

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH

TRẦN VĂN KHANG

ỨNG DỤNG LÝ THUYẾT LOGISTICS NHẪM TỐI ƯU HOÁ QUÁ
TRÌNH SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ BƯỞI DA XANH BẾN TRE

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS. TS. ĐOÀN THỊ HỒNG VÂN

TP. HỒ CHÍ MINH – Năm 2006

MỤC LỤC

| | trang |
|---|----------|
| LỜI MỞ ĐẦU | i |
| 1. Ý nghĩa của đề tài | |
| 2. Mục tiêu | |
| 3. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu | |
| 4. Giới hạn phạm vi nghiên cứu và ứng dụng | |
| 5. Tính mới của đề tài | |
| 6. Nội dung chính của đề tài | |
| CHƯƠNG 1: CƠ SỞ KHOA HỌC CỦA VIỆC ỨNG DỤNG LOGISTICS | |
| NHẪM TỐI ƯU HÓA QUÁ TRÌNH SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ TRÁI CÂY | 1 |
| 1.1 Những vấn đề lý luận cơ bản về Logistics | 1 |
| 1.1.1 Bàn về khái niệm logistics | 1 |
| 1.1.2 Phân loại logistics | 4 |
| 1.1.3 Mối quan hệ giữa logistics và Quản trị dây chuyền cung ứng | 7 |
| 1.1.4 Vai trò của logistics | 8 |
| 1.1.4.1 Đối với nền kinh tế | 8 |
| 1.1.4.2 Đối với các doanh nghiệp | 9 |
| 1.1.5 Xu hướng phát triển của logistics trên thế giới | 10 |
| 1.1.5.1 Xu hướng phát triển của logistics trong thời gian qua | 10 |
| 1.1.5.2 Các xu hướng mới nổi lên | 11 |
| 1.2 Một số bài học kinh nghiệm trong ứng dụng logistics vào quá trình sản xuất và tiêu thụ trái cây | 12 |
| 1.2.1 Bài học từ các nước trong khu vực về ứng dụng logistics vào phát triển cây ăn quả | 12 |
| 1.2.1.1 Bài học từ Thái Lan | 12 |

| | |
|---|-----------|
| 1.2.1.2 Bài học từ Đài Loan | 14 |
| 1.2.1.3 Bài học từ Malaysia và Philippines | 14 |
| 1.2.2 Bài học về ứng dụng logistics vào phát triển một số loại cây ăn quả ở Việt nam | 15 |
| 1.2.3 Bài học kinh nghiệm rút ra cho Bưởi Da Xanh ở Bến Tre | 15 |
| KẾT LUẬN CHƯƠNG 1 | 16 |
| CHƯƠNG 2: ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VIỆC SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ BƯỞI DA XANH Ở BẾN TRE | 17 |
| 2.1 Giới thiệu tổng quan về tỉnh Bến Tre | 17 |
| 2.1.1 Giới thiệu chung | 17 |
| 2.1.2 Điều kiện tự nhiên, kinh tế – xã hội | 18 |
| 2.2 Các vùng trồng Bưởi Da Xanh và năng lực sản xuất của tỉnh | 20 |
| 2.2.1 Sơ lược về Bưởi Da Xanh | 20 |
| 2.2.2 Các vùng trồng Bưởi Da Xanh hiện tại và qui hoạch đến năm 2010 | 21 |
| 2.2.3 Năng lực sản xuất hiện tại và tương lai đến năm 2010 | 23 |
| 2.3 Tình hình sản xuất và tiêu thụ thực tế | 24 |
| 2.3.1 Tình hình sản xuất thực tế | 24 |
| 2.3.1.1 Về qui mô | 25 |
| 2.3.1.2 Giống và kỹ thuật canh tác | 25 |
| 2.3.2 Tình hình tiêu thụ | 31 |
| 2.4 Phân tích mối quan hệ giữa sản lượng, giá cả và thị trường tiêu thụ | 36 |
| 2.4.1 Xu hướng giá biến động theo mùa vụ | 36 |
| 2.4.2 Phân tích xu hướng giá biến động qua các năm | 37 |
| 2.4.3 Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến giá bưởi trong những năm tới | 39 |
| 2.4.3.1 Các yếu tố ảnh hưởng đến lượng cung | 39 |
| 2.4.3.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến lượng cầu | 41 |
| 2.4.3.3 Đánh giá xu hướng biến động giá theo các nhân tố ảnh hưởng | 42 |
| 2.5 Phân tích SWOT – đánh giá chung thực trạng việc sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh ở Bến Tre | 42 |
| KẾT LUẬN CHƯƠNG 2 | 44 |

| | |
|--|-----------|
| CHƯƠNG 3: ỨNG DỤNG LOGISTICS NHẪM TỐI ƯU HOÁ QUÁ TRÌNH SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ BƯỞI DA XANH Ở BẾN TRE | 45 |
| 3.1 Mục tiêu, quan điểm và cơ sở đề xuất giải pháp | 45 |
| 3.1.1 Mục tiêu đề xuất các giải pháp | 45 |
| 3.1.2 Quan điểm đề xuất các giải pháp | 46 |
| 3.1.3 Cơ sở đề xuất các giải pháp | 46 |
| 3.1.3.1 Các cơ sở đề xuất giải pháp hoàn thiện về chất lượng trái | 46 |
| 3.1.3.2 Các cơ sở đề xuất các giải pháp về tiêu thụ | 47 |
| 3.2 Các giải pháp | 47 |
| <u>3.2.1 Giải pháp 1: Tối ưu hoá quá trình sản xuất nhằm tạo ra sản phẩm chất lượng cao và đồng bộ</u> | 47 |
| 3.2.1.1 Giới thiệu nội dung giải pháp | 47 |
| 3.2.1.2 Mục tiêu đề xuất giải pháp | 48 |
| 3.2.1.3 Các bước thực hiện | 48 |
| 3.2.1.4 Phân tích tính khả thi – hiệu quả dự kiến | 52 |
| 3.2.1.5 Những khó khăn khi thực hiện giải pháp | 54 |
| <u>3.2.2 Giải pháp 2: Tối ưu hoá dây chuyền phân phối sản phẩm từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng</u> | 54 |
| 3.2.2.1 Giới thiệu nội dung giải pháp | 54 |
| 3.2.2.2 Mục tiêu đề xuất giải pháp | 55 |
| 3.2.2.3 Các bước thực hiện | 55 |
| 3.2.2.4 Phân tích tính khả thi – hiệu quả dự kiến | 60 |
| 3.2.2.5 Những khó khăn khi thực hiện giải pháp | 62 |
| <u>3.2.3 Giải pháp 3: Thành lập Khu Nghiên Cứu và Chế Biến Bưởi Da Xanh tỉnh Bến Tre, xây dựng các nhà máy chế biến gắn với nguồn nguyên liệu và thực hiện chuyển giao công nghệ</u> | 63 |
| 3.2.3.1 Giới thiệu nội dung giải pháp | 33 |
| 3.2.3.2 Mục tiêu đề xuất giải pháp | 63 |
| 3.2.3.3 Các bước thực hiện | 64 |
| 3.2.3.4 Phân tích tính khả thi – hiệu quả dự kiến | 67 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2.3.5 Những khó khăn khi thực hiện giải pháp | 67 |
| <u>3.2.4 Giải pháp 4: Nghiên cứu các chiến lược phân phối nhằm mở rộng</u> <u>lượng cầu sản phẩm trong nước và ngoài nước</u> | 68 |
| 3.2.4.1 Giới thiệu nội dung giải pháp | 68 |
| 3.2.4.2 Mục tiêu đề xuất giải pháp | 69 |
| 3.2.4.3 Các bước thực hiện | 69 |
| 3.2.4.4 Phân tích tính khả thi – hiệu quả dự kiến | 72 |
| 3.2.4.5 Những khó khăn khi thực hiện giải pháp | 72 |
| 3.3 Một số kiến nghị | 73 |
| 3.3.1 Kiến nghị đối với tỉnh Bến Tre | 73 |
| 3.3.1.1 Nâng cao hiệu quả và tầm hoạt động của các hiệp hội | 73 |
| 3.3.1.2 Tăng cường hợp tác với các tổ chức nghiên cứu phát triển nông nghiệp – nông thôn | 74 |
| 3.3.1.3 Triển khai đồng bộ và kịp thời các giải pháp kỹ thuật đến tận các vùng trồng cây | 75 |
| 3.3.1.4 Đầu tư cơ sở hạ tầng ngày càng hoàn thiện | 75 |
| 3.3.2 Kiến nghị đối với Chính phủ | 75 |
| 3.3.2.1 Mối liên kết bốn nhà: cùng nâng cao vị thế Bưởi Da Xanh | 75 |
| 3.3.2.2 Tăng cường các biện pháp hạn chế trái cây nhập lậu qua biên giới | 76 |
| 3.3.2.3 Nghiên cứu việc chuyển đổi Thuế sử dụng đất nông nghiệp sang thuế thu nhập đối với người có thu nhập cao | 76 |
| KẾT LUẬN CHƯƠNG 3 | 77 |
| KẾT LUẬN | v |
| DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO | ix |

PHẦN PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1: CÁC BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT

PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH NHỮNG NGƯỜI ĐÃ PHỎNG VẤN:

PHỤ LỤC 3: KẾT QUẢ KHẢO SÁT

**PHỤ LỤC 4: CÁC NGUYÊN LÝ VÀ CÁC TIÊU CHUẨN CỦA EUREPGAP,
PHIÊN BẢN 2.0 THÁNG 01/2004 VỀ THỰC PHẨM AN TOÀN**

**PHỤ LỤC 5: MỘT SỐ ĐIỂM CHÍNH TRONG BẢN DỰ THẢO ASEANGAP
VÀ LỢI ÍCH ĐỐI VỚI CÁC NƯỚC THÀNH VIÊN**

**PHỤ LỤC 6: MỘT SỐ VỤ NGỘ ĐỘC THỰC PHẨM TRÊN THẾ GIỚI VÀ
NGUY CƠ NGỘ ĐỘC THỰC PHẨM Ở VIỆT NAM**

**PHỤ LỤC 7: CHUYỂN LỜI NHỮNG KIẾN NGHỊ CỦA NÔNG DÂN
TRỒNG BƯỞI**

DANH MỤC CÁC HÌNH, ĐỒ THỊ

| | trang |
|--|-------|
| Hình 1.1: Ảnh minh họa: LOGISTICS | 2 |
| Hình 1.2: Các bộ phận cơ bản của Logistics | 2 |
| Hình 1.3: Các hình thức phát triển của logistics từ 1PL đến 5PL | 5 |
| Hình 1.4: Một số cách phân loại Logistics | 5 |
| Hình 1.5: Mô hình một dây chuyền cung ứng sản phẩm | 8 |
| Hình 2.1: Vị trí và một vài thông tin cơ bản về Bến Tre | 17 |
| Hình 2.2: Bản đồ các vùng trồng bưởi | 18 |
| Hình 2.3: Tốc độ tăng diện tích trồng Bưởi Da Xanh | 23 |
| Hình 2.4: Qui mô sản xuất bưởi | 25 |
| Hình 2.5: Đồ thị nơi mua giống cây bưởi | 27 |
| Hình 2.6: Các nguyên nhân nông dân không trồng thêm Bưởi Da Xanh | 31 |
| Hình 2.7: Sơ đồ kênh tiêu thụ chính | 33 |
| Hình 2.8: Hình minh họa: thị trường xuất khẩu nông sản Việt Nam | 36 |
| Hình 2.9: Mức độ biến động giá trong năm | 37 |
| Hình 2.10: Mức độ biến động giá qua các năm | 38 |
| Hình 2.11: Mức chênh lệch giá ở thị trường tiêu thụ (TP.HCM) so với nhà vườn | 38 |
| Hình 2.12: Dự toán giá đến năm 2010 theo hàm xu thế | 39 |
| Hình 3.1: Dây chuyền cung ứng nông phẩm sạch áp dụng cho Bưởi Da Xanh | 47 |
| Hình 3.2: Phân loại bưởi trong quá trình sản xuất | 56 |
| Hình 3.3: Phân loại bưởi sau thu hoạch | 57 |
| Hình 3.4: Tổ chức công ty mẫu | 59 |
| Hình 3.5: Kênh phân phối qua trung tâm | 62 |
| Hình 3.6: Các kênh tiêu thụ bưởi | 71 |

DANH MỤC CÁC BẢNG

| | trang |
|--|-----------|
| Bảng 2.1: Phân bố diện tích trồng Bưởi Da Xanh | 21 |
| Bảng 2.2: Hướng qui hoạch các vùng trồng Bưởi Da Xanh đến năm 2010 | 22 |
| Bảng 2.3: Tốc độ tăng diện tích và sản lượng bưởi qua các năm | 24 |
| Bảng 2.4: Tình trạng cây bưởi | 26 |
| Bảng 2.5: Chỉ tiêu nhà nông lựa chọn trồng Bưởi Da Xanh | 27 |
| Bảng 2.6: Tỷ lệ cây giống an toàn theo đánh giá của nhà nông | 28 |
| Bảng 2.7: Khảo sát về học cách chăm sóc cây bưởi và mức độ triển khai tập huấn kỹ thuật của các tổ chức khuyến nông | 30 |
| Bảng 2.8: Khách hàng mua bưởi của nông dân | 31 |
| Bảng 2.9: Tiêu thụ trái bưởi nhỏ, không đạt chất lượng | 32 |
| Bảng 2.10: Sự chênh lệch giá: người tiêu dùng / nhà sản xuất | 32 |
| Bảng 2.11: Đánh giá thứ tự quan trọng để tiêu thụ trái bưởi nhanh hơn | 34 |
| Bảng 2.12: Thứ tự ưu tiên cần cải tiến trái bưởi để tiêu thụ hơn | 35 |
| | |
| Bảng 3.1: Các khoản mục làm tăng giá thành trong quá trình phân phối | 61 |
| Bảng 3.2: Dự kiến giá bán tham khảo tại một số thị trường (năm 2006) | 61 |

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

| | |
|-------------------|--|
| <i>IPL</i> | First Party Logistics: Logistics bên thứ nhất |
| 2PL | Second Party Logistics: Logistics bên thứ hai |
| 3PL | Third Party Logistics: Logistics bên thứ ba |
| 4PL | Fourth Party Logistics: Logistics bên thứ tư |
| 5PL | Fifth Party Logistics: Logistics bên thứ năm |
| AFTA | The ASEAN Free Trade Area: Khu vực tự do thương mại ASEAN |
| ASEAN | Association of South East Asian Nations: Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á |
| ASEANGAP | ASEAN Good Agricultural Practices |
| BDX | Bưởi Da Xanh |
| EDI | Electronic Data Interchange: chuyển giao dữ liệu điện tử |
| ESCAP | Economic and Social Commission for Asia Pacific |
| EU | European Union: Liên minh Châu Âu |
| EUREPGAP | Tiêu chuẩn quốc tế về an toàn thực phẩm của Liên minh Châu Âu |
| FAO | Food and Agriculture Organization |
| GAP | Good Agriculture Practices |
| GDP | Gross Domestic Product |
| ICARD | The International Conference on Acid Rock Drainage |
| ODA | Nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức |
| NTD | Người tiêu dùng |
| SCM | Supply Chain Management: Quản trị dây chuyền cung ứng |

| | |
|---------|---|
| SOFRI | Souther Fruit Research Institude: Viện Nghiên cứu Cây Ăn quả Miền Nam (Long Định - Tiền Giang) |
| SWOT | Ma trận phân tích các Điểm mạnh, Điểm yếu, Cơ hội và Nguy cơ |
| THAIGAP | Tiêu chuẩn quốc tế về an toàn thực phẩm của Thái Lan |
| TP.HCM | Thành phố Hồ Chí Minh |
| TT | Thứ tự (trong các bảng dữ liệu) |
| USGAP | Tiêu chuẩn quốc tế về an toàn thực phẩm của Hoa Kỳ |
| VN | Việt Nam |
| VOLKA | Wolkamriana: tên khoa học một loại cây cam (thuộc họ cây có múi) |
| WHO | The WORLD HEALTH ORGANIZATION: Tổ chức Y tế Thế giới |
| WTO | World Trade Organisation: Tổ chức Thương mại Thế giới |

LỜI MỞ ĐẦU

1. Ý nghĩa của đề tài

Bưởi Da Xanh, một loại trái cây có giá trị kinh tế và y học hiện đang được khuyến khích tăng cường sản xuất ở Bến Tre. Trong ba năm trở lại đây, giá bán đã có dấu hiệu sụt giảm mạnh mặc dù số lượng tăng lên chưa nhiều. Theo thông tin ghi nhận được, từ hai đến bốn năm nữa, lượng bưởi cung cấp cho thị trường sẽ tăng lên gấp nhiều lần, vì thế giá sẽ giảm mạnh theo qui luật cung cầu trên thị trường nội địa, do hiện nay Bưởi Da Xanh chưa xuất khẩu được. Trong khi đó, nhiều quốc gia trong khu vực như Thái Lan, Malaysia, Đài Loan, ... đã mạnh dạng ứng dụng logistics vào nông nghiệp, tạo ra nông sản chất lượng cao và an toàn. Trong điều kiện hội nhập quốc tế, họ đẩy mạnh xuất khẩu làm trái cây chúng ta chẳng những không cạnh tranh nổi mà ngày càng khó tiêu thụ ngay cả trên thị trường nội địa. Mặc dù quan tâm tới đầu ra, nhưng để tiêu thụ được trái bưởi chúng ta không thể chỉ quan tâm tới yếu tố thị trường mà còn rất nhiều yếu tố tác động khác như giống cây trồng, điều kiện chăm sóc, điều kiện tự nhiên, ... để trái bưởi được ngon và đồng nhất, sạch và an toàn cho người sử dụng. Ngoài ra, công nghệ sản xuất cũng phải bảo đảm an toàn cho người lao động và bảo vệ môi trường. Làm được điều đó thì Bưởi Da Xanh mới có cơ sở đứng vững và ổn định trên thị trường trong và ngoài nước. Với mong muốn ứng dụng logistics giúp nông dân Bến Tre sản xuất và tiêu thụ có hiệu quả Bưởi Da Xanh, góp phần làm giàu cho tỉnh nhà, tác giả đã chọn đề tài: “Ứng dụng lý thuyết logistics nhằm tối ưu hóa quá trình sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh Bến Tre” để làm luận văn tốt nghiệp cao học.

2. Mục tiêu

Trong đề tài này, tác giả hệ thống lại những vấn đề lý thuyết cơ bản nhất về Logistics và những kinh nghiệm ứng dụng logistics trong sản xuất nông nghiệp

của Việt Nam và một số nước trong khu vực. Nghiên cứu thực trạng việc sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh ở Bến Tre, qua phân tích định lượng tác giả đề xuất những giải pháp và một số kiến nghị nhằm ba mục tiêu lớn:

- Sản xuất nông phẩm sạch và an toàn cho người sử dụng, an toàn cho người lao động và bảo vệ môi trường, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về chất lượng của thị trường trong nước và quốc tế, từ đó mở rộng thị trường, ngăn ngừa rủi ro về giá do qui luật cung cầu trong sự giới hạn của thị trường tiêu thụ hiện hữu.

