

Giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị cua biển tỉnh Cà Mau

NGUYỄN HỮU TÂM*

Tóm tắt

Nghiên cứu này được thực hiện thông qua cuộc khảo sát các chuyên gia và 407 tác nhân tham gia chuỗi giá trị cua biển tại 2 huyện Năm Căn và Ngọc Hiển của tỉnh Cà Mau. Kết quả nghiên cứu cho thấy, chuỗi giá trị hiện tại có 7 kênh phân phối sản phẩm cua biển chủ yếu là cua biển nguyên con tươi sống (chiếm 90,46%) và 1 kênh phân phối sản phẩm thịt cua (9,54%). Phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong chuỗi hiện đang theo hướng có lợi cho người nuôi, cho cơ sở chế biến. Tuy nhiên, vẫn có những điểm để cải thiện hiện trạng phân phối thu nhập này giữa các tác nhân theo hướng gia tăng lợi nhuận cho toàn chuỗi. Qua phân tích chuỗi giá trị hiện tại, ma trận SWOT, nghiên cứu đã đề xuất được 3 nhóm giải pháp cần thực hiện để gia tăng lợi nhuận của toàn chuỗi nói chung và cho người nuôi nói riêng.

Từ khóa: chuỗi giá trị cua biển, sản xuất, phân phối, tỉnh Cà Mau

Summary

This study is conducted through the survey of experts and 407 actors involved in the mud crab value chain in two districts in Ca Mau province, which are Ngoc Hien and Nam Can. The fruit shows that there are seven marketing channels for mud crab production in which the main product is Live Mud Crab (accounting for 90,46%) and the only one channel for crab meat (accounting for 9,54%). Income distribution is in favour of the famers and manufacturers. However, there is a room for the improvement of this income distribution among actors towards increasing net value added for the whole chain. Through current value chain analysis and SWOT analysis, this study proposes three groups of essential solutions to increase net value added for the whole chain in general, and for famers in particular.

Keywords: mud crab value chain, production, distribution, Ca Mau province

GIỚI THIỆU

Cua biển là 1 trong 5 ngành hàng chủ lực của tỉnh Cà Mau (lúa chất lượng cao, tôm sinh thái, cua biển, keo lai và chuối). Mô hình ương, nuôi cua biển đã góp phần quan trọng trong sự phát triển kinh tế - xã hội cho người nuôi ở tỉnh Cà Mau, do đó đã thu hút được sự quan tâm của nhiều hộ nuôi trong thời gian qua. Diện tích cua biển bao gồm thả nuôi xen ghép với tôm và nuôi với các đối tượng khác khoảng 125.000ha, sản lượng 10.000 tấn/năm; tập trung nuôi tại các huyện Năm Căn, Ngọc Hiển (Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Cà Mau, 2017).

Cua biển ở Cà Mau được người tiêu dùng trong và ngoài nước ưa chuộng,

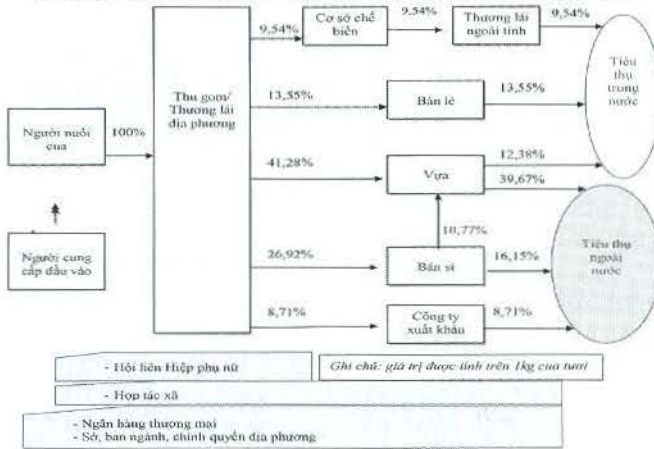
đặc biệt là Trung Quốc, Nhật Bản... Tuy nhiên, sản lượng cua biển tự nhiên ở tỉnh Cà Mau ngày càng giảm sút nghiêm trọng do nhiều nguyên nhân, như: quy mô nuôi cua còn nhỏ lẻ, thiếu kỹ thuật nuôi, liên kết dọc và liên kết ngang chưa chặt chẽ dẫn đến chi phí tăng cao, chưa tận dụng được lợi thế tiềm năng hiện có. Đặc biệt, các tác nhân trong chuỗi chưa nhận thức được tầm quan trọng trong việc cải thiện giá trị gia tăng cho sản phẩm, thiếu hỗ trợ thông tin và chính sách, thiếu cam kết đầu ra sản phẩm theo hợp đồng, nên giá không ổn định, quy chuẩn hình thức và chất lượng khó đáp ứng với nhu cầu xuất khẩu, cua biển còn phụ thuộc chủ yếu vào thị trường Trung Quốc và chưa khai thác hết thị trường trong nước. Đến nay, chưa có con số thống kê chính xác về lượng cua biển Cà Mau được tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

