

1. Apai, W., Sardud, V., Boonprasom, P., Sardud, U., 2009. *Effect of chitosan and citric acid on pericarp browning and polyphenol oxidase activity of longan fruit*. Songklanakarin Journal of Science and Technology (6): 621-628.
2. Follett, P.A., Sanxter, S.S., 2002. *Longan quality after hot-water immersion and X-ray irradiation quarantine treatments*. HortScience 37, 571-574.
3. Jiang, Y. M., and Chen, F. 1995. *A study on polyamine change and browning of fruit during cold storage of litchi fruit*. Postharvest Biol Technol., (5), 245-250.
4. Kader, A. A., 2009. *Longan-Recommendations for Maintaining Postharvest Quality*. Postharvest technology, UCDAVIS. Produce/ProduceFacts/Fruits/longan.shtml.
5. Nguyễn Thanh Tùng, Đỗ Văn Ôn và Nguyễn Văn Phong. 2010. *Ảnh hưởng xử lý nước nóng và kết hợp chất bảo quản đối với sự phát triển bệnh và chất lượng nhân tiêu da bò sau thu hoạch*. Báo cáo hàng năm - Viện Cây ăn quả miền Nam (2010).
6. Nguyễn Văn Phong, Nguyễn Thanh Tùng, Ngô Trần Quang Huy, Đặng Linh Mẫn, và Trần Văn Ôn. 2009. *Kết quả khảo sát một số xử lý sau thu hoạch lên tỷ lệ bệnh và các đặc tính chất lượng của quả nhân "Tiêu Da Bò" & xoài "Cát Hòa Lộc"*. Báo cáo hàng năm - Viện Cây ăn quả miền Nam (2009).

Ngày nhận bài: 15/10/2012

Người phản biện: TS. Nguyễn Văn Hòa,
ngày 19/11/2012

Ngày duyệt đăng: 3/12/2012

KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG BƯỞI DA XANH, NHÂN TIÊU DA BÒ VÀ CHÔM CHÔM JAVA Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Đoàn Hữu Tiến, Lương Ngọc Trung Lập

SUMMARY

Investigation of market for Da xanh pomelo, Tieu da bo longan and Java rambutan of the Mekong Delta

Mekong Delta was produced about 19.04 thousands tonnes of Da xanh pomelo, 295.52 thousands tonnes of Tieu da bo longan and 67 thousands tonnes of Java rambutan in 2010. There were about 44% and 36,1% total production of Tieu da bo longan and Java rambutan were exported, respectively. All most of Da xanh pomelo production was consumed in the domestic market. Lack of linkage of farmers, lack of good business means for supplying and distributing of fruit were the main weakness of fruit supply chain. The factors: size of fruit/weight of fruit, skin color of fruit, shape of fruit, freshness of fruit were interested by consumers for buying Da xanh pomelo, Tieu da bo longan and Java rambutan. For criterion of food safety, most consumers there were in need, but it lacked a clear distinction to support consumers on fruit market. To improve the competitiveness of these fruits, the farmers should produce fruit in off-season and associate to grow and sell their products.

Keywords: Market, Da xanh pomelo, Tieu da bo longan, Mekong Delta.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java là những cây ăn quả có sản lượng và giá trị hàng hóa lớn ở đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), sản xuất các loại cây ăn quả này đã và đang là nguồn sống của nhiều nông hộ và lao động tham gia chuỗi cung ứng.

Mặc dù đã và đang có mặt trên thị trường trong nhiều năm qua, nhưng trái bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java sản xuất từ các tỉnh ĐBSCL vẫn còn đối mặt với những thách thức trong tổ chức sản xuất, cung ứng, chất lượng sản phẩm, sự yếu kém của các tác nhân trong chuỗi cung ứng..., làm ảnh hưởng xấu đến khả năng tiêu thụ của các loại trái cây này.

Bài viết nhằm mục đích đánh giá thực trạng cung ứng, nhu cầu thị trường bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò, chôm chôm Java sản xuất ở ĐBSCL, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao sức cạnh tranh các loại trái cây này.

II. VẬT LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1. Vật liệu nghiên cứu

Khảo sát tình hình cung ứng (sản lượng, mùa vụ, chuỗi cung ứng) bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò, chôm chôm Java sản xuất ở ĐBSCL. Khảo sát phân bố thị trường tiêu thụ, giá cả, nhu cầu thị hiếu tiêu dùng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò, chôm chôm Java.

2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập số liệu:

+ Thu thập, chọn lọc thông tin, dữ liệu từ các tài liệu của Bộ Công thương, Bộ Nông nghiệp & PTNT, Tổng cục

Thống kê, Cục thống kê các tỉnh ĐBSCL, Viện Quy hoạch và Thiết kế nông nghiệp, Hiệp hội Rau Quả Việt Nam có liên quan đến sản xuất và thị trường bưởi, nhãn, chôm chôm.

+ Sử dụng phương pháp điều tra nhanh có sự tham gia để phỏng vấn nhóm nông dân, cán bộ quản lý địa phương, nhằm thu thập các thông tin dữ liệu về thực trạng sản xuất, tiêu thụ bưởi, nhãn, chôm chôm ở các địa phương.

+ Sử dụng phương pháp thống kê mô tả để thực hiện việc điều tra thu thập thông tin dữ liệu qua việc phỏng vấn (bảng hỏi được soạn sẵn) 120 đối tượng kinh doanh bưởi, 125 đối tượng kinh doanh nhãn và 120 đối tượng kinh doanh chôm chôm, bao gồm người sản xuất, thương lái, vựa, người đóng gói xuất khẩu, người bán lẻ tại các địa bàn là vùng sản xuất và nơi tiêu thụ bưởi, nhãn, chôm chôm tại Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long, TP.Hồ Chí Minh,...

