

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHUỖI GIÁ TRỊ TÔM THẺ CHÂN TRẮNG TẠI TỈNH TRÀ VINH

● LÂM THỊ MỸ LAN

TÓM TẮT:

Tôm là loài thủy sản chủ lực, được nuôi nhiều nhất tại tỉnh Trà Vinh, tập trung ở 4 huyện: Duyên Hải, Trà Cú, Cầu Ngang và Châu Thành. Tuy nhiên, trong sản xuất và tiêu thụ tôm vẫn còn gặp phải nhiều vấn đề như thiếu thông tin thị trường, giá bán chưa ổn định, nông dân lệ thuộc rất nhiều vào thương lái; Nông dân sản xuất còn nhỏ lẻ, hợp tác trong sản xuất còn yếu, dịch bệnh nhiều do ảnh hưởng biến đổi khí hậu, thiếu hậu cần sơ chế và chế biến để nâng cao giá trị gia tăng cho tôm. Mục tiêu nghiên cứu gồm: (1) Đánh giá thực trạng sản xuất và tiêu thụ tôm tại tỉnh Trà Vinh, (2) Phân tích chuỗi giá trị tôm và (3) Đề xuất các giải pháp chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị nhằm nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm tôm, giúp nhà hỗ trợ các cấp có đủ cơ sở xây dựng các chính sách và giải pháp phù hợp, tăng giá trị gia tăng và phát triển bền vững chuỗi ngành hàng tôm.

Từ khóa: Tôm thẻ chân trắng, chuỗi giá trị, ngành hàng Tôm, tỉnh Trà Vinh.

1. Giới thiệu

Vùng ven biển tỉnh Trà Vinh có tiềm năng lớn về nguồn lợi thủy sản kể cả khai thác và nuôi trồng. Cùng với xu thế của ngành Thủy sản cả nước nói chung và đồng bằng sông Cửu Long nói riêng, thời gian gần đây nuôi trồng thủy sản Trà Vinh đã có tốc độ phát triển rất nhanh, đóng góp lớn vào thành tích chung của toàn ngành cụ thể với diện tích nuôi năm 2014 là 30.835 ha với ba phương thức nuôi: thâm canh là 7.349 ha, bán thâm canh là 2.217 ha, quảng canh và quảng canh cải tiến là 21.269 ha (Cục Thống kê tỉnh Trà Vinh, 2016). Trong điều kiện biến đổi khí hậu như hiện nay, tôm thẻ chân trắng dễ thích nghi và có khả năng kháng bệnh tốt nên nhiều hộ dân đã chuyển đổi diện tích nuôi tôm sú sang nuôi tôm chân trắng trong vùng nuôi tôm nước lợ tập trung của tỉnh.

Chính vì thế, tôm thẻ chân trắng là đối tượng nuôi chủ lực, được người dân quan tâm phát triển (Số NN & PTNT - Chi cục Thủy sản Trà Vinh, 2017).

Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu Nuôi trồng thủy sản III (NTTS III), năm 2015, người nuôi trong chuỗi giá trị tôm chủ yếu là những hộ nông dân sản xuất ở quy mô nhỏ, theo phương thức quảng canh hoặc quảng canh cải tiến. Do đó, hệ thống thương lái hình thành gồm nhiều cấp để thu gom sản phẩm nuôi, đồng thời các tác nhân này cũng cung cấp các yếu tố đầu vào cho người nuôi (tín dụng, giống, thức ăn, hóa chất). Đối với các hộ nuôi và công ty có quy mô thương mại lớn thường có sự liên kết trực tiếp với các nhà chế biến/xuất khẩu (Viện Nghiên cứu NTTS III, 2015). Mặc dù đã có sự tham gia sâu vào chuỗi giá trị thủy sản toàn cầu, tuy nhiên chuỗi giá trị tôm

của Việt Nam vẫn còn những tồn tại: vấn đề dịch bệnh ở khâu sản xuất ảnh hưởng tới tính bền vững của toàn chuỗi giá trị tôm; do trình độ người nuôi hạn chế, thiếu sự kiểm soát thích hợp đối với chất lượng nước, môi trường và chất lượng con giống; đầu tư cơ sở hạ tầng trên toàn chuỗi giá trị; chưa thích ứng với biến đổi khí hậu; thiếu sự hợp tác/liên kết dọc giữa các tác nhân trong toàn chuỗi thể hiện ở việc sự hợp nhất các tác nhân trong chuỗi rất hạn chế (Viện Nghiên cứu NTTS III, 2015). Từ những vấn đề trên, việc đánh giá thực trạng và đưa ra giải pháp nhằm hoàn thiện chuỗi giá trị tôm tại tỉnh Trà Vinh cần được nghiên cứu.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

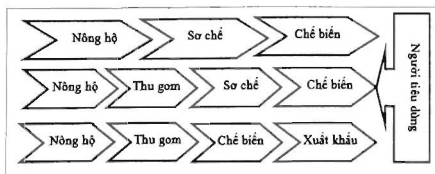
2.1. Cơ sở lý thuyết

Chuỗi giá trị mô tả toàn bộ những hoạt động cần thiết để đưa một sản phẩm hay dịch vụ từ khái niệm, đi qua các công đoạn sản xuất khác nhau (liên quan đến việc kết hợp giữa chuyển hóa vật chất và đầu vào các dịch vụ sản xuất khác nhau), đưa đến người tiêu dùng cuối cùng, và bố trí sau sử dụng (Raphael Kaplinsky và Mike Morris, 2001).

