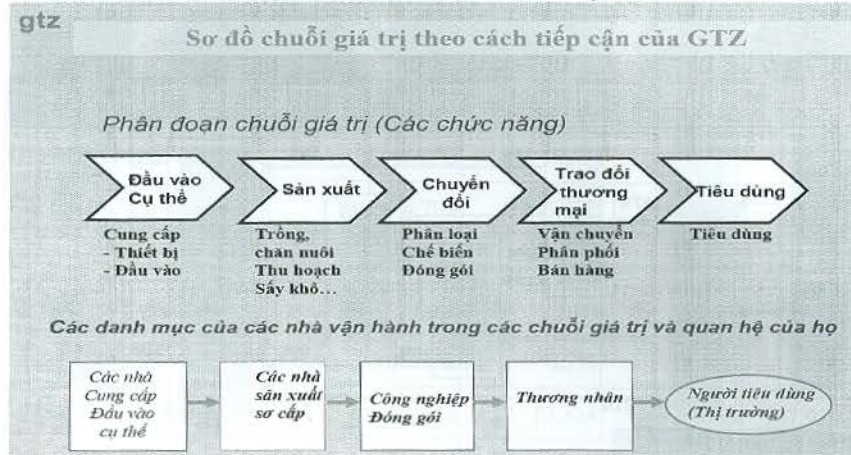
PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp tiếp cận chính của nghiên cứu là sử dụng lý thuyết CGT. Theo cách tiếp cận này (còn được gọi là cách tiếp cận theo liên kết CGT - ValueLinks) của GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit - Đức) (Hình 1). CGT là một loạt các hoạt động kinh doanh (hay chức năng) có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp các giá trị đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó, đến sơ chế, chuyển đổi, marketing, cuối cùng là bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng.

Theo thứ tự các chức năng và các nhà vận hành, CGT sẽ bao gồm một loạt các đường dẫn trong chuỗi (hay còn gọi là khâu) (Hình 1). Có 2 công cụ chính được sử dụng theo cách tiếp cận này, đó là lập sơ đồ CGT của sản phẩm và phân tích kinh tế chuỗi. Trong đó, lập sơ đồ CGT nhằm để mô tả được chức năng chuỗi (các khâu trong chuỗi); tác nhân tham gia chuỗi; kênh thị trường chuỗi; và các tổ chức hoặc đơn vị hỗ trợ chuỗi. Trong khi đó, phân tích kinh tế chuỗi nhằm để đánh giá tính hợp lý trong việc phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân trong CGT, làm cơ sở đề xuất những giải pháp để nâng cấp CGT.

Nghiên cứu được tiến hành từ tháng 01 đến tháng 03/2017 ở 4 tỉnh: Cà Mau (huyện Đầm Dơi và Trần Văn Thời); Bạc Liêu (huyện Đông Hải và thị trấn Giá Rai); Sóc Trăng (huyện Vĩnh Châu và Mỹ Xuyên); và Kiên Giang (huyện Vĩnh Thuận và Kiên Lương). Riêng ở cấp huyện, xã ở các tỉnh, thì sử dụng phương pháp chuyên gia để lựa chọn huyện, xã khảo sát. Tổng số quan sát là 312 (Bảng 1). Trong tổng số quan sát, số hộ nuôi tôm sú theo hình thức thâm canh là 130 hộ. Trong đó, ở Sóc Trăng chiếm 43%, Cà Mau chiếm 26%, Bạc Liêu 24% và còn lại Kiên Giang chiếm 7%. Ngoài ra, nhóm nghiên cứu còn tổ chức phỏng vấn nhóm các tổ chức hỗ trợ chuỗi với 54 đại biểu tham gia thông qua 3 cuộc thảo luận nhóm với các chuyên gia cấp tỉnh (Sóc Trăng, Bạc Liêu, Cà Mau) và 6 cuộc thảo luận cấp huyện (ở 4 tỉnh) để

HÌNH 1: SƠ ĐỒ CHUỖI GIÁ TRỊ



Nguồn: ValueLinks-GTZ, 2007

BẢNG 1: PHÂN BỐ MẪU ĐIỀU TRA CÁC TÁC NHÂN THAM GIA TRONG CGT TÔM SÚ THEO HÌNH THỨC THÂM CANH Ở VÙNG TÂY NAM BỘ

Tác nhân	Phân bố mẫu khảo sát				
	Sóc Trăng	Bạc Liêu	Cà Mau	Kiên Giang	Tổng cộng
Cơ sở giống	4	10	10	9	33
Đại lý thức ăn, thuốc thú y thủy sản	8	9	7	10	34
Hộ nuôi tôm sú	56	31	34	9	130
Thương lái, vựa	16	8	11	18	53
Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu	2	4	2	0	8
Tác nhân thúc đẩy chuỗi	10	14	17	13	54
Tổng cộng	96	76	81	59	312