- Việc tiêu thụ hết lượng bưởi sản xuất với giá tương đối ổn định quanh năm, không tạo ra sự khủng hoảng theo chu kỳ như một số loại trái cây đã từng xảy ra trước đây, nông dân có thể yên tâm đầu tư lớn vào sản xuất và phúc lợi cuộc sống từng bước được nâng cao.

- Góp phần đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế nông nghiệp và phát triển nông thôn, phát triển các ngành sản xuất – dịch vụ khác có liên quan và ổn định xã hội của tỉnh Bến Tre.

3. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: trong luận văn tác giả tập trung nghiên cứu các vấn đề lý thuyết cơ bản về Logistics, các vấn đề thực tế của việc trồng và tiêu thụ Bưởi Da Xanh từ người cung cấp giống, nhà vườn, thương lái, người bán, người tiêu dùng, Nhà nước và một số đối tượng khác có liên quan.

Phương pháp nghiên cứu: để thực hiện đề tài này, ngoài việc thu thập những thông tin thứ cấp về qui hoạch, giá cả và lượng bưởi trong quá khứ và ước lượng được lượng sản xuất trong khoảng 5 năm tới, người viết có tổ chức nhiều đợt khảo sát thực tế trong thời gian 2 tháng (tháng 5 và tháng 6 năm 2006) nhằm thu thập dữ liệu sơ cấp, bằng cách phỏng vấn trực tiếp dựa theo các bảng câu hỏi và gửi các bảng câu hỏi lấy thông tin từ các đối tượng như:

- Người trồng bưởi: tác giả trực tiếp khảo sát 135 hộ nông dân phân chia đều ở hầu hết các xã, huyện của tỉnh Bến Tre (trừ ba huyện ven biển).

- Thương lái, vừa bán buôn: tác giả trực tiếp phỏng vấn 25 thương lái và người bán buôn, trong đó ở Bến Tre 21 người và Chợ Đầu Mối Nông Sản Mỹ Tho 4 người.
- Người bán lẻ: 26 người, trong đó hầu hết ở 2 địa phương là TP.Hồ Chí Minh và Bến Tre, tác giả trực tiếp lấy thông tin.
- Người tiêu dùng: tác giả gửi đi 250 bảng câu hỏi khảo sát, thu về 212 bảng và sử dụng được 153 bảng, đối tượng khảo sát ở nhiều tỉnh (chủ yếu ở Miền Nam Việt Nam).
- Phỏng vấn và học hỏi kinh nghiệm từ 18 chuyên gia ở tất cả các khâu: cây giống, sản xuất, tiêu thụ, ứng dụng GAP vào sản xuất chuyên canh và xen canh, ...

Qua các số liệu thống kê thu thập được, tác giả sử dụng phương pháp phân tích, tổng hợp dữ liệu theo nhiều hướng ứng với những mục tiêu nghiên cứu cụ thể, so sánh với qui trình và lý thuyết ứng dụng logistics nhằm đánh giá xác thực hiện trạng ở từng khâu và cả qui trình sản xuất - tiêu thụ bưởi hiện nay, tức mổ xẻ các vấn đề theo chiều ngang và chiều dọc của quá trình sản xuất - tiêu thụ và tích hợp toàn bộ chuỗi cung ứng sản phẩm. Qua phân tích SWOT và các bài học kinh nghiệm rút ra từ những quốc gia khác cũng như một số loại trái cây ở Việt Nam, người viết đề xuất những giải pháp và những kiến nghị nhằm các mục tiêu lớn nêu trên.

4. Giới hạn phạm vi nghiên cứu và ứng dụng

Do điều kiện tài chính và khả năng hạn chế, đề tài này chỉ nghiên cứu ở tỉnh Bến Tre, nhưng Bưởi Da Xanh còn được trồng rải rác ở Tiền Giang, Vĩnh Long, Đồng Tháp, ... thị trường tiềm năng của Bưởi Da Xanh hiện nay khá rộng: cả nước Việt Nam, khu vực Đông Nam Á, EU, Mỹ, Trung Đông, Nhật Bản, ... mà người viết chưa có điều kiện nghiên cứu, chưa thu thập được thông tin sơ cấp về thị hiếu, yêu cầu, đánh giá của người tiêu dùng ở những thị trường đó. Về thời

gian, tác giả chỉ nghiên cứu từ năm 2001 trở lại đây do trước đó lượng bưởi không đáng kể và cũng không có những thông tin đáng tin cậy.

Đề tài này được nghiên cứu riêng cho mặt hàng Bưởi Da Xanh, vì thế nó sẽ không hoàn toàn phù hợp nếu áp dụng cho những loại trái cây có múi khác như các loại bưởi khác, cam, quýt, chanh, ... mặc dù vẫn có nhiều vấn đề trùng khớp. Về thời gian, các số liệu định lượng phân tích trong đề tài đáng tin cậy đến khoảng năm 2010 và tối đa đến năm 2012, quá thời gian trên tác giả chưa có những thông tin tương đối chính xác về qui hoạch, giống cây, ứng dụng khoa học công nghệ, tăng năng suất, ... và đề tài này bắt buộc phải được tiếp tục nghiên cứu cho thời gian đó.

5. Tính mới của đề tài

Tác giả đã tìm được một vài tài liệu nghiên cứu về Logistics một cách hệ thống, khá nhiều tài liệu nghiên cứu cách trồng và chăm sóc cây ăn trái cũng như các loại bưởi, một số đề tài nghiên cứu về nông sản cho Đồng bằng Sông Cửu Long. Nhưng chưa có đề tài nào nghiên cứu về ứng dụng logistics trong nông nghiệp ở Việt Nam, đặc biệt chưa có đề tài nào nghiên cứu về ứng dụng logistics vào quá trình sản xuất và tiêu thụ trái bưởi nhằm đẩy mạnh đầu ra ở thị trường trong nước hay ngoài nước. Đề tài này đặc biệt nghiên cứu riêng cho Bưởi Da Xanh, một loại trái bưởi mà chất lượng rất khác nhau bởi những điều kiện ảnh hưởng, chất lượng không đồng nhất và không an toàn cho người dùng, ảnh hưởng xấu đến tiêu thụ, nhất là cung ứng cho xuất khẩu trong điều kiện hội nhập quốc tế hiện nay. Đây là đề tài đầu tiên nghiên cứu toàn bộ quá trình sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh theo hướng ứng dụng lý thuyết logistics nhằm đẩy mạnh đầu ra cho loại trái cây này.

6. Nội dung chính của đề tài

Phần chính của đề tài gồm có ba chương:

- **Chương 1: Cơ sở khoa học của việc ứng dụng logistics nhằm tối ưu hóa quá trình sản xuất và tiêu thụ trái cây.**

- **Chương 2: Đánh giá thực trạng việc sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh ở Bến Tre.**

- **Chương 3: Ứng dụng lý thuyết logistics nhằm tối ưu hóa quá trình sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh Bến Tre.**

Ngoài ra, đề tài còn có Lời mở đầu, Kết luận, Danh mục tài liệu tham khảo và nhiều phụ lục, bảng biểu, đồ thị, hình minh họa để nội dung đề tài được đầy đủ và phong phú.

Mặc dù tác giả rất nỗ lực cố gắng, đã tu chỉnh nhiều lần nhưng đề tài này chắc chắn không tránh khỏi những thiếu sót. Rất mong nhận được ý kiến đóng góp của Thầy Cô, các chuyên gia và các độc giả nhằm đưa đề tài vào ứng dụng thực tế.

Tác giả xin trân trọng biết ơn!

TRẦN VĂN KHANG

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ KHOA HỌC CỦA VIỆC ỨNG DỤNG LOGISTICS NHẪM TỐI ƯU HÓA QUÁ TRÌNH SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ TRÁI CÂY

1.1 Những vấn đề lý luận cơ bản về Logistics

1.1.1 Bàn về khái niệm Logistics

Một điều rất thú vị là thuật ngữ “Logistics” chẳng có liên quan gì với từ “Logic” hay “Logistic” trong toán học. Trong các từ điển, từ “Logistics” có nghĩa là: tổ chức lo việc cung ứng dịch vụ cho mọi cuộc hành quân hỗn hợp, ngành hậu cần (trong quân sự). Mặc dù Logistics là một thuật ngữ khá mới mẻ ở Việt Nam nhưng thực ra nó đã có khá lâu trên thế giới.

Theo tạp chí Logisticworld, 1997 thì: Logistics là một môn khoa học của việc hoạch định, tổ chức, quản lí và thực hiện các hoạt động cung ứng hàng hoá và dịch vụ.

Theo Council of Logistics Management thì: Logistics là sự quản lí, kiểm soát các nguồn lực ở trạng thái động và tĩnh, là một bộ phận của chuỗi cung ứng, bao gồm quá trình hoạch định, quản lí, thực hiện và kiểm soát hiệu quả và tiết kiệm nhất về chi phí và thời gian các dòng chảy xuôi chiều cũng như ngược chiều, từ điểm tiền sản xuất đến điểm tiêu thụ cuối cùng với mục tiêu đáp ứng nhu cầu khách hàng, qui trình này bao hàm cả các hoạt động đầu vào, đầu ra, bên trong cũng như bên ngoài của tổ chức.

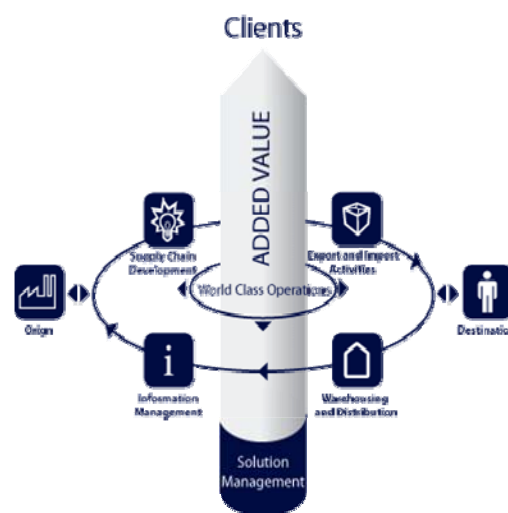
Theo quan điểm của PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân thì: “ Logistics là quá trình tối ưu hoá về vị trí và thời điểm vận chuyển và dự trữ nguồn tài nguyên từ điểm đầu tiên của dây chuyền cung ứng cho đến tay người tiêu dùng cuối cùng, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế” (*Quản trị Logistics – NXB Thống kê 2006*).

Dưới góc độ quản trị chuỗi cung ứng, thì: Logistics là quá trình tối ưu hoá về vị trí, lưu trữ và chu chuyển các tài nguyên / yếu tố đầu vào từ điểm xuất phát đầu tiên là nhà cung cấp, qua nhà sản xuất, người bán buôn, bán lẻ, đến tay người tiêu dùng cuối cùng thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế (*Logistics and Supply Chain Management – 1999 – Ma Shuo*)

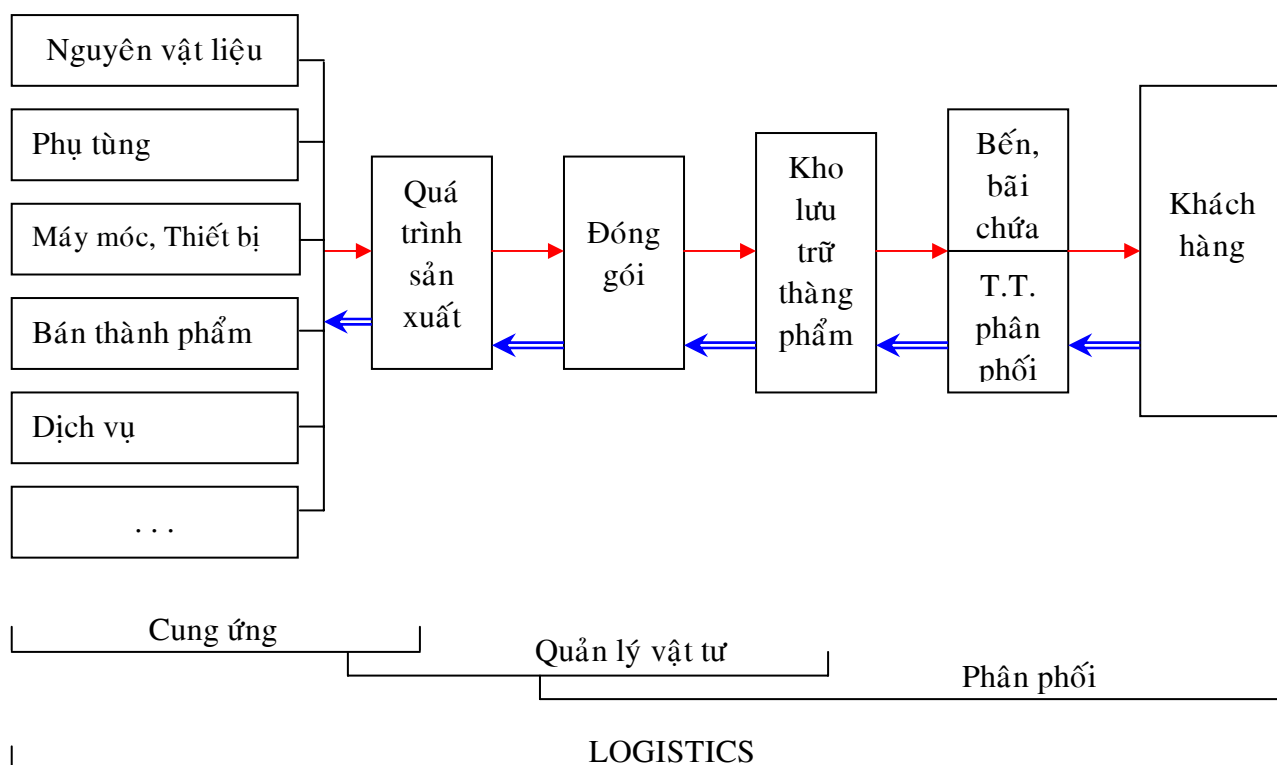
Theo khái niệm này, Logistics bao trùm cả hai cấp độ hoạch định và tổ chức:

- Cấp độ thứ 1: tối ưu hoá vị trí: là lấy nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm, dịch vụ, . . . ở đâu? khi nào? và vận chuyển đi đâu?
- Cấp độ thứ 2: tối ưu hoá vận chuyển và lưu trữ: làm thế nào để đưa được nguồn tài nguyên / các yếu tố đầu vào từ điểm đầu đến điểm cuối dây chuyền cung ứng.

Hiện nay, có nhiều khái niệm Logistics chúng ta có thể tiếp cận dưới những góc độ nghiên cứu khác nhau nhưng chưa có một định nghĩa thống nhất cũng như không có thuật ngữ bằng tiếng Việt tương đương. Theo tác giả: *Logistics là quá trình tối ưu hoá toàn bộ dây chuyền cung ứng, từ điểm đầu tiên của quá trình sản xuất cho đến người tiêu dùng cuối cùng, nhằm thỏa mãn nhu cầu khách hàng với tổng chi phí thấp nhất. Hay có thể nói cách khác: logistics là quá trình tối ưu hoá về vị trí, thời gian, lưu trữ và vận chuyển các tài nguyên từ điểm đầu của dây chuyền cung ứng đến tay người tiêu dùng nhằm thỏa mãn nhu cầu khách hàng.*



Hình 1.1: Ảnh minh họa: LOGISTICS
Nguồn: Tác giả: Robert Mottley



Hình 1.2: Các bộ phận cơ bản của Logistics
Nguồn: Logistics những vấn đề cơ bản - XB 2003 - PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân

→ Dòng chu chuyển vận tải
← Dòng thông tin lưu thông

Tuy nhiên, chúng ta cũng có thể rút ra một số điểm chung của các khái niệm như sau:

- Logistics là quá trình quản lý luồng vận động của vật chất và thông tin nhằm đạt đến sự tối ưu.
- Nói đến logistics là đề cập đến toàn bộ quá trình cung ứng từ điểm đầu tiên nhất đến điểm cuối cùng.
- Logistics là xét trên toàn bộ hệ thống chứ không chỉ tối ưu hoá ở từng khâu, tức có mối liên hệ chặt chẽ, liên tục ở tất cả các khâu.

* Sơ lược sự phát triển logistics:

Theo ESCAP (Economic and Social Commission for Asia and Pacific) Logistics được quan tâm vào những năm 1960 và phát triển đến nay trải qua ba giai đoạn:

Giai đoạn 1: Phân phối vật chất

Vào những năm 1960, do cạnh tranh càng gay gắt bởi mở rộng sản xuất, lượng hàng hoá làm ra ngày càng nhiều mà thị trường tiêu thụ giới hạn, các doanh nghiệp bắt đầu quan tâm đến chi phí, mà giai đoạn đầu tiên là các chi phí phân phối hàng hoá như: vận tải, bảo quản, tồn kho, đóng gói, phân loại, . . . dần dần người ta lập ra một hệ thống các hoạt động phân phối sản phẩm để tổng chi phí là thấp nhất.

Giai đoạn 2: Hệ thống logistics

Đến những năm 1980, người ta nghiên cứu hợp lí hoá cả đầu vào lẫn đầu ra của quá trình sản xuất (tức cung ứng vật tư và phân phối sản phẩm) nhằm tiết kiệm chi phí, tăng hiệu quả kinh tế, gọi là hệ thống logistics.

Giai đoạn 3: Quản trị dây chuyền cung ứng

Ngày nay, các doanh nghiệp bắt đầu quản lí, kiểm soát toàn bộ chuỗi các hoạt động từ người cung cấp → nhà sản xuất → đến khách hàng tiêu dùng sản phẩm và những thông tin (theo chiều ngược lại) với mục tiêu ngày càng hoàn thiện qui trình đó. Trong qui trình đó bao gồm tất cả những đối tượng có liên quan như: nhà cung cấp, công ty vận tải, kho bãi, giao nhận và người cung cấp công nghệ thông tin.

* Đặc điểm:

Để hiểu rõ hơn về logistics, chúng ta nghiên cứu thêm một số đặc điểm của nó:

- *Là một quá trình:* logistics không phải là một hoạt động đơn lẻ mà là một *quá trình*, là một chuỗi các hoạt động liên tục có liên quan mật thiết với nhau, tác động lẫn nhau được thực hiện một cách có hệ thống, có hoạch định, kiểm soát và hoàn thiện, logistics bao gồm mọi yếu tố tạo nên sản phẩm từ đầu vào cho đến người tiêu thụ cuối cùng, tức gồm cả trong sản xuất và ngoài sản xuất.

- *Là một chuỗi cung ứng:* logistics là một hệ thống vô cùng phức tạp kết hợp nhiều công đoạn với thời gian và chi phí hợp lí nhất.

- Logistics bao gồm cả dòng chảy đầu vào, đầu ra, xuôi chiều và ngược chiều.

Vì vậy, muốn áp dụng logistics cho một loại sản phẩm nào đó, như Bưởi Da Xanh chẳng hạn, thì phải nghiên cứu toàn bộ quá trình từ sản xuất, thu hoạch, thu mua, bảo quản, vận chuyển, ... đến tiêu thụ sản phẩm.

