

NHU CẦU LOGISTICS LẠNH ĐỐI VỚI HÀNG NÔNG SẢN VIỆT NAM

DEMAND FOR COLD CHAIN LOGISTICS OF AGRICULTURAL PRODUCT IN VIETNAM

Bùi Thị Bích Liên

Đại học Giao thông vận tải Thành phố Hồ Chí Minh

Tóm tắt: Việt Nam thuộc nhóm năm nước xuất khẩu lớn thế giới về các mặt hàng nông sản và thủy sản, tuy nhiên mức độ tổn thất của các mặt hàng này khá cao, nguyên nhân khá lớn phát sinh từ hoạt động vận chuyển, bảo quản hàng chưa tốt gây ra sự lãng phí cho mặt hàng có sản lượng tiêu thụ nội địa cũng như xuất khẩu trữ lượng lớn này. Mô hình chuỗi cung ứng lạnh tại Việt Nam hiện nay tuy đã được phổ biến, nhưng phần lớn các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu nông sản chưa có khái niệm sử dụng chuỗi cung ứng lạnh từ nông trại tới bàn ăn hoặc nếu có để đáp ứng nhu cầu về sử dụng dịch vụ logistics để bảo quản hàng hoá cũng gặp nhiều khó khăn trong đó việc tìm một đối tác uy tín để cung cấp dịch vụ là một điều không phải dễ dàng. Trong tương lai gần, hi vọng, thuật ngữ chuỗi cung ứng lạnh ngày càng phổ biến hơn, việc kết nối giữa nông dân, doanh nghiệp chế biến, công ty cung cấp dịch vụ logistics hỗ trợ nông sản cũng trở nên thuận tiện hơn để mang lại giá trị ngày càng cao cho người tiêu dùng.

Từ khóa: Nông sản, logistics, chuỗi cung ứng lạnh, giá trị, lãng phí.

Chỉ số phân loại: 3.2

Abstract: Vietnam is in the top 5 of the world exporting countries for agricultural and aquatic products, but the level of losses of these items is quite high, the big problem arising from transportation and storage of goods causing waste in domestic consumption as well as export of large reserves. Although the cold supply chain model in Vietnam is very popular currently, most agricultural product producing and exporting companies do not have the concept of using a cold chain from farm to fork, or if any, to meet the requirement of using logistics services to preserve goods is also difficult, in which finding a reputable partner to provide services is not easy. In the near future, hopefully, the term of cold chain is becoming more and more popular, the connection between farmers, processing enterprises, and logistics service providers to support agricultural products has become more convenient to increase value to consumers.

Keywords: Agricultural, logistics, cold chain, value, food loss and waste.

Classification number: 3.2

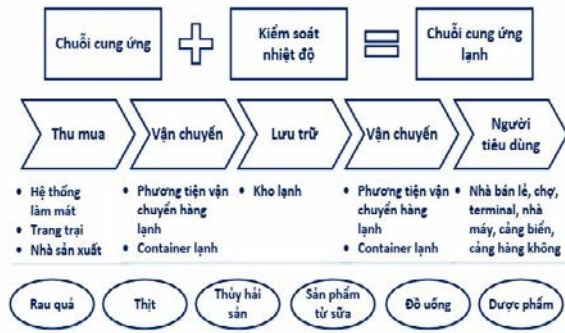
1. Giới thiệu

Khái niệm chuỗi cung ứng lạnh đã được áp dụng rất nhiều nơi trên thế giới để lưu trữ các loại hàng hoá tươi sống từ thịt, cá, thủy hải sản, trứng, sữa, đến rau hoa quả. Theo Global Cold Chain Alliance (GCCA): Chuỗi lạnh là việc quản lý nhiệt độ của các sản phẩm để hông để duy trì chất lượng và an toàn từ khâu đầu tiên thông qua chuỗi phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng [1].

Chuỗi cung ứng lạnh là chuỗi cung cấp khả năng kiểm soát và giữ nhiệt độ phù hợp với các loại hàng hoá có nhu cầu bảo quản lạnh đa dạng. Mục đích của chuỗi lạnh là để duy trì độ tươi ngon của hàng hoá càng lâu càng tốt vì thời gian sống của các mặt hàng tươi sống vô cùng ngắn ngủi.