2.1.1. Khái niệm chuỗi giá trị ngành Thủy sản

Áp dụng lý thuyết chuỗi giá trị vào trong ngành Thủy sản với sản phẩm tôm thể chân trắng có thể hiểu chuỗi giá trị tôm là tập hợp các hoạt động từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng gồm các tác nhân sau: (i) Người sản xuất (người nuôi tôm); (ii) Người chế biến; (iii) Người tiêu dùng, là những tác nhân tham gia trực tiếp vào chuỗi. Quan hệ của các tác nhân này dựa trên dòng thông tin, dòng hàng hóa (dịch vụ) và dòng tiền trên chuỗi. Sự vận động của chuỗi giá trị còn chịu tác động bởi các tác nhân và yếu tố bên ngoài chuỗi như hệ thống cung ứng, hoạt động marketing, hệ thống luật pháp, cung cầu hàng hóa.

Hình 1: Chuỗi giá trị thủy sản



Nguồn: Tổng hợp của tác giả

2.1.2. Các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị thủy sản

Trong chuỗi GTTS, các bên tham gia chính là các tác nhân hoạt động trên mọi cấp độ của chuỗi thủy sản, bao gồm những người sản xuất, người sơ chế, người thu mua, các công ty chế biến, các đại lý vận tải, người phân phối, tiêu thụ, và đại diện của các đơn vị hỗ trợ, các trường, viện... những người đóng vai trò thúc đẩy chuỗi. Trong chuỗi GTTS, sự tham gia trực tiếp vào chuỗi có thể ở công đoạn sản xuất, tạo ra các sản phẩm thô (tươi sống) hoặc công đoạn chế biến. Quá trình tạo ra giá trị gia tăng ở hai công đoạn này rất khác nhau. Sản phẩm mỗi một lần trải qua một công đoạn trong chuỗi là một lần thay đổi quyền sở hữu. Mỗi lần thay đổi quyền sở hữu đi theo nó là một lần bổ sung thêm giá trị vào sản phẩm (Lưu Đức Khải, 2009).

2.1.3. Mối liên kết của các tác nhân trong chuỗi

Quan trị chuỗi là các mối liên kết giữa các bên tham gia và các cơ chế, thể chế thông qua đó các hoạt động điều phối phi thị trường được thực hiện (Humphrey J., and Schmitz, H., 2002).

Mối liên kết phản ánh cách thức phối hợp các nhà vận hành chuỗi trong tất cả các giai đoạn của chuỗi. Mối liên kết giữa các nhà vận hành có thể là một trao đổi thị trường tự do hay các hợp đồng liên kết được ký trước. Việc củng cố các mối liên kết giữa những người tham gia khác nhau trong hệ thống thị trường sẽ tạo nên nền móng cho việc cải thiện trong các căng thẳng, lập ra cơ chế hợp đồng, cải thiện sau khi thu hoạch và hệ thống vận chuyển, những cải tiến trong chất lượng và sử dụng hiệu quả thông tin thị trường (Nguyễn Thị Thúy Vinh & cộng sự, 2013).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp 416 hộ theo phương pháp liên kết chuỗi của GTZ (bao gồm: trại sản xuất: 7 mẫu; cửa hàng thức ăn, thuốc: 8 mẫu; nông hộ nuôi tôm thẻ: 390 mẫu; thương lái 3 hộ; vựa tôm: 5 hộ và công ty chế biến: 3 hộ).

Ngoài ra, tác giả sử dụng các phương pháp như: phương pháp thống kê mô tả (tần suất, tỷ lệ, số trung bình, độ lệch chuẩn) để phân tích thực trạng sản xuất, tiêu thụ

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHUỖI GIÁ TRỊ TÔM THẺ CHÂN TRẮNG TẠI TỈNH TRÀ VINH

● LÂM THỊ MỸ LAN

TÓM TẮT:

Tôm là loài thủy sản chủ lực, được nuôi nhiều nhất tại tỉnh Trà Vinh, tập trung ở 4 huyện: Duyên Hải, Trà Cú, Cầu Ngang và Châu Thành. Tuy nhiên, trong sản xuất và tiêu thụ tôm vẫn còn gặp phải nhiều vấn đề như thiếu thông tin thị trường, giá bán chưa ổn định, nông dân lệ thuộc rất nhiều vào thương lái; Nông dân sản xuất còn nhỏ lẻ, hợp tác trong sản xuất còn yếu, dịch bệnh nhiều do ảnh hưởng biến đổi khí hậu, thiếu hạ tầng cơ sở chế và chế biến để nâng cao giá trị gia tăng cho tôm. Mục tiêu nghiên cứu gồm: (1) Đánh giá thực trạng sản xuất và tiêu thụ tôm tại tỉnh Trà Vinh, (2) Phân tích chuỗi giá trị tôm và (3) Đề xuất các giải pháp chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị nhằm nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm tôm, giúp nhà hỗ trợ các cấp có đủ cơ sở xây dựng các chính sách và giải pháp phù hợp, tăng giá trị gia tăng và phát triển bền vững chuỗi ngành hàng tôm.

Từ khóa: Tôm thẻ chân trắng, chuỗi giá trị, ngành hàng Tôm, tỉnh Trà Vinh.

1. Giới thiệu

Vùng ven biển tỉnh Trà Vinh có tiềm năng lớn về nguồn lợi thủy sản kể cả khai thác và nuôi trồng. Cùng với xu thế của ngành Thủy sản cả nước nói chung và đồng bằng sông Cửu Long nói riêng, thời gian gần đây nuôi trồng thủy sản Trà Vinh đã có tốc độ phát triển rất nhanh, đóng góp lớn vào thành tích chung của toàn ngành cụ thể với diện tích nuôi năm 2014 là 30.835 ha với ba phương thức nuôi: thâm canh là 7.349 ha, bán thâm canh là 2.217 ha, quảng canh và quảng canh cải tiến là 21.269 ha (Cục Thống kê tỉnh Trà Vinh, 2016). Trong điều kiện biến đổi khí hậu như hiện nay, tôm thẻ chân trắng dễ thích nghi và có khả năng kháng bệnh tốt nên nhiều hộ dân đã chuyển đổi diện tích nuôi tôm sú sang nuôi tôm chân trắng trong vùng nuôi tôm nước lợ tập trung của tỉnh.