Ngoài ra, cua biển Cà Mau bị giả mạo được bán ở nhiều tỉnh, thành, cũng như hiện tượng dây trói cua

*TS., Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

Ngày nhận bài: 29/11/2019; Ngày phản biện: 10/12/2019; Ngày duyệt đăng: 19/12/2019

HÌNH 1: SƠ ĐỒ CHUỖI GIÁ TRỊ CỦA BIỂN TỈNH CÀ MAU



Nguồn: Tính toán từ kết quả khảo sát, 2018

có trọng lượng quá lớn, cua bơm tạp chất cũng đã ảnh hưởng xấu đến thương hiệu cua biển Cà Mau. Vì vậy, nghiên cứu và đề xuất giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị sản phẩm cua biển tỉnh Cà Mau là hết sức cần thiết trong giai đoạn này.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

- Nghiên cứu chủ yếu sử dụng phương pháp thống kê mô tả, phân tích chuỗi bao gồm 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 phân phối giá trị gia tăng (Value Added-VA), giá trị gia tăng thuần hay còn gọi là lợi nhuận (Net Value Added-NVA); sử dụng các chỉ số tài chính, phân tích SWOT.

- Địa bàn nghiên cứu được chọn theo hai tiêu chí diện tích và sản lượng cua biển. Theo đó, hai huyện được chọn là Năm Căn và Ngọc Hiển là 2 huyện có diện tích và sản lượng nhiều nhất tỉnh Cà Mau.

- Những quan sát được chọn theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện trên địa bàn nghiên cứu và các tác nhân tham gia chuỗi được chọn có tính chất liên kết.

- Dữ liệu sơ cấp: Điều tra trực tiếp 407 quan sát mẫu (6 cơ sở cung cấp giống, 6 cơ sở cung cấp vật tư nông nghiệp, 6 người lao động, 180 người nuôi cua, 180 người tiêu dùng, 4 chuyên gia, 6 người thu gom/thương lái địa phương, 1 cơ sở chế biến, 1 công ty xuất khẩu, 6 người bán sỉ, 6 người bán lẻ, 5 tổ chức hỗ trợ) là các tác nhân của ngành hàng bằng bảng câu hỏi soạn trước. Thời gian khảo sát được thực hiện trong năm 2018.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Về chuỗi giá trị của biển Cà Mau

Hình 1 cho thấy, chuỗi giá trị của biển tỉnh Cà Mau có 7 kênh thị trường:

- *Kênh 1: Nông hộ nuôi cua → Thu gom → Cơ sở chế biến → Thương lái ngoài tỉnh → Tiêu thụ trong nước:* Đây là kênh tiêu thụ trong nước, chủ yếu tiêu thụ thịt cua được lấy từ cua không đạt tiêu chuẩn để bán của

tươi, chiếm 9,54% sản lượng cua biển toàn chuỗi.

- *Kênh 2: Nông hộ nuôi cua → Thu gom → Bán lẻ → Tiêu thụ trong nước:* Đây cũng là kênh thị trường nội địa và là kênh thị trường tiêu thụ nội địa nhiều nhất, chiếm 13,55% sản lượng cua toàn chuỗi.

- *Kênh 3: Nông hộ nuôi cua → Thu gom → Vừa → Tiêu thụ trong nước:* Đây là kênh tiêu thụ nội địa chiếm 12,38% sản lượng cua của toàn chuỗi.