Cơ sở vật chất của chuỗi cung ứng lạnh bao gồm: Khâu cung ứng đầu vào có hệ thống làm nguội, các nông trại và các nhà sản xuất chế biến nông – thủy sản; khâu vận tải đầu vào và đầu ra bao gồm các hệ thống xe tải lạnh, các toa xe lạnh, các container lạnh; khâu lưu trữ có các kho lạnh và kho mát; sau đó ra ngoài thị trường gồm: Nhà bán lẻ, các ga, trạm, cảng, thị trường tiêu thụ, nhà máy [2].

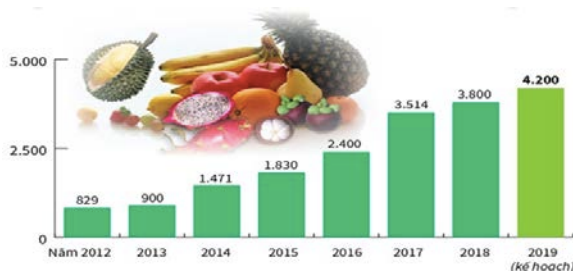
Nhiệt độ bảo quản lạnh cho các mặt hàng được chia thành bốn nhóm chính: Làm lạnh sâu dưới -29°C , làm lạnh dưới -18°C , làm mát khoảng $0 - 4^{\circ}\text{C}$ và các loại trái cây trong điều kiện dễ chịu khoảng từ $12 - 18^{\circ}\text{C}$ như trong hình 1.



Hình 1. Khái niệm về chuỗi logistics lạnh.

2. Nhu cầu về chuỗi cung ứng lạnh tại thị trường Việt Nam đối với hàng nông sản

Việt Nam là quốc gia nông nghiệp với tám vùng sản xuất nông nghiệp chính là: Đồng bằng sông Cửu Long chiếm đến 34,1% diện tích nông nghiệp cả nước, Tây Bắc và Đông Nam Bộ lần lượt chiếm 19% và 17%, Đồng bằng sông Hồng 10%, còn lại là các khu vực khác gồm Bắc Trung bộ: 7%, Tây Nguyên 6% và còn lại là Đông Bắc cộng Nam Trung Bộ [3]. Tốc độ tăng trưởng về giá trị xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp của Việt Nam từ năm 2010 là 19,53 tỷ USD đến năm 2018 là 40,02 tỷ USD như hình 2. Riêng sản phẩm rau và hoa quả xuất khẩu đạt 4,2 triệu USD vào năm 2019, với các thị trường xuất khẩu chủ lực là Trung Quốc, Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản. Các chứng nhận được yêu cầu chủ yếu là UTZ, Global Gap, HACCP, 4C, v.v... Việt Nam mong muốn nâng tổng sản lượng xuất khẩu năm 2020 lên 9,5 triệu tấn, trong đó rau quả chiếm 4,5 tỷ USD và năm 2030 tổng sản lượng là 12,5 triệu tấn, rau quả chiếm 7 tỷ USD [4].

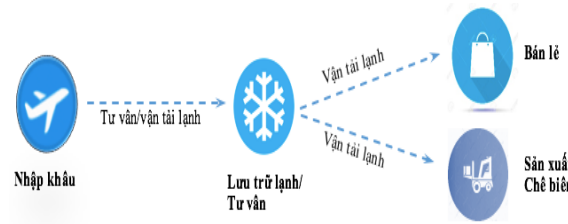


Hình 2. Giá trị xuất khẩu rau quả của Việt Nam từ năm 2012 đến năm 2019 (.000 USD)

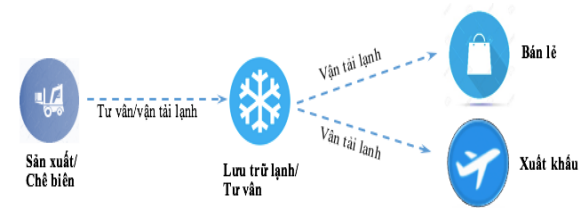
Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Tổng cục Hải Quan, 2019.