Nguồn: Tổng hợp theo số liệu khảo sát 2017

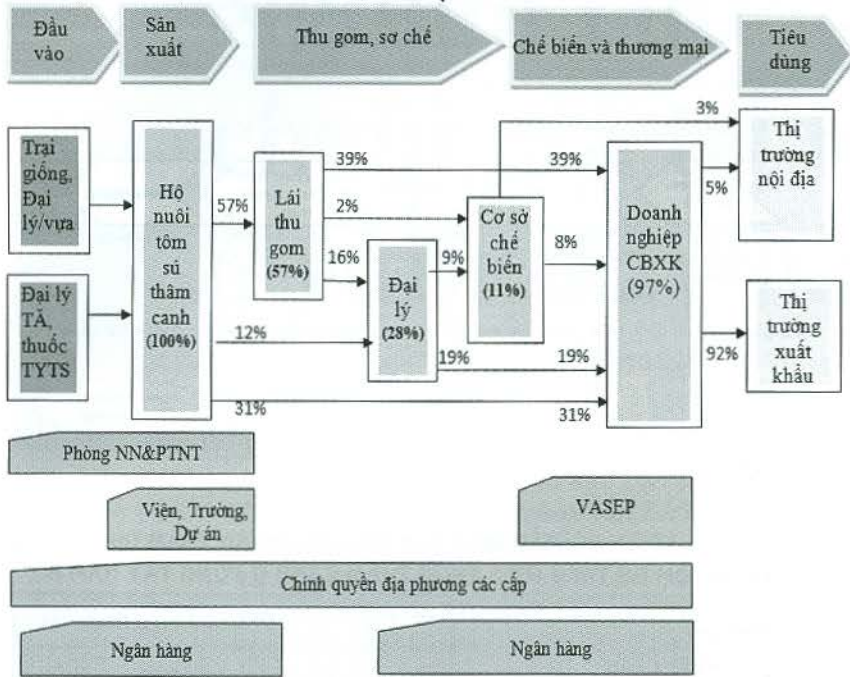
thu thập thông tin tổng quát về nuôi tôm nước lợ, doanh thu và chi phí của các tác nhân tham gia trong CGT.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Sơ đồ chuỗi giá trị

Chuỗi giá trị tôm sú nuôi theo hình thức thâm canh được thể qua sơ đồ CGT ở Hình 2. Sơ đồ ở Hình 2 cho thấy, có 5 khâu trong CGT, bao gồm các khâu: đầu vào; sản xuất; thu gom; sơ chế; chế biến và thương mại; tiêu dùng. Trong khâu đầu vào, có các trại, đại lý/vựa tham gia cung cấp con giống và các đại lý cung cấp thức ăn và thuốc thú y thủy sản. Trong khâu sản xuất có các hộ nông dân tham gia nuôi. Trong khi đó, các đại lý và cơ sở chế biến (CSCB) tham gia trong khâu thu gom và sơ chế, đặc biệt các CSCB vừa tham gia trong khâu thu gom sơ chế, còn tham gia vào khâu thương mại. Trong khâu thương mại, ngoài sự tham gia của các CSCB, các DNCBXX là tác nhân chính tham gia trong khâu thương mại. Cuối cùng, trong khâu tiêu dùng, có người tiêu dùng nội địa và xuất khẩu.

HÌNH 2: SƠ ĐỒ CHUỖI GIÁ TRỊ TÔM SÚ NUÔI THÂM CẠNH



Hình 2 cũng cho thấy, có 8 kênh phân phối trong CGT tôm sú nuôi theo hình thức thâm canh. Trong đó, kênh phân phối chính là kênh qua các tác nhân sau đây:

Nông dân; Thương lái; DNCBXX; Tiêu dùng (xuất khẩu/nội địa) chủ yếu tôm sú được tiêu thụ qua kênh xuất khẩu.