- *Kênh 4: Nông hộ nuôi cua → Thu gom → Vừa → Tiêu thụ ngoài nước:* Đây là kênh phân phối chính chiếm tỷ trọng cao nhất 39,67% lượng cua biển của toàn chuỗi và dùng cho xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Trung Quốc.

- *Kênh 5: Nông hộ nuôi cua → Thu gom → Bán sỉ → Vừa → Tiêu thụ ngoài nước:* Kênh 5 chiếm 10,77% lượng cua biển trong toàn chuỗi. Trong kênh này, các điểm bán sỉ thu mua cua từ các thu gom chiếm 26,92% lượng cua biển toàn chuỗi, sau đó bán cho vừa (10,77%) để vừa đem đi xuất khẩu.

- *Kênh 6: Nông hộ nuôi cua → Thu gom → Bán sỉ → Tiêu thụ ngoài nước:* Kênh này chiếm 16,15% lượng cua biển toàn chuỗi. Đầu tiên nông hộ nuôi cua bán 100% lượng cua đã thu hoạch được cho thu gom, sau đó thu gom bán cho các điểm bán sỉ 26,92% lượng cua trong toàn chuỗi; bán sỉ bán 10,77% lượng cua cho vừa; còn lại 16,15% tự đem đi xuất khẩu sang Trung Quốc.

- *Kênh 7: Nông hộ nuôi cua → Thu gom → Công ty xuất khẩu → Tiêu thụ ngoài nước:* Kênh này cũng là kênh xuất khẩu chiếm 8,71% sản lượng cua biển của toàn chuỗi. Trong kênh này, sau khi nông hộ nuôi cua thu hoạch sẽ bán 100% cho thu gom. Sau đó, thu gom sẽ phân loại và trời cua theo dây do công ty xuất khẩu tài trợ, đóng thành thùng và đem bán cho công ty xuất khẩu để xuất khẩu sang nước ngoài.

Hình 1 còn cho thấy, hội liên hiệp phụ nữ, hợp tác xã đã tổ chức các lớp tập huấn dạy nuôi cua, thu mua cua khi cua lớn và tìm đầu ra cho nông hộ nuôi cua. Các sở, ban ngành chính quyền địa phương triển khai mô hình nuôi cua hiệu quả, hỗ trợ 100% con giống, từ nguồn vốn khoa học, công nghệ tỉnh Cà Mau. Ngoài ra, ngân hàng thương mại cũng hỗ trợ tài chính cho tất cả các tác nhân tham gia chuỗi khi có nhu cầu.

Phân tích kinh tế chuỗi

Bảng 1 cho thấy, việc phân bổ giá trị gia tăng (GTGT) và giá trị gia tăng

thuần (GTGTT) của ngành hàng cua biển tỉnh Cà Mau.

Kênh 1: Nông hộ nuôi cua biển → Thu gom → Cơ sở chế biến → Thương lái ngoài tỉnh → Thị trường nội địa

Phân phối GTGT: Tổng GTGT của kênh thị trường 1 đạt 102.000 đồng/kg, trong đó thu gom tạo ra 10.000 đồng/kg cua (chiếm 9,8% GTGT của chuỗi). Cơ sở chế biến tạo ra 72.000 đồng/kg cua (chiếm 70,59% GTGT của chuỗi). Thương lái ngoài tỉnh tạo ra 20.000 đồng/kg cua (chiếm 19,61% GTGT của chuỗi). Riêng nông hộ tạo ra GTGT 1.800 đồng/kg.

Phân phối GTGTT: Tổng GTGTT của chuỗi ở kênh này là 77.294 đồng/kg cua. Trong đó thu gom nhận được 4.191 đồng/kg GTGTT (chiếm 5,41%). Cơ sở chế biến nhận được 59.012 đồng/kg GTGTT (chiếm 76,25%). Thương lái ngoài tỉnh nhận được 14.191 đồng/kg GTGTT (chiếm 18,34%). Riêng nông hộ không nhận được đồng nào GTGTT, mà còn lỗ 154.560 đồng/kg do bán cua xô, cua dạt, cua gãy càng, trong khi chi phí nuôi, cũng như các kênh khác...

Qua phân tích ta thấy được việc phân bổ GTGT, GTGTT khi sơ chế và tiêu thụ một kg cua biển thuộc về cơ sở chế biến.