Tại Việt Nam nhu cầu chuỗi cung ứng cho bốn loại hàng hoá chính: Thủy sản, thịt, trái cây và rau, cuối cùng là hàng tạp hoá bán lẻ. Dịch vụ chuỗi cung ứng lạnh tại Việt Nam

chia làm hai chức năng chính: Chuỗi logistics lạnh đầu vào (inbound logistics) như hình 3 và chuỗi logistics lạnh đầu ra (outbound logistics) như hình 4 dưới đây [5].



Hình 3. Chuỗi logistics lạnh đối với hàng nhập khẩu.



Hình 4. Chuỗi logistics lạnh đối với hàng xuất khẩu và tiêu thụ nội địa.

Nguồn: Finn Group (2016, Báo cáo chuỗi cung ứng lạnh ở thị trường Việt Nam.

Chuỗi logistics lạnh đầu vào: Hàng hoá nhập khẩu sẽ được vận tải và tư vấn ở nhiệt độ phù hợp, sau đó đưa tới các kho lạnh để lưu trữ và phân phối đến các cửa hàng bán lẻ hoặc các cơ sở sản xuất và chế biến.

Chuỗi logistics lạnh đầu ra: Hàng hoá được sản xuất và chế biến sẽ được tư vấn và vận tải lạnh đến các kho lạnh ở nhiệt độ thích hợp. Sau đó sẽ được vận tải lạnh đến các cửa hàng bán lẻ để tiêu thụ nội địa hoặc xuất khẩu ra nước ngoài.

Hàng năm, phòng Thương mại và Công nghiệp đều thống kê số liệu về thất thoát hàng hoá. Vào năm 2020, mục tiêu của Việt Nam là giảm tổn thất đối với một số mặt hàng như sau: Lúa gạo còn từ 5 đến 6%, thủy hải sản và rau quả giảm dưới 10% [6]. Chính vì vậy nhu cầu cho chuỗi cung ứng lạnh là hết sức cấp thiết.

Theo dữ liệu của FinnGroup, thị trường chuỗi cung ứng lạnh của Việt Nam rất phân mảnh khoảng 44 công ty chuyên cung cấp dịch vụ chuỗi lạnh tập trung phục vụ chủ yếu trên 80% cho ngành thực phẩm. Trong khi đó, sự phát triển mạnh mẽ của các nhà bán lẻ sẽ trở thành những yếu tố quyết định đến nhu cầu thị trường, số lượng cửa hàng tăng lên đến 4200 vào năm 2018. Các cửa hàng này có xu hướng thuê ngoài dịch vụ logistics cho hàng

hoá của mình, tạo ra một nhu cầu rất lớn cho các nhà cung cấp chuỗi lạnh nội địa. Về tình hình cung cầu dịch vụ logistics lạnh tại Việt Nam như sau: Vào năm 2019, ước tính kích cỡ thị trường vào khoảng 169 triệu USD nhờ vào sự tăng trưởng mạnh mẽ của bán lẻ hiện đại. Quy mô thị trường vào khoảng hơn 700 xe tải lạnh, gần 50 kho lạnh với sức chứa hơn 600.000 pallet. Tổng sản lượng container lạnh thông qua các cảng biển vào khoảng 11% trên tổng số lượng container [7].

Hiện nay các kho lạnh lớn tập trung chính ở khu vực phía Bắc và phía Nam gồm: Emergentcold, ABA cooltrans, Phan Duy, Preferred, Lotte-sea, Satra, Hoàng Phi Quân, Anpha-AG, các kho lạnh mới như Thăng Long Logistics với diện tích 5100 m², sức chứa 12.000 pallet, SK Cold warehouse: 8.000 m² tương đương 10.000 pallet. Kho Meito diện tích 26.000 m² với sức chứa 22.000 pallet, kho PK: 5.200 pallet, Ryobi: 8.000 pallet, CLK, Transimex và Newland VJ sức chứa 15.000 pallet mỗi kho. Các kho lạnh và phương tiện vận tải lạnh đều được đầu tư các công nghệ trong thời kỳ 4.0 như: Khả năng truy suất theo thời gian thực, IoTs, tích hợp chặt chẽ với đối tác trong chuỗi cung ứng [8].