Chính vì thế, tôm thẻ chân trắng là đối tượng nuôi chủ lực, được người dân quan tâm phát triển (Số NN & PTNT - Chi cục Thủy sản Trà Vinh, 2017).

Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu Nuôi trồng thủy sản III (NTTS III), năm 2015, người nuôi trong chuỗi giá trị tôm chủ yếu là những hộ nông dân sản xuất ở quy mô nhỏ, theo phương thức quảng canh hoặc quảng canh cải tiến. Do đó, hệ thống thương lái hình thành gồm nhiều cấp để thu gom sản phẩm nuôi, đồng thời các tác nhân này cũng cung cấp các yếu tố đầu vào cho người nuôi (tín dụng, giống, thức ăn, hóa chất). Đối với các hộ nuôi và công ty có quy mô thương mại lớn thường có sự liên kết trực tiếp với các nhà chế biến/xuất khẩu (Viện Nghiên cứu NTTS III, 2015). Mặc dù đã có sự tham gia sâu vào chuỗi giá trị thủy sản toàn cầu, tuy nhiên chuỗi giá trị tôm

của Việt Nam vẫn còn những tồn tại: vấn đề dịch bệnh ở khâu sản xuất ảnh hưởng tới tính bền vững của toàn chuỗi giá trị tôm; do trình độ người nuôi hạn chế, thiếu sự kiểm soát thích hợp đối với chất lượng nước, môi trường và chất lượng con giống; đầu tư cơ sở hạ tầng trên toàn chuỗi giá trị; chưa thích ứng với biến đổi khí hậu; thiếu sự hợp tác/liên kết dọc giữa các tác nhân trong toàn chuỗi thể hiện ở việc sự hợp nhất các tác nhân trong chuỗi rất hạn chế (Viện Nghiên cứu NTTS III, 2015). Từ những vấn đề trên, việc đánh giá thực trạng và đưa ra giải pháp nhằm hoàn thiện chuỗi giá trị tôm tại tỉnh Trà Vinh cần được nghiên cứu.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

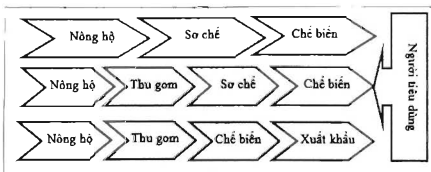
2.1. Cơ sở lý thuyết

Chuỗi giá trị mô tả toàn bộ những hoạt động cần thiết để đưa một sản phẩm hay dịch vụ từ khái niệm, đi qua các công đoạn sản xuất khác nhau (liên quan đến việc kết hợp giữa chuyển hóa vật chất và đầu vào các dịch vụ sản xuất khác nhau), đưa đến người tiêu dùng cuối cùng, và bố trí sau sử dụng (Raphael Kaplinsky và Mike Morris, 2001).

2.1.1. Khái niệm chuỗi giá trị ngành Thủy sản

Áp dụng lý thuyết chuỗi giá trị vào trong ngành Thủy sản với sản phẩm tôm thẻ chân trắng có thể hiểu chuỗi giá trị tôm là tập hợp các hoạt động từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng gồm các tác nhân sau: (i) Người sản xuất (người nuôi tôm); (ii) Người chế biến; (iii) Người tiêu dùng, là những tác nhân tham gia trực tiếp vào chuỗi. Quan hệ của các tác nhân này dựa trên dòng thông tin, dòng hàng hóa (dịch vụ) và dòng tiền trên chuỗi. Sự vận động của chuỗi giá trị còn chịu tác động bởi các tác nhân và yếu tố bên ngoài chuỗi như hệ thống cung ứng, hoạt động marketing, hệ thống luật pháp, cung cầu hàng hóa.

Hình 1: Chuỗi giá trị thủy sản



Nguồn: Tổng hợp của tác giả

2.1.2. Các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị thủy sản

Trong chuỗi GTTS, các bên tham gia chính là các tác nhân hoạt động trên mọi cấp độ của chuỗi thủy sản, bao gồm những người sản xuất, người sơ chế, người thu mua, các công ty chế biến, các đại lý vận tải, người phân phối, tiêu thụ, và đại diện của các đơn vị hỗ trợ, các trường, viện... những người đóng vai trò thúc đẩy chuỗi. Trong chuỗi GTTS, sự tham gia trực tiếp vào chuỗi có thể ở công đoạn sản xuất, tạo ra các sản phẩm thô (tươi sống) hoặc công đoạn chế biến. Quá trình tạo ra giá trị gia tăng ở hai công đoạn này rất khác nhau. Sản phẩm mỗi lần trải qua một công đoạn trong chuỗi là một lần thay đổi quyền sở hữu. Mỗi lần thay đổi quyền sở hữu đi theo nó là một lần bổ sung thêm giá trị vào sản phẩm (Lưu Đức Khải, 2009).

2.1.3. Môi liên kết của các tác nhân trong chuỗi

Quan trị chuỗi là các mối liên kết giữa các bên tham gia và các cơ chế, thể chế thông qua đó các hoạt động điều phối phi thị trường được thực hiện (Humphrey J., and Schmitz, H., 2002).