Trong quá trình hoạt động của các tác nhân tham gia trong 5 khâu của CGT có sự hỗ trợ thường xuyên của phòng nông nghiệp và phát triển nông thôn về kỹ thuật và tổ chức sản xuất cho các tác nhân tham gia trong khâu đầu vào và khâu sản xuất. Ngoài ra, các viện/trường trong vùng, cũng như các dự án trong và ngoài nước cũng tham gia trong việc hỗ trợ về kỹ thuật, tài chính và nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh cho các tác nhân tham gia trong khâu sản xuất. Trong khi đó, Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Việt Nam (VASEP) hỗ trợ về mặt kinh doanh và thị trường cho các DNCBXX và các CSCB. Trong số các tổ chức hỗ trợ, chính quyền địa phương ở vùng Tây Nam Bộ là tổ chức có độ phủ hỗ trợ cho hầu hết các tác nhân tham gia trong CGT về mặt chính sách, an ninh và tổ chức sản xuất và liên kết sản xuất. Các ngân hàng thương mại cũng giữ vai trò hỗ trợ cho hầu hết các tác nhân tham gia trong các khâu của CGT, ngoại trừ các đại lý tham gia trong khâu thu gom.

Mô tả chức năng chuỗi

Chức năng cung cấp đầu vào

(i) Cơ sở cung cấp giống: Các cơ sở cung cấp giống thường ở 2 dạng là trại sản xuất giống và đại lý bán giống. Phần lớn nông hộ mua giống thường tin tưởng vào các doanh nghiệp hoặc những trại giống uy tín, mà hiện nay có thể nêu những tên, như: Việt Úc, Minh Phú, Âu Vững... hoặc những nguồn giống tôm ở Bạc Liêu hoặc có nguồn gốc từ miền Trung. Đối với hộ

nuôi thâm canh và siêu thâm canh, thì họ ưu tiên chọn mua giống có kiểm tra giống tôm sạch bệnh.

(ii) Đại lý thức ăn và thuốc thú y thủy sản: Các hộ nuôi tôm thâm canh được các đại lý bán thức ăn và thuốc thủy sản cho tín dụng (người nuôi sau khi thu hoạch sẽ thanh toán tiền cho đại lý). Có thể nói, phần lớn đại lý thức ăn và thuốc thú y, thủy sản là người cung cấp tín dụng chủ yếu cho hộ nuôi thâm canh.

Chức năng sản xuất: Tham gia vào chức năng sản xuất hầu như chỉ có các hộ nông dân tham gia dưới hình thức nuôi riêng lẻ là chủ yếu. Có một số hộ nuôi tham gia vào các tổ hợp tác hoặc hợp tác xã để nuôi và cung cấp tôm nguyên liệu cho các thương lái, đại lý, các CSCB và DNCBXX. Tuy nhiên, tính chất hợp tác giữa các hộ nuôi còn rất đơn giản, chủ yếu là chia sẻ kinh nghiệm sản xuất, sử dụng chung đường nước và áp dụng kỹ thuật nuôi được hỗ trợ từ các chương trình, dự án trong và ngoài nước. Có một số tổ hợp tác và hợp tác xã đã liên kết được với các doanh nghiệp, đại lý cung cấp đầu vào và thu mua sản phẩm đầu ra. Tuy nhiên, số tổ chức kinh tế hợp tác này còn rất ít và năng lực liên kết của họ cũng còn rất yếu kém.

Chức năng thu gom, phân loại: Chức năng này chủ yếu là các thương lái và đại lý thu mua thực hiện. Phần lớn các thương lái và đại lý mua tôm của các hộ nuôi theo kiểu mua xô của các hộ nuôi riêng lẻ với số lượng nhỏ. Kế đó mang về vựa để phân loại theo cỡ loại của người mua cần, bao gồm người mua để cung cấp cho người tiêu dùng nội địa và các DNCBXX phục vụ cho nhu cầu xuất khẩu.

Chức năng chế biến: Chủ yếu là các CSCB và các DNCBXX. Các phẩm chế biến gồm bỏ đầu đông lạnh xuất khẩu, tôm chế biến khác, như: bỏ đầu đông lại (Sơ-mi Block) (HLSO), Nobashi (lột vỏ, bỏ đầu ép đuôi), PTO (lột bỏ vỏ, đầu xẻ bướm có tẩm gia vị hoặc không, hoặc lột vỏ bỏ đầu còn đuôi), PD (lột vỏ bỏ đầu và lột vỏ đuôi, tươi hoặc hấp).