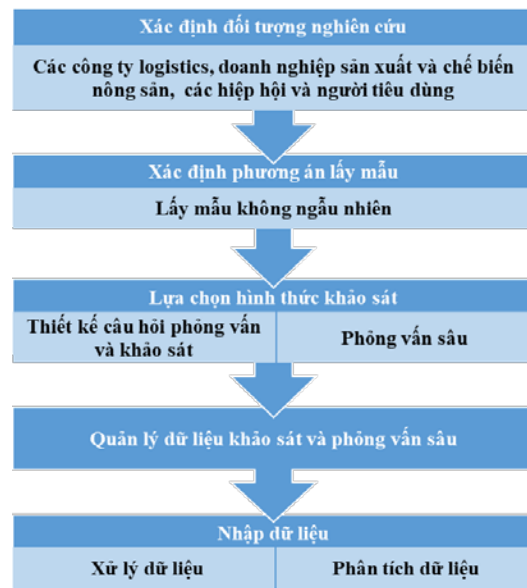
Thị trường phía Bắc có thể sẽ đối mặt với tình trạng dư thừa nhà kho lạnh, dự báo trong hai đến ba năm tới có thể nâng cao tỷ lệ lấp đầy. Trong khía đó ở phía Nam tập trung hơn 88% chuỗi lạnh với gần 40 nhà kho lạnh với sức chứa trên 500.000 pallet, phục vụ các mặt hàng từ thuỷ hải sản, đến hàng tiêu dùng nhanh FMCG và hàng rau quả. Các kho lạnh trong nước dẫn đầu thị trường là Phan Duy và Hoàng Lai hiện đang đứng đầu về thiết kế dung tích, trong khi các kho lạnh nước ngoài dẫn đầu về chất lượng dịch vụ và quản lý.

Thực tế, có một số lượng không nhỏ các nhà kho tự sở hữu chia theo các kích cỡ loại nhỏ từ 50 – 150 tấn, loại vừa đến lớn từ 3.000 đến 10.000 pallet do các doanh nghiệp sản xuất và chế biến nông thuỷ sản tự đầu tư với các tiêu chuẩn bảo quản thấp và quản lý không chuyên nghiệp.

3. Phương pháp và kết quả nghiên cứu

Nhóm nghiên cứu trường Đại học Giao thông vận tải Thành phố Hồ Chí Minh đã thực

hiện phỏng vấn sâu và khảo sát các đối tượng: Mười hiệp hội nông nghiệp (như điều, tiêu, café, rau quả ...), trên mười doanh nghiệp chuyên cung cấp dịch vụ logistics và trên mười doanh nghiệp chuyên sản xuất và chế biến các sản phẩm nông sản. Đồng thời nhóm nghiên cứu cũng khảo sát trên một trăm đối tượng người tiêu dùng. Đi đến các tỉnh và thành phố như Buôn Mê Thuột, Đà Lạt, Cần Thơ, Tiền Giang, Bình Phước, Bình Dương, Đồng Nai và Thành phố Hồ Chí Minh. Phương pháp nghiên cứu được trình bày tại hình 5:

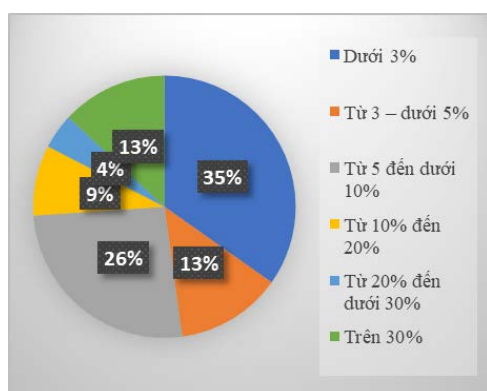


Hình 5. Quy trình và phương pháp nghiên cứu.

Đối với nhóm đối tượng người tiêu dùng, liên quan đến tiêu chuẩn lựa chọn nông sản thì 85,6% lựa chọn nông sản tươi, 54,1% mong muốn nông sản có thể được truy suất nguồn gốc, 43,2% người dùng mong muốn có được giá rẻ. Các vấn đề về thực phẩm hiện tại như sau: 83,8% người dùng nhận thấy thực phẩm tại Việt Nam chưa được kiểm soát an toàn, 74,8% người tiêu dùng thấy khó truy suất nguồn gốc, 30,6% nhận định giá cả thực phẩm tươi sống không ổn định và 24,3% mua hàng hoá bị hư hỏng.