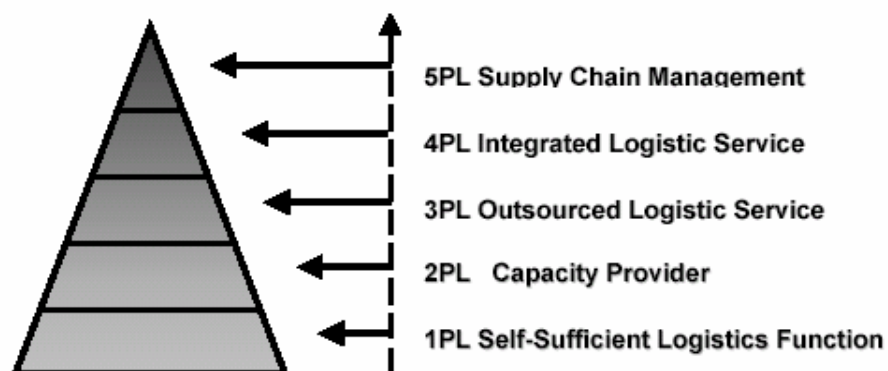
1.1.2 Phân loại logistics

Trên thế giới, logistics đến nay đã phát triển qua 5 hình thức:

- Logistics bên thứ nhất (1PL - First Party logistics): hình thức đầu tiên này là chủ sở hữu tự mình tổ chức, thực hiện các hoạt động logistics nhằm đáp ứng nhu cầu của bản thân. Hình thức này thường mang tính chuyên nghiệp thấp do không có đủ các phương tiện hỗ trợ, đặc biệt là công nghệ thông tin.
- Logistics bên thứ hai (2PL - Second Party logistics): là người cung cấp một công đoạn, một dịch vụ đơn lẻ như: vận tải, kho chứa hàng hoặc thu gom hàng, . . . nhưng chưa tích hợp các hoạt động logistics.
- Logistics bên thứ ba (3PL - Third Party logistics): là người cung cấp dịch vụ tương đối hoàn chỉnh, thay khách hàng quản lí và thực hiện các hoạt động logistics đến từng bộ phận chức năng, có sự kết hợp thống nhất ở các khâu.
- Logistics bên thứ tư (4PL - Fouth Party logistics): là người tích hợp logistics, chịu trách nhiệm quản lý, vận hành toàn bộ hoạt động logistics nhằm một mục tiêu định trước của khách hàng.
- Logistics bên thứ năm(5PL - Fifth Party logistics): có hai quan niệm về hình thức 5PL như sau:
 - * 5PL là sự phát triển cao nhất của hoạt động logistics cho đến thời điểm hiện nay (*at the top of the pyramid – xem hình 1.3*), nhà cung cấp các dịch vụ logistics là các chuyên gia hàng đầu trong việc ứng dụng các công nghệ khoa học tiên tiến nhất, không những xử lí hệ thống thông tin linh hoạt mà họ còn phát ra các thông tin giúp khách hàng một cách hoàn hảo nhất về quản lí nguồn cung ứng lẫn nhu cầu sản phẩm (đầu vào lẫn đầu ra), nâng

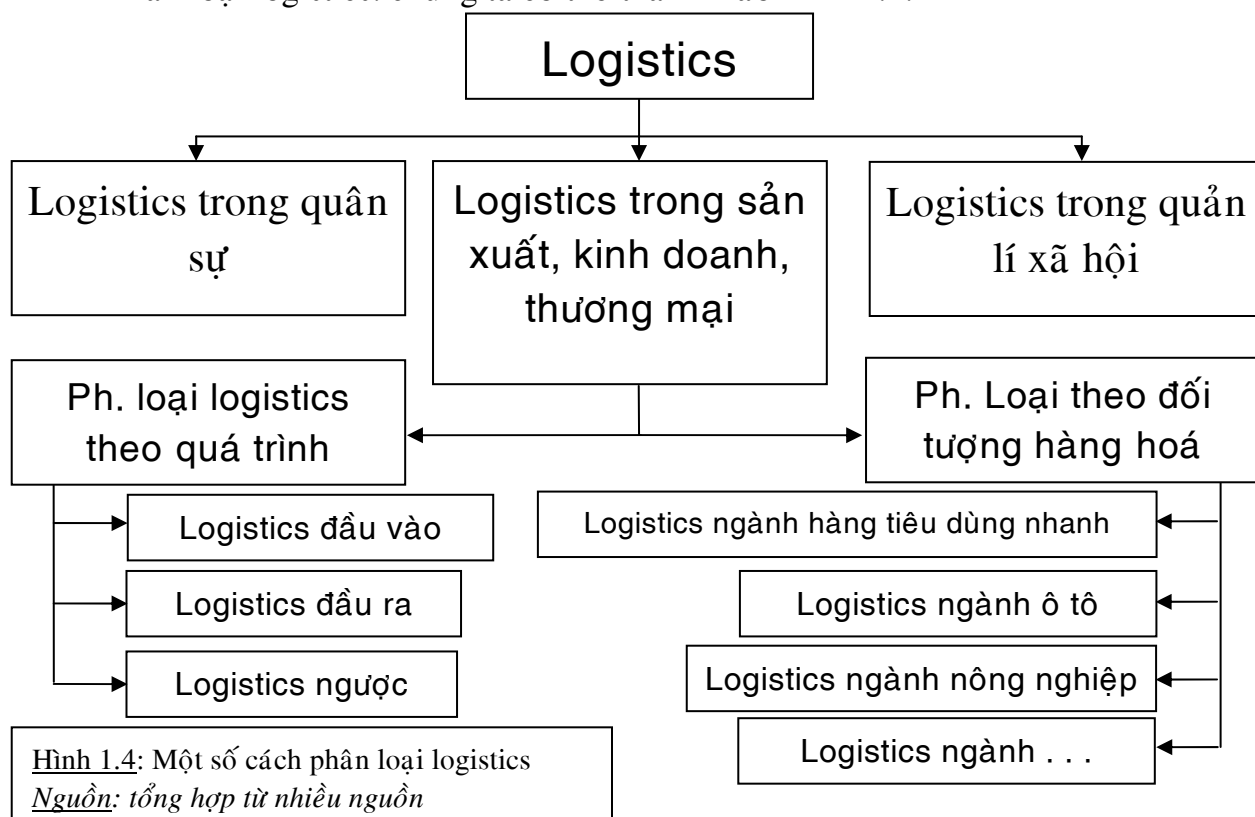
tâm quản lý logistics lên một tiêu chuẩn mới, họ có thể thiết kế và vận hành toàn bộ dây chuyền cung ứng sản phẩm (*xem hình 1.5*). Thậm chí một công ty không cần có bất cứ một thiết bị nào, chỉ cần có ý tưởng và hành động, mọi công việc được nhà cung cấp dịch vụ 5PL thực hiện (*An Approach towards overall supply chain efficiency – Hai Lu & Yirong Su*).

- * 5PL là những tổ chức chuyên thiết kế hệ thống thông tin logistics và tổ chức một hệ thống logistics chuyên nghiệp bao gồm cả việc tìm kiếm, lựa chọn, tích hợp nhiều bên (multy-party) cùng thực hiện trong một dây chuyền cung ứng sản phẩm trong hoạt động thương mại điện tử (*The Impact of E-commerce on Logistics – Jacques COLIN – 2001*).



Hình 1.3: Các hình thức phát triển của logistics từ 1PL đến 5PL
Nguồn: An Approach towards overall supply chain efficiency – Hai Lu & Yirong Su.

Phân loại logistics: chúng ta có thể tham khảo Hình 1.4:



Logistics là một khái niệm rất rộng, được chia 3 nhóm lớn:

- Logistics trong quân sự
- Logistics trong sản xuất, kinh doanh, thương mại
- Logistics trong quản lí, xã hội

Chúng ta quan tâm đến nhóm 2 và có thể phân loại theo một vài cách như sau:

- Cách 1: theo quá trình, chia 3 loại:
 - * Logistics đầu vào: là các hoạt động bảo đảm cung ứng tài nguyên đầu vào (vốn, nguyên liệu, thông tin, nhân lực, ...) tối ưu hoá về vị trí, thời gian và chi phí cho quá trình sản xuất.
 - * Logistics đầu ra: thỏa mãn nhu cầu khách hàng với chi phí thấp nhất (tức thu nhập doanh nghiệp tối ưu), bảo đảm cung ứng hàng hoá đến người tiêu dùng tối ưu về vị trí, thời gian và chi phí.

* Logistics ngược (reverse logistics): là thu hồi các sản phẩm kém chất lượng, phụ phẩm, các chất thải, ... nhằm tái chế hoặc xử lý một cách tối ưu.

- Cách 2: chia theo ngành, có nhiều loại:

* Logistics ngành hàng tiêu dùng nhanh: là quá trình logistics cho hàng tiêu dùng có thời gian sử dụng ngắn như: quần áo, giày dép, thực phẩm, ...

* Logistics ngành hàng ô tô: là quá trình logistics phục vụ cho ngành công nghiệp ô tô: như xây dựng nhà máy sản xuất các bộ phận ở đâu, mua từng chi tiết phụ tùng ở đâu, vận chuyển và lưu trữ như thế nào, xây dựng nhà máy lắp ráp ở đâu, khi nào tập hợp các chi tiết, ...

* Logistics ngành hóa chất: các hoạt động logistics phục vụ ngành hoá chất

* Logistics ngành điện tử: các hoạt động logistics phục vụ ngành điện tử

* Logistics ngành nông nghiệp: cây công nghiệp, cây ăn quả, chăn nuôi, ...

* Logistics ngành dược phẩm

* Logistics ngành bệnh viện

* Logistics dịch vụ bán lẻ

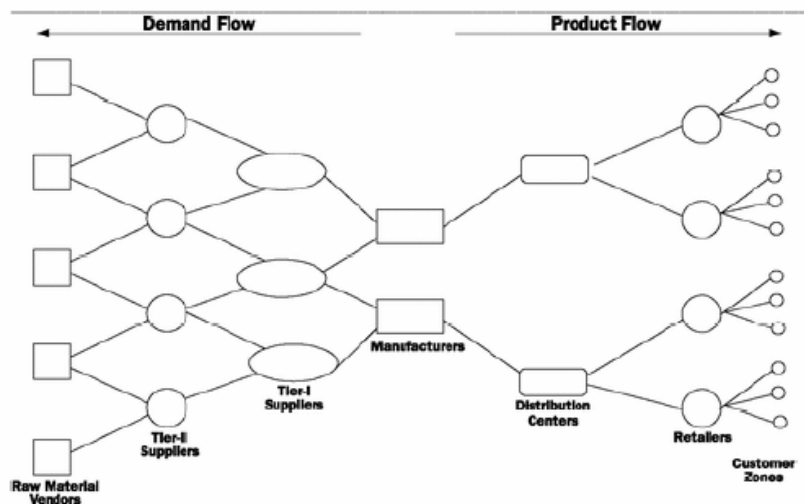
*

1.1.3 Mối quan hệ giữa logistics và quản trị dây chuyền cung ứng

Quản trị dây chuyền cung ứng (SCM) là gì? Thuật ngữ Supply Chain Management (SCM) vẫn còn khá mới mẻ đối với phần lớn các công ty, mặc dù nó đang trở thành “mốt thời thượng” trong các hoạt động kinh doanh hiện đại. “SCM là sự phối hợp nhiều thủ pháp nghệ thuật và khoa học nhằm cải thiện cách thức các công ty tìm kiếm những nguồn nguyên liệu thô cấu thành sản phẩm /dịch vụ, sau đó sản xuất ra sản phẩm / dịch vụ và phân phối tới các khách hàng” (*Tìm hiểu về Supply Chain Management – Phần 2*). Điều quan trọng đối với bất kỳ giải pháp SCM nào, dù sản xuất hàng hóa hay dịch vụ, chính là việc làm thế nào để hiểu được sức mạnh của các nguồn tài nguyên và mối tương quan giữa chúng trong toàn bộ dây chuyền cung ứng sản xuất. Về cơ bản SCM sẽ cung ứng giải pháp cho toàn bộ các hoạt động đầu vào của doanh nghiệp, từ việc đặt mua hàng của nhà cung cấp, cho đến các giải pháp tồn kho an toàn của công ty.

Có nhiều quan niệm khác nhau nhưng đa số ý kiến cho rằng: Quản trị dây chuyền cung ứng là logistics bên ngoài doanh nghiệp, bao gồm cả khách hàng và các nhà cung cấp, do đó nó là một khái niệm rộng hơn logistics. Quản trị dây chuyền cung ứng phản ánh quá trình sản xuất, phân phối và tiêu thụ sản phẩm như là một chuỗi liên kết, liên tục và có liên quan chặt chẽ với nhau từ nhà cung cấp đầu tiên, qua quá trình sản xuất, . . . đến khách hàng. Một số ý kiến khác cho rằng: Logistics (5PL) và Quản trị dây chuyền cung ứng là hai khái niệm rất gần nhau (hình 1.3) được xem xét dưới những góc độ khác nhau, Quản trị dây chuyền cung ứng là phần thực thể còn logistics là linh hồn, cái này có thể bao trùm cái kia và ngược lại cái kia cũng có thể rộng hơn cái này.

Khái niệm logistics có trước, trong khi khái niệm Quản trị dây chuyền cung ứng xuất hiện vào đầu những năm 1980. Quản trị dây chuyền cung ứng là một khái niệm mới phản ánh quá trình sản xuất, phân phối và tiêu thụ sản phẩm như một quá trình liên kết, tích hợp, phụ thuộc và ảnh hưởng lẫn nhau từ nhà cung cấp, công ty đến khách hàng. Có ý kiến cho rằng khái niệm Quản trị dây chuyền cung ứng sẽ phát triển theo hướng trở thành Quản trị dây chuyền nhu cầu (Demand Chain Management) để nhấn mạnh dây chuyền sẽ do yếu tố cầu thị trường quyết định.



Hình 1.5: Mô hình một dây chuyền cung ứng sản phẩm

Nguồn: *An Approach towards overall supply chain efficiency – Hai Lu & Yirong Su*

Trước đây, người ta lầm tưởng rằng có thể giảm chi phí của mình bằng cách tận dụng những lợi ích đạt được từ phía đối tác, ví dụ như nhà sản xuất muốn giảm tồn kho vật tư, sản phẩm của mình sẽ yêu cầu nhà cung cấp chuyển giao vật tư theo tiến độ sản xuất hoặc yêu cầu người bán hàng tồn trữ sản phẩm mà không tính chi phí, nhưng thật ra chi phí tồn kho vật tư sẽ được cộng vào giá bán vật tư và chi phí tồn trữ hàng hoá sẽ làm tăng giá bán ra của sản phẩm. Với cách tiếp cận theo khái niệm Quản trị dây chuyền cung ứng, những đối tượng có liên quan trong một dây chuyền cung ứng một sản phẩm nào đó cùng nhau chia sẻ thông tin về nhu cầu thị trường, hợp tác nhằm tối ưu hoá chi phí trên toàn bộ dây chuyền cung ứng sản phẩm.

1.1.4 Vai trò của logistics

Qua các khái niệm logistics, chúng ta thấy rằng vấn đề thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng luôn luôn được các doanh nghiệp quan tâm hàng đầu nhưng mức độ thỏa mãn bị giới hạn bởi chi phí. Logistics càng phát triển thì mối quan hệ nghịch chiều đó ngày càng được giải quyết thỏa đáng. Sau đây chúng ta xét vai trò của logistics với hai đối tượng cụ thể:

1.1.4.1 Đối với nền kinh tế:

Logistics giúp nâng cao hiệu quả kinh tế - xã hội, nâng cao lợi thế cạnh tranh của quốc gia trên trường quốc tế. Hợp lý hoá chi phí và tăng các giá trị gia tăng cho khách hàng có ý nghĩa nâng cao khả năng tiếp cận của các nguồn lực trong nước với thị trường quốc tế và thu hút các nguồn lực quốc tế vào trong nước, qua đó tăng thu nhập của nền kinh tế. Ví như: chi phí xuất khẩu hàng nông sản Thái Lan đến thị trường Trung Quốc là 42% so với giá thành sau khi thu hoạch (bao gồm hao hụt 15%), trong khi đó nông sản ở Đồng bằng Sông Cửu Long (Việt Nam) đến Trung Quốc có giá tăng gần gấp đôi so với giá thành, trong đó hao hụt chiếm trên 30%, điều đó lý giải vì sao trái cây Việt Nam phải nhường “sân” Trung Quốc cho trái cây Thái Lan (*nguồn: longdinh.com - Trái cây Việt Nam đứng trước thách thức khi hội nhập WTO*).

Logistics giúp thu hút đầu tư nước ngoài: trình độ và chi phí logistics của quốc gia là một trong những cơ sở quan trọng trong việc lựa chọn đầu tư của các nhà đầu tư quốc tế. Các công ty sẽ ưu tiên chọn những địa điểm có dịch vụ logistics phát triển, hệ thống vận tải, phân phối nhanh chóng, thuận lợi và chi phí thấp, thuận lợi trong việc thiết lập hệ thống thu gom, vận chuyển, dự trữ và phân phối sản phẩm một cách tối ưu.

Dịch vụ logistics là một ngành có tỷ suất lợi nhuận cao, đóng góp vào ngân sách Nhà nước và tạo sức hút phát triển các ngành kinh tế khác: logistics là một ngành kinh tế riêng, có giá trị gia tăng, đóng góp vào thu nhập quốc dân và góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Dịch vụ logistics phát triển thúc đẩy sự đa dạng và kết hợp giữa các loại hình vận tải dẫn đến giảm chi phí do tính kinh tế theo qui mô. Từ đó, hệ thống giao thông vận tải và ứng dụng các tiến bộ về kỹ thuật trong công nghệ thông tin cũng phát triển, tạo sức hút phát triển kinh tế cho tất cả các ngành có liên quan và là một trong những điều kiện bảo đảm sự tăng trưởng ổn định của một quốc gia.

1.1.4.2 Đối với các doanh nghiệp:

Trong nền kinh tế thị trường, doanh nghiệp phải tự tìm kiếm nguồn cung cấp nguyên liệu, vật tư, công nghệ, kênh phân phối và thị trường, tức doanh nghiệp phải tự tổ chức thu mua, vận chuyển, dự trữ thiết bị và vật tư cho quá trình sản xuất (logistics đầu vào), tổ chức tồn kho, phân phối và tiêu thụ sản phẩm (logistics đầu ra) cũng như tái sử dụng, xử lý các phế phẩm, chất thải tạo ra từ quá trình sản xuất (logistics ngược). Logistics giúp doanh nghiệp tối ưu hóa hiệu quả của toàn bộ quá trình thay vì tối ưu hoá cục bộ mà không tính đến hiệu quả chung:

- Logistics giúp doanh nghiệp giảm chi phí sản xuất, chi phí lưu thông và chi phí cơ hội do sự tối ưu hoá về thời gian, vị trí các nguồn tài nguyên và sản phẩm thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế như tìm kiếm và duy trì nguồn cung cấp vật tư có chất lượng với giá thành thấp, cân nhắc việc tổ

chức vận chuyển hay thuê ngoài, tồn kho (vật tư, sản phẩm) tối ưu, ... nhằm tiết kiệm chi phí nhất, từ đó tăng cung cấp dịch vụ khách hàng, tăng vòng quay vốn, Vì thế, quản trị logistics tốt là cơ hội để nâng cao lợi thế cạnh tranh về chi phí của các công ty trên thị trường.