Kênh 2: Nông hộ nuôi cua biển → Thu gom → Bán lẻ → Thị trường nội địa

Phân phối GTGT: Tổng GTGT của kênh thị trường 2 đạt 316.671 đồng/kg, trong đó nông hộ nuôi cua biển tạo ra 86,74% GTGT cho chuỗi (274.680 đồng/kg). Thương lái tạo ra 19.678 đồng/kg cua (chiếm 6,31% GTGT của chuỗi). Bán lẻ tạo ra 7,05% GTGT cho chuỗi (22.313 đồng/kg).

Phân phối GTGTT: Tổng GTGTT của chuỗi ở kênh này là 149.398 đồng/kg cua. Trong đó, nông hộ nuôi cua biển nhận được nhiều nhất 118.320 đồng/kg GTGTT của chuỗi (chiếm 79,2%), xếp thứ 2 là bán lẻ nhận được 17.200 đồng/kg GTGTT (chiếm 11,51%) và xếp sau cùng là thu gom nhận được 13.878 đồng/kg GTGTT (chiếm 9,29%).

Qua phân tích có thể thấy, việc phân bổ GTGT hay GTGTT khi sản xuất và tiêu thụ một kg cua biển phần lớn thuộc về nông hộ nuôi cua biển. Còn thu gom và bán lẻ, mỗi chủ thể chỉ chiếm 8% về GTGT và khoảng 14% GTGTT so với nông hộ nuôi cua biển.

Kênh 3: Nông hộ nuôi cua biển → Thu gom → Vừa → Thị trường nội địa

Phân phối GTGT: Tổng GTGT của kênh thị trường 3 đạt 311.791 đồng/kg,

BẢNG 1: PHÂN BỐ GIÁ TRỊ GIA TĂNG, GIÁ TRỊ GIA TĂNG THUẦN CỦA CÁC TÁC NHÂN

Chỉ tiêu	Giá trị gia tăng		Giá trị gia tăng thuần	
	Số tiền (đồng/kg)	Tỷ lệ (%)	Số tiền (đồng/kg)	Tỷ lệ (%)
Kênh 1: Nông hộ - Thu gom - Cơ sở chế biến - Thương lái ngoài tỉnh				
Nông hộ	1.800		-154.560	
Thu gom	10.000	9,80	4.191	5,41
Cơ sở chế biến	72.000	70,59	59.012	76,25
Thương lái ngoài tỉnh	20.000	19,61	14.191	18,34
Tổng	102.000	100,00	77.294	100,00
Kênh 2: Nông hộ - Thu gom - Bán lẻ				
Nông hộ	274.680	86,74	118.320	79,20
Thu gom	19.678	6,31	13.878	9,29
Bán lẻ	22.313	7,05	17.200	11,51
Tổng	316.671	100,00	149.398	100,00
Kênh 3: Nông hộ - Thu gom - Vừa (tiêu thụ nội địa)				
Nông hộ	274.680	88,10	118.320	82,19
Thu gom	19.678	6,31	13.878	9,64
Vừa	17.433	5,59	11.755	8,17
Tổng	311.791	100,00	143.953	100,00
Kênh 4: Nông hộ - Thu gom - Vừa (xuất khẩu)				
Nông hộ	274.680	87,38	118.320	81,11
Thu gom	19.678	6,26	13.878	9,51
Vừa	20.000	6,36	13.681	9,38
Tổng	314.358	100,00	145.879	100,00
Kênh 5: Nông hộ - Thu gom - Bán sỉ - Vừa				
Nông hộ	274.680	88,14	118.320	85,86
Thu gom	9.678	3,10	3.878	2,81
Bán sỉ	19.130	6,14	13.791	10,01
Vừa	8.139	2,62	1.820	1,32
Tổng	311.627	100,00	137.809	100,00
Kênh 6: Nông hộ - Thu gom - Bán sỉ				
Nông hộ	274.680	86,01	118.320	78,29
Thu gom	9.678	3,03	3.878	2,56
Bán sỉ	35.000	10,96	28.934	19,15
Tổng	319.358	100,00	151.132	100,00
Kênh 7: Nông hộ - Thu gom - Công ty xuất khẩu				
Nông hộ	274.680	88,11	118.320	82,28
Thu gom	15.672	5,03	9.863	6,86
Công ty xuất khẩu	21.375	6,86	15.616	10,86
Tổng	311.727	100,00	143.799	100,00

Nguồn: Khảo sát thực tế, 2018

trong đó nông hộ nuôi cua biển tạo ra 88,10% GTGT cho chuỗi (274.680 đồng/kg). Thương lái tạo ra 19.678 đồng/kg cua (chiếm 6,31% GTGT của chuỗi). Vừa chỉ chiếm 17.433 đồng/kg cua (chiếm 5,59% GTGT của chuỗi).