Ý thức của người tiêu dùng ngày càng cao nên xu hướng mua sắm tại các địa điểm an toàn cũng dần thay đổi. 78,4% người tiêu dùng lựa chọn siêu thị, 66,7% người dùng đến các cửa hàng tiện lợi mua thực phẩm. Tuy nhiên số lượng người mua tại các chợ tự phát còn cao trên 50% và 15,5% là số lượng người chọn mua tại các chợ đầu mối. Có một xu hướng

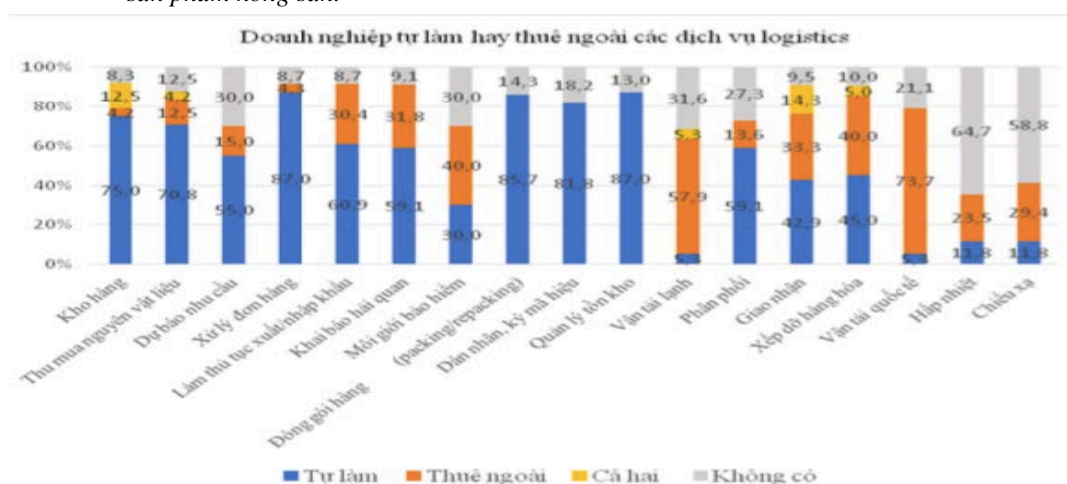
mới là 8,1% người dùng lựa chọn mua hàng thực phẩm online trên các trang mạng. Chi phí hàng năm về logistics cho mặt hàng này qua khảo sát không quá cao: Cụ thể 35% doanh nghiệp trả lời họ chi cho logistics dưới 3%, 13% doanh nghiệp trả lời chi phí logistics chiếm từ 3 đến dưới 5% và cũng có trên 15% doanh nghiệp trả lời tỷ lệ tổn thất từ 20 đến trên 30% như hình 6.



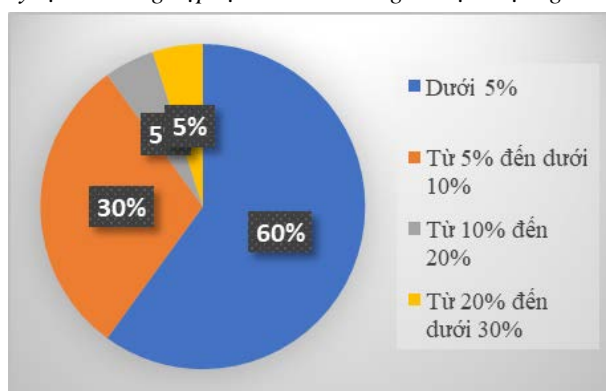
Hình 6. Tỷ lệ chi phí logistics trên tổng chi phí của sản phẩm nông sản.

Có thể thấy đây là dấu hiệu khả quan khi chi phí logistics đối với hàng nông sản không phải là quá cao, tuy nhiên nếu nhìn nhận sâu xa vấn đề thì bất cập nằm ở chỗ, hiện nay khá nhiều doanh nghiệp tự đầu tư kho để phục vụ hàng hoá của chính mình, nên chi phí đó không tính vào chi phí logistics mà chỉ tính vào chi phí khấu hao cơ sở vật chất. Nếu các doanh nghiệp đi thuê kho bên ngoài chắc chắn chi phí logistics sẽ ở mức cao hơn. Hình 7 thể hiện tỷ lệ thuê ngoài của các doanh nghiệp sản xuất chế biến nông sản về các dịch vụ.