- Phương pháp phân tích số liệu: Sử dụng các hàm thống kê thông thường trong Excel để tổng hợp, phân tích theo mục đích và các nội dung nghiên cứu và trình bày dưới dạng các bảng, biểu đồ.

- Thời gian thực hiện: Tháng 1 năm 2010 đến tháng 12 năm 2010.

III. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

1. Sản lượng và mùa vụ cung ứng

Trong năm 2010, đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) cung cấp cho thị trường 19,04 ngàn tấn bưởi Da xanh, 295,52 ngàn tấn nhãn tiêu da bò và 67 ngàn tấn chôm chôm Java (bảng 1).

Bảng 1. Sản lượng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò, chôm chôm Java cung ứng từ ĐBSCL năm 2010

TT	Loại trái cây	Sản lượng (1000 tấn)
1	Bưởi Da xanh	19,04
2	Nhãn Tiêu da bò	295,52
3	Chôm chôm Java	67,00

Nguồn: Điều tra sản xuất và thị trường bưởi, nhãn, chôm chôm năm 2010

Bưởi Da xanh được trồng ở nhiều địa phương trong khu vực ĐBSCL, trong đó Bến Tre là tỉnh cung cấp bưởi Da xanh lớn nhất, chiếm đến 69% tổng sản lượng bưởi Da xanh của ĐBSCL. Nhãn Tiêu da bò là cây trồng có tính thích nghi rộng, trồng được ở nhiều địa phương, trong đó Vĩnh Long, Tiền Giang, Bến Tre là 3 tỉnh sản xuất nhãn chủ lực chiếm lần lượt là 26%, 25% và 23% sản lượng nhãn của ĐBSCL. Chôm chôm Java được trồng chủ yếu ở Bến Tre, chiếm đến 71% sản lượng chôm chôm của cả vùng, địa phương có sản lượng chôm chôm khá lớn là Vĩnh Long (chiếm 18%), Tiền Giang là vùng trồng chôm chôm tuy có diện tích không lớn (430 ha), chiếm 5% sản lượng chôm chôm ĐBSCL, nhưng đây là vùng trồng chôm chôm tập trung và có chất lượng tốt.

Ở ĐBSCL quanh năm luôn có bưởi, nhãn, chôm chôm cung cấp cho thị trường tuy có khác nhau về mức độ sản lượng cung ứng. Đối với bưởi Da xanh, các tháng có bưởi cung cấp nhiều cho thị trường là 7,8,9,10,11, sản lượng bưởi đạt thấp vào các tháng 1,2,3,4,5. Đối với nhãn tiêu da bò, mùa vụ cung ứng nhãn tiêu da bò đã có nhiều thay đổi so với các năm trước, nếu như trước đây sản lượng thu hoạch trong các tháng 5-8, thì trong 3 năm gần đây nhà vườn

xử lý cho nhãn thu hoạch chủ yếu vào các tháng 9-12 và 1-2, các tháng 3 và 4 sản lượng nhãn đạt rất thấp. Đối với chôm chôm, nếu như trước đây sản lượng thu hoạch trong các tháng 6-8, thì trong 3 năm gần đây nhà vườn xử lý cho chôm chôm trái vụ thu hoạch vào các tháng 9-12 và tháng 1, các tháng 2-4 sản lượng chôm chôm đạt rất thấp.

Trong năm 2010, sản lượng bưởi Da xanh ở ĐBSCL sản xuất trong vụ thuận (từ tháng 6 đến tháng 12) chiếm 62% tổng sản lượng bưởi cả năm, trong khi vụ nghịch (từ tháng 1 đến tháng 6) chỉ chiếm 38%; Sản lượng nhãn tiêu da bò sản xuất trong vụ nghịch (tháng 1 đến tháng 4 và tháng 9 đến tháng 12) chiếm đến 71% sản lượng cả năm, trong khi các tháng còn lại chỉ chiếm 29%; Sản lượng chôm chôm sản xuất trong vụ thuận chiếm 66% sản lượng cả năm, trong khi các tháng nghịch (tháng 10 đến tháng 4) chỉ chiếm 34% (bảng 2).

Bảng 2. Cơ cấu sản lượng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java ĐBSCL theo mùa vụ

TT	Loại trái cây	Tỷ lệ sản lượng (%)	
		Vụ thuận	Vụ nghịch
1	Bưởi Da xanh	62	38
2	Nhãn Tiêu da bò	29	71
3	Chôm chôm Java	66	34

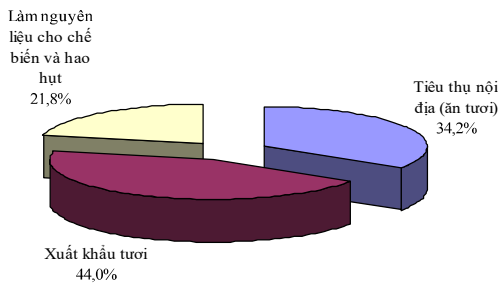
Nguồn: Điều tra sản xuất và thị trường bưởi, nhãn, chôm chôm năm 2010

2. Cơ cấu sản lượng tiêu thụ

2.1. Cơ cấu sản lượng tiêu thụ theo nhu cầu

Đối với bưởi Da xanh, trong tổng sản lượng bưởi Da xanh sản xuất có 19 ngàn tấn tiêu thụ thị trường nội địa dưới dạng ăn

tươi, chiếm 99,7%, bưởi Da xanh tuy có tham gia xuất khẩu nhưng sản lượng xuất khẩu trong năm 2010 rất hạn chế. Đối với nhãn tiêu da bò, trong tổng sản lượng sản xuất có 100,4 ngàn tấn tiêu thụ nội địa dưới dạng ăn tươi, chiếm 34,2%; có 129,1 ngàn tấn xuất khẩu tươi, chiếm 44%; có 64 ngàn tấn làm nguyên liệu cho chế biến (chủ yếu