Phân phối GTGTT: Tổng GTGTT của chuỗi ở kênh này là 149.953 đồng/kg cua. Trong đó, nông hộ nuôi cua biển nhận được 118.320 đồng/kg GTGTT của chuỗi (chiếm 82,19%). Thương lái nhận được 13.878 đồng/kg GTGTT (chiếm 9,64%). Vừa nhận được 11.755 đồng/kg GTGTT (chiếm 8,17%).

Qua phân tích có thể thấy, việc phân bổ GTGT hay GTGTT khi sản xuất và tiêu thụ trong nước một kg cua biển nông hộ nuôi cua biển là tác nhân được nhiều nhất; kế đến là thu gom và sau đó là vừa.

Kênh 4: Nông hộ nuôi cua biển → Thu gom → Vừa → Xuất khẩu

Phân phối GTGT: Tổng GTGT của kênh thị trường 4 đạt 314.358 đồng/kg, trong đó nông hộ nuôi cua biển tạo ra 87,38% GTGT cho chuỗi (274.680 đồng/kg). Thu gom tạo ra 19.678 đồng/kg cua (chiếm 6,26% GTGT của chuỗi). Vừa chỉ chiếm 20.000 đồng/kg cua (chiếm 6,36% GTGT của chuỗi).

Phân phối GTGTT: Tổng GTGTT của chuỗi ở kênh này là 145.879 đồng/kg cua. Trong đó, nông hộ nuôi cua biển nhận được 118.320 đồng/kg GTGTT của chuỗi (chiếm 81,11%). Thu gom nhận được 13.878

đồng/kg GTGTT (chiếm 9,51%). Vừa nhận được 13.681 đồng/kg GTGTT (chiếm 9,38%).

Qua phân tích ta thấy được việc phân bổ GTGT hay GTGTT khi sản xuất xuất khẩu một kg cua biển, nông hộ nuôi cua biển là tác nhân được nhiều nhất.

Kênh 5: Nông hộ nuôi cua biển → Thu gom → Bán sỉ → Vừa → Xuất khẩu

Phân phối GTGT: Tổng GTGT của kênh thị trường 5 đạt 311.627 đồng/kg, trong đó nông hộ nuôi cua biển tạo ra 88,14% GTGT cho chuỗi (274.680 đồng/kg). Thu gom tạo ra 9.678 đồng/kg cua (chiếm 3,1% GTGT của chuỗi). Bán sỉ tạo ra 19.130 đồng/kg cua (chiếm 6,14% GTGT của chuỗi). Vừa tạo ra 8.139 đồng/kg cua (chiếm 2,62% GTGT của chuỗi).

Phân phối GTGTT: Tổng GTGTT của chuỗi ở kênh này là 137.809 đồng/kg cua. Trong đó, nông hộ nuôi cua biển nhận được 118.320 đồng/kg GTGTT của chuỗi (chiếm 85,86%). Thu gom nhận được 3.878 đồng/kg GTGTT của chuỗi (chiếm 2,81%). Bán sỉ nhận được 13.791 đồng/kg (chiếm 10,01% GTGTT của chuỗi). Vừa nhận được 1.820 đồng/kg (chiếm 1,32% GTGTT của chuỗi).

Qua phân tích có thể thấy được việc phân bổ GTGT khi sản xuất và xuất khẩu một kg cua biển, thì nông hộ nuôi cua biển vẫn chiếm nhiều nhất 88,14%; xếp thứ 2 là bán sỉ 6,14%; xếp thứ 3 là thu gom 3,1%; và nhỏ nhất là vừa chiếm 2,62% GTGT của chuỗi. Còn việc phân bổ GTGTT khi sản xuất và xuất khẩu nông hộ nuôi cua vẫn chiếm nhiều nhất 85,86%.