Chức năng tiêu thụ: Tiêu thụ gồm tiêu thụ nội địa và xuất khẩu. Tiêu thụ nội địa phần lớn là tôm tươi sống (gọi là tôm oxy), thường loại tôm này do các đại lý hoặc các CSCB mua trực tiếp ở ao nuôi và giao cho các điểm phân phối, nhà hàng ở các thành phố lớn hay các nhà hàng. Thông thường, có đơn đặt hàng trước, thì

các đại lý tìm hộ nuôi để thu mua. Ngoài ra, tôm chế biến cũng được tiêu thụ nội địa, nhưng các DNCBXX cho rằng, các sản phẩm chế biến tiêu thụ trong nước ít, chỉ khoảng 2%-3% sản lượng chế biến của doanh nghiệp, vì thị hiếu tiêu dùng của người Việt Nam không quen dùng thực phẩm (nhất là tôm) dạng đông lạnh. Theo VASEP, trong năm 2017, tôm Việt Nam được xuất khẩu sang 99 quốc gia trên thế giới, top 10 thị trường chính, gồm: EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Mỹ, Hàn Quốc, Canada, Australia, khối ASAEN, Đài Loan, Thụy Sĩ; chiếm 96,4% tổng giá trị xuất khẩu tôm của Việt Nam. Năm 2017, top 10 doanh nghiệp xuất khẩu tôm lớn nhất Việt Nam gồm: Minh Phú SeaFood Corp; Spimex; Quoc Viet co., LTD; Fimex Vn; Công ty TNHH Chế biến thủy sản và Xuất nhập khẩu Trang Khanh, AuVung SeaFood, Công ty Cổ phần Thủy sản Việt Nam, Công ty Cổ phần Chế biến Thủy Sản Tài Kim Anh; South Vina Shrimp và Thuan Phuoc Corp, chiếm 16,9% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản và chiếm 36,3% tổng xuất khẩu tôm cả nước (VASEP, 2018). Trong top 10 các doanh nghiệp xuất khẩu tôm, thì Minh Phú Corp là doanh nghiệp xuất khẩu lớn nhất, chiếm 8,6% tổng kim ngạch xuất khẩu tôm của cả nước (VASEP, 2018).

Tóm lại, mỗi tác nhân trong CGT có chức năng thị trường khác nhau. Nếu như người nuôi giữ chức năng sản xuất để cung cấp nguồn nguyên liệu đầu vào cho chế biến xuất khẩu, thì thương lái có chức năng thu gom với lượng nhỏ từ các hộ. Sau đó, bán lại cho các DNCBXX và một số ít lượng tôm được bán trên thị trường nội địa thông qua các chủ vừa và người bán lẻ tại các chợ địa phương.

Phân tích kinh tế chuỗi tôm sú nuôi thâm canh

Phân tích kinh tế chuỗi tôm sú thâm canh được thực hiện chủ yếu trên kênh phân phối: Nông dân => Lái thu gom => DNCBXX => xuất khẩu. Có 3 sản phẩm xuất khẩu chính sẽ được phân tích, bao gồm: tôm sú xuất khẩu nguyên con, đông lạnh (HOSO), bỏ đầu, đông lạnh (HLSO) và bỏ đầu, lột vỏ, còn đuôi, đông lạnh (PTO).

Đối với sản phẩm tôm sú xuất khẩu dạng HOSO. Số liệu ở Bảng 2 chỉ ra rằng, từ 1 tấn tôm nguyên liệu tạo ra giá trị gia tăng là 146,96 triệu đồng, trong đó tác nhân là hộ nuôi đóng góp 60,1%,

BẢNG 2: PHÂN TÍNH KINH TẾ CHUỖI TỪ 1 TẤN TÔM SÚ NGUYÊN LIỆU, SẢN PHẨM HOSO

DVT: 1.000 đồng

Khoản mục	Người nuôi tôm	Thương lái	DN CBXX	Tổng
Giá bán (Doanh thu)	165.000	180.000	223.665	
Chi phí trung gian	76.705	165.000	180.000	
Giá trị gia tăng (GTGT)	88.295	15000	43.665	146.960
Tỷ lệ GTGT (%)	60,1	10,2	29,7	100,0
Chi phí tăng thêm	13.355	2676	23.000	
Giá trị gia tăng thuần	74.940	12.324	20.665	107.929
Tỷ lệ GTGT thuần (%)	69,4	11,4	19,2	100,0