Nguồn: Điều tra thị trường nhãn năm 2010

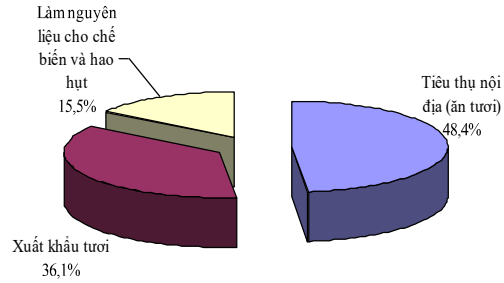
Biểu đồ 1. Cơ cấu nhu cầu tiêu thụ nhãn tiêu da bò ĐBSCL

Biểu đồ 1 và 2 cho thấy nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java là những mặt hàng trái cây có tỷ lệ sản lượng xuất khẩu khá cao, do đó để tăng cường xuất khẩu các loại trái cây này việc đầu tư cho cải thiện chất lượng để đáp ứng nhu cầu ngày càng khắt khe của thị trường quốc tế là cần thiết.

2.2. Cơ cấu sản lượng tiêu thụ theo vùng trong nước

Trong tổng sản lượng tiêu thụ tại thị trường nội địa trong năm 2010, đối với bưởi Da xanh khu vực các tỉnh phía Bắc chiếm đến 60%, các tỉnh miền Trung, Tây Nguyên chiếm 5%, các tỉnh Nam bộ chiếm 35%; Đối với nhãn tiêu da bò, các tỉnh

làm nhãn sấy) và hao hụt, chiếm 22% (Biểu đồ 1). Đối với chôm chôm Java, trong tổng sản lượng sản xuất có 32,4 ngàn tấn tiêu thụ nội địa dưới dạng ăn tươi, chiếm 48,4%; có 24,2 ngàn tấn xuất khẩu tươi, chiếm 36,1%; có khoảng 10,4 ngàn tấn làm nguyên liệu cho chế biến và hao hụt, chiếm 15,5% (Biểu đồ 2).

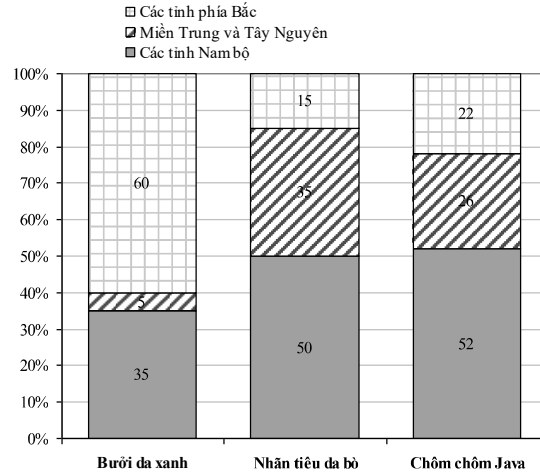


Nguồn: Điều tra thị trường chôm chôm năm 2010

Biểu đồ 2. Cơ cấu nhu cầu tiêu thụ chôm chôm Java ĐBSCL

phía Bắc chỉ chiếm 15%, các tỉnh miền Trung và Tây Nguyên chiếm 35%, các tỉnh Nam bộ chiếm đến 50%; Đối với chôm chôm, các tỉnh phía Bắc chiếm 22%, miền Trung và Tây Nguyên chiếm 26%, các tỉnh Nam bộ chiếm tỷ lệ lớn nhất, đạt 52% (Biểu đồ 3).

Ngoài thị trường các tỉnh phía Nam, bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java, luôn có nhu cầu đối với các thị trường miền Bắc, miền Trung và Tây Nguyên, tuy nhiên do khâu bảo quản gặp khó khăn nên đối với chôm chôm và nhãn không tăng sản lượng tiêu thụ ở các thị trường này.



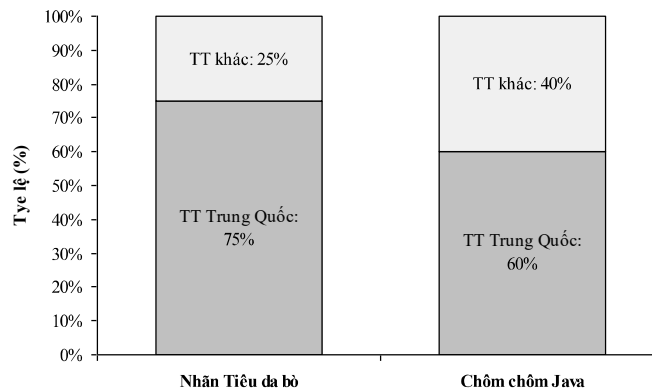
Nguồn: Điều tra thị trường bưởi, nhãn, chôm chôm năm 2010

Biểu đồ 3. Cơ cấu (%) sản lượng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java tiêu thụ theo vùng trong nước

2.3. Cơ cấu sản lượng xuất khẩu theo thị trường

Đối với bưởi Da xanh, thị trường xuất khẩu chưa ổn định và hạn chế về sản lượng, chủ yếu do nhu cầu thị trường trong nước cao, giá cả khó cạnh tranh; thời gian qua bưởi Da xanh đã xuất khẩu đi thị trường Nga, Hồng Kông, Singapore, Ả Rập Xê Út, Canada... Đối với nhãn tiêu da bò, thị

trường xuất khẩu chủ yếu là Trung Quốc, thị trường này chiếm đến 75% tổng sản lượng, phần còn lại đi các thị trường như Malaysia, Campuchia,...; Đối với chôm chôm Java, thị trường Trung Quốc chiếm 60% tổng sản lượng xuất khẩu, 40% xuất khẩu đi các thị trường như EU, thị Campuchia... (Biểu đồ 4).