Kênh 6: Nông hộ nuôi cua biển → Thu gom → Bán sỉ → Xuất khẩu

Phân phối GTGT: Tổng GTGT của kênh thị trường 6 đạt 319.358 đồng/kg, trong đó nông hộ nuôi cua biển tạo ra 86,01% GTGT cho chuỗi (274.680 đồng/kg). Thu gom tạo ra 9.678 đồng/kg (chiếm 3,03% GTGT của chuỗi). Bán sỉ tạo ra 35.000 đồng/kg (chiếm 10,96% GTGTT của chuỗi).

Phân phối GTGTT: Tổng GTGTT của chuỗi ở kênh này là 151.132 đồng/kg, trong đó nông hộ nuôi cua biển nhận được 118.320 đồng/kg GTGTT của chuỗi (chiếm 78,29%). Thương lái nhận được 3.878 đồng/kg (chiếm 2,56% GTGTT của chuỗi). Bán sỉ nhận được 28.934 đồng/kg (chiếm 19,15% GTGTT của chuỗi).

Qua phân tích có thể thấy, trong phân bổ GTGT hay GTGTT khi sản xuất và xuất khẩu một kg cua biển, thì nông hộ nuôi cua biển vẫn chiếm nhiều nhất.

Kênh 7: Nông hộ nuôi cua biển → Thu gom → Công ty xuất khẩu → Xuất khẩu

Phân phối GTGT: Tổng GTGT của kênh thị trường 7 là 311.727 đồng/kg. Trong đó, nông hộ nuôi cua biển chiếm 88,11% GTGT của chuỗi (274.680 đồng/kg); thương lái tạo ra 15.672 đồng/kg (chiếm 5,03% GTGT của chuỗi); công ty xuất khẩu tạo ra 21.375 đồng/kg (chiếm 6,86% GTGT của chuỗi).

Phân phối GTGTT: Tổng GTGTT của chuỗi ở kênh này là 143.799 đồng/kg. Trong đó, nông hộ nuôi cua biển nhận được 118.320 đồng/kg GTGTT của chuỗi (chiếm 82,28%); thương lái nhận được 9.863 đồng/kg

GTGTT (chiếm 6,86%); và công ty xuất khẩu nhận được 15.616 đồng/kg GTGTT (chiếm 10,86%).

Qua phân tích có thể thấy, trong phân bổ GTGT hay GTGTT khi sản xuất và xuất khẩu một kg cua biển thì nông hộ nuôi cua biển vẫn chiếm nhiều nhất, lần lượt chiếm 88,11% GTGT và 82,28% GTGTT của chuỗi.

Kết luận: Qua việc phân tích phân phối GTGT và GTGTT của các tác nhân trong 7 kênh thị trường của chuỗi giá trị ngành hàng cua biển tỉnh Cà Mau có thể thấy, kênh xuất khẩu và kênh nội địa tạo ra GTGT và GTGTT tương đương nhau. Nhưng, trong cả 7 kênh thị trường đều có sự mất cân đối trong sự phân phối GTGT và GTGTT giữa các tác nhân.

Kết quả phân tích SWTO

Tác giả đã thực hiện phân tích SWOT của chuỗi giá trị cua biển. Kết quả như Bảng 2.

ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất các giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị cua biển Cà Mau sau:

Nhóm giải pháp cắt giảm chi phí

(1) **Mở rộng, tăng cường kiểm soát và nâng cao chất lượng con giống.** Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Cà Mau, có khoảng 70 cơ sở sản xuất của giống, chất lượng của giống tốt và đủ cung cấp cho người nuôi. Một số nước trong khu vực thiếu của giống cần nhập thêm, họ đang tìm cách liên kết với ta. Tuy nhiên, vẫn còn tình trạng của giống kém chất lượng, không rõ nguồn gốc nhập vào địa phương gây ảnh hưởng đến việc mua của giống của người nuôi trong Tỉnh cũng như việc xuất bán của giống ra ngoài Tỉnh. Vì vậy, cần thực hiện việc mở rộng, tăng cường kiểm soát con giống và nâng cao chất lượng con giống.