- Tăng giá trị gia tăng và cung cấp dịch vụ khách hàng: logistics tăng tính chuyên nghiệp trong cung cấp hàng hoá, dịch vụ từ sự ứng dụng các công nghệ thông tin làm gia tăng sự hài lòng của khách hàng, tăng các dịch vụ cộng thêm và cam kết của doanh nghiệp. Do đó, logistics là một công cụ nhằm đạt tới sự tăng trưởng ổn định và bền vững của doanh nghiệp.
- Tăng khả năng thâm nhập thị trường mới: quản lí thông tin tốt trong logistics đem lại khả năng phản ứng nhanh nhạy với nhu cầu của thị trường, từ đó điều chỉnh hợp lí từng giai đoạn của toàn bộ quá trình sản xuất và kịp thời chiếm giữ thị trường.

1.1.5 Xu hướng phát triển của logistics trên thế giới

1.1.5.1 Xu hướng phát triển của logistics trong thời gian qua:

Phát triển mạnh ứng dụng logistics vào quản lý xã hội cũng như tất cả các ngành kinh tế, sản xuất và tiêu thụ các loại sản phẩm: ô tô, dầu khí, điện tử, thủ công mỹ nghệ và sản xuất nông nghiệp, ...

Gia tăng tập trung vào các giá trị cốt lõi: các công ty ngày càng tin tưởng rằng để cải thiện năng lực cạnh tranh của họ thì cần phải tập trung toàn bộ năng lực vào những mảng mà họ làm tốt nhất và chỉ thực hiện những hoạt động giúp họ gia tăng giá trị cốt lõi của mình. Một số công ty đang dần nhận ra rằng hoạt động logistics không phải là thế mạnh trong kinh doanh của mình và họ gia tăng chuyển sang nhà cung cấp dịch vụ logistics chuyên nghiệp để đạt được hiệu quả và khả năng tối đa, điều mà họ sẽ không làm được nếu tự thực hiện.

Xu thế toàn cầu hoá: trong quá trình tìm kiếm những giá trị lớn hơn, các công ty luôn tìm kiếm thị trường mới và nguồn nguyên liệu mới rẻ hơn trên toàn thế giới, họ phải nhờ đến nhiều công ty logistics. Để đáp ứng được nhu cầu khách

hàng một cách tối ưu, các công ty logistics tìm mọi cách mở rộng hoạt động của mình trên toàn cầu, sáp nhập hoặc hợp tác nhằm cung cấp dịch vụ khách hàng một cách toàn diện.

Chuyển hướng từ phương pháp Đẩy (Push) sang phương pháp Kéo (Pull): tức chuyển từ hướng sản xuất, tồn kho và “đẩy” ra thị trường để đáp ứng nhu cầu sang sản xuất theo các đơn đặt hàng để đáp ứng ngay nhu cầu thực tế, khi đó sẽ giảm tối thiểu tồn kho và rút ngắn chu trình sản xuất.

Ứng dụng thành tựu mới về công nghệ thông tin vào quản lý, mở rộng thương mại điện tử: Sự tham gia của công nghệ thông tin trong ngành logistics đã thúc đẩy việc quản lý có hiệu quả các hoạt động logistics. Hầu hết các công ty logistics lớn đều sử dụng các phần mềm như hệ thống quản lý kho và hệ thống quản lý vận tải,.... Ứng dụng Intranet và EDI (chuyển giao dữ liệu điện tử) đã cho phép các công ty 3PL cung cấp các dịch vụ giá trị lớn hơn cho khách hàng, dịch vụ cung cấp công cụ tìm kiếm (track and trace) đã xác lập giá trị cho khách hàng trong việc lên kế hoạch hoạt động của họ tốt hơn và giảm vốn lưu động do ảnh hưởng bởi tồn kho và các hoạt động vận chuyển.

1.1.5.2 Các xu hướng mới nổi lên:

Khách hàng ngày càng đòi hỏi hàng hoá và dịch vụ tốt hơn, đồng thời cũng mở ra những yêu cầu về sự chính xác, đúng hạn, tiện lợi, thích ứng nhanh, chất lượng và giá thành ngày càng thấp. Hơn nữa thị trường tài chính đang tìm kiếm nhiều lợi nhuận lớn hơn và bảo đảm hơn trong những khoản đầu tư của họ. Những yếu tố cơ bản này đã tác động đến sự thay đổi của ngành logistics:

- Sự phụ thuộc vào giá trị cốt lõi và việc tập trung vào khách hàng đòi hỏi các công ty phải làm việc với nhiều đối tác hơn để hoàn tất đơn hàng, dẫn đến việc ra đời hệ thống đối tác kinh doanh (trading partner ecosystem).
- Sự mong đợi ngày càng cao của thị trường tài chính về vòng quay vốn ngắn hơn và lợi nhuận nhiều hơn kéo theo nhu cầu về sự tích hợp chuỗi cung ứng và chuỗi tài chính, sự nổi lên của nhà cung cấp dịch vụ logistics bên thứ 4 phi

tài sản (asset-less 4PLs) và sự chấp nhận một cơ cấu giá trị cho việc ra quyết định tầm công ty.

- Thương mại điện tử được phát minh và sử dụng quá rộng rãi trong thời gian gần đây do sự tiện lợi, tiết kiệm của nó dẫn đến sự ra đời của logistics bên thứ 5 (5PL).
- Chi phí gia tăng đáng kể của việc không đáp ứng mong đợi về hiệu quả hoạt động (dự báo thị trường sai hay giao hàng chậm trễ) đã dẫn đến việc áp dụng kỹ thuật quản lý rủi ro cho việc lập kế hoạch chuỗi cung ứng, giám sát thời gian nhằm kiểm soát và can thiệp kịp thời các phát sinh bất thường.
- Áp lực cải thiện lợi nhuận kéo theo việc áp dụng các chiến lược quản lý doanh thu và chương trình định giá động cũng như phát triển nhiều dịch vụ mới: logistics ngược (reverse logistics), quản lý chuỗi dịch vụ và thiết kế cho logistics.

1.2 Một số bài học kinh nghiệm trong ứng dụng logistics vào quá trình sản xuất và tiêu thụ trái cây

Hoạt động logistics ở nước ta phát triển bắt đầu từ lĩnh vực vận tải, giao nhận hàng hoá nên vẫn còn nhiều người lầm tưởng rằng logistics là dịch vụ giao nhận, xuất - nhập khẩu hàng hoá, nhưng thực tế không phải như vậy, thực tế đang chứng minh logistics ngày càng được ứng dụng rộng rãi hơn trong quản lý xã hội và tất cả các ngành kinh tế. Ở đâu có tối ưu hoá, ở đó có logistics. Sau đây, chúng ta nghiên cứu một số kinh nghiệm ứng dụng logistics trong sản xuất và tiêu thụ nông sản:

1.2.1 Bài học từ các nước trong khu vực về ứng dụng logistics vào phát triển cây ăn quả

Trong đề tài này, tác giả chỉ nghiên cứu việc ứng dụng logistics của một số nước có điều kiện tương tự như nước ta là Thái Lan, Đài Loan, Malaysia và Phillipines:

1.2.1.1 Bài học từ Thái Lan:

Bắt đầu từ khâu *giống*: cách đây không đầy 30 năm, tình hình kinh tế nông nghiệp của nước ta và Thái Lan không có sự chênh lệch đáng kể về chất lượng trái cây nhiệt đới và tính hiệu quả kinh tế nông nghiệp. Nhưng Thái Lan đã ứng dụng logistics bằng cách “làm đúng ngay từ đầu” tức là bắt đầu áp dụng logistics từ khâu giống cây trồng, họ lập những trang trại, vườn ươm cây giống theo những tiêu chuẩn kỹ thuật, lai tạo giống và thử nghiệm, bên ngoài họ kiểm soát nghiêm ngặt các nguồn cung cấp giống, giống cây của họ khi trồng có nguồn gốc rất rõ ràng (nơi cung cấp) và có bảo đảm về chất lượng (*). Vì thế, nông dân rất yên tâm đầu tư trồng chuyên canh, đầu tư lớn vào nông nghiệp. Hơn nữa, giống cây theo tiêu chuẩn sẽ tạo ra trái cây có chất lượng thuần nhất nhằm tăng khả năng tiếp cận thị trường xuất khẩu, đặc biệt là các thị trường khó tính như Châu Âu, Mỹ, Nhật, ...

Đặc biệt Thái Lan đã áp dụng công nghiệp hoá nông nghiệp, thực hiện THAIGAP (*) và nhắm đến thị trường nội địa trước. Với diện tích trồng cây ăn trái nhỏ hơn nhiều so với Việt Nam (Thái Lan: 260.000 ha, Việt Nam: 750.000 ha – *nguồn: Đặng Vỹ - Vietnamnet 24/4/2006*) nhưng Thái Lan đã đưa việc sản xuất cây ăn quả thành một ngành công nghiệp thực sự. Tuy nhiên, Thái Lan xuất khẩu không quá 10% trái cây, tức chủ yếu tiêu thụ trên thị trường nội địa.

Để có thể hiểu thấu đáo những kinh nghiệm của Thái Lan trong ứng dụng logistics để phát triển sản xuất trái cây, trước hết cần tìm hiểu một số khái niệm:

+ “Công nghiệp hóa nông nghiệp”: áp dụng cùng một qui trình sản xuất tạo ra trái cây chất lượng đồng nhất, trái cây giống hệt nhau về chất lượng, mẫu mã, ... và người mua không cần phải kiểm tra, lựa chọn, có thể sử dụng những phương thức mua bán nhanh và ít chi phí hơn. “Một lô hàng công nghiệp, mọi cây bút đều phải giống hệt nhau. Trái cây Việt Nam chừng nào ra hàng loạt, kích thước, trọng lượng, hương vị, chất lượng giống nhau, là công nghiệp hóa” (*TS. Trần Du Lịch – Viện Kinh tế TP.HCM*).

+ “Trái cây chất lượng”: trái cây chất lượng được hiểu là trái cây không chỉ đạt tiêu chuẩn về chất lượng trái (ngon, đẹp) mà còn phải là “trái cây sạch” và đồng nhất. Trái cây sạch nghĩa là trong trái không tích tụ dư lượng các chất độc như kim loại nặng, gốc lân, clo, thủy ngân, ..., tức cả giống cây và quá trình chăm sóc phải được kiểm soát theo một qui trình chặt chẽ.

+ “GAP”: “GAP (Good Agriculture Practices) là một chuỗi hoạt động của hệ thống sản xuất nông phẩm chất lượng cao có sự quản lý chặt chẽ suốt quá trình sản xuất đến tiêu thụ” (*Sản xuất nông phẩm GAP - lý thuyết và thực hiện - Tạp Chí: Thị Trường Cây Ăn Quả - số 77&78 – SOFRI*). Vai trò của nhà vườn hết sức quan trọng vì chính họ tạo ra sản phẩm sạch. Mỗi nước hoặc một số nước (hiệp hội, khối các nước) có thể xây dựng tiêu chuẩn GAP cho riêng mình theo tiêu chuẩn quốc tế và các thành viên khác có thể thực hiện vì những lợi ích của mình, hiện nay có USGAP (Mỹ), EUREPGAP (Liên minh Châu Âu), ASEANGAP (Hiệp hội các nước Đông Nam Á), THAIGAP (Thái Lan), ...

(Xem Phụ Lục 4: Các nguyên lý và các tiêu chuẩn của EUREPGAP, phiên bản 2.0 tháng 01/2004 về thực phẩm an toàn)

(Xem Phụ lục 5 – Một số điểm chính trong Bản dự thảo ASEANGAP và lợi ích đối với các nước thành viên)

Khâu xử lý sau thu hoạch và bảo quản: mục tiêu sản xuất trái cây là để ăn tươi nên Thái Lan đã rất chú trọng khâu này, họ đã ứng dụng logistics nhằm tối ưu hóa kỹ thuật thu hoạch, xử lý sau thu hoạch, bảo quản và vận chuyển ứng với từng loại nông sản nhằm kéo dài thời gian tươi của trái cây và không bị mất phẩm chất. Vì thế trái cây Thái Lan chỉ hao hụt từ 15% đến 17% khi đến tay người tiêu dùng, quýt Thái Lan sau khi thu hoạch đến 30 ngày lá vẫn còn tươi và vỏ vẫn giòn cứng giống như mới vừa hái, hao hụt thấp dẫn đến giá thành thấp, vì thế trái cây Việt Nam “thua trên sân nhà” là điều khó tránh khỏi.

1.2.1.2 Bài học từ Đài Loan:

Đài Loan có điều kiện sản xuất gần giống như Đồng bằng Sông Cửu Long hiện nay, mỗi hộ nông dân có từ 0.5 ha đến 1 ha đất, vườn tạp chiếm đa số, trên một mảnh đất nhỏ trồng nhiều loại cây nên chất lượng “không nơi nào giống nơi nào”, việc thu mua, chế biến rất khó khăn, ... nông dân khó bán được “hàng” và nhà máy thì khó mua nguyên liệu. Đài Loan đã ứng dụng logistics bằng chính sách “gom” lại thành những hợp tác xã (tự nguyện), các hợp tác xã được vay vốn dài hạn, cung ứng vật tư (dụng cụ, phân, thuốc, ...), cây giống sạch bệnh, có chuyên viên hướng dẫn kỹ thuật, hợp tác xã đảm nhiệm luôn cả việc tiêu thụ sản phẩm. Qua đó, họ có đủ điều kiện để chuyển đổi vườn tạp hoặc các vườn cây già cỗi thành các vườn cây ăn trái chuyên canh, đồng thời các doanh nghiệp và công ty rau quả có điều kiện hợp đồng tiêu thụ rau quả ổn định, tránh được “được mùa rớt giá”.

1.2.1.3 Bài học từ Malaysia và Philippines:

Trong khi đó, Malaysia và Philippines thì ứng dụng logistics vào từng khâu của quá trình sản xuất – tiêu thụ: hai nước này có chiến lược khá giống nhau: bắt đầu bằng việc qui hoạch vùng trồng cây gắn liền với giải quyết đầu ra bằng cách xây dựng những nhà máy chế biến, công nghiệp hoá quá trình trồng và thu hoạch trái cây, lập các khu thu mua tại vùng trái cây cùng với việc tiêu thụ nhanh trái cây tươi bằng cách giảm những trung gian tiêu thụ trong nước, những nhà phân phối lập những trạm thu mua tại vùng trái cây và vận chuyển đến nơi tiêu thụ, tức họ vừa là thương lái vừa là người bán buôn. Họ đẩy mạnh dịch vụ logistics nhằm giảm chi phí trong quá trình tiêu thụ, làm tăng giá mua của nông dân và giảm giá bán tại thị trường tiêu thụ. Mặt khác, chế biến và tiêu thụ dưới dạng không phải ăn tươi cũng làm giảm mức chênh lệch về nguồn cung ứng theo mùa và giá trái cây được giữ ổn định tương đối quanh năm.

1.2.2 Bài học về ứng dụng logistics vào phát triển một số loại cây ăn quả ở Việt Nam

Bài học thành công từ Bưởi Năm Roi: nhân tố chính tạo nên sự thành công cho Bưởi Năm Roi là “thương hiệu”, đặc biệt là thành công ở thị trường nước ngoài như EU, Mỹ, Nhật Bản và các nước Trung Đông. Tuy nhiên, việc xây dựng thương hiệu cần phải có một quá trình mà quan trọng nhất là giữ được thương hiệu bằng việc tiêu chuẩn hoá trái bưởi. Bưởi Nam Roi đã không ứng dụng được logistics trong sản xuất, chỉ chú trọng dịch vụ logistics nhằm giải quyết đầu ra, chính chất lượng không đồng nhất làm cho Bưởi Năm Roi khó giữ được thương hiệu cả thị trường trong và ngoài nước.

Bài học thất bại từ sự sản xuất không theo qui hoạch, không gắn với thị trường tiêu thụ: những năm 1980, không những ở Bến Tre mà một số tỉnh lân cận đã đầu tư trồng rất nhiều cây công nghiệp như: ca cao, hồ tiêu, điều lấy hạt (điều lộn hạt), . . . khi có trái thì thị trường xuất khẩu không còn, thị trường trong nước không tiêu thụ ca cao, tiêu và điều tiêu thụ không đáng kể và người dân phải đốn bỏ cây để trồng lại cây ăn trái như chôm chôm, nhãn, xoài, sa-pô, . . . và vài năm sau khi cây có thu hoạch lại gặp những đợt khủng hoảng thừa tương tự, trái cây thương phẩm không tiêu thụ được, ... và cứ đầu tư như thế thì sẽ tạo ra những chu kỳ trồng rồi chặt bỏ là khó tránh khỏi.



1.2.3 Bài học kinh nghiệm rút ra cho Bưởi Da Xanh ở Bến Tre

- Ứng dụng lý thuyết logistics vào nông nghiệp nhằm tối ưu hóa quá trình sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh, thực hiện sản xuất theo qui trình GAP nhằm bảo vệ an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng, an toàn cho người lao động và bảo vệ môi trường. Đây cũng là tiêu chuẩn để xuất khẩu trái bưởi và là điều kiện cần trong cuộc cạnh tranh khi tham gia hội nhập quốc tế.
- Chính phủ chỉ nên hỗ trợ gián tiếp ở các khâu qui hoạch chi tiết, khuyến cáo những vùng trồng Bưởi Da Xanh thích hợp và xây dựng cơ sở hạ tầng: hệ

thống thủy lợi, giao thông và thông tin liên lạc, thông tin khoa học, đầu tư cho nghiên cứu các giải pháp về kỹ thuật, phòng ngừa sâu bệnh.

- Bảo vệ những thương hiệu Bưởi Da Xanh đã có sẵn và có chiến lược phát triển thành những thương hiệu mạnh.
- Tổ chức thành các hợp tác xã hoặc một hình thức tương tự nhằm công nghiệp hoá nông nghiệp, từ đó liên kết các khâu: sản xuất - thu mua - bảo quản - chế biến và tiêu thụ, tránh được rủi ro về giá do sự bất ổn của thị trường.
- Nhắm đến thị trường nội địa trước và sau đó mới đến xuất khẩu: Theo TS. Nguyễn Minh Châu (SOFRI) mục tiêu của GAP Sông Tiền là hình thành những vùng chuyên canh, không phải chỉ nhắm đến thị trường nước ngoài, mà chủ yếu tìm chỗ đứng vững ở thị trường trong nước, làm sao không để trái cây ngoại chiếm lĩnh.
- Bảo hiểm rủi ro trong nông nghiệp: do đặc tính của sản xuất nông nghiệp phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên, các thiên tai như lũ lụt, hạn hán, nước mặn,... vì thế, cần có bảo hiểm nhằm bù đắp tổn thất cho những hộ sản xuất gặp rủi ro.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Logistics là quá trình tối ưu hoá về vị trí, thời gian, lưu trữ và vận chuyển các tài nguyên từ điểm đầu của dây chuyền cung ứng đến tay người tiêu dùng nhằm thỏa mãn nhu cầu khách hàng. Thực chất logistics được ứng dụng đầu tiên trong lĩnh vực quân sự, sau những năm 1960 đến nay logistics được ứng dụng rộng rãi và mang lại hiệu quả rất rõ trong tất cả các ngành kinh tế và quản lý xã hội. Nó giúp các doanh nghiệp, nhà quản lý đạt được mục tiêu với chi phí thấp nhất, tức nâng cao hiệu quả công việc của họ.