Bên cạnh đó, nhóm nghiên cứu cũng khảo sát để tìm hiểu tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch tại Việt Nam đối với một số doanh nghiệp. Kết quả cho thấy 60% doanh nghiệp trả lời tỷ lệ tổn thất dưới 5%, 30% doanh nghiệp trả lời tỷ lệ tổn thất từ 5 đến 10%. Còn lại là các doanh nghiệp trả lời tỷ lệ tổn thất từ 10% đến dưới 30% như hình 8.

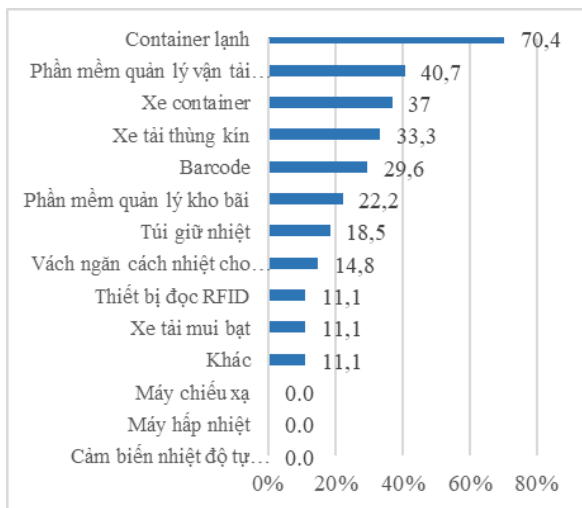


Hình 7. Tỷ lệ doanh nghiệp tự làm và thuê ngoài dịch vụ logistics.



Hình 8. Tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến nông sản.

Việc áp dụng các công nghệ ở các doanh nghiệp cũng khá khác nhau. 70,4% doanh nghiệp trả lời có áp dụng container lạnh trong vận tải; 40,7% trả lời áp dụng phần mềm TMS; 37% trả lời sử dụng xe tải container lạnh; xe thùng, barcode, WMS và các túi giữ nhiệt cũng là các công cụ được sử dụng trong việc quản lý và bảo quản các mặt hàng có yêu cầu đặc biệt về nhiệt độ như hình 9.



Hình 9. Các công nghệ sử dụng trong chuỗi lạnh của các công ty.

Trong quá trình phỏng vấn sâu, nhóm nghiên cứu đã phát hiện ra các vấn đề lớn như sau:

- Tại các chợ đầu mối: Đa phần là sử dụng trang thiết bị thủ công để chất xếp và dỡ hàng, 20 – 30% tổn thất và mất mát phát sinh một phần là do không có kho lạnh để dự trữ;
- Tại các hợp tác xã, hiệp hội nông sản: Thiếu các kỹ năng đàm phán, sử dụng các điều khoản Incoterms bất lợi, thậm chí là bán theo Ex-work. Các hợp đồng đôi khi còn sử dụng hình thức miệng, không có văn bản ràng buộc;
- Đối với các công ty chế biến nông sản: thiếu chi phí để đầu tư vào công nghệ chuỗi lạnh, hợp tác giữa các doanh nghiệp chưa cao để tận dụng lợi thế nhờ quy mô. Còn phụ thuộc nhiều vào người vận chuyển nên mùa cao điểm luôn bị thiếu phương tiện vận tải;
- Đối với các doanh nghiệp logistics: Thiếu sự kết nối giữa các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ. Rủi ro trong việc vận tải và bảo quản lạnh rất cao vì phải thường xuyên kiểm tra và duy trì nhiệt độ ổn định. Thiếu các dịch vụ giá trị gia tăng như chiếu xạ hay hấp nhiệt. Đặc biệt khó khăn là thiếu nhân sự vận hành

chuyên nghiệp các chuỗi cung ứng lạnh. Một điểm nghẽn nữa là chi phí đầu tư vào công nghệ chuỗi lạnh rất tốn kém, mỗi một loại hàng lại đòi hỏi sự quản lý và lưu trữ khác nhau.