Mối liên kết phản ánh cách thức phối hợp các nhà vận hành chuỗi trong tất cả các giai đoạn của chuỗi. Mối liên kết giữa các nhà vận hành có thể là một trao đổi thị trường tự do hay các hợp đồng liên kết được ký trước. Việc củng cố các mối liên kết giữa những người tham gia khác nhau trong hệ thống thị trường sẽ tạo nên nền móng cho việc cải thiện trong các cân bằng, lập ra cơ chế hợp đồng, cải thiện sau khi thu hoạch và hệ thống vận chuyển, những cải tiến trong chất lượng và sử dụng hiệu quả thông tin thị trường (Nguyễn Thị Thúy Vinh & cộng sự, 2013).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp 416 hộ theo phương pháp liên kết chuỗi của GTZ (bao gồm: trại sản xuất: 7 mẫu; cửa hàng thức ăn, thuốc: 8 mẫu; nông hộ nuôi tôm thẻ: 390 mẫu; thương lái 3 hộ; vựa tôm: 5 hộ và công ty chế biến: 3 hộ).

Ngoài ra, tác giả sử dụng các phương pháp như: phương pháp thống kê mô tả (tần suất, tỷ lệ, số trung bình, độ lệch chuẩn) để phân tích thực trạng sản xuất, tiêu thụ

tôm của nông hộ ở tỉnh Trà Vinh; Phương pháp bán đồ và mô tả chuỗi giá trị sản phẩm và phương pháp phân tích kinh tế chuỗi được sử dụng nhằm phát họa sơ đồ chuỗi giá trị sản phẩm tôm ở tỉnh Trà Vinh; Phương pháp phân tích chi phí, lợi nhuận trong chuỗi nhằm xác định toàn bộ giá trị gia tăng được sản sinh ra bởi chuỗi giá trị sản phẩm tôm.

3. Kết quả và đánh giá

3.1. Mô tả sơ đồ chuỗi giá trị tôm thẻ chân trắng tại tỉnh Trà Vinh

Một sản phẩm để có thể đến được với người tiêu dùng phải trải qua rất nhiều khâu trung gian và các kênh phân phối khác nhau. Qua kết quả khảo sát cho thấy, CGT tôm thẻ chân trắng có 5 khâu chủ yếu:

được nguồn nguyên liệu đáp ứng nhu cầu chế biến và xuất khẩu. Đồng thời, kênh tiêu thụ này cũng rất quan trọng cho nông hộ nuôi tôm vì không qua nhiều khâu trung gian sẽ bán được giá hơn nhưng hiện tại trên địa bàn tỉnh Trà Vinh tôm được nông hộ bán theo kênh này còn rất ít.

Kênh 2: Nông dân → Vừa thu mua → Công ty chế biến xuất khẩu

Các chủ vừa thu mua tôm trực tiếp từ nông dân. Đối với kênh này vừa thu mua mua trực tiếp từ nông dân chiếm 16,15% sản lượng tôm thẻ chân trắng, sau đó bán cho NMCB xuất khẩu. Đối với kênh này, những hộ nuôi tôm thẻ chân trắng được các vừa thu mua đến trực tiếp ao nuôi tôm để thu mua, vì vừa thu mua thường có xe tải để vận

Bảng 1. Mô tả đặc điểm các tác nhân tham gia chuỗi giá trị tôm thẻ chân trắng

STT	Các khâu sản xuất	Điểm giải
1	Khâu đầu vào	Tôm giống, thức ăn, hóa chất, (thuốc thú y thủy sản được cung cấp bởi các công ty, trại giống, đại lý, cửa hàng trong và ngoài tỉnh.
2	Khâu sản xuất	Chủ yếu nông dân sản xuất với qui mô nhỏ, manh mún theo phương thức thâm canh
3	Khâu thu gom	Khâu thu gom tôm thẻ chân trắng từ nông dân chủ yếu là thương lái địa phương hoặc các tỉnh lân cận, chủ vừa, một số ít là công ty trong tỉnh và ngoài tỉnh đảm nhận.
4	Khâu chế biến	Khâu này chủ yếu do các công ty đảm nhận.
5	Khâu thương mại hay phân phối sản phẩm đến người tiêu dùng/ xuất khẩu	Các sản phẩm được chế biến thành các loại sản phẩm khác nhau như tôm đông lạnh, tôm đã qua chế biến như bóc vỏ, tôm tẩm bột, chả tôm... được các doanh nghiệp xuất khẩu đến các thị trường Châu Âu, Nhật Bản và Mỹ... một bộ phận nhỏ cung cấp cho các công ty chế biến thực phẩm, các nhà hàng và siêu thị trong nước tiêu thụ.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Theo kết quả điều, tôm thẻ chân trắng tại tỉnh Trà Vinh có tỷ trọng lượng bán ra qua từng tác nhân theo các kênh thị trường sau:

Kênh 1: Nông dân → Công ty chế biến xuất khẩu

Theo kết quả điều tra nông hộ, chỉ có 3,08% sản lượng tôm nuôi được bán trực tiếp cho nhà máy chế biến (NMCB) và sau đó chế biến thành phẩm xuất khẩu. Kênh này rất quan trọng đối với NMCB xuất khẩu vì các nhà máy chế biến tại Trà Vinh chưa xây dựng vùng nuôi để tự cung cấp nguyên liệu phục vụ chế biến xuất khẩu. Để chủ động mua tôm nguyên liệu theo các đơn đặt hàng thì NMCB thu mua tôm trực tiếp từ nông dân, nhằm để có

chuyển tôm và thông thương sẽ được mua với dạng tôm oxy.

Kênh 3: Nông dân → Thương lái → Vừa thu mua → Công ty chế biến xuất khẩu

Theo số liệu điều tra có đến 80,77% sản lượng tôm thẻ chân trắng bán cho thương lái trong và ngoài tỉnh. Điều này cho thấy vai trò của thương lái rất quan trọng trong quá trình bán sản phẩm tôm nuôi của nông dân. Thương lái sẽ đến trực tiếp hộ dân nuôi tôm để thu mua và vận chuyển về bán lại cho vừa thu mua và NMCB. Thương lái có thể vận chuyển bằng ghe và bằng xe tải nên có thể mua tôm thẻ chân trắng của nông dân trong vùng nội đồng.