Đối với từng doanh nghiệp, từng vùng hay mỗi quốc gia, nơi nào có chi phí logistics thấp nhất sẽ có lợi thế hơn so với những đơn vị khác, quốc gia khác. Với mục tiêu ứng dụng logistics nhằm sản xuất trái bưởi chất lượng và an toàn, tăng giá trị gia tăng của sản phẩm, tối thiểu hoá chi phí vận chuyển - tiêu thụ, tăng khả năng tiêu thụ Bưởi Da Xanh ở tỉnh Bến Tre, nhưng muốn ứng dụng được logistics thì trước hết phải hiểu rõ, phân tích, đánh giá đúng hiện trạng qui trình sản xuất và tiêu thụ, những lợi thế và hạn chế của đối tượng nghiên cứu. Vấn đề đó được tác giả khảo sát thực tế, phân tích định lượng và đánh giá chi tiết ở từng khâu và toàn bộ quá trình sản xuất - tiêu thụ trong chương sau.

CHƯƠNG 2: ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VIỆC SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ BƯỞI DA XANH Ở BẾN TRE

2.1 Giới thiệu tổng quan về tỉnh Bến Tre

2.1.1 Giới thiệu chung

| | |
|-------------------|-------------------------|
| Diện tích | : 2.315 km ² |
| Dân số | : 1.400.000 người |
| Đơn vị hành chính | : 1 thị xã & 7 huyện |
| Dân tộc | : Việt |



Khí hậu nhiệt đới gió mùa, mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 10, các tháng còn lại là mùa khô. Nhiệt độ trung bình năm từ 26 -

27 mm.

Hình 2.1: Vị trí và một vài thông tin cơ bản về Bến Tre

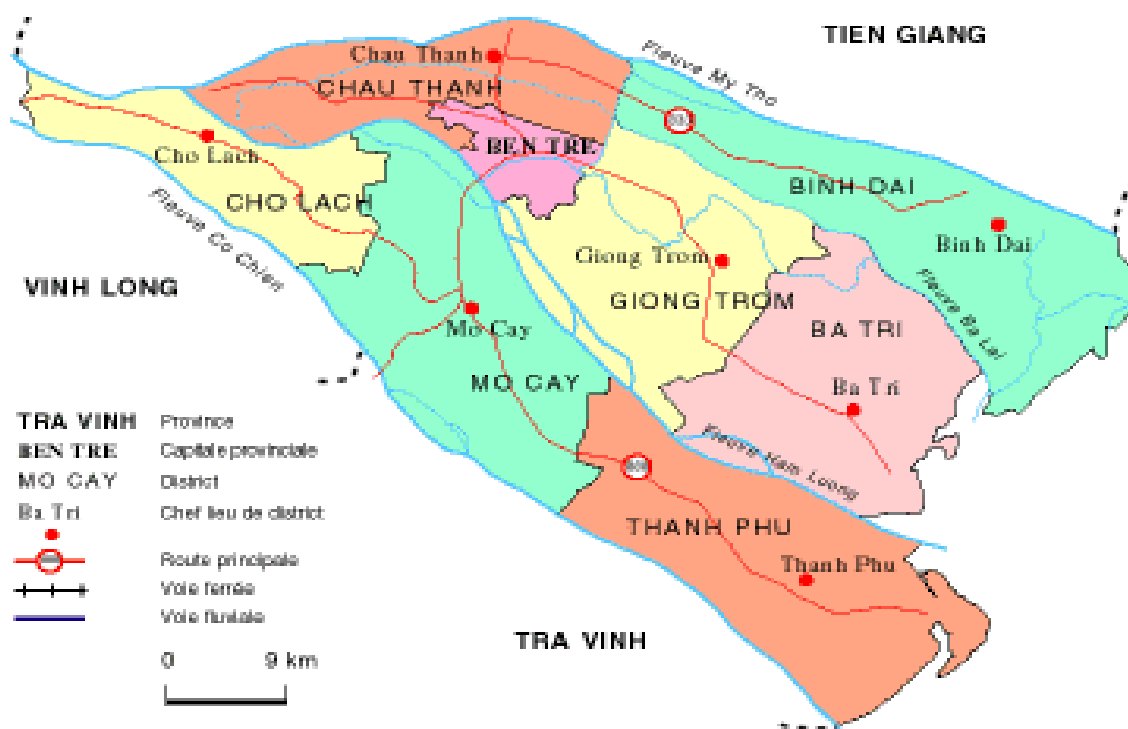


Nguồn: website: www.bentre.gov.vn

Bến Tre là một tỉnh đồng bằng cuối nguồn sông Cửu Long, tiếp giáp với Biển Đông với bờ biển dài 63 km. Phía Bắc giáp Tiền Giang, phía Tây và Tây Nam giáp Vĩnh Long, phía Nam giáp Trà Vinh. Thị xã Bến Tre cách thành phố Hồ Chí Minh 85 km về phía Tây, Bến Tre tên trước đây là tỉnh Kiến Hòa. Bốn nhánh sông lớn của sông Tiền thuộc hệ thống sông Mê Kông là sông Mỹ Tho, sông Ba Lai, sông Hàm Luông và sông Cổ Chiên mang phù sa bồi tụ qua nhiều thế kỷ và đã chia địa hình Bến Tre thành ba dải cù lao lớn: cù lao Bảo, cù lao Minh và cù lao An Hoà. Nhìn từ trên không, tỉnh Bến Tre có hình rẽ quạt mà đầu nhọn nằm ở thượng nguồn (sông Mỹ Thuận), các nhánh sông lớn giống như những nan quạt xoè rộng ra phía Đông. Diện tích tự nhiên của Bến Tre là 2.315,01 km², khí hậu nhiệt đới gió mùa, dân số hầu hết là dân tộc Kinh. Địa hình tương đối bằng phẳng, rải rác có những cồn cát xen kẽ với ruộng vườn, không có

rừng cây lớn, bốn bề sông nước bao bọc. Bên trong, hệ thống sông rạch chằng chịt nối liền các sông lớn, thuận lợi cho giao thông đường thủy và là nguồn tài nguyên nước dồi dào cho sản xuất nông nghiệp.

Bến Tre có một Thị xã và bảy huyện là: Châu Thành, Chợ Lách, Mỏ Cày, Giồng Trôm, Bình Đại, Ba Tri và Thạnh Phú. Bến Tre có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch xanh, bởi ở đây còn giữ được nét nguyên sơ của miệt vườn, môi trường sinh thái trong lành với màu xanh của vườn cây trái tốt bạt ngàn, Bến Tre còn là một vựa khá lớn của đồng bằng Sông Cửu Long với nhiều sản vật và hoa quả (khoảng 30.000 ha): bưởi, sầu riêng, măng cầu, vú sữa, măng cụt, chôm chôm, . . . và nhiều loại thủy sản. Đặc biệt, Bến Tre là xứ sở của Bưởi Da Xanh (gần 2.000 ha) và rất nhiều loại dừa (khoảng 40.000 ha), nổi tiếng với đặc sản Kẹo Dừa Bến Tre, Bánh Tráng Mỹ Lồng, Bánh Phồng Sơn Đốc. Làng nghề Cái Mơn hàng năm cung ứng cho thị trường hàng triệu giống cây ăn quả và cây cảnh nổi tiếng khắp nơi.



| | |
|--|---|
| <p>Hình 2.2: Bản đồ các vùng có thể trồng bưởi: ba huyện giáp biển không trồng được bưởi do điều kiện tự nhiên không phù hợp là: Bình Đại, Ba Tri và Thạnh Phú</p> | <p>Nguồn: Website: www.bentre.gov.vn</p> |
|--|---|

2.1.2 Điều kiện tự nhiên, kinh tế – xã hội:

Điều kiện tự nhiên:

- Thổ nhưỡng: đất gồm ba nhóm chính: nhóm đất phù sa, đất phèn nhẹ và đất cát pha.
- Khí hậu: nhiệt đới gió mùa chịu ảnh hưởng của biển, nhiệt độ trung bình 27.3°C, chênh lệch không lớn giữa ngày và đêm và giữa các mùa trong năm, lạnh nhất khoảng 23.1 °C và nóng nhất khoảng 34 °C.
- Độ ẩm: trung bình 79.2%, cao nhất vào tháng 8 – 9 khoảng 83% và thấp nhất vào tháng 2 – 3 khoảng 74%.
- Lượng mưa: trung bình 1.520mm, mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 11 chiếm 85% lượng mưa cả năm.
- Gió: gió Tây Nam trong mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 11 và gió Đông Bắc trong mùa khô từ tháng 12 đến tháng 4 năm sau và nước mặn xâm thực sâu vào đất liền từ tháng 3 đến tháng 4 (tháng 2 – tháng 3 âm lịch), độ mặn cao nhất tại Thị xã (trên sông Hàm Luông) khoảng 0.6‰ ảnh hưởng đến nguồn nước cung cấp cho nông nghiệp và sinh hoạt.

Hiện trạng kinh tế – xã hội:

- Đến cuối năm 2005, dân số khoảng 1.4 triệu người, 48.7% trong độ tuổi lao động. Theo thống kê năm 2004, lao động trong nông nghiệp chiếm 53%, công nghiệp: 29%, thương mại - dịch vụ và các ngành khác: 18%. Số hộ nghèo chiếm 16.4% tổng số hộ gia đình, số mù chữ chiếm 0.6% dân số.
- Theo thống kê năm 2004, GDP đạt 9.086 tỷ đồng, tốc độ tăng trung bình từ năm 2000 đến năm 2004 đạt 7.5 – 8%/năm, GDP bình quân đầu người đạt: 6.490.000 đồng / người / năm. Cơ cấu GDP của tỉnh là: công nghiệp 31.3%, nông nghiệp: 36.36%, thương mại - dịch vụ và các ngành khác: 32.34%.

Hiện trạng cơ sở hạ tầng:

- Giao thông: Các đường giao thông chính đang được trải nhựa và bắt đầu bê tông nối liền đến các xã, các vùng xa thị xã và thị trấn vẫn còn nhiều lộ đá

đỏ, đất bùn và cầu khí, giao thông đường bộ còn gặp nhiều khó khăn trong mùa mưa, giao thông bằng đường thủy chiếm vị trí đặc biệt quan trọng.

- Điện khí hoá: mạng lưới điện quốc gia chỉ đủ phục vụ cho thắp sáng và sinh hoạt cho các hộ gia đình, chưa sử dụng rộng rãi trong sản xuất trừ chỉ có trạm bơm Phú Khương phục vụ tưới cho phường 1 và 2 của thị xã, còn lại hơn 96% sử dụng tưới thủ công, bằng động cơ điện nhỏ (moteur ¼ HP - 1 HP) và động cơ xăng, dầu.

Cùng với công cuộc đổi mới và các chính sách đầu tư phát triển, Bến Tre đã cụ thể hoá và ban hành một số chính sách ưu đãi, thu hút đầu tư, huy động mọi nguồn lực để tăng tốc phát triển kinh tế trên địa bàn tỉnh. Ngày 30-4-2002, Cống Đập Ba Lai đã chính thức chặn bớt một cửa của hệ thống sông Cửu Long nhằm ngăn mặn rửa phèn và tưới nước ngọt cho gần 20.000 ha đất thuộc huyện Giồng Trôm, Bình Đại và Ba Tri. Cũng ngày này, Bến Tre đã khởi công xây dựng Cầu Rạch Miễu dài hơn 3 km vượt sông Tiền, điều này có ý nghĩa quan trọng mở ra tương lai phát triển kinh tế của vùng đất này, đưa Bến Tre thoát khỏi thế “ốc đảo”, nhanh chóng hội nhập với các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, tạo đà phát triển các mặt kinh tế, văn hoá, xã hội và bảo đảm an ninh quốc phòng cho toàn vùng.

2.2 Các vùng trồng Bưởi Da Xanh và năng lực sản xuất của tỉnh

2.2.1 Sơ lược về Bưởi Da Xanh

Bưởi da Xanh là một loại trái cây có múi, trái khá to và nặng: trung bình 1.4 kg / trái (cá biệt có trái nặng đến 4.5 kg), dạng trái hình cầu, vỏ trái màu xanh, khi chín màu xanh nhạt hơn chuyển sang màu xanh vàng, bên trong lớp vỏ xanh là lớp vỏ đệm màu hồng đỏ nhạt, tép bưởi màu hồng đỏ khá đậm, bó chặt và dễ tách khỏi múi, nước vừa phải, rất ngọt nhưng vẫn còn vị chua và có mùi thơm của trái bưởi (độ brix: 9.5% – 12%), tỷ lệ thịt quả đạt 55% – 60%. Qua điều tra thực tế, tác giả phân biệt hai loại nhưng không rõ rệt lắm:

- Loại thứ nhất: tép bưởi mềm và bám nhau, không hạt (trái non có nhiều hạt nhưng khi trái chín hạt teo lại và biến mất) và trái hình bầu dục, loại này chiếm khoảng 75%. Đa số nông dân cho rằng đây là loại nguyên thủy của Bưởi Da Xanh (có nguồn gốc từ xã Mỹ Thạnh An, thị xã Bến Tre)

- Loại thứ hai: tép bưởi giòn và dễ tách rời nhau, rất nhiều hạt (15 – 30 hạt to / trái), trái hơi cao và có núm trên đầu, loại này chiếm khoảng 25%. Một số nông dân có kinh nghiệm cho rằng, trái Bưởi Da Xanh có hạt là do trồng xen và được thụ phấn chéo từ các loại bưởi khác hoặc loại cây có múi khác.

Bưởi Da Xanh là loại trái cây có giá trị cao về mặt dinh dưỡng và y học. Nếu ăn 100 gram bưởi, ta có: 59 calo, nhiều khoáng chất và Vitamin như: Ca: 30mg; P: 21mg; Fe: 0.7mg; Vitamin A: 10 I.A; Vitamin B1: 0.07; Vitamin B2: 0.02, Vitamin C: 11, Ngoài ra bưởi nói chung còn giúp dễ tiêu hoá và lưu thông huyết mạch.

Bưởi Da Xanh không những là một loại trái cây ngon mà nó còn đem lại hiệu quả kinh tế khá cao cho người trồng (sẽ thấy rõ ở phần sau trong chương này). Kể từ năm 1996, với giải nhì tại Hội thi trái cây có múi giống tốt, Bưởi Da Xanh ngày càng được nhiều người biết đến, kể cả người nước ngoài khi ăn được trái bưởi đúng chất lượng, đều có nhận định chung về phẩm chất tuyệt vời của giống bưởi này so với các giống bưởi khác.

Tuy nhiên, so với Bưởi Năm Roi, cây Bưởi Da Xanh khó trồng hơn và có sự chênh lệch rất lớn về chất lượng trái giữa các vườn bưởi, giữa những cây trong vườn, thậm chí giữa những trái bưởi trên cùng một cây. Sự không đồng nhất về chất lượng này cũng ảnh hưởng lớn đến việc tiêu thụ, đặc biệt là để xuất khẩu.

2.2.2 Các vùng trồng Bưởi Da Xanh hiện tại và qui hoạch đến năm 2010

Bến Tre có trên 30.000 ha cây ăn quả với nhiều chủng loại, trong đó cây bưởi khoảng 3.500 ha, riêng Bưởi Da Xanh hiện nay toàn tỉnh đã trồng gần 2.000 ha, trong đó chỉ hơn 500 ha cây bưởi đang cho trái, số còn lại đang ở giai đoạn cây chăm sóc (dưới 3 năm tuổi) phân bố theo địa bàn như sau:

Bảng 2.1: Phân bố diện tích trồng Bưởi Da Xanh hiện nay

| Vùng canh tác | Diện tích trồng (ha) | Đã có thu hoạch (ha) | Năng suất (tấn/ha) |
|--|----------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1. Huyện Chợ Lách | 195 | 34 | chưa có thông tin chính xác |
| 2. Huyện Châu Thành | 365 | 42 | 7.6 |
| 3. Thị xã Bến Tre | 450 | 65 | 10 |
| 4. Huyện Mỏ Cày | 610 | 345 | 14.4 |
| 5. Huyện Giồng Trôm | 230 | 38 | 8.2 |
| 6. Các huyện Bình Đại, Ba Tri, Thạnh Phú | dưới 100 ha | | chưa có thông tin chính xác |
| Cộng | 1 950 | 524 | 11.9 |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

- Huyện Chợ Lách: Bưởi Da Xanh trồng tập trung ở các xã Vĩnh Bình, Sơn Định, Thị trấn Chợ Lách, Hòa Nghĩa, Long Thới, Vĩnh Thành, các nơi khác trồng rải rác. Theo thống kê sơ bộ, đến cuối năm 2005, diện tích trồng gần 200 ha nhưng chỉ mới có khoảng 34 ha cây có trái đang thu hoạch (số có trái chiếm 17.5% / tổng số trồng), số còn lại là cây bưởi từ 1 đến 3 năm tuổi. Chưa có thống kê chính xác năng suất của khu vực này nhưng theo một số nhận định ban đầu năng suất khá cao so với các vùng khác.
- Huyện Châu Thành: diện tích trồng khá nhiều nhưng số năm tuổi cây bưởi còn thấp nên năng suất chưa cao, chỉ có 11.5% cây bưởi đang cho trái. Bưởi Da Xanh trồng tập trung ở các xã Tường Đa, Tân Phú, Tân Thạch, Quới Sơn,...
- Thị xã Bến Tre: trồng tập trung ở các xã Mỹ Thạnh An, Nhơn Thạnh, Phú Nhuận và rải rác ở hầu hết các xã. Phương thức: đa số trồng xen canh trong vườn dừa hoặc loại cây ăn trái khác, năng suất đạt 10 tấn / ha đối với cây

bưởi 6 – 7 năm tuổi. Theo số thống kê chưa đầy đủ, năm 2004 thị xã đã thu trên 400 tấn bưởi.

- Huyện Mỹ Xuyên: hiện là nơi trồng nhiều nhất và cũng có số cây và lượng bưởi đang thu hoạch nhiều nhất. Năng suất cao do cây bưởi đã lớn (7 đến 12 năm tuổi). Hiện nay Bưởi Da Xanh được trồng rải rác ở khắp các xã của huyện Mỹ Xuyên, cá biệt có một số hộ nông dân trồng chuyên canh đến vài ha bưởi.
- Huyện Giồng Trôm: đang trồng thêm rất nhiều nên hầu hết cây bưởi còn ở giai đoạn cây chăm sóc (dưới 3 năm tuổi), chưa có thu hoạch nhiều và năng suất cũng khá cao.
- Các huyện khác: Bình Đại có trồng một số nhưng không nhiều phân bố tập trung ở phía đầu (thượng nguồn) của cù lao An Hóa, và chủ yếu là cây bưởi từ 1 đến 3 năm tuổi. Huyện Ba Tri và Thạnh Phú hầu như không có do điều kiện thổ nhưỡng không phù hợp.