Nguồn: Điều tra thị trường nhãn, chôm chôm năm 2010

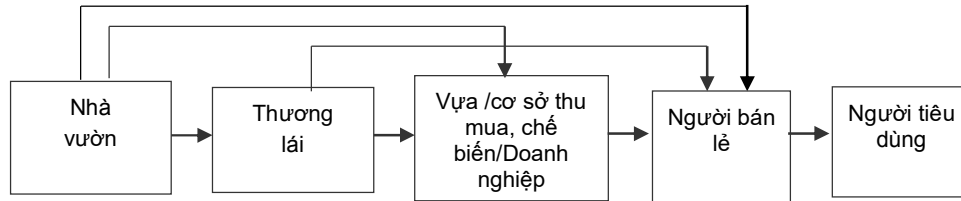
Biểu đồ 4. Cơ cấu (%) sản lượng nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java xuất khẩu theo thị trường (TT)

3. Chuỗi cung ứng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò, chôm chôm Java

3.1. Sơ đồ chuỗi cung ứng

Các tác nhân chính tham gia chuỗi cung ứng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò, chôm

chôm Java ở ĐBSCL bao gồm: Nhà vườn (nông dân), thương lái, vựa, cơ sở/doanh nghiệp kinh doanh trái cây, người bán lẻ và người tiêu dùng, sau đây là sơ đồ mô tả chuỗi cung ứng bưởi, nhãn, chôm chôm cơ bản ở ĐBSCL (Sơ đồ 1).



Sơ đồ 1. Sơ đồ chuỗi cung ứng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java ĐBSCL

Trong chuỗi cung ứng nội địa, có 84% sản lượng bưởi Da xanh, 88% sản lượng nhãn tiêu da bò và 85% sản lượng chôm

chôm Java nông dân bán trực tiếp cho thương lái (bảng 3).

Bảng 3. Tỷ lệ sản lượng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java cung cấp cho các tác nhân trong kênh phân phối

TT	Chỉ tiêu	Bưởi Da xanh	Nhãn Tiêu da bò	Chôm chôm Java
1	Tỷ lệ sản lượng nông dân bán cho thương lái (%)	84	88	85
2	Tỷ lệ sản lượng nông dân bán cho vựa/cơ sở chế biến/công ty kinh doanh trái cây (%)	12	11	14
3	Tỷ lệ sản lượng nông dân bán cho người bán lẻ (%)	4	1	1

Nguồn: Điều tra thị trường bưởi, nhãn và chôm chôm năm 2010

Đối với kênh phân phối xuất khẩu, 100% sản lượng bưởi Da xanh, 87,5% sản lượng nhãn tiêu da bò và 90% sản lượng chôm chôm Java sản xuất từ nhà vườn bán qua thương lái, sau đó các thương lái tập kết về các cơ sở/doanh nghiệp phân loại đóng gói và cung cấp cho nhà xuất khẩu.

3.2. Tồn tại của các thành phần chủ yếu trong chuỗi cung ứng

- Nông dân (nhà vườn):

Hầu hết diện tích trồng bưởi, nhãn, chôm chôm ở ĐBSCL thuộc các hộ gia đình nông

dân, hộ gia đình tự tổ chức tất cả các khâu công việc từ sản xuất đến tiêu thụ. Sản lượng bưởi Da xanh ĐBSCL cung ứng cho thị trường phổ biến ở mức dưới 3 tấn/hộ/năm (chiếm 56% tổng số hộ), 32% số hộ nông dân cung ứng từ 3-5 tấn/hộ/năm và chỉ có 12% số hộ cung ứng trên 5 tấn/hộ/năm. Sản lượng nhãn cung ứng cho thị trường phổ biến 5-8 tấn/hộ/năm (chiếm 65% số hộ), dưới 5 tấn/hộ chiếm 22% và trên 8 tấn/hộ chiếm 13%. Sản lượng chôm chôm cung ứng cho thị trường phổ biến 5-8 tấn/hộ/năm (chiếm 45% số hộ), dưới 5 tấn/hộ chiếm 39% và trên 8 tấn/hộ chiếm 16%.

Như vậy đại đa số nông dân sản xuất bưởi, nhãn, chôm chôm có sản lượng cung ứng cho thị trường thấp, do đó các cơ sở/doanh nghiệp muốn có khối lượng hàng lớn phải mua từ nhiều nông dân, trong điều kiện những hộ nông dân không thống nhất quy trình sản xuất đã dẫn đến chất lượng trái cây không đồng đều. Ở ĐBSCL xuất hiện mô hình liên kết nông dân trồng bưởi, nhãn, chôm chôm dạng tổ hợp tác cung cấp cho doanh nghiệp kinh doanh trái cây như tổ hợp tác nhãn Long Hòa (Bến Tre) liên kết với công ty XNK trái cây Chánh Thu, tổ hợp tác bưởi Da xanh Phú Thành (Bến Tre) liên kết với cơ sở Hương Miền Tây... để tiêu thụ sản phẩm, tuy nhiên sản

lượng sản xuất từ các tổ hợp tác/HTX hiện còn rất nhỏ so với tổng sản lượng sản xuất của cả vùng.

Đối với khâu thu hoạch, cách hái trái chủ yếu dựa vào kinh nghiệm, quan sát kích cỡ, màu sắc của trái để hái. Tình trạng hái trái không đảm bảo cùng độ chín đã gây nhiều khó khăn cho các cơ sở/doanh nghiệp kinh doanh trái cây trong phân loại, đóng gói.