(2) **Tăng cường quy hoạch vùng nuôi và mở rộng diện tích nuôi.** Cà Mau có điều kiện tự nhiên và thời tiết phù hợp để phát triển việc nuôi cua biển. Hơn nữa, cua dễ nuôi, dễ chăm sóc, người nuôi của lại có kinh nghiệm lâu năm. Song, các hộ nuôi của chủ yếu nuôi theo quy mô nhỏ, lẻ dựa trên kinh nghiệm truyền thống, nên cần phải có giải pháp cụ thể cải thiện tình trạng này. Bên cạnh đó, nhu cầu về cua ở trong nước và ngoài nước lại liên tục tăng cao, đặc biệt là các dịp lễ tết. Chính vì thế, khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường hiện nay vẫn chưa thật

sự tốt, do đó cần phải có giải pháp tăng cường quy hoạch vùng nuôi và mở rộng diện tích nuôi đảm bảo việc cung ứng theo nhu cầu của thị trường hiện nay.

(3) **Tăng cường các hoạt động tập huấn kỹ thuật, các hội thảo để xây dựng các phương án nhằm nâng cao năng suất nuôi.** Trong khi người nuôi cua có kinh nghiệm nuôi lâu năm, thì kỹ thuật chọn giống, kỹ thuật nuôi cua và cách ứng biến với các điều kiện thời tiết bất lợi ảnh hưởng đến quá trình nuôi cua vẫn còn hạn chế, đòi hỏi phải có giải pháp khắc phục cụ thể. Chính vì vậy, giải pháp tăng cường các hoạt động tập huấn kỹ thuật, các hội thảo để xây dựng các phương án nhằm nâng cao năng suất nuôi cần được thực hiện, qua đó cắt giảm chi phí sản xuất trong quá trình nuôi cua.

(4) **Đẩy mạnh và mở rộng các hoạt động liên kết theo chiều sâu.** Trong điều kiện người nuôi cua sản xuất với quy mô nhỏ không có sự liên kết rõ ràng với các nhà cung ứng, trong khi giá cả vật tư, con giống biến động, thì việc cần làm là đẩy mạnh, cũng như mở rộng các hoạt động liên kết theo chiều sâu.

Nhóm giải pháp nâng cao sản lượng và chất lượng cua biển

Khi nhu cầu thị trường cua trong và ngoài nước đều tăng cao, thì việc cung ứng cua ra thị trường đòi hỏi số lượng lớn và chất lượng cao là điều cần thiết. Các giải pháp bao gồm:

(5) **Hạn chế thất thoát về sản lượng cua trong quá trình nuôi.** Trong quá trình nuôi cua người nuôi cua gặp phải những vấn đề hao hụt sản lượng cua chủ yếu do: tỷ lệ cua giống hao hụt cao, yếu tố thời tiết bất lợi và tình trạng phá hoại ao nuôi, đánh bắt lên lút... đã làm cho sản lượng cua của người nuôi cua bị sụt giảm. Vì vậy, giải pháp hạn chế thất thoát về sản lượng cua trong quá trình nuôi cần được thực hiện.

(6) **Nâng cao năng suất nuôi.** Mặc dù được sự ưu ái của thiên nhiên và kinh nghiệm nuôi cua, nhưng năng suất nuôi