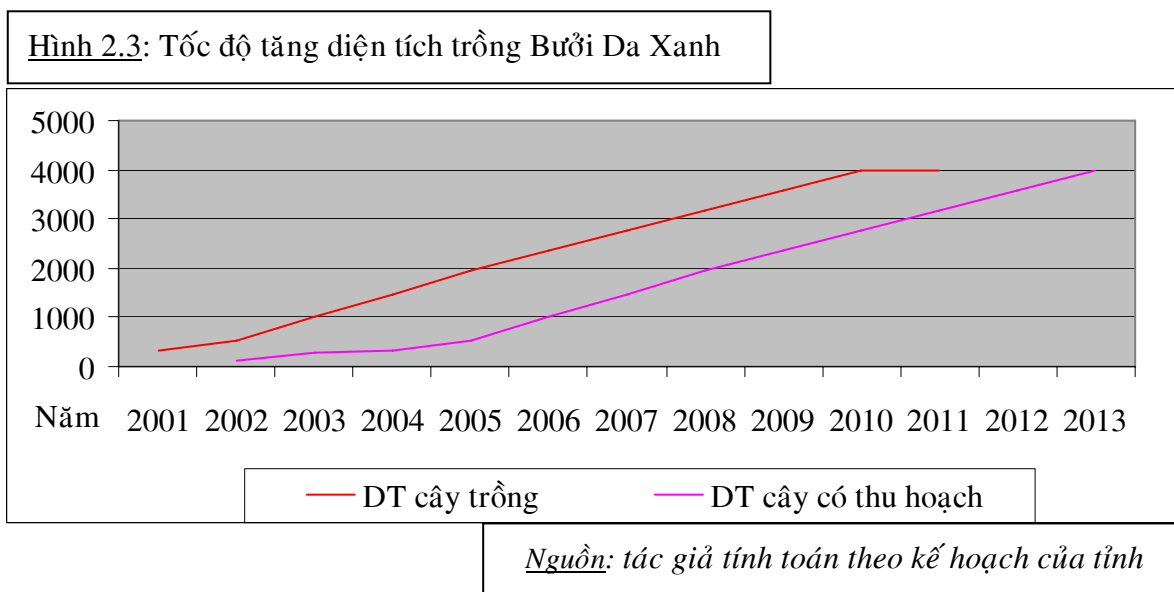
Tóm lại, tỉnh Bến Tre đến cuối năm 2005 có khoảng 524 ha cây Bưởi Da Xanh đang cho trái với năng suất khoảng 11.9 tấn / ha.

Bảng 2.2: Hướng qui hoạch các vùng trồng Bưởi Da Xanh đến năm 2010

| Vùng canh tác | Diện tích trồng (ha) | Ghi chú |
|--|----------------------|----------------------|
| 1. Huyện Chợ Lách | 1.000 | triển khai trên 5 xã |
| 2. Huyện Châu Thành | 1.000 | 19 xã |
| 3. Thị xã Bến Tre | 500 | 4 xã |
| 4. Huyện Mỹ Xuyên | 1.000 | 14 xã |
| 5. Huyện Giồng Trôm | 500 | 6 xã |
| 6. Các huyện Bình Đại, Ba Tri, Thạnh Phú | 0 | - |
| Cộng | 4.000 | |

Nguồn: Khung Chương trình phát triển Bưởi Da Xanh tỉnh Bến Tre - UBND tỉnh Bến Tre-tháng 9/2005

Như vậy: diện tích trồng dự kiến tăng dần đến gấp đôi vào năm 2010 và diện tích cây bưởi đang cho trái tăng gấp 8 lần vào năm 2013. Chúng ta có thể ước lượng bằng đồ thị sau về diện tích trồng bưởi ở Bến Tre và diện tích cây bưởi đang cho trái.



Hiện nay, ngoài kế hoạch đã lên như trên, tỉnh Bến Tre còn hoạch định một chiến lược lâu dài nhằm qui hoạch, khuyến khích nông dân trồng Bưởi Da Xanh với qui mô tập trung, thâm canh với diện tích lên đến 10.000 ha nhưng chưa có qui hoạch vùng trồng bưởi và thời gian cụ thể.

2.2.3 Năng lực sản xuất hiện tại và tương lai đến năm 2010

Theo thông tin chung của tỉnh Bến Tre thì năng suất bưởi của toàn tỉnh đạt 11.9 tấn/ha/năm. Nhưng theo số liệu điều tra được từ 135 hộ nông dân trồng bưởi đã có thu hoạch thì số cây bưởi trồng trên 1.000 m² là 36 cây nhưng trung bình chỉ có 73.85% là tốt và có thu hoạch, mỗi cây bưởi cho 35.65 trái/năm, mỗi trái cân nặng 1.4 kg (từ 1.2 – 1.6 kg / trái). Chúng ta tính được năng suất bưởi trên 1.000 m² như sau:

$$36 \text{ cây} \times 73.85\% \times 35.65 \text{ trái/cây} \times 1.4 \text{ kg/trái} = 1.327 \text{ kg}$$

(tương đương 13.2 tấn/ha/năm)

Từ đó, ta ước lượng được khối lượng Bưởi Da Xanh sản xuất ở Bến Tre như sau:

Bảng 2.3: Tốc độ tăng diện tích và sản lượng Bưởi qua các năm

| Năm | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Trồng (ha) | 550 | 1,047 | 1,544 | 1,950 | 2,500 | 3,000 | 3,500 | 4,000 | | | |
| Cho trái (ha) | 150 | 284 | 354 | 524 | 1,016 | 1,508 | 2,000 | 2,500 | 3,000 | 3,500 | 4,000 |
| Sản lượng (tấn) | 1,974 | 3,752 | 4,676 | 6,917 | 13,411 | 19,906 | 26,400 | 33,000 | 39,600 | 46,200 | 52,800 |

Nguồn: tổng hợp từ nhiều nguồn

Ghi chú:

1. Số liệu từ năm 2002 đến 2006 là tương đối xác thực;
2. Từ năm 2007 đến 2009 là số liệu ước lượng theo lượng cây con đã trồng, số này đáng tin cậy.
3. Từ năm 2010 trở về sau là số ước lượng theo qui hoạch của tỉnh, số này sẽ phụ thuộc rất lớn vào giá bán bưởi trong khoảng từ nay đến năm 2009. Do vậy, đề tài chỉ tập trung phân tích số liệu đến năm 2010

Sở dĩ lượng bưởi tăng mạnh từ năm 2005 trở về sau là do chính sách khuyến khích trồng bưởi bắt đầu từ 3 năm trước đó (năm 2002).

Trong nông nghiệp nói chung và đối với Bưởi Da Xanh nói riêng, các yếu tố ảnh hưởng làm tăng sản lượng tác động rất chậm do vòng quay rất dài (từ ba đến bốn năm). Do đó độ co giãn của sản lượng theo giá và các yếu tố khác như qui hoạch và các chính sách kinh tế của tỉnh sẽ phát huy từ sau ba đến bốn năm.

2.3 Tình hình sản xuất và tiêu thụ thực tế

Để đánh giá được hiện trạng việc sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh, tác giả đã tổ chức khảo sát thực tế tại hầu hết các xã của bốn huyện và thị xã Bến Tre với 135 hộ nông dân. Đối tượng được chọn là những nông dân trồng bưởi để bán (trồng thương mại) mẫu điều tra phải đạt được cả hai điều kiện sau:

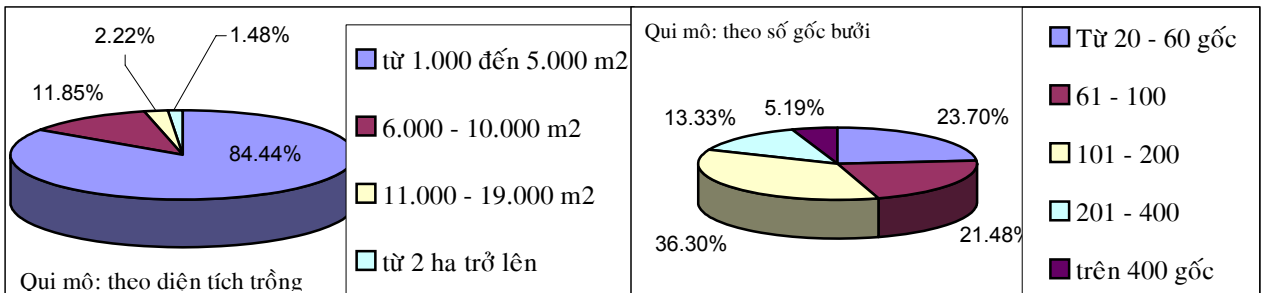
- Diện tích trồng: tối thiểu 1.000 m²
- Số gốc bưởi đang có thu hoạch: tối thiểu 20 gốc

2.3.1 Tình hình sản xuất thực tế

Đa số các hộ nông dân nhận xét Bưởi Da Xanh khó trồng hơn các loại bưởi khác, đòi hỏi điều kiện chăm sóc khắt khe hơn và chất lượng rất khác nhau ứng với những điều kiện chăm sóc khác nhau.

2.3.1.1 Về qui mô

Chỉ có 1 / 135 mẫu khảo sát là trang trại với diện tích 2ha, còn lại là hộ nông dân sản xuất nông nghiệp, chưa tìm được một hợp tác xã hay một nông trường nào. Hầu hết các hộ đều trồng bưởi với qui mô rất nhỏ, xem hình 2.4 chúng ta thấy: có đến 84.44% các hộ nông dân trồng từ 5.000 m² trở xuống, 81.48% số hộ trồng ít hơn 200 gốc bưởi và chỉ có 1.48% số hộ trồng từ 2 ha trở lên, 5.19% số hộ trồng trên 400 cây bưởi. Việc sản xuất nhỏ lẻ và phân tán như thế này sẽ rất khó áp dụng kỹ thuật vào sản xuất cũng như áp dụng các qui trình sản xuất tiên tiến như trồng bưởi sạch và an toàn theo qui trình GAP vì sản xuất theo qui trình này cần đầu tư đúng mức về con người và kỹ thuật (*xem giải pháp 1 – chương 3*).



Hình 2.4: Qui mô sản xuất bưởi

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Hầu hết các hộ trồng xen trong vườn dừa hoặc các loại cây ăn trái khác vì một số lí do: thứ nhất: bưởi cần nắng và nhiệt độ vừa phải (tốt nhất từ 29 – 31°C), thứ hai: khi cây bưởi còn nhỏ thì các loại cây khác vẫn cho thu hoạch. Điều này ảnh hưởng đến chất lượng của trái bưởi sau này.

2.3.1.2 Giống và kỹ thuật canh tác

Các vườn bưởi tác giả khảo sát có năm tuổi cây bưởi phân tán rải rác từ 3 đến hơn 12 năm tuổi, cá biệt có một số hộ nông dân đã thay cây bưởi già, trồng mới lại nhiều lần. Ngoài ra, có rất nhiều cây con chưa có trái (cây dưới 3 năm tuổi - chiếm 50.58% số cây bưởi trong vườn). Mật độ trồng trung bình 5m x 5m / cây (35-40 cây/1.000 m²).

Về bón phân và thuốc: 100% có sử dụng phân vô cơ bón cho cây bưởi, phổ biến nhất là NPK 20-20-15, bón ba đến bốn lần mỗi năm. Hầu hết (94%) các hộ nông dân có sử dụng phân hữu cơ (phân chuồng) và bồi bùn (phù sa lắng tụ dưới ao) mỗi năm một lần. 20% sử dụng phân rơm rạ mục, phân rác và 40% có sử dụng phân bón lá để phun vào thời kỳ trái non kết hợp với phun thuốc trừ sâu bệnh. Hầu hết các hộ đều có sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, chỉ có 6% không sử dụng bất kỳ loại thuốc bảo vệ thực vật nào. Hầu hết bón phân và phun thuốc theo cảm tính không theo một tài liệu nào thống nhất trừ một vài hộ có ghi chép về loại thuốc, liều lượng, cách bón và ngày thực hiện (những hộ này được huấn luyện kỹ thuật từ sự hợp tác với Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam).

Về côn trùng, sâu bệnh: theo những nông dân có kinh nghiệm, cây bưởi sẽ có nguy cơ mắc các loại sâu bệnh sau: rầy mềm, rệp sáp, bọ xít, kiến lửa, mối và sâu vẽ bùa lá. Một số loại thuốc trừ sâu có hiệu quả tức thì nhưng sâu bệnh rất dễ tái lại không lâu sau đó, phát tán và lây lan từ cây này sang cây khác và sang vườn khác. Chỉ khoảng 30% số hộ nhận diện được bệnh vàng lá Greening, rất nhiều người cho rằng cây bị vàng là do thiếu dinh dưỡng, thiếu rế. Một số hộ còn phòng trừ sâu bệnh bằng cách quét vôi vào gốc cây và tắm vôi cho cây định kỳ, một số người khác chà thật sạch cây bưởi hàng tuần (bằng bàn chải và nước rửa) để tẩy nấm mốc, ...

Sự đa dạng hoá các loại thuốc hoá học phòng trừ sâu bệnh, thuốc dưỡng cây cũng như việc sử dụng không theo “bốn đúng” (đúng thuốc, đúng liều lượng, đúng cách và đúng lúc), cộng với việc sử dụng nguồn nước tưới không bảo đảm làm tích lũy những chất độc như: gốc lân, clo, các loại kim loại nặng như chì, thủy

ngân, . . . trong quả bưởi làm ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng, ô nhiễm môi trường và dĩ nhiên rất khó xuất khẩu được. Chất lượng trái bưởi không bảo đảm và không thể truy tìm nguyên gốc nơi sản xuất như hiện nay là rào cản lớn nhất đối với việc hội nhập và cạnh tranh trên thị trường khu vực và thế giới.

Theo kết quả khảo sát, đa số các vườn bưởi ở tình trạng khá tốt, tỷ lệ cây xấu tăng dần theo năm tuổi, số năm thu hoạch của cây bưởi kéo dài từ 5 đến 10 năm (tức cây bưởi sống từ 8 đến 13 năm tuổi), trái của cây bưởi càng già thì càng nhỏ nhưng vỏ càng mỏng và chất lượng bưởi càng ngon, tình trạng cụ thể như sau:

Bảng 2.4: Tình trạng cây bưởi

| Tình trạng cây bưởi | Số mẫu khảo sát | Tỷ lệ (%) |
|---------------------|-----------------|-----------|
| Tốt | 51 | 37.8% |
| Khá tốt | 59 | 43.7% |
| Trung bình | 25 | 18.5% |
| Xấu | 0 | 0.0% |
| Cộng | 135 | 100% |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

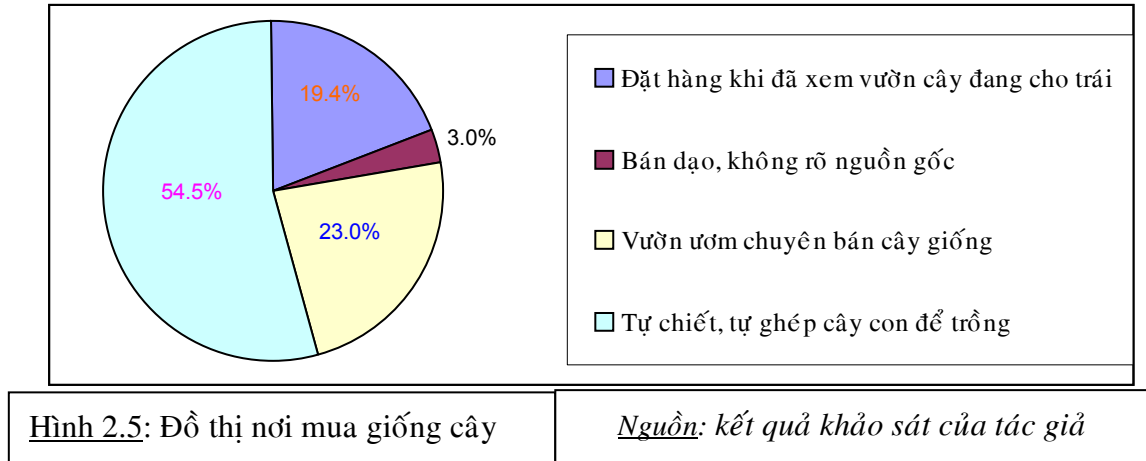
Việc lựa chọn và quyết định trồng cây Bưởi Da Xanh chủ yếu dựa vào giá trái cây hiện tại và điều kiện thổ nhưỡng phù hợp (chiếm 67.6 %). Tuy nhiên, phần lớn vẫn rất e ngại giá trái bưởi sẽ giảm khi sản lượng sản xuất nhiều như tình trạng của nhãn, chôm chôm, lồng mứt (sa-pô), xoài cát và một số loại cây ăn trái khác trước đây. Chỉ tiêu ưu tiên để lựa chọn trồng cây Bưởi Da Xanh như sau:

Bảng 2.5: Chỉ tiêu nhà nông lựa chọn trồng Bưởi Da Xanh

| Chỉ tiêu lựa chọn cây bưởi | Sở thích | Dễ tiêu thụ | Bán được giá cao | Điều kiện đất phù hợp | Cộng |
|----------------------------|----------|-------------|------------------|-----------------------|--------|
| Số lựa chọn | 29 | 39 | 73 | 69 | 210 |
| Tỷ lệ (%) | 13.8% | 18.6% | 34.8% | 32.9% | 100.0% |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Do mẫu khảo sát là những nông dân có bưởi đang thu hoạch, nên có đến 54.5% số hộ tự chiết cành, tự ghép cây để trồng. Khoảng 23% mua cây bưởi ghép gốc Volkamriana, theo họ giống cây ghép này có sức chống chọi sâu bệnh tốt hơn và chất lượng trái không khác nhiều so với cây bưởi chiết cành.



Cách đây vài năm người dân mua giống nhiều ở các ghe bán dạo và họ đã trải qua những kinh nghiệm cay đắng: cây bưởi cho trái không đúng giống yêu cầu, trái bưởi đắng, khô nước và không bán được, đặc biệt là giống bưởi ghép Tứ Quý (ra trái bốn mùa) cho trái rất nhiều nhưng múi bưởi khô không có nước. Chỉ tính riêng về thời gian, nhà vườn cũng thiệt mất khoảng từ 3 đến 5 năm. Ngày nay, hầu hết nông dân không dám mua giống bưởi ở bên ngoài, thậm chí ở các vườn cây giống họ cũng không tin tưởng lắm vì không có gì bảo đảm, vì thế có dưới 1/4 cây giống được mua ở các vườn ươm, còn hầu hết đều tự chiết cành trong vườn cây của họ. Theo TS. Nguyễn Minh Châu, Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam (SOFRI) thì hiện tại giống cây được bày bán tràn lan, các cơ quan chức năng không thể kiểm soát nổi, vì thế giống cây “dỏm” là chuyện dài, chưa có hồi kết. Đây là nguyên nhân? Cũng theo ông Châu, các trung tâm giống của các trung tâm khuyến nông chỉ có thể đáp ứng 10% giống cây sạch bệnh với giá khá cao (50.000đ/cây), 90% còn lại do các thành phần khác cung cấp. Theo TS. Lê Thị Thu Hồng, SOFRI, giống cây có múi chủ yếu được sản xuất ở khu vực tư nhân, qui mô nhỏ, thiếu cơ sở vật chất tối thiểu phục vụ sản xuất cây giống chất

lượng cao, trong khi kênh phân phối “linh hoạt” nên giống kém chất lượng chiếm ưu thế trên thị trường. Về phía người dân, đầu tư cho giống cây sạch bệnh quá cao nên họ chuyển hướng sang tự sản xuất hoặc mua những nguồn khác rẻ hơn.

Khi được hỏi liệu giống cây của nhà nông có an toàn hay không, thì 63% nông dân cho rằng giống cây buổi mình trồng là an toàn. Tuy nhiên, với nơi cung cấp giống như trên thì e rằng có đến 90% giống cây trồng còn nhiều rủi ro, mà người gánh chịu thiệt hại chính là người trồng cây.