4. Kết luận

Các kho lạnh hiện tại phát triển khá nhanh chóng nhờ vào sự bùng nổ về số lượng các siêu thị và các cửa hàng tiện lợi. Nhu cầu vận tải hàng hoá là rau, củ, quả qua các thị trường sẽ tăng cao vì vậy nhu cầu cho các dòng xe tải lạnh, container lạnh và kho lạnh sẽ ngày càng lớn. Xu hướng trong tương lai:

- Một số lượng các doanh nghiệp vận tải hàng khô sẽ chuyển sang vận tải hàng lạnh;
- Các nhà kho lạnh công sẽ chuyển sang vận tải lạnh và cung cấp dịch vụ phân phối hàng lạnh;
- Nền kinh tế chia sẻ sẽ tác động đến chuỗi lạnh: Với những cái tên quen thuộc như Uber Cargo transporter (vận tải hàng hoá Uber: logivan, giaohangnhanh, Lalamove, ahamove...);

- Các nhà cung cấp dịch vụ 3PLs nội địa và quốc tế chuyển sang cung cấp các dịch vụ cho thuê kho lạnh công cộng và vận tải lạnh công cộng như Gemadept, ITL, DHL, FM-logistics...

Chính vì vậy khuyến nghị cần có những giải pháp cụ thể như sau:

- Tăng cường tính liên kết trong chuỗi cung ứng lạnh: Sử dụng vận tải đa phương thức, đặc biệt tận dụng vận tải sắt và vận tải thủy nội địa để tiết kiệm chi phí. Bên cạnh đó, phát triển dịch vụ vận tải hàng không để kéo dài thời gian sống trên kệ hàng của các mặt hàng. Đầu tư thêm công nghệ thông tin hiện đại để nâng cao chất lượng các mặt hàng nông sản;
- Hỗ trợ về các chính sách: Thiết lập hệ sinh thái logistics lạnh từ khâu trồng trọt, sản xuất, chế biến đến khâu bán hàng. Hỗ trợ quỹ đất làm trung tâm logistics sau thu hoạch, sơ chế cho hàng nông sản, có chính sách hỗ trợ ưu tiên cho các xe tải lạnh chở thực phẩm vào thành phố trong các khung giờ cấm;
- Nâng cao tính liên kết vùng: Đặc biệt là khu vực Đồng bằng sông Cửu Long hoặc Tây Nguyên đến Thành phố Hồ Chí Minh –

thị trường tiêu thụ lớn và cũng là điểm trung chuyển có cảng biển quốc tế, sân bay quốc tế kết nối đến các thị trường lớn khác;

- Phát triển đội ngũ nhân lực chất lượng, được đào tạo bài bản từ các khâu liên quan trong quá trình cung cấp thực phẩm từ trang trại đến bàn ăn;

- Nâng cao vai trò của xúc tiến thương mại, tìm đến những thị trường khó tính hơn cho nhiều loại nông sản hơn là dựa phần lớn vào thị trường Trung Quốc như hiện nay □

Tài liệu tham khảo

- [1] Global Cold Chain Alliance (2019, Feb 03). *ABOUT THE COLD CHAIN*. Retrieved from [gcca.org: https://www.gcca.org/about/about-cold-chain](https://www.gcca.org/about/about-cold-chain);
- [2] Rishab Sapra and Shridhar Joshi (2012, 8 17). *Cold Chain Logistics*. Mumbai, India;
- [3] Agrotrade Vietnam (2019). Sản xuất và xuất khẩu trái cây nhiệt đới của Việt nam. *HortEx Việt Nam 2019*. Hồ Chí Minh;
- [4] Cục Trồng Trọt, Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt nam (2019);
- [5] Finn Group (2016). *Cold chain in Vietnam Market*;
- [6] Chính Phủ (2009, 9 23). Nghị Quyết về cơ chế, chính sách, giảm tổn thất sau thu hoạch đối với nông sản, thủy sản. Hà Nội, Việt Nam;
- [7] FinnGroup (2019). *Vietnam Cold Chain Market Report 2019*;
- [8] Emergent Cold Vietnam (2019). *Vietnam Cold Chain - The Present and Recent Development. Hortex Vietnam 2019*. Hồ Chí Minh.

Ngày nhận bài: 10/2/2020

Ngày chuyển phản biện: 13/2/2020

Ngày hoàn thành sửa bài: 5/3/2020

Ngày chấp nhận đăng: 12/3/2020