BẢNG 2: PHÂN TÍCH MA TRẬN SWOT CỦA CHUỖI GIÁ TRỊ CỦA BIỂN Ở CÀ MAU

ĐIỂM MẠNH (S)	CƠ HỘI (O)	THÁCH THỨC (T)
<p>S1: Điều kiện tự nhiên thích hợp nuôi quanh năm.</p> <p>S2: Người nuôi có kinh nghiệm.</p> <p>S3: Hệ thống nguồn cung ứng đầu vào và thu mua có sẵn ở địa phương.</p> <p>S4: Người nuôi cua và người thu gom có mối quan hệ lâu năm</p>	<p>O1: Sự hỗ trợ về tập huấn kỹ thuật.</p> <p>O2: Chính sách hỗ trợ quy hoạch.</p> <p>O3: Nhu cầu về thị trường tiêu thụ ngày càng cao.</p> <p>O4: Thương hiệu nổi tiếng.</p> <p>O5: Việt Nam là thành viên WTO.</p>	<p>T1: An ninh nuôi trồng bị đe dọa.</p> <p>T2: Điều kiện thời tiết bất lợi.</p> <p>T3: Giá cả thị trường biến động mạnh theo mùa vụ.</p> <p>T4: Thông tin thị trường chưa rõ ràng.</p> <p>T5: Nhà nước chưa có cơ chế quản lý đầu vào và đầu ra.</p>
<p>ĐIỂM YẾU (W)</p> <p>W1: còn con giống kém chất lượng.</p> <p>W2: Chưa có sự liên kết giữa người nuôi và nhà cung ứng.</p> <p>W3: Nuôi nhỏ lẻ, tự phát, diện tích nuôi chưa đáp ứng nhu cầu.</p> <p>W4: Kỹ thuật nuôi vẫn còn hạn chế.</p> <p>W5: Nhận thức xây dựng các mô hình liên kết và hợp tác còn hạn chế.</p>	<p>(1) $W_{1-2,4-5}O_1$: Mở rộng, tăng cường kiểm soát con giống và nâng cao chất lượng con giống.</p> <p>(2) W_3O_2: Tăng cường quy hoạch vùng nuôi và mở rộng diện tích nuôi.</p>	<p>(3) $W_{1-2,3,4}T_{1,2}$: Tăng cường các hoạt động tập huấn kỹ thuật, các hội thảo để xây dựng các phương án nhằm nâng cao năng suất nuôi.</p> <p>(4) $W_5T_{3,4-5}$: Đẩy mạnh và mở rộng các hoạt động liên kết theo chiều sâu.</p>
	<p>(6) $S_{1,2}O_{1,2}$: Nâng cao năng suất nuôi cua của người nuôi.</p> <p>(8) $S_{3,4}O_{3,4-5}$: Phát triển hệ thống cung ứng đầu vào, cung cấp cho thị trường trong nước, cũng như xuất khẩu.</p>	<p>(5) $S_{1,2}T_{1,2}$: Hạn chế thất thoát về sản lượng cua trong quá trình nuôi.</p> <p>(7) $S_{3,4}T_{3,4-5}$: Xây dựng hệ thống quản lý chất lượng đầu vào, đầu ra kết hợp với công tác phổ biến thông tin cho người nuôi.</p>

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ khảo sát thực tế năm 2018

cua của người nuôi vẫn chưa cao. Vì vậy, giải pháp nâng cao năng suất nuôi cua của người nuôi được đề xuất.

(7) **Xây dựng hệ thống quản lý chất lượng đầu vào, đầu ra kết hợp với công tác phổ biến thông tin cho người nuôi.** Hiện nay, chất lượng cua thành phẩm chủ yếu được kiểm tra thông qua quá trình mua bán giữa người nuôi và người thu gom không có cơ sở hay doanh nghiệp cụ thể nào kiểm chứng cụ thể. Vì vậy, cần xây dựng hệ thống chất lượng đầu vào, đầu ra kết hợp với công tác phổ biến thông tin cho người nuôi.

Nhóm giải pháp nâng cao khả năng tiếp cận thông tin thị trường

Người nuôi cua đa phần tiếp cận thông tin về giá cả chỉ qua truyền miệng từ hộ nuôi này sang hộ nuôi khác và qua thu gom, thương lái thu mua trong quá trình mua bán, nên dễ dẫn tới tình trạng bị ép giá. Do đó sự lựa chọn về thời điểm thích hợp, giá bán thuận lợi trở nên khó khăn. Vì vậy, việc cung cấp thông tin thị trường đầy đủ, kịp thời và chính xác sẽ khắc phục được nhược điểm trên. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Cà Mau (2017). *Báo cáo tình hình hoạt động năm 2017, định hướng phát triển năm 2018*
- Cục Thống kê Cà Mau (2018-2019). *Niên giám Thống kê tỉnh Cà Mau năm 2017, 2018*, Nxb Thống kê
- Võ Thị Thanh Lộc, Nguyễn Phú Sơn (2013). *Giáo trình phân tích chuỗi giá trị sản phẩm ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp*, Nxb Đại học Cần Thơ
- Eschborn (2007). *Liên kết chuỗi giá trị - ValueLinks*, GTZ