BẢNG 3: PHÂN TÍNH KINH TẾ CHUỖI TỪ 1 TẤN TÔM SÚ NGUYÊN LIỆU, SẢN PHẨM HLSO

DVT: 1.000 đồng

Khoản mục	Người nuôi tôm	Thương lái	DN CBXX	Tổng
Giá bán (Doanh thu)	165.000	180.000	236.639	
Chi phí trung gian	76.705	165.000	180.000	
Giá trị gia tăng (GTGT)	88.295	15.000	56.639	159.934
Tỷ lệ GTGT (%)	55,2	9,4	35,4	100
Chi phí tăng thêm	13.355	2.676	22.444	
Giá trị gia tăng thuần	74.940	12.324	34.195	121.459
Tỷ lệ GTGT thuần (%)	61,7	10,1	28,2	100,0

BẢNG 4: PHÂN TÍNH KINH TẾ CHUỖI TỪ 1 TẤN TÔM SÚ NGUYÊN LIỆU, SẢN PHẨM PTO

DVT: 1.000 đồng

Khoản mục	Người nuôi tôm	Thương lái	DNCBXX	Tổng
Giá bán (Doanh thu)	165.000	180.000	265.168	
Chi phí trung gian	76.705	165.000	180.000	
Giá trị gia tăng (GTGT)	88.295	15.000	85.168	188.463
Tỷ lệ GTGT (%)	46,8	8,0	45,2	100,0
Chi phí tăng thêm	13.355	2.676	22.849	
Giá trị gia tăng thuần	74.940	12.324	62.319	149.583
Tỷ lệ GTGT thuần (%)	50,1	8,2	41,7	100,0

Nguồn: Tổng hợp theo số liệu khảo sát 2017

tác nhân thương lái đóng góp 10,2%, tác nhân doanh nghiệp đóng góp 29,7%. Kênh này tạo ra giá trị gia tăng thuần 107,929 triệu đồng, phân phối cho hộ nuôi là 69,4%, thương lái 11,4%, đại và DNCBXX là 19,1%.

Đối với sản phẩm tôm sú xuất khẩu dạng HLSO. Số liệu ở Bảng 3 cho thấy, từ 1 tấn tôm nguyên liệu tạo ra

GTGT là 159,934 triệu đồng. Trong đó, tác nhân là hộ nuôi đóng góp 55,2%; thương lái đóng góp 9,4%; doanh nghiệp đóng góp 35,4%. Kênh này tạo ra GTGT thuần 121,495 triệu đồng; phân phối cho hộ nuôi là 61,7%; thương lái 10,1%; đại lý và DNCBXX là 28,2%.

Đối với sản phẩm tôm sú PTO. Số liệu ở Bảng 4 cho thấy, từ 1 tấn tôm nguyên liệu tạo ra GTGT là 188,643 triệu đồng. Trong đó, tác nhân là hộ nuôi đóng góp 46,8%; thương lái đóng góp 8,0%; doanh nghiệp đóng góp 45,2%. Kênh này tạo ra GTGT thuần 149,538 triệu đồng; phân phối cho hộ nuôi là 50,1%; thương lái 8,2%, đại lý và DNCBXX là 41,7%.

Kết quả phân tích ở các Bảng 2, 3 và 4 cho thấy, GTGT của loại sản phẩm qua càng nhiều bước gia công để tạo sản phẩm, càng tạo ra được GTGT và lợi nhuận của chuỗi càng cao. Cụ thể, sản phẩm PTO đạt được GTGT và lợi nhuận cao nhất, trong khi đó sản phẩm HOSO là thấp nhất. Kết quả này đưa ra lời khuyên cáo cho các DNCBXX là cần đẩy mạnh khâu quảng bá, xúc tiến thương mại và tìm kiếm nhiều hơn các thị trường có nhu cầu tiêu dùng sản phẩm tôm dưới dạng PTO để tạo ra lợi nhuận cho bản thân doanh nghiệp và cho cả CGT. Sản phẩm dạng PTO đòi hỏi kích cỡ tôm nguyên liệu lớn. Điều này cũng cho thấy, các DNCBXX có nhu cầu mua tôm nguyên liệu có kích cỡ lớn. Do vậy, về phía người nuôi, cũng cần nâng cao trình độ kỹ thuật và tổ chức sản xuất sao cho tỷ trọng tôm loại lớn trong tổng số tôm nuôi cao.