Về thu thập thông tin thị trường để bán, nông dân sử dụng nhiều hình thức, phổ biến nhất là hỏi thương lái và bạn bè hàng xóm (bảng 4).

Bảng 4. Tỷ lệ số nông hộ trồng bưởi, nhãn, chôm chôm thu thập thông tin theo các hình thức

TT	Hình thức thu thập thông tin	Hộ trồng bưởi	Hộ trồng nhãn	Hộ trồng chôm chôm
1	Hỏi thương lái	100	100	100
2	Hỏi bạn bè, hàng xóm	87	98	95
3	Tham khảo bản tin giá cả trên ti vi, đài	38	45	55
4	Tự đi khảo sát trên thị trường	24	5	6

Nguồn: Điều tra thị trường bưởi, nhãn, chôm chôm năm 2010

Số liệu bảng 4 cũng cho thấy việc tự đi khảo sát thông tin thị trường rất ít hộ trồng cây ăn trái thực hiện, chủ yếu do không đủ điều kiện về kinh phí đi lại, phương tiện và phương pháp. Liên kết các nhà vườn trồng bưởi, nhãn, chôm chôm thành tổ chức lớn như tổ hợp tác/HTX và cử người đại diện đi thu thập thông tin sẽ giảm được chi phí thu thập thông tin cho mỗi hộ.

Nguồn thông tin quan trọng đối với nông dân là bạn bè, người hàng xóm, tuy nhiên chính những người hàng xóm hoặc bạn bè của họ cũng lấy thông tin chủ yếu từ thương lái. Nông hộ trồng cây ăn trái phụ thuộc rất lớn vào nguồn thông tin từ các thương lái và họ tin vào các thông tin từ

thương lái, có tình trạng này là vì thông tin giá cả thương lái đưa ra gần đúng với giá cả thương lái mua của nông dân.

Hầu hết nông dân trồng bưởi, nhãn, chôm chôm thiếu thông tin dự báo thị trường, giá cả nên thường bị động trong việc xác định giá cả. Việc đầu tư sản xuất vườn bưởi, nhãn, chôm chôm cho vụ sau thường dựa vào giá cả vụ trước. Tình trạng lúc khan hiếm, lúc có nhiều hộ thu hoạch tập trung, dẫn đến tình trạng rộ mùa rớt giá vẫn còn diễn ra khá phổ biến.

- Thương lái (người thu gom):

Do diện tích trồng bưởi, nhãn, chôm chôm của mỗi hộ nhỏ và phân tán nên thương lái đóng vai trò rất quan trọng

trong khâu thu mua tiêu thụ trái cây cho người nông dân, điểm yếu của các thương lái là thiếu vốn và phương tiện kinh doanh đảm bảo. Vốn lưu động của thương lái bưởi phổ biến là dưới 20 triệu đồng/thương lái (chiếm 76%), từ 20-50 triệu đồng/thương lái chiếm 18% và chỉ có 6% thương lái có vốn lưu động trên 50 triệu; Vốn lưu động của thương lái nhãn phần lớn từ 150-200 triệu đồng/thương lái (chiếm 64%), dưới 150 triệu chiếm 15% và trên 150 triệu chiếm 21%; 52% thương lái chôm chôm có vốn lưu động đạt 150-200 triệu đồng/thương lái, 19% thương lái có vốn dưới 150 triệu đồng và 29% thương lái có vốn trên 200 triệu đồng.

Các thương lái chôm chôm sử dụng đa dạng các phương tiện: xe máy, xe tải, xuồng, ghe để vận chuyển chôm chôm từ vùng trồng đến các chợ trái cây, cơ sở/doanh nghiệp kinh doanh trái cây.... Do thiếu vốn, các phương tiện vận chuyển, bảo quản không đảm bảo khiến cho trái cây chứa đựng trong các bao bì không đúng quy cách, sử dụng các bao bì đã qua sử dụng của các hàng hóa khác không hợp vệ sinh, trái cây chất đống trên xe ô tô, xuồng ghe, gây bầm dập, gãy râu trái chôm chôm...

Do thiếu tổ chức trong thu mua nên xảy ra tình trạng tranh mua tranh bán giữa các thương lái, nhất là khi giá thị trường tăng cao, nguồn cung cấp trái cây ít. Chính điều này đã và đang làm cho giá cả thị trường bưởi, nhãn, chôm chôm cây biến động bất thường.

- Chợ/điểm thu mua:

Một chợ/điểm thu mua bưởi, nhãn, chôm chôm có từ 10-50 thương lái và hàng chục nhà vườn cung cấp trái cây. Vốn lưu

động phục vụ cho kinh doanh của chợ thu mua cao hơn so với thương lái. Đối với chợ/điểm thu mua bưởi, 38% có vốn lưu động dưới 100 triệu đồng, 41% có vốn lưu động từ 100-300 triệu đồng và chỉ 13% có vốn trên 300 triệu đồng. Đối với chợ/điểm thu mua nhãn, 45% có vốn dưới 1 tỷ đồng, 41% có vốn 1- 2 tỷ đồng và 14% có vốn trên 2 tỷ đồng. Đối với chợ/điểm thu mua chôm chôm, 55% có vốn dưới 1 tỷ đồng, 36% có vốn 1- 2 tỷ đồng và 9% có vốn trên 2 tỷ đồng. Nhìn chung so với yêu cầu về vốn lưu động các chợ/điểm thu mua bưởi, nhãn, chôm chôm ở ĐBSCL còn thiếu vốn để thu mua và lưu trữ hàng hóa. Do đó việc đầu tư cơ sở hạ tầng như nhà đóng gói, nhà bảo quản trái cây, kho lạnh... ở các chợ/điểm thu mua trái cây rất hạn chế, ảnh hưởng xấu đến hoạt động lưu trữ và phân phối hàng hóa. Trái bưởi, nhãn, chôm chôm thu mua tại chợ chứa đựng bằng các rổ nhựa, giỏ tre, bao bì đã qua sử dụng, phân loại đóng gói trái dưới sàn nhà... gây mất vệ sinh và mẫu mã của trái.