Kênh 4: Nông dân → Vụ thu mua → Tiêu thụ trong thị trường nội địa

Đối với kênh này, các vụ thu mua sẽ mua tôm trực tiếp từ nông dân để chế biến và bán một phần sản lượng cho thị trường tiêu thụ trong nước dưới dạng tôm sống (tôm oxy) tại các nhà hàng trong tỉnh và các thành phố lớn, một ít sản lượng tôm loại không đạt tiêu chuẩn chế biến (kích cỡ và chất lượng) sẽ được bán cho người tiêu dùng lẻ tại các chợ tại địa phương.

Kênh 5: Nông dân → Vụ thu mua → Công ty chế biến → Tiêu thụ trong thị trường nội địa

Giống với kênh 2 và kênh 4, ngoài sản lượng tôm xuất khẩu thì NMCB cũng phân phối một phần sản lượng đối với thị trường tiêu thụ trong nước.

Kênh 6: Nông dân → Thương lái → Vụ thu mua → Công ty chế biến → Tiêu thụ trong thị trường nội địa

Giống với kênh 2, 4 và 5, NMCB cũng phân phối sản phẩm cho thị trường tiêu thụ trong nước. Tổng sản lượng tiêu thụ trong nước của các kênh 4, 5 và 6 là chiếm 5% sản lượng tôm thẻ chân trắng của tỉnh Trà Vinh.

Kênh 7: Nông dân → Công ty chế biến → Tiêu thụ trong thị trường nội địa

Cũng giống kênh 1, NMCB thu mua tôm của nông dân về phân cỡ và chế biến theo các dạng sản phẩm khác nhau như tôm đông lạnh, tôm bóc vỏ, tôm tẩm bột, tôm cuộn khoai tây, chà tôm... Trong đó, có một tỷ lệ sản lượng sản phẩm khoảng (5%) được bán cho các thị trường tiêu thụ trong nước thông qua các siêu thị để cung ứng cho các nhà hàng, quán ăn và người tiêu dùng trực tiếp.

Kênh 8: Nông dân → Thương lái → Vụ thu mua → Tiêu thụ trong thị trường nội địa

Giống kênh 7, các vụ thu mua cũng mua từ thương lái và sau đó bán một phần sản lượng cho thị trường tiêu thụ trong nước dưới dạng tôm sống (tôm oxy) ở các thành phố lớn và các chợ tại địa phương. Tổng cộng tỷ lệ sản lượng tiêu thụ trong nước của kênh 7 và kênh 8 là 7,4% sản lượng.

3.2. Phân tích giá trị gia tăng các kênh thị trường

Qua kết quả phân tích tỉ lệ sản lượng tiêu thụ qua từng tác nhân và kinh tế theo từng tác nhân, cho thấy giá trị gia tăng thuần của từng tác nhân nhận được theo từng kênh thị trường có sự khác nhau.

3.2.1. Các kênh của thị trường xuất khẩu

Các kênh của thị trường xuất khẩu là các kênh quan trọng trong chuỗi bởi chiếm tỉ lệ số lượng sản phẩm qua các kênh này lên đến 94,6%. Qua Bảng 2 cho thấy kênh càng có nhiều tác nhân tham gia, tỉ lệ phân phối giá trị gia tăng thuần của các tác nhân nhận được sẽ giảm, cụ thể ở kênh 1 chỉ có hai tác nhân tham gia thì nông dân có tỉ lệ giá trị gia tăng thuần nhận được là 72,85% và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu là 27,15%; kênh 2 có ba tác nhân tham gia nông dân nhận được là 47,96%, vụ là 18,64% và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu là 33,40%; kênh 3 có 4 tác nhân tham gia nông dân nhận được là 27,74%, thương lái là 28,15%, vụ là 15,80%, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu là 28,31%.

3.2.2. Các kênh của thị trường nội địa

Các kênh của thị trường nội địa (Bảng 3) tuy chiếm tỉ lệ sản lượng thấp hơn (chiếm 11,6%) so với các kênh của thị trường xuất khẩu nhưng ở thị trường này có khá nhiều kênh (5 kênh). Tương tự như ở thị trường xuất khẩu, các kênh nên có nhiều tác nhân tham gia giá trị tỉ lệ gia tăng thuần mỗi tác nhân tham gia trong kênh nhận được sẽ giảm.

4. Các giải pháp và hoạt động nâng cấp chuỗi giá trị tôm

Thứ nhất, nâng cao kiến thức và năng lực cho các tác nhân tham gia chuỗi để sản xuất và tiêu thụ tôm theo yêu cầu thị trường về số lượng và chất lượng. Tỉnh Trà Vinh cần hỗ trợ tập huấn cho tất cả các tác nhân tham gia chuỗi về tình hình thị trường tôm trong nước và quốc tế (cung cấp tôm trong nước và thế giới hiện tại - tương lai) để thay đổi tư duy trong sản xuất và tiêu thụ, hạn chế phát triển tự phát. Đồng thời, tập huấn thêm về việc đưa sản phẩm ra thị trường một cách bền vững theo cách tiếp cận chuỗi giá trị. Ngoài ra, tỉnh và các tổ chức khác hoạt động tại tỉnh cần mở rộng các lớp tập huấn cho nông dân về kỹ thuật nuôi tôm thẻ siêu thâm canh.

Thứ hai, giải pháp đầu tư nâng cao chất lượng, tạo thương hiệu tốt cho tôm Trà Vinh về lâu dài. Xây dựng mô hình liên kết dọc (nông dân - công ty) có sự hỗ trợ của công ty trong sản xuất và tiêu thụ, 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 tôm).