Bảng 2.6: Tỷ lệ cây giống an toàn theo đánh giá của nông dân

| Giống cây trồng | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|-----------------|--------|-----------|
| An toàn | 85 | 63% |
| Không | 9 | 7% |
| Không biết | 41 | 30% |
| Cộng | 135 | 100% |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Việc sử dụng giống cây kém chất lượng đã giảm nhiều (còn chỉ khoảng 3% mua giống cây không rõ nguồn gốc) nhưng giống cây sạch bệnh chưa được chú ý, điều đó cũng làm giảm đáng kể về năng suất, phẩm chất trái bưởi và tuổi thọ cây bưởi. Việc chiết cành ở những cành cây có độ tuổi khác nhau, cành bao nhiêu tuổi là tốt nhất, tiêu chuẩn cây bưởi được chiết cành ra sao, kỹ thuật thực hiện như thế nào, ..., những câu hỏi này không những nhà nông không trả lời được mà các nhà khoa học cũng đang tìm những biện pháp hoàn thiện. Điều này cộng với việc trồng xen canh là nguyên nhân chính làm cho chất lượng trái bưởi không đồng nhất, ảnh hưởng xấu đến việc tiêu thụ. Pháp lệnh về Giống cây trồng đã thực thi vào tháng 7 năm 2004 là công cụ quản lý giống cây trồng nhưng nó chưa đi sâu vào các ngõ ngách và từng nhà nông nên chưa thực sự có tác dụng.

Việc chăm sóc cây bưởi được học qua tự rút kinh nghiệm bản thân và trao đổi kinh nghiệm trong xóm, trong tổ là chủ yếu (chiếm 65.6%), phần lớn các xã chưa có hội khuyến nông (trừ các xã thuộc địa bàn thị xã Bến Tre), tài liệu thì

không biết thu thập ở đâu và rất khó áp dụng vì điều kiện tự nhiên thực tế mỗi nơi rất khác nhau. Đa số nông dân chưa từng nghe về qui trình sản xuất bưởi sạch và an toàn (GAP), một số khác có nghe nói đến trên đài truyền hình nhưng không hiểu và không biết thực hiện ra sao và có ích lợi gì, chỉ một vài người đang nghiên cứu tiếp cận và ứng dụng.

Bảng 2.7: Khảo sát nông dân việc chăm sóc cây bưởi và mức độ triển khai tập huấn kỹ thuật của các tổ chức khuyến nông

| Học cách chăm sóc cây bưởi qua | Riêng thị xã Bến Tre | | Các huyện khác | | Chung của tỉnh Bến Tre | |
|---|----------------------|---------------|----------------|---------------|------------------------|---------------|
| | Số câu chọn | Tỷ lệ | Số câu chọn | Tỷ lệ | Số câu chọn | Tỷ lệ |
| Tự rút kinh nghiệm | 27 | 37.0% | 94 | 51.4% | 121 | 47.3% |
| Trao đổi kinh nghiệm trong xóm, tổ | 17 | 23.3% | 30 | 16.4% | 47 | 18.4% |
| Hội khuyến nông | 22 | 30.1% | 21 | 11.5% | 43 | 16.8% |
| Tài liệu, phương tiện thông tin đại chúng | 7 | 9.6% | 38 | 20.8% | 45 | 17.6% |
| Cộng | 73 | 100.0% | 183 | 100.0% | 256 | 100.0% |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

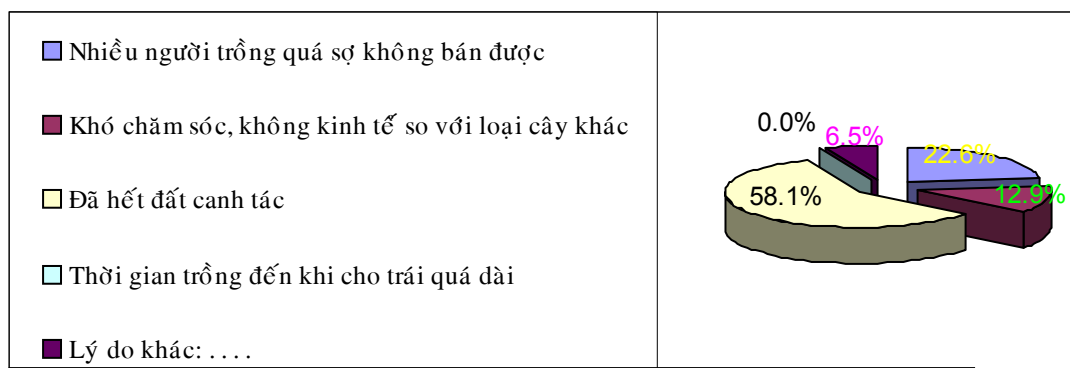
Nhìn bảng 2.7, chúng ta thấy rõ sự phân hóa giữa hai khu vực: thị xã Bến Tre có đến hơn 30% được học tập kỹ thuật ở Hội khuyến nông, trong khi ở các huyện có hơn 50% nông dân tự rút kinh nghiệm bản thân và chỉ hơn 10% được huấn luyện kỹ thuật. Điều này có nghĩa là các chương trình khuyến khích và tập huấn kỹ thuật của tỉnh chưa triển khai đến các huyện, các xã.

Về năng suất Bưởi Da Xanh: trung bình từ 12 - 14 tấn / ha / năm như đã tính ở trên, mặc dù năng suất không thay đổi nhiều theo các vùng đất trồng nhưng năng suất thay đổi rất nhiều theo tuổi cây bưởi: cây bưởi tơ (từ 3 - 6 năm tuổi) cho

năng suất khoảng 8 – 12 tấn / ha / năm, trái mọc ở gần gốc và di chuyển dần lên ngọn theo năm tuổi, cây bưởi lớn (7 - 12 năm tuổi) có thể cho trên 18 tấn / ha / năm. Theo thông tin khảo sát được thì có 56% đạt năng suất từ 10 đến 18 tấn / ha, 7% đạt dưới 10 tấn / ha, 37% đạt trên 18 tấn / ha / năm. Cây Bưởi Da Xanh ra bông rất nhiều nhưng tùy từng mùa mà bông đậu thành trái nhiều hay ít, trong mùa vụ người ta cần phải chiết bỏ trái non thì trái mới lớn được.

Về thu hoạch: có đến 61.5% nông dân tự hái trái, 38.5% do người mua, thương lái thu hoạch và 100% phân loại ngay sau khi thu hoạch. Ngoài ra, họ chỉ cắt tỉa cành cây sau thu hoạch chứ không thực hiện bất cứ công đoạn nào khác trước khi tiêu thụ (như rửa nước nóng 55°C – 60°C để diệt khuẩn nhằm trữ được lâu hơn, rửa nước có hoá chất bảo quản nhằm giữ màu tươi xanh của quả và cành bưởi, vô bao bì đóng gói, dán nhãn / mã vạch nguồn gốc xuất xứ trái bưởi, ngày đậu trái, số ngày (tháng) trái bưởi được nuôi trên cành, tiêu chuẩn, ngày thu hoạch,...). “Công nghệ sau thu hoạch phải nói là cực dở” – một chuyên viên của Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam thẳng thắn nhận xét. Ông cảnh báo rằng nếu chỉ đầu tư cho cây giống, kỹ thuật trồng mà không quan tâm chu đáo đến kỹ thuật thu hái, bảo quản như tình trạng hiện nay thì “công lao cũng trả lại về đất”. Việc thu hái, bảo quản và vận chuyển chẳng những được thực hiện tự phát, “mạnh ai nấy làm”, mà các nhà khoa học cũng chưa quan tâm lắm. “Đó là nguyên nhân vì sao trái cam Mỹ hoặc quýt Thái Lan sau khi thu hoạch cả tháng vẫn còn tươi nguyên, trong khi đó trái cây Việt Nam chỉ vài ngày là đổi màu, biến sắc, mềm nhũn” – chuyên gia này nói. Đây là một trong những nguyên nhân chính làm cho tỷ lệ hao hụt, thất thoát tăng cao và giá thành không thể thấp được.

Hướng tương lai, theo số thu thập được, có đến 77% các hộ nông dân sẽ trồng thêm cuối năm nay hoặc trong năm tới (cuối năm 2006 và năm 2007) mặc dù họ có ngại giá cả giảm xuống trong tương lai, số lượng gốc bưởi trồng thêm trung bình tới 75% tổng số gốc bưởi hiện đang có, 23% (31 hộ) nông dân sẽ không trồng nữa do các nguyên nhân sau:



Hình 2.6: Nguyên nhân nông dân không trồng thêm Bưởi Da Xanh

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

2.3.2 Tình hình tiêu thụ

Bưởi sau khi thu hoạch sẽ được phân loại. Có nhiều ý kiến về cách phân loại, sau đây là ý kiến phổ biến nhất:

| |
|--|
| <p><u>Phân loại bưởi:</u> có nhiều cách phân loại, phổ biến là:</p> <p>loại 1: từ 1.3 kg trở lên <i>ở Việt Nam, càng lớn càng tốt</i></p> <p>loại 2: từ 0.9 kg – dưới 1.3 kg</p> <p>bưởi dưới 0.9 kg không đạt yêu cầu</p> |
| <p>Riêng đối với xuất khẩu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bưởi cân nặng từ 1.2 - 1.6 kg, nhỏ và lớn hơn đều bị loại do không đóng vào hộp được, năm 2004 đã xuất 3 đợt như sau: <ul style="list-style-type: none"> + 1: 1.2 - 1.4 kg + 2: 1.3 - 1.5 kg + 3: 1.4 - 1.6 kg - Về chất lượng cũng phải rất giống nhau (<i>điều kiện này bắt buộc</i>) |

Khách hàng của nông dân chủ yếu là thương lái (chiếm 76.7%), 67% số câu trả lời họ bán cho thương lái tại vườn, 9.7% đi chợ và hầu hết họ cũng bán cho thương lái tại chợ. Có hơn 80% lượng bưởi do thương lái mua được tiêu thụ tại TP.HCM (trực tiếp hoặc qua trung gian – hầu hết là bưởi loại tốt), 50% bưởi xấu

được bán đi ngược về vùng ven biển hoặc một số tỉnh khác (nơi có thu nhập thấp hơn). Cụ thể như sau:

Bảng 2.8: Khách hàng mua Bưởi của nông dân

| Người mua bưởi | Số câu trả lời | Tỷ lệ (%) |
|----------------------------------|----------------|-----------|
| Người bán lẻ, người tiêu dùng | 35 | 19.9% |
| Tự đi chợ bán (thương lái ở chợ) | 17 | 9.7% |
| Hợp tác xã, Nhà nước | 6 | 3.4% |
| Thương lái | 118 | 67.0% |
| Cộng | 176 | 100.0% |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Hiện nay, 100% người dân bán bưởi có cân ký theo loại, trước đây (năm 2004 trở về trước) có một số người đếm trái hoặc bán mao cả khu vườn. 100% người bán được thanh toán ngay sau khi cân bưởi, không có ứng trước khi còn khá lâu mới thu hoạch, thậm chí ngay trước ngày thu hoạch, do khách hàng của họ là thương lái, người bán lẻ hoặc bán ở chợ chứ không phải là các công ty, nhà máy chế biến hay hợp tác xã. Điều này chứng tỏ nông dân trồng bưởi vẫn còn bị lệ thuộc rất lớn vào thị trường tiêu thụ tại chỗ và hoàn toàn không có sự bảo đảm nào về tiêu thụ sản phẩm trong tương lai.

Những trái bưởi không đạt chất lượng, không đạt tiêu chuẩn phân loại (dưới 0.9 kg/trái, bị nắng cháy, bị đắng, ...) thì hầu hết thương lái và người bán lẻ đã bán rẻ cho khách hàng tiêu dùng (92%), 8% tặng thêm cho khách hàng mua nhiều, không có câu trả lời nào bán cho các xí nghiệp hoặc công ty chế biến, nhà hàng, quán cà phê, Điều đó có nghĩa là những trái bưởi không đạt chất lượng cũng được dùng tươi trực tiếp (không qua chế biến), vì thế trái bưởi sẽ bị đánh giá thấp về chất lượng nói chung và sẽ khó xây dựng được thương hiệu.

Bảng 2.9: Tiêu thụ trái bưởi nhỏ, không đạt chất lượng

| Đối tượng tiêu dùng trái bưởi không đạt chất lượng | Người bán lẻ | Thương lái | Cộng | Tỷ lệ (%) |
|--|--------------|------------|-----------|---------------|
| Bán rẻ cho người tiêu dùng | 25 | 22 | 47 | 92.2% |
| Tặng thêm cho khách mua nhiều | 1 | 3 | 4 | 7.8% |
| Bán cho công ty chế biến, nhà hàng, quán cà phê | 0 | 0 | 0 | 0.0% |
| Cộng | 26 | 25 | 51 | 100.0% |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

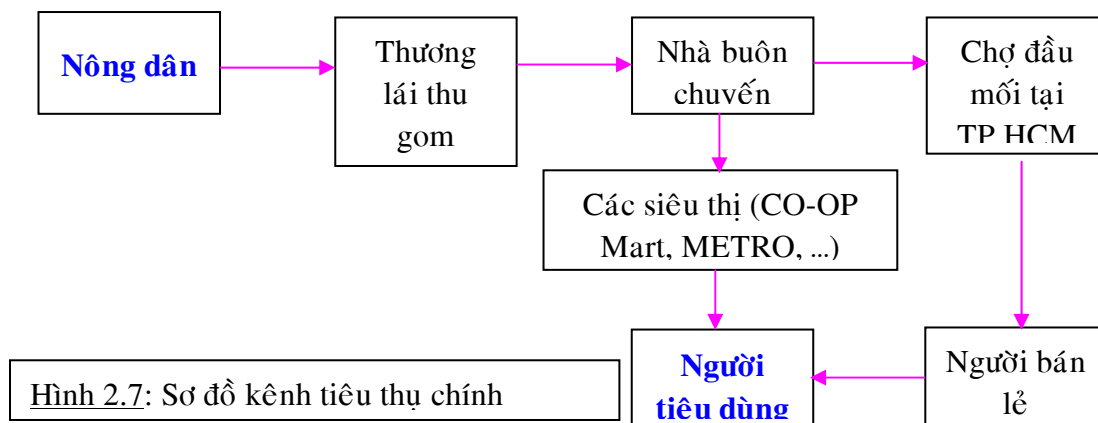
Về giá cả: có sự chênh lệch quá lớn giữa nhà nông bán ra và người tiêu dùng ở thị trường ngoài tỉnh (cụ thể là TP.HCM - xem bảng sau - sẽ phân tích kỹ ở mục 2.4 của chương này)

Bảng 2.10: Sự chênh lệch giá - người tiêu dùng / nhà sản xuất

| Theo mùa vụ | Đơn vị tính | Thương lái (giá mua) | Người bán lẻ ở Bến Tre (giá bán) | Người bán lẻ ở TP.HCM (giá bán) | Chênh lệch giá: tiêu thụ tại TP.HCM / nông dân bán |
|----------------------|-------------|----------------------|----------------------------------|---------------------------------|--|
| Trong mùa vụ | đồng / kg | 10.000 | 10.800 | 20.900 | 209% |
| Nghịch mùa (trái vụ) | đồng / kg | 13.800 | 14.600 | 24.400 | 177% |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Kênh tiêu thụ chính (thị trường TP.HCM – nơi tiêu thụ 80% bưởi):



Hình 2.7: Sơ đồ kênh tiêu thụ chính

Nguồn: kết quả nghiên cứu của tác giả

Hình trên đây mô phỏng lại kênh tiêu thụ chính của bưởi, thực chất bưởi được mua - bán, vận chuyển và phân phối một cách tự phát qua nhiều trung gian làm cho chi phí tăng cao, việc vận chuyển cũng tùy tiện và cầu thả làm tăng hao hụt tăng, trái bưởi đến tay người tiêu dùng vừa cao giá vừa giảm phẩm chất. Hệ thống phân phối sản phẩm nông nghiệp (nói chung) của Mỹ được điều phối theo ngành dọc kết hợp nhuần nhuyễn từ khâu sản xuất đến thu mua, chế biến, xuất khẩu ngay từ những năm 1980, trong khi đó ở Việt Nam hiện nay, hoạt động theo kiểu “mạnh ai nấy làm”, thiếu hệ thống và thiếu kiến thức cơ bản về kinh doanh hiện đại (*nguồn: Đặng Vỹ – Sản phẩm nông nghiệp VN sẽ bị lép vế khi vào WTO*). Theo bà Lê Thị Minh Trang – Trưởng phòng Đảm bảo chất lượng Metro Cash & Carry Vietnam, nông phẩm phân phối từ lúc nông dân thu hoạch đến tay người tiêu dùng tổng hao hụt ước tính từ 10% - 50% khối lượng sản phẩm (*nguồn: Hà Vy - Khâu phân phối rau quả vẫn bất ổn*). Theo TS. Nguyễn Minh Châu – Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam, tỷ lệ thất thoát sau thu hoạch hiện khoảng 30% làm cho giá thành trái cây tăng cao nhất khu vực, nên trái cây của chúng ta kém sức cạnh tranh so với Thái Lan, Trung Quốc, ...

Cũng theo nông dân, các yếu tố quan trọng nhất nhằm tiêu thụ trái bưởi nhanh hơn là chất lượng trái bưởi, múi bưởi ngọt nhưng phải có vị chua đặc trưng, nhiều nước, tróc vỏ, tép bưởi bám chặt vào nhau, màu hồng đậm, ... nếu có xuất khẩu thì bán được giá cao nhưng “hàng” phải rất giống nhau và bưởi chúng ta khó đáp ứng được yêu cầu, đặc biệt là chưa có tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm, còn yếu tố mùa vụ được đánh giá thấp nhất, theo họ trái bưởi nghịch mùa (từ tháng 2 đến tháng 4 – tức mùa nước mặn xâm thực sau tết âm lịch) chất lượng giảm đi nhiều nên cũng không hẳn là nghịch mùa là dễ tiêu thụ hơn, còn trong mùa vụ (từ tháng 8 đến tháng 11) thì trái bưởi rất ngon nên vẫn dễ bán mặc dù giá có rẻ hơn. Cụ thể từng yếu tố được chấm điểm như sau (*điểm số được cộng theo thứ tự quan trọng của các yếu tố, yếu tố quan trọng nhất được đánh số 1, kém quan trọng nhất đánh số 5*):

Bảng 2.11: Thứ tự quan trọng nhất để tiêu thụ trái bưởi nhanh hơn

| Thứ tự quan trọng | Yếu tố | Điểm |
|-------------------|---------------------|------|
| 1 | Chất lượng trái | 160 |
| 2 | Giống tốt | 246 |
| 3 | Thị trường tiêu thụ | 285 |
| 4 | Nghịch mùa | 329 |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Từ năm 2001 đến nay, Bưởi Da Xanh chỉ được xuất khẩu ba đợt sang thị trường Đức (EU) vào tháng 6, tháng 7 và tháng 9 năm 2004 (đơn vị thu gom và xuất khẩu là Hợp tác xã Bưởi Da Xanh Mỹ Thạnh An). Do chỉ là những đợt mua hàng thử nghiệm nên số lượng khá nhỏ, hai đợt đầu mỗi đợt khoảng 10 tấn và đợt cuối hơn 5 tấn, xuất cùng chuyến hàng với bưởi Năm Roi Hoàng Gia. Đợt thứ ba (tháng 9/2004) do không đạt chất lượng về an toàn thực phẩm nên bị trả lại khoảng 1.000 trái và từ đó đến nay không xuất khẩu được nữa mà chỉ tiêu thụ trên thị trường trong nước. Một vài thị trường khác như các nước Châu Á, Mỹ, Trung Đông có tiếp xúc nhưng do chất lượng không đồng nhất, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật vượt tiêu chuẩn, không xác định rõ nhà sản xuất, lượng lẻ tẻ khó thu gom, . . . nên chưa ký được hợp đồng nào.