Nhìn chung, phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân tham gia trong CGT, bao gồm: các hộ nuôi, thương lái và các DNCBXX tương đối hợp lý (trên 50% tổng lợi nhuận đạt được trên 1 tấn tôm nguyên liệu của toàn CGT). Kết quả phân tích cũng cho thấy, GTGT được tạo ra từ khâu nuôi đến khâu thu gom khoảng 15.000 đ/kg, khi chi phí tăng thêm chỉ có chưa đầy 3.000 đồng/kg. Điều này cho thấy, nếu các hộ nuôi có tham gia trong các hợp tác xã nuôi tôm tổ chức thêm dịch vụ thu gom này sẽ góp phần làm tăng được mức lợi nhuận được phân phối. Do vậy, sẽ góp phần làm cải thiện thu nhập cho các hộ nuôi.

Ngoài ra, để nâng cao tỷ lệ phân phối lợi nhuận, các hộ nuôi cũng có thể thực hiện các giải pháp cắt giảm chi phí sản xuất thông qua việc áp dụng các quy trình kỹ thuật nuôi tiên tiến, cũng như tăng cường mối liên kết với những nhà cung cấp con giống, thức ăn thủy sản để hưởng được chiết khấu thương mại, nhằm giảm được một phần chi phí sản xuất từ việc sử dụng các yếu tố đầu vào. Chưa kể, nếu các hộ nuôi có được mối liên kết với những nhà cung cấp đầu vào dưới hình thức liên kết ngang (tổ hợp tác/hợp tác xã),

thì lúc đó các hộ nuôi sẽ có được con giống và thức ăn thủy sản có chất lượng cao và ổn định hơn. Từ đó, góp phần cắt giảm được chi phí sản xuất do sản lượng nuôi cao.

KẾT LUẬN

Có 5 khâu trong CGT tôm sú được nuôi dưới hình thức thâm canh. Tương ứng có 5 chức năng thị trường: cung cấp sản phẩm đầu vào, sản xuất, thu gom và sơ chế, chế biến và thương mại và tiêu thụ sản phẩm. Tôm sú được tiêu thụ chủ yếu cho thị trường xuất khẩu qua 8 kênh phân phối khác nhau. Trong đó, kênh phân phối chính là sản phẩm tôm sú được các hộ nuôi bán cho thương lái. Sau đó, thương lái bán lại cho các DNCBXX để phục vụ cho thị trường xuất khẩu. Chính quyền địa phương và các ngân hàng thương mại là 2 tổ chức hỗ trợ cho hầu hết các tác nhân tham gia trong các khâu của CGT. Đơn vị hỗ trợ về kỹ thuật và cách thức tổ chức sản xuất thường xuyên cho các tác nhân tham gia trong khâu cung cấp đầu vào và khâu sản xuất là các phòng nông nghiệp và phát triển nông thôn tại các địa phương.

Đối với thị trường xuất khẩu, có 3 sản phẩm chính là sản phẩm tôm sú xuất khẩu nguyên con đông lạnh (HOSO); bỏ đầu, đông lạnh (HLSO) và bỏ đầu, lột vỏ, còn đuôi (PTO). Trong đó, sản phẩm PTO tạo ra GTGT và lợi nhuận cao nhất. Tỷ lệ phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân tham gia trong CGT tương đối hợp lý.

Đối với CGT tôm sú nuôi theo kiểu thâm canh, để nâng cấp CGT này, giải pháp cải thiện kênh phân phối thông qua việc tăng cường các mối liên kết dọc và liên kết ngang trở nên rất cần thiết. Bên cạnh đó, giải pháp cắt giảm chi phí sản xuất thông qua việc nâng cao trình độ sản xuất cho các hộ nuôi và tăng cường mối liên kết dọc giữa các hộ nuôi với những tác nhân cung cấp sản phẩm đầu vào cũng trở nên rất quan trọng để phát triển CGT tôm sú một cách bền vững. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. VASEP (2018). Báo cáo Thường niên ngành hàng thủy sản Việt Nam
2. Agromonitor (2017). Báo cáo Thường niên ngành hàng tôm 2016 và triển vọng 2017
3. Agromonitor (2018). Báo cáo Thường niên ngành hàng tôm 2017 và triển vọng 2018
4. GTZ (2007). ValueLinks-GTZ, Value chain Analysis