Hầu hết các chợ/điểm thu mua bưởi, nhãn, chôm chôm không có vùng nguyên liệu cung cấp ổn định, trái cây được mua từ nhiều nguồn, từ nhiều vùng trồng khác nhau, số lượng không ổn định, chất lượng biến động nhiều. Tình trạng tranh mua, tranh bán giữa các chợ/điểm thu mua trái cây, càng khiến cho sản xuất và tiêu thụ trái cây bất ổn.

- Người bán lẻ:

Điểm tồn tại yếu kém nhất trong khâu bán lẻ bưởi, nhãn, chôm chôm là đại bộ phận các điểm bán lẻ (chợ, sạp bán lẻ, bán rong...) không được bảo quản tốt, trái cây bán tại các sạp, chợ, dọc đường... dễ bị héo, đối với trái chôm chôm râu trái rất dễ bị tổn thương và giảm chất lượng nhanh chóng. Việc đầu tư cơ sở vật chất cho khâu bán lẻ

chưa được quan tâm, một phần do vốn của người bán lẻ đạt thấp. Kết quả khảo sát cho thấy chỉ có 16% người bán lẻ bưởi có vốn trên 20 triệu đồng, 52% người bán lẻ bưởi có vốn 10-20 triệu đồng và 32% người bán lẻ bưởi có vốn dưới 10 triệu đồng; Đối với người bán lẻ nhãn, chỉ có 13% có vốn trên 15 triệu đồng, 49% có vốn 5-15 triệu đồng và 38% có vốn dưới 5 triệu đồng; Đối với người bán lẻ chôm chôm, 41% có vốn dưới 5 triệu đồng, 47% có vốn 5-10 triệu đồng và 12% có vốn trên 10 triệu đồng.

Tuyệt đại bộ phận sản lượng bưởi, nhãn, chôm chôm bán trên thị trường không có nhãn hiệu hàng hóa, người tiêu dùng rất khó để biết được nguồn gốc của trái bưởi

Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java được sản xuất ở đâu. Điều này gây khó khăn cho người tiêu dùng trong việc lựa chọn trái bưởi, nhãn, chôm chôm đảm bảo chất lượng.

4. Giá cả bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java

Giá bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java có sự chênh lệch khá cao trong khâu bán lẻ đối với giá tại vườn và giá tại vườn, giá bình quân chung 3 loại trái cây này tại vườn cao hơn tại vườn là 1,1 lần và tại khâu bán lẻ cao hơn tại vườn 1,8 lần (bảng 5).

Bảng 5. Giá bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java tại các trung gian trong chuỗi cung ứng

Đơn vị tính: 1000đ/kg

Địa điểm	Bưởi Da xanh		Nhãn Tiêu da bò		Chôm chôm Java		Bình quân chung	So sánh
	Vụ thuận	Vụ nghịch	Vụ thuận	Vụ nghịch	Vụ thuận	Vụ nghịch		
Tại vườn	20,0	26,5	5,8	8,2	6,8	14,5	20,5	1,0
Tại vừa	22,0	28,5	6,3	9,0	8,2	16,0	22,5	1,1
Bán lẻ	32,0	40,0	15,0	20,0	15,0	26,0	37,0	1,8

Nguồn: Điều tra thị trường bưởi, nhãn, chôm chôm năm 2010

Số liệu bảng 5 cho thấy có sự chênh lệch giá khá cao theo mùa vụ, tại khâu bán lẻ, giá vụ nghịch cao hơn vụ thuận: đối với bưởi Da xanh là 8.000 đ/kg (tương đương 25%), đối với nhãn tiêu da bò là 5.000 đ/kg (tương đương 33%) và đối với chôm chôm Java là 11.000đ/kg (tương đương 73%). Chôm chôm là loại trái có chênh lệch giá giữa vụ thuận và vụ nghịch cao nhất; trong vụ thuận chôm chôm sản xuất từ các tỉnh ĐBSCL giá rẻ do miền Đông Nam bộ cho thu hoạch với sản lượng lớn. Kết quả này chỉ ra rằng sản xuất trái vụ có nhiều lợi thế về giá so với mùa vụ tự nhiên (vụ thuận)

cho cả bưởi, nhãn và chôm chôm, đặc biệt là đối với chôm chôm Java.

5. Nhu cầu thị hiếu tiêu dùng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java

Với 5 mức độ ưa chuộng của người tiêu dùng (1 - Hoàn toàn không ưa chuộng; 5 - Hoàn toàn ưa chuộng) đối với 2 giống bưởi trồng nhiều ở ĐBSCL là bưởi Da xanh và bưởi Năm roi, tương tự đối với 2 giống nhãn trồng nhiều ở ĐBSCL là giống nhãn tiêu da bò và Xuồng com vàng, đối với 2 giống chôm chôm trồng nhiều ở ĐBSCL là chôm chôm Java và chôm chôm nhãn (còn gọi là chôm chôm đường). Kết quả cho thấy

đối với bưởi, giống bưởi Da xanh đạt mức bình quân là 4,7 trong khi bưởi Năm roi là 3,7; Đối với nhãn, giống nhãn tiêu da bò đạt 3,6, nhãn Xuồng cơm vàng đạt 4,6; Đối với chôm chôm, giống chôm chôm Java đạt 3,8 và chôm chôm nhãn đạt 4,3 (bảng 6).