Bảng 2. Giá trị gia tăng thuần các kênh thị trường xuất khẩu

	Nông dân	Thương lái	Vựa	DN chế biến	Tổng
Kênh 1: Nông dân → Công ty chế biến xuất khẩu					
Doanh thu (đồng/kg)	180.833			279.330	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062			236,210	
- CP trung gian	52.868			192,390	
- CP tăng thêm	12.193			43,820	
GTGT thuần (đồng/kg)	115.711			43.120	158.831
% GTGT thuần	72,85			27,15	100,00
Kênh 2: Nông dân → Vựa thu mua → Công ty chế biến xuất khẩu					
Doanh thu (đồng/kg)	126.921		168.600	279.330	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062		144.560	236,210	
- CP trung gian	52.868		139.430	192,390	
- CP tăng thêm	12.193		5.130	43,820	
GTGT thuần (đồng/kg)	61.859		24.040	43.080	128.979
% GTGT thuần	47,96		18,64	33,40	100,00
Kênh 3: Nông dân → Thương lái → Vựa thu mua → Công ty chế biến xuất khẩu					
Doanh thu (đồng/kg)	110.283	160.500	168.600	279.330	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062	117.651	144.560	236,210	
- CP trung gian	52.868	112.521	139.430	192,390	
- CP tăng thêm	12.193	5.130	5.130	43,820	
GTGT thuần (đồng/kg)	42.221	42.849	24.040	43.080	152.190
% GTGT thuần	27,74	28,15	15,80	28,31	100,00

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Quảng cáo và xúc tiến thương mại các mô hình tôm đạt chuẩn qui mô lớn.

Thứ ba, giải pháp hỗ trợ nâng cao chất lượng tôm. Tổ chức lại hoạt động các HTX tập trung sản xuất tôm chất lượng cao để gắn kết với công ty hơn là đầu tư theo hướng hoạt động kinh doanh tôm riêng lẻ như trong thời gian qua. Phát triển các mô hình sản xuất qui mô lớn cùng qui trình kỹ thuật và chất lượng để nối kết hợp đồng đầu ra theo yêu cầu TT và cùng chia sẻ trách nhiệm và rủi ro. Hỗ trợ xây dựng liên kết ngang tự nguyện qui mô lớn giữa các nông dân có nối kết công ty, chia sẻ kinh nghiệm, rủi ro và thông tin thị trường (sau khi nông

dân đã được tập huấn các kiến thức ở các hoạt động của các chiến lược SO).

Thứ tư, giải pháp hỗ trợ nâng cao ý thức nông dân nâng cao chất lượng và giảm phát triển diện tích tôm tự phát, tự chuyển đổi mô hình và hỗ trợ nâng cao ý thức hợp tác sản xuất tôm qui mô lớn, chất lượng đồng đều. Tuyển 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, loa phát thanh địa phương, phát thanh truyền hình ■

Bảng 3. Giá trị gia tăng thuần các kênh nội

	Nông dân	Thương lái	Vựa	DNCB	Tổng
Kênh 4: Nông dân → Công ty chế biến → Tiêu thụ trong nước					
Doanh thu (đồng/kg)	180.833			251.000	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062			236.210	
- CP trung gian	52.868			192.390	
- CP tăng thêm	12.193			43.820	
GTGT thuần (đồng/kg)	115.711			14.790	130.501
% GTGT thuần	72,85			34,61	100,00
Kênh 5: Nông dân → Vựa thu mua → Công ty chế biến → Tiêu thụ trong nước					
Doanh thu (đồng/kg)	126.921		168.600	251.000	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062		144.560	236.210	
- CP trung gian	52.868		139.430	192.390	
- CP tăng thêm	12.193		5.130	43.820	
GTGT thuần (đồng/kg)	61.859		24.040	14.790	100.689
% GTGT thuần	61,44		23,88	14,69	100,00
Kênh 6: Nông dân → Thương lái → Vựa thu mua → Công ty chế biến → Tiêu thụ					
Doanh thu (đồng/kg)	110.283	160.500	168.600	251.000	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062	117.651	144.560	236.210	
- CP trung gian	52.868	112.521	139.430	192.390	
- CP tăng thêm	12.193	5.130	5.130	43.820	
GTGT thuần (đồng/kg)	42.221	42.849	24.040	14.790	123.900
% GTGT thuần	34,06	34,58	19,40	11,94	100,00
Kênh 7: Nông dân → Vựa thu mua → Tiêu thụ trong nước					
Doanh thu (đồng/kg)	126.921		180.600		
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062		144.560		
- CP trung gian	52.868		139.430		
- CP tăng thêm	12.193		5.130		
GTGT thuần (đồng/kg)	61.859		36.040		97.899
% GTGT thuần	63,19		36,81		100,00
Kênh 8: Nông dân → Thương lái → Vựa thu mua → Tiêu thụ trong nước					
Doanh thu (đồng/kg)	110.283	160.500	168.600		
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062	117.651	144.560		
- CP trung gian	52.868	112.521	139.430		
- CP tăng thêm	12.193	5.130	5.130		
GTGT thuần (đồng/kg)	42.221	42.849	24.040		109.110
% GTGT thuần	38,70	39,27	22,03		100,00

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Bảng 2. Giá trị gia tăng thuần các kênh thị trường xuất khẩu