Bảng 6. Mức độ ưa chuộng của một số giống bưởi, nhãn, chôm chôm tại thị trường nội địa

TT	Loại trái cây/giống	Mức độ ưa chuộng
1	Bưởi	
	Bưởi Da xanh	4,7
	Bưởi Năm roi	3,7
2	Nhãn	
	Nhãn Tiêu da bò	3,6
	Nhãn Xuồng cơm vàng	4,6
3	Chôm chôm	
	Chôm chôm Java	3,8
	Chôm chôm nhãn	4,3

Nguồn: Điều tra thị trường bưởi, nhãn, chôm chôm năm 2010

Số liệu Bảng 6 cũng cho thấy bưởi da xanh được ưa chuộng nhất trong 2 giống

Bảng 7. Đánh giá mức độ quan tâm của người tiêu dùng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java đối với các yếu tố

TT	Yếu tố	Mức độ quan tâm của người tiêu dùng		
		Bưởi Da xanh	Nhãn Tiêu da bò	Chôm chôm Java
1	Kích thước trái/trọng lượng trái	4,9	4,2	4,2
2	Màu sắc trên vỏ trái	4,4	4,1	4,2
3	Hình dạng trái	3,2	3,1	3,3
4	Độ tươi của trái	3,5	4,3	4,4
5	Nguồn gốc cung cấp	2,4	2,3	2,2

Nguồn: Điều tra thị trường bưởi, nhãn, chôm chôm năm 2010

Bảng 7 cũng chỉ ra rằng tiêu chí về nguồn gốc cung cấp đạt dưới 3, hay nói cách khác các tiêu chí này chưa được người tiêu dùng quan tâm. Lý do chính là hầu hết sản lượng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java bán trên thị trường không

bưởi trồng chủ lực ở ĐBSCL, đối với nhãn tiêu da bò tuy có mức ưa chuộng cao hơn 3, tức cũng được ưa chuộng nhưng thấp hơn so nhãn Xuồng cơm vàng, đối với chôm chôm Java cũng được người tiêu dùng ưa chuộng nhưng thấp hơn so chôm chôm nhãn. Điều này cho thấy việc tăng cường cung cấp bưởi Da xanh cho thị trường nội địa là hướng đi đúng để đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng trong nước; đối với nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java ngoài thị trường nội địa cần đẩy mạnh xuất khẩu để giải quyết đầu ra cho nhà vườn.

Với 5 mức độ quan tâm của người tiêu dùng (1 - Hoàn toàn không quan tâm; 5 - Hoàn toàn quan tâm) đối với các yếu tố người tiêu dùng để nhận diện khi mua bưởi, nhãn, chôm chôm, kết quả cho thấy yếu tố kích thước trái/trọng lượng trái, màu sắc vỏ trái, hình dạng trái, độ tươi của trái đều đạt trên 3, hay nói cách khác các yếu tố này được người tiêu dùng quan tâm khi chọn mua bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java (bảng 7).

có nhãn hiệu hàng hóa, người tiêu dùng không biết được nguồn gốc trái cây cung cấp, do vậy người tiêu dùng chưa chú tâm đến yếu tố này khi mua bưởi, nhãn, chôm chôm mặc dù trong thực tế chất lượng bưởi,

nhãn, chôm chôm có sự khác biệt theo vùng trồng, chế độ chăm sóc...

Đối với tiêu chí an toàn thực phẩm, hầu hết người tiêu dùng đều có nhu cầu mua bưởi, nhãn, chôm chôm sản xuất theo quy trình an toàn, tuy nhiên trên thị trường hiện chưa phân biệt được đâu là trái an toàn và đâu là trái không an toàn, vì không có nhãn hàng hóa trên trái và xác nhận của cơ quan chức năng. Do vậy khi mua bưởi, nhãn, chôm chôm người tiêu dùng chủ yếu quan tâm đến các yếu tố bên ngoài như trọng lượng trái, màu sắc vỏ trái, hình dạng trái...

IV. KẾT LUẬN VÀ ĐỀ NGHỊ

1. Kết luận

Trong năm 2010, ĐBSCL cung cấp cho thị trường 19,04 ngàn tấn bưởi Da xanh (vụ thuận chiếm 62% và vụ nghịch chiếm 38%); 295,52 ngàn tấn nhãn tiêu da bò (vụ thuận chiếm 29% và vụ nghịch chiếm 71%); 67 ngàn tấn chôm chôm Java (vụ thuận chiếm 66% và vụ nghịch chiếm 34%). Trong đó có 34,2% sản lượng nhãn tiêu da bò, 48,4% sản lượng chôm chôm Java và hầu hết (99,7%) sản lượng bưởi Da xanh tiêu thụ tại thị trường nội địa; 44% sản lượng nhãn tiêu da bò và 36,1% chôm chôm Java xuất khẩu tươi.

Trong tổng sản lượng tiêu thụ tại thị trường nội địa, đối với bưởi Da xanh khu vực các tỉnh phía Bắc chiếm đến 60%, các tỉnh miền Trung, Tây Nguyên chiếm 5%, các tỉnh Nam bộ chiếm 35%; đối với nhãn tiêu da bò, các tỉnh phía Bắc chỉ chiếm 15%, các tỉnh miền Trung và Tây Nguyên chiếm 35%, các tỉnh Nam bộ chiếm đến 50%; Đối với chôm chôm, các tỉnh phía Bắc chiếm 22%, miền Trung và Tây Nguyên chiếm 26%, các tỉnh Nam bộ chiếm 52%.