	Nông dân	Thương lái	Vựa	DN chế biến	Tổng
Kênh 1: Nông dân → Công ty chế biến xuất khẩu					
Doanh thu (đồng/kg)	180.833			279.330	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062			236.210	
- CP trung gian	52.868			192.390	
- CP tăng thêm	12.193			43.820	
GTGT thuần (đồng/kg)	115.711			43.120	158.831
% GTGT thuần	72,85			27,15	100,00
Kênh 2: Nông dân → Vựa thu mua → Công ty chế biến xuất khẩu					
Doanh thu (đồng/kg)	126.921		168.600	279.330	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062		144.560	236.210	
- CP trung gian	52.868		139.430	192.390	
- CP tăng thêm	12.193		5.130	43.820	
GTGT thuần (đồng/kg)	61.859		24.040	43.080	128.979
% GTGT thuần	47,96		18,64	33,40	100,00
Kênh 3: Nông dân → Thương lái → Vựa thu mua → Công ty chế biến xuất khẩu					
Doanh thu (đồng/kg)	110.283	160.500	168.600	279.330	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062	117.651	144.560	236.210	
- CP trung gian	52.868	112.521	139.430	192.390	
- CP tăng thêm	12.193	5.130	5.130	43.820	
GTGT thuần (đồng/kg)	42.221	42.849	24.040	43.080	152.190
% GTGT thuần	27,74	28,15	15,80	28,31	100,00

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Quảng cáo và xúc tiến thương mại các mô hình tôm đạt chuẩn qui mô lớn.

Thứ ba, giải pháp hỗ trợ nâng cao chất lượng tôm. Tổ chức lại hoạt động các HTX tập trung sản xuất tôm chất lượng cao để gắn kết với công ty hơn là đầu tư theo hướng hoạt động kinh doanh tôm riêng lẻ như trong thời gian qua. Phát triển các mô hình sản xuất qui mô lớn cùng qui trình kỹ thuật và chất lượng để nối kết hợp đồng đầu ra theo yêu cầu TT và cùng chia sẻ trách nhiệm và rủi ro. Hỗ trợ xây dựng liên kết ngang tự nguyện qui mô lớn giữa các nông dân có nối kết công ty, chia sẻ kinh nghiệm, rủi ro và thông tin thị trường (sau khi nông

dân đã được tập huấn các kiến thức ở các hoạt động của các chiến lược SO).

Thứ tư, giải pháp hỗ trợ nâng cao ý thức nông dân nâng cao chất lượng và giảm phát triển diện tích tôm tự phát, tự chuyển đổi mô hình và hỗ trợ nâng cao ý thức hợp tác sản xuất tôm qui mô lớn, chất lượng đồng đều. 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, loa phát thanh địa phương, phát thanh truyền hình ■

Bảng 3. Giá trị gia tăng thuần các kênh nội

	Nông dân	Thương lái	Vựa	DNCB	Tổng
Kênh 4: Nông dân → Công ty chế biến → Tiêu thụ trong nước					
Doanh thu (đồng/kg)	180.833			251.000	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062			236.210	
- CP trung gian	52.868			192.390	
- CP tăng thêm	12.193			43.820	
GTGT thuần (đồng/kg)	115.711			14.790	130.501
% GTGT thuần	72,85			34,61	100,00
Kênh 5: Nông dân → Vựa thu mua → Công ty chế biến → Tiêu thụ trong nước					
Doanh thu (đồng/kg)	126.921		168.600	251.000	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062		144.560	236.210	
- CP trung gian	52.868		139.430	192.390	
- CP tăng thêm	12.193		5.130	43.820	
GTGT thuần (đồng/kg)	61.859		24.040	14.790	100.689
% GTGT thuần	61,44		23,88	14,69	100,00
Kênh 6: Nông dân → Thương lái → Vựa thu mua → Công ty chế biến → Tiêu thụ					
Doanh thu (đồng/kg)	110.283	160.500	168.600	251.000	
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062	117.651	144.560	236.210	
- CP trung gian	52.868	112.521	139.430	192.390	
- CP tăng thêm	12.193	5.130	5.130	43.820	
GTGT thuần (đồng/kg)	42.221	42.849	24.040	14.790	123.900
% GTGT thuần	34,08	34,58	19,40	11,94	100,00
Kênh 7: Nông dân → Vựa thu mua → Tiêu thụ trong nước					
Doanh thu (đồng/kg)	126.921		180.600		
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062		144.560		
- CP trung gian	52.868		139.430		
- CP tăng thêm	12.193		5.130		
GTGT thuần (đồng/kg)	61.859		36.040		97.899
% GTGT thuần	63,19		36,81		100,00
Kênh 8: Nông dân → Thương lái → Vựa thu mua → Tiêu thụ trong nước					
Doanh thu (đồng/kg)	110.283	160.500	168.600		
Tổng chi phí (đồng/kg)	65.062	117.651	144.560		
- CP trung gian	52.868	112.521	139.430		
- CP tăng thêm	12.193	5.130	5.130		
GTGT thuần (đồng/kg)	42.221	42.849	24.040		109.110
% GTGT thuần	38,70	39,27	22,03		100,00