Trong chuỗi cung ứng, sản lượng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java nhà vườn bán cho thương lái chiếm lần lượt là 84%, 88% và 85% sản lượng sản xuất. Thương lái đóng vai trò quan trọng trong khâu tiêu thụ sản phẩm cho nhà vườn, nhà vườn phụ thuộc nhiều nhất về vấn đề thông tin giá cả.

Về biến động giá cả, trong chuỗi cung ứng, bình quân chung giá bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java tại khâu bán lẻ cao hơn tại vườn 1,8 lần; Theo yếu tố mùa vụ, giá bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò, chôm chôm Java tại khâu bán lẻ trong vụ nghịch cao hơn vụ thuận lần lượt là 8.000 đ/kg, 5.000đ/kg và 11.000đ/kg tương đương 25%, 33% và 73%.

Quy mô sản xuất nhỏ lẻ ở các nông hộ nhưng thiếu liên kết, chất lượng trái cây cung cấp cho thị trường không ổn định và không đồng đều. Thiếu vốn đầu tư cho xây dựng cơ sở hạ tầng, phương tiện kinh doanh và bảo quản trái cây đối với người thu gom (thương lái), các vựa/cơ sở thu mua phân phối, người bán lẻ là những tồn tại chính trong chuỗi cung ứng bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java.

Tại thị trường nội địa, bưởi da xanh được người tiêu dùng ưa chuộng hơn bưởi Năm roi, nhãn tiêu da bò có mức ưa chuộng thấp hơn so với nhãn Xuồng com vàng, chôm chôm Java ít ưa chuộng hơn so với chôm chôm nhãn.

Các yếu tố dễ nhận biết như: kích thước trái/trọng lượng trái, màu sắc vỏ trái, hình dạng trái, độ tươi của trái được người tiêu dùng quan tâm khi chọn mua bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java.

Đối với tiêu chí an toàn thực phẩm, hầu hết người tiêu dùng đều có nhu cầu mua bưởi, nhãn, chôm chôm sản xuất theo quy trình an

toàn, tuy nhiên trên thị trường hiện chưa có sự phân biệt để hỗ trợ người tiêu dùng.

2. Đề nghị

- Tăng cường sản xuất bưởi Da xanh, nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java nghịch vụ, nhất là đối với chôm chôm Java.

- Hình thành các tổ/nhóm nông dân cùng hợp tác trồng và tiêu thụ bưởi, nhãn, chôm chôm để hạn chế sự phụ thuộc của nông dân vào giới thương lái.

- Cần tăng cường cung cấp bưởi Da xanh cho thị trường nội địa để đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng trong nước và đẩy mạnh xuất khẩu đối với nhãn tiêu da bò và chôm chôm Java để giải quyết đầu ra cho nhà vườn trồng nhãn và chôm chôm.

- Cần xây dựng nhãn hiệu hàng hóa cho các vùng trồng cây ăn trái tập trung và có biện pháp hỗ trợ người tiêu dùng phân biệt trái cây an toàn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Thống kê tỉnh Tiền Giang, 2009. *Niên giám thống kê 2008*.
2. Cục Thống kê tỉnh Bến Tre, 2009. *Niên giám thống kê 2008*.
3. Cục Thống kê tỉnh Vĩnh Long, 2009. *Niên giám thống kê 2008*.
4. Cục Trồng trọt, 2008. *Báo cáo hiện trạng và giải pháp phát triển sản xuất, tiêu thụ cây ăn quả các tỉnh phía Nam trong thời gian tới*. Hội nghị đánh giá hiện trạng và bàn giải pháp phát triển

sản xuất, tiêu thụ cây ăn quả các tỉnh phía Nam. Tiền Giang 31/7/2008.

5. Đoàn Hữu Tiên, Tạ Minh Tuấn, 2007. *Nghiên cứu khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường xuất khẩu chôm chôm tươi ĐBSCL vào Trung Quốc*. Kết quả nghiên cứu khoa học công nghệ rau hoa quả 2005-2006. Nhà xuất bản Nông nghiệp, 2007.
6. Đoàn Hữu Tiên, Huỳnh Văn Vũ, Tạ Minh Tuấn, 2006. *Khảo sát chuỗi cung ứng nhãn tiêu da bò ĐBSCL xuất khẩu tươi sang thị trường Trung Quốc*. Kết quả nghiên cứu khoa học công nghệ rau hoa quả 2005-2006. Nhà xuất bản Nông nghiệp, 2007.
7. Tạ Minh Tuấn, Đoàn Hữu Tiên, 2008. *Khảo sát khả năng đáp ứng nhu cầu bưởi ĐBSCL xuất khẩu sang Trung quốc*. Kết quả nghiên cứu khoa học công nghệ rau hoa quả 2007-2008, Viện Cây ăn quả miền Nam. Nhà xuất bản Nông nghiệp, 2008.
8. Phân Viện Quy hoạch và Thiết kế nông nghiệp, 2010. *Định hướng chiến lược phát triển cây ăn quả các tỉnh - thành phố vùng Nam bộ đến năm 2020*. Tài liệu hội thảo: Trái cây Việt Nam cơ hội và thách thức trong hội nhập kinh tế quốc tế. Tiền Giang, 20/4/2010.

Ngày nhận bài: 5/2/2012

Người phản biện: TS. Đào Thế Anh

ngày 10/2/2012

Ngày duyệt đăng: 3/12/2012

KHẢO SÁT THỰC TRẠNG, NHỮNG KINH NGHIỆM THÀNH CÔNG TRONG XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN MÔ HÌNH LIÊN KẾT TRỒNG CÂY ĂN TRÁI Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Đoàn Hữu Tiên, Lương Ngọc Trung Lập,
Lê Thị Lan Dung