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bùi Văn Trinh & Nguyễn Quốc Nghi (2010), "Hiệu quả sản xuất tôm của nông hộ ở ĐBSCL: Trường hợp so sánh mô hình nuôi BTC tỉnh Trà Vinh với tỉnh Bạc Liêu", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, Số 13 pp. 105 - 112.
2. Chunguang Bai, Joseph Sarkis, Xiaopeng Wei (2010), "Addressing key sustainable supply chain management issues using rough set methodology.", *Management Research Review* 33(12), pp. 1113 - 1127.
3. Council. S.-C., "SCOR, Available", <<http://www.supply-chain.org>> (Truy cập: 28/2/2017).
4. Dale Yi, Thomas Reardon, Irma Sari, Haris Harahap, Tb Afry, Ronnie Natawidjaja, Randy Stringer (2009), "Indonesia's Farmed-Shrimp Value Chains", *Key-Infornanu Study Report*.
5. Dang Hoang Xuan Huy & Tran Van Thang (2013), "Phân tích hiệu quả chi phí cho các hộ nuôi tôm thẻ chân trắng tại thị Xã Ninh Hòa, tỉnh Khánh Hòa", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, 26: 41 - 46.
6. Đỗ Minh Vạnh & cộng sự (2016), "Đánh giá hiệu quả nuôi tôm thẻ chân trắng thâm canh theo các hình thức tổ chức ở Đồng bằng sông Cửu Long", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, 42: 50 - 57, pp.
7. FAO, *Responsible fish trade and food security: Toward understanding the relationship between international fish trade and food security. FAO report of the study on the impact of international trade in fishery products on food security.* (2004).
8. Gereffi G., and Korzeniewicz, M. Eds. (1994), "Commodity Chains and Global capitalism, London, Praeger.", London, Praeger.
9. Gereffi G.a.K.F.-S. (2011), "Global Value Chain Analysis: A Primer. Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC). Duke University. Durham, North Carolina, USA. http://www.cgcc.duke.edu/pdfs/2011-05-31_GVC_analysis_a_primer.pdf."
10. GTZ (2007), "ValueLinks manual: The methodology of value chain promotion. Eschborn, Germany: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ). http://www2.gtz.de/wbf/4tDx9kw63gma/ValueLinks_Manual.pdf"
11. Humphrey J., and Schmitz, H. (2002), "How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?" *Regional Studies*, 36(9): 1017 - 1027.
12. Kristen Dubay, Saori Tokuoka, Gary Gereffi (2010), "A Value Chain Analysis of the Sinaloa, Mexico Shrimp Fishery". *Report Prepared for Environmental Defense Fund*.
13. Lê Kim Long & Đặng Hoàng Xuân Huy (2015), "Phân tích hiệu quả kỹ thuật cho các ao nuôi tôm thẻ chân trắng tại thị Xã Ninh Hòa, tỉnh Khánh Hòa", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, 40: 7 - 14.
14. Lê Văn Thu (2015), "Nghiên cứu chuỗi cung sản phẩm tôm nuôi ở tỉnh Quảng Nam", *Luận án Tiến sĩ*.
15. Mamunul Quader (2012), "Value chain analysis of black tiger shrimp culture in Cox'sbazar district, Bangladesh".
16. Nguyễn Phú Sơn & Nguyễn Thị Thu An (2007), "Nghiên cứu thị trường cá tra và ba sa ở đồng bằng sông Cửu Long", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, Số 8/2007, pp. 28 - 37.
17. Nguyễn Quốc Nghi & cộng sự (2015), "Phân tích hiệu quả sản xuất của mô hình tôm sú - cua biển của xã Hòa Minh, huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh", *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*. Số 3/2015, pp. 132 - 137.
18. Nguyễn Thị Kim Quyên & cộng sự (2017), "Tác động về mặt tài chính và dự đoán khả năng xuất hiện dịch bệnh của mô hình nuôi tôm thẻ chân trắng thâm canh ở tỉnh Sóc Trăng", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, 52b: pp. 103 - 112.
19. Nguyễn Thị Thúy Vinh (2016), "Phân tích chuỗi giá trị thủy sản của tỉnh Nghệ An", *Luận án tiến sĩ*.
20. Nguyễn Thị Thúy Vinh & cộng sự (2013), "Một số vấn đề lý luận về phân tích chuỗi giá trị thủy sản", *Tạp chí Khoa học và Phát triển*.
21. Nguyễn Văn Phụng & cộng sự (2012), "Xây dựng mô hình nuôi tôm sú (*Penaeus monodon*) và tôm thẻ chân trắng (*Litopenaeus vannamei*) thâm canh quy mô nông hộ tại Trà Vinh.", *Viện Nghiên cứu Nuôi trồng Thủy sản II*.

22. Phùng Thị Hồng Gấm & Cộng sự (2014), "Phân tích hiệu quả sản xuất các mô hình nuôi tôm thẻ chân trắng và tôm sú thâm canh ở tỉnh Ninh Thuận", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ, Chuyên đề Thủy sản*: pp. 37 - 43.
23. Porter M.E. (1985), "Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance," *New York Free Press*.
24. Tô Phạm Thị Hạ Vân và Trương Hoàng Minh (2014), "Phân tích chuỗi giá trị tôm sú (*penaeus monodon*) sinh thái ở tỉnh Cà Mau", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ, Số 31/2014*, pp. 136 - 144.
25. Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn, *Giáo trình phân tích chuỗi giá trị sản phẩm (ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp)*, Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ, 2013.

Ngày nhận bài: 11/1/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/1/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 1/2/2019

Thông tin tác giả:

ThS. LÂM THỊ MỸ LAN

Trưởng Bộ môn Kinh tế, Khoa Kinh tế - Luật, Trường Đại học Trà Vinh

CURRENT STATUS AND SOLUTIONS TO IMPROVE THE EFFICIENT OF WHITE LEG SHRIMP FARMING IN TRA VINH PROVINCE

● Master. LAM THI MY LAN

Head of Department of Economics, Faculty of Law and Economics
Tra Vinh University

ABSTRACT:

Shrimp is the main aquatic species, which is the most raised in Tra Vinh Province. Most shrimp come from four districts of Tra Vinh Province including Duyen Hai, Tra Cu, Cau Ngang and Chau Thanh districts. However, the production and consumption of shrimp products still face with many problems such as lack of market information, unstable price, heavy dependence of farmers on traders, small-sized production of farmers, weak cooperation in farming shrimp, many diseases caused by climate change and lack of logistics and processing services to improve the added value for shrimps. This research is to (1) assess the current situations of shrimp production and consumption in Tra Vinh Province, (2) analyze the shrimp value chain and (3) propose strategic solutions to upgrade the shrimp value chain, helping supporters at all levels to have sufficient basis to develop suitable policies and solutions to increase the added value and sustainable development of shrimp industry.

Keywords: White leg shrimp, value chain, shrimp industry, Tra Vinh Province.