Theo số liệu thu thập từ các thương lái thì trung bình hàng tháng mỗi thương lái mua / bán được khoảng 6.31 tấn trong mùa vụ và khoảng 2.61 tấn khi nghịch vụ, hầu hết những người tham gia khảo sát xem đây là nghề phụ của họ, có rất nhiều nhà vườn bán bưởi cho họ nhưng lượng bưởi của mỗi người rất ít nên lượng mua bán là không lớn, nhưng lượng bưởi ngày càng tăng lên khoảng hai năm trở lại đây (năm 2004 và 2005), theo họ vào mùa năm nay (tháng 9 - 10/2006) sẽ có rất nhiều bưởi vì hiện nay bưởi non (đã được khoảng 4 - 5 tháng) nhiều gần gấp đôi so với năm trước. Ngoài ra tác giả cũng thu thập được những thông tin về sản lượng bưởi thay đổi theo mùa, nghịch mùa sản lượng bưởi đạt

khoảng 44.2% so với trong mùa vụ (*xem đồ thị sự thay đổi sản lượng theo mùa vụ ở phần 2.4*). Có khoảng 50% lượng bưởi họ thu mua tại vườn nhưng do nông dân thu hoạch sẵn, 33% nhà vườn chở đến bán cho họ. Do bưởi khi mua đã được phân loại nên họ cứ giữ như vậy đến khi bán được, không thực hiện thêm bất cứ công đoạn nào (như rửa nước bảo quản, dán nhãn hiệu, mã vạch, ...)

Về đánh giá chất lượng trái bưởi: thương lái, những người bán buôn cho bình quân là 6.64 điểm, nhưng theo đánh giá của người bán lẻ thì trung bình là 6.42 điểm. Cụ thể, theo đánh giá của thương lái, người bán buôn, người bán lẻ, người tiêu dùng thì thứ tự ưu tiên trái bưởi cần cải tiến như sau:

Bảng 2.12: Thứ tự ưu tiên cần cải tiến trái bưởi

| Yếu tố cần cải tiến (1) | Thương lái (2) | Người bán lẻ (3) | Người tiêu dùng (4) | Tổng hợp (5) |
|----------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|-----------------|
| Vị ngọt, thơm, ngon, ... | 3 | 5 | 6 | 4 |
| Mẫu mã, màu da | 1 | 1 | 3 | |
| Trái lớn, cân nặng | 4 | 4 | 4 | |
| Nhiều / ít nước | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Tróc vỏ, không vỡ múi | | | 5 | 3 |
| Giá cả | | 3 | 1 | 1 |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

(Ghi chú: ưu tiên nhất – 1 ; tăng dần theo thứ tự ít ưu tiên hơn)

Qua bảng 2.12, chúng ta thấy rằng thương lái và người bán lẻ cho rằng da bưởi sần sùi, màu không đẹp ảnh hưởng đến việc tiêu thụ trái Bưởi Da Xanh, nhưng thực chất người tiêu dùng khi quyết định mua bưởi quan tâm nhiều nhất đến các yếu tố sau (nguồn: kết quả khảo sát của tác giả – phụ lục 3)

+ Thứ 1 là hương vị thơm ngọt, thứ 2 là tép bưởi tách khỏi múi dễ dàng mà không bị vỡ, chảy nước – đây cũng là hai yếu tố “chất lượng vượt trội” của Bưởi

Da Xanh so với các loại bưởi khác (theo đánh giá của người tiêu dùng – xem cột 4, bảng 2.12 – thứ tự cần cải tiến là 6 và 5).

+ Thứ 3 là giá cả: do mẫu khảo sát với 86.3% người tiêu dùng tại TP.Hồ Chí Minh và 88% có mức thu nhập dưới 4 triệu đồng/tháng nên với mức giá dao động từ 20.000 đồng/kg (trong mùa) đến 28.000 đồng/kg (nghịch mùa) là quá cao đối với họ. Trong khi đó giá bán của nông dân chỉ từ 10.000 đồng/kg đến 13.000 đồng/kg (đã phân tích ở trên). Và đây là một vấn đề dẫn đến việc tiêu thụ trái bưởi gặp khó khăn, từ đó càng làm giảm giá bán của nông dân.

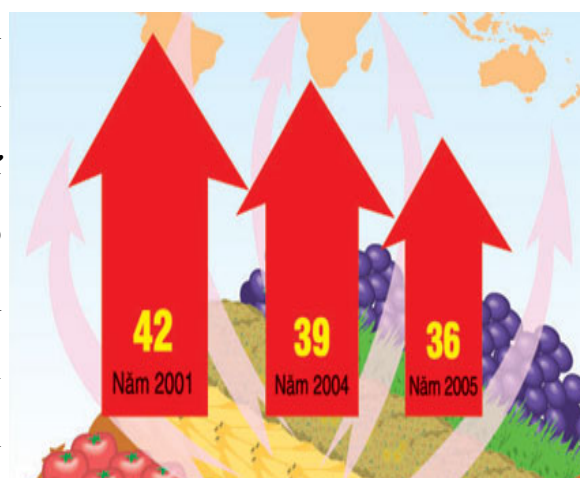
+ Thứ 4 là vấn đề trái Bưởi Da Xanh hay bị khô (ít nước), đặc biệt vào lúc nghịch mùa, từ đó tạo nên chất lượng không đồng bộ (nhược điểm này ở Bưởi Năm Roi đã khắc phục được).

+ Người tiêu dùng không coi trọng mẫu mã, màu da cũng như trái bưởi to hay cân nặng, vì thế vấn đề này chúng ta không cần quan tâm nhiều.

Tóm lại: trái Bưởi Da Xanh sau thu hoạch được phân ba loại và cân ký bán cho thương lái, trên 80% bưởi loại 1 và loại 2 bán vào các chợ trái cây ở TP.Hồ Chí Minh để tiêu thụ hoặc chuyển đi các tỉnh khác, phần còn lại chủ yếu tiêu thụ trong tỉnh và các tỉnh lân cận, đặc biệt một tỷ lệ khá lớn bưởi loại ba (dưới 0.9 kg/trái, hoặc trái bưởi không tròn đều, bị nắng rám một bên, ...) bán về các vùng

sâu, vùng ven biển (nơi có mức thu nhập bình quân thấp hơn như Minh Hải, Kiên Giang, An Giang, Trà Vinh, các huyện của Bến Tre như Ba Tri, Thạnh Phú,...), hiện chưa xuất khẩu do chất lượng không đồng nhất và không bảo đảm về các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm. Cũng vì lẽ đó, tình hình xuất khẩu nông sản (nói chung) giảm mạnh qua các năm, năm 2001

xuất khẩu sang 42 nước và vùng lãnh thổ, năm 2004 giảm xuống 39 và năm 2005 chỉ còn 36 quốc gia.

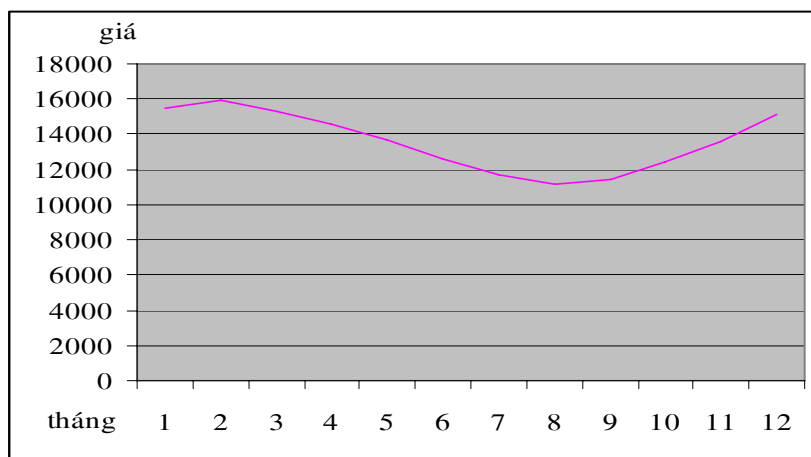


Hình 2.8: Hình minh họa: Thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam (Đơn vị: Quốc gia và vùng lãnh thổ) – Nguồn: ICARD

2.4 Phân tích mối quan hệ giữa sản lượng, giá cả và thị trường tiêu thụ

2.4.1 Xu hướng giá biến động theo mùa vụ

Theo thông tin đã trình bày ở trên, lượng bưởi giảm khá nhiều vào lúc nghịch vụ (dưới 50% so với vào mùa vụ) nhưng giá bưởi không chênh lệch nhiều lắm. Theo khảo sát của tác giả, năm 2005 lúc nghịch mùa là 15.200 đ/kg (tháng 2-3) và vào mùa (tháng 8-10) là 11.400 đ/kg, tháng 2 –3 năm 2006 giá bưởi là 13.400 đ/kg, hiện nay (tháng 6/2006) giá 10.500 đ/kg, và hiện đang sụt giảm do lượng bưởi tăng lên nhiều, tức giá trong mùa vụ khoảng 75% so với nghịch mùa, hay nghịch mùa giá tăng khoảng 33%. Tuy nhiên, theo số thống kê được trong ba năm (năm 2003, 2004 và 2005), tác giả vẽ được đồ thị sau (hình 2.9 – giá: cộng trung bình của 3 năm theo mùa) về mức độ thay đổi của giá Bưởi Da Xanh trong năm. Đây cũng là lý do vì sao phần lớn nhà vườn cho rằng không hẳn nghịch mùa là dễ bán hơn.



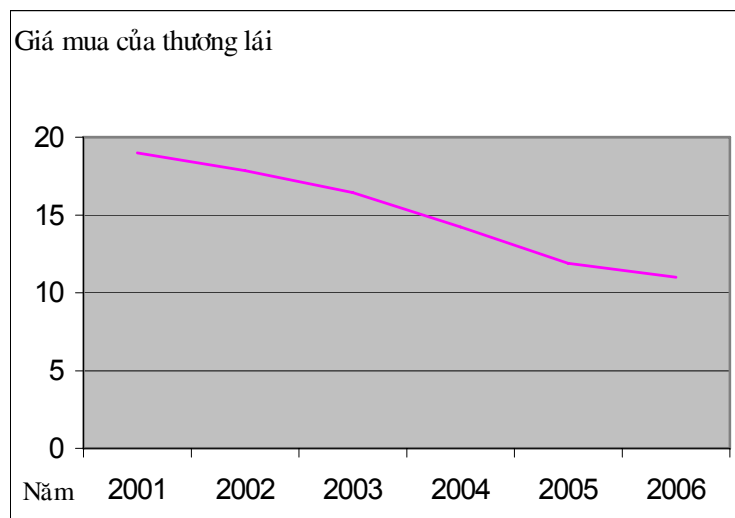
Hình 2.9: Mức độ biến động giá trong năm

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Một số loại cây có múi khác như chanh, cam, quýt thì sự chênh lệch này rất lớn. Nguyên nhân là người trồng bưởi hiện có một số biện pháp cho ra trái theo ý muốn vào lúc nghịch mùa, chủ yếu làm theo kinh nghiệm và chỉ một số thành công. Tuy nhiên rủi ro cũng khá cao, cây bưởi có thể bị mất sức, dễ chết non trước tuổi, trái bưởi có thể không đạt chất lượng đồng nhất.

2.4.2 Phân tích xu hướng giá biến động qua các năm

Đây là vấn đề rất quan trọng trong đề tài nghiên cứu, không những được nông dân quan tâm mà các nhà quản lý kinh tế cũng đang nghiên cứu nhằm ổn định giá trong những năm tới. Tác giả đã xem xét sự biến động giá bưởi từ năm 2001 đến nay, lấy thông tin giá mua bưởi của 25 thương lái rải rác khắp tỉnh, có 14 câu trả lời định tính (chiếm 56%) cho rằng giá giảm dần qua các năm, trong đó có 12 người cho rằng giá giảm nhẹ, 2 người cho rằng giá giảm nhiều, 11 người cho rằng giá giảm không đáng kể hoặc không có ý kiến (do mới đi mua - bán một thời gian gần đây) và không một người nào có nhận định giá có xu hướng tăng. Có 10 câu trả lời định lượng, tính trung bình lại chúng ta có đồ thị sau về sự biến động giá Bưởi Da Xanh qua các năm như sau (giá trên đồ thị là tính theo giá mua của thương lái – cũng là giá bán của nông dân):

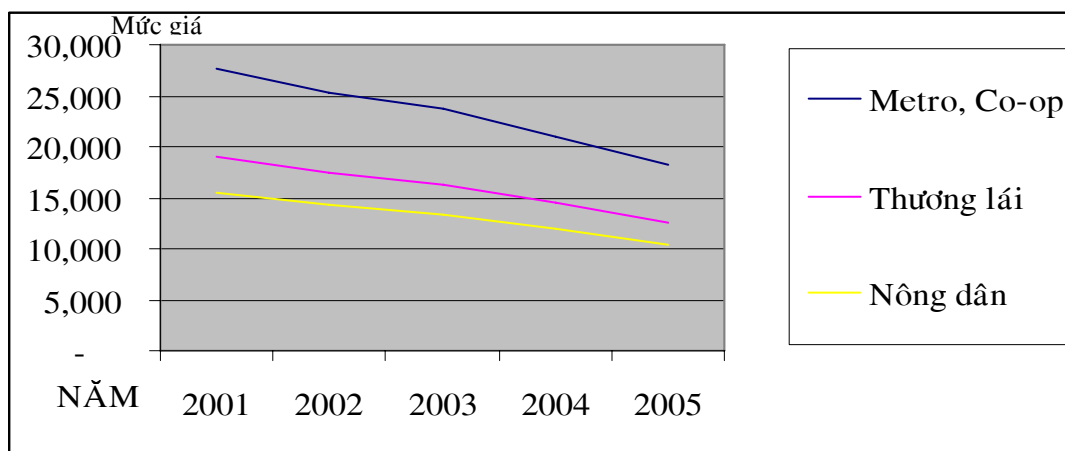


Hình 2.10: Mức độ biến động giá qua các năm

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Theo tác giả khảo sát ở các khâu của quá trình tiêu thụ, mức chênh lệch giá bán so với giá mua trung bình của thương lái là 18%. Giá định, tại thị trường TP.Hồ Chí Minh, tác giả đã khảo sát giá ở hai siêu thị lớn là Co-op Mart, METRO Cash & Carry và 13 người bán lẻ, giá bán không chênh lệch nhiều giữa trong và ngoài siêu thị, tuy nhiên giá bán cao hơn trung bình 45% so với giá bán của thương lái địa phương (hiện nay khoảng 22.000 đến 25.000 đ/kg) vì còn qua

một đến hai trung gian nữa (xem sơ đồ kênh tiêu thụ chính – hình 2.7). Về mức chênh lệch giá chúng ta có thể hình dung qua đồ thị:

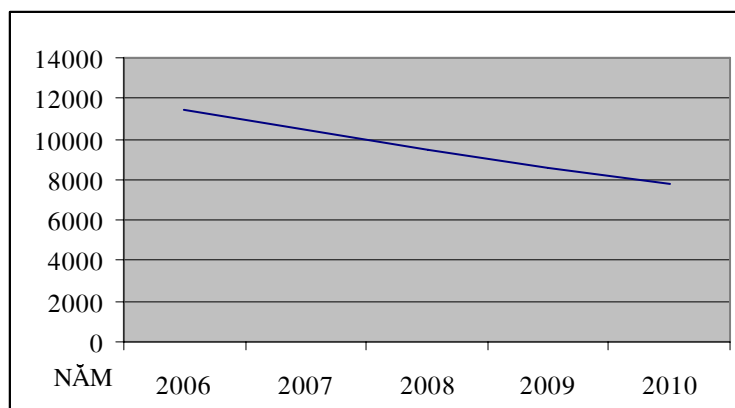


Hình 2.11: Mức chênh lệch giá ở thị trường TP.HCM so với nhà vườn

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Như vậy, nếu tính so với giá nhà vườn bán ra thì giá bán tại thị trường tiêu thụ tăng đến trên 70% (kể cả hao hụt), giả định trừ hao hụt 15% (như một số trái cây có múi khác: cam, quýt, chanh, . . .), thì mức tăng vẫn còn trên 55% và phải đi qua từ ba đến bốn trung gian. Thực chất, Bưởi Da Xanh sẽ có mức hao hụt trong vận chuyển và qua thời gian ít hơn so với cây có múi khác vì bưởi, nếu thu hoạch đúng cách, có thể trữ trong điều kiện bình thường đến 8 tuần mà vẫn bảo đảm chất lượng.

Mặt khác, nếu dùng hàm xu thế để tính giá trong vài năm tới với mức độ giảm giá trung bình của các năm trước là khoảng 8% /năm, chúng ta có thể dự toán được giá tương lai như sau:



Hình 2.12: Dự toán giá đến năm 2010 theo hàm xu thế

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Vậy, theo cách tính này đến năm 2010, giá sẽ giảm dưới 8.000 đ/kg và nhà vườn sẽ mất đi 35% thu nhập (tính theo lượng so sánh). Tuy nhiên, giá sẽ còn bị ảnh hưởng bởi rất nhiều yếu tố như lượng cung, thị trường tiêu thụ nội địa, thị trường xuất khẩu, khả năng chế biến, khả năng tiếp thị, khả năng tạo sản phẩm mới từ bưởi, ...

2.4.3 Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến giá trái bưởi trong những năm tới

Hiện nay, Nhà nước không kiểm soát giá trái bưởi như qui định giá sàn, bao tiêu sản phẩm, trợ giá sản xuất, . . . , quan hệ cung – cầu sẽ quyết định giá thị trường. Vì thế, trong phần này tác giả nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến cung – cầu và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đó đến giá bưởi, đặc biệt trong những năm sắp tới.

2.4.3.1 Các yếu tố ảnh hưởng đến lượng cung

- Yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến lượng cung bưởi trong tương lai là *giá hiện nay*, 35% nhà vườn quyết định trồng bưởi vì bán được giá (cao hơn cả yếu tố điều kiện đất phù hợp). Đây chính là yếu tố sức hút của thị trường. Trong vấn đề này, chúng ta đang xét lượng sản xuất làm thay đổi giá cả, chúng ta cần chú ý là *giá hiện nay* đang ở mức cao làm cho lượng đầu tư sản xuất gia tăng, mà vòng quay trong nông nghiệp khá dài (tối thiểu 3 đến 5 năm), do đó lượng bưởi sẽ tăng trong những năm tới và tạo xu hướng giảm giá trong tương lai. Không chỉ đối với Bưởi Da Xanh, mà những loại trái cây khác trước đây như chôm chôm, nhãn, xoài, sa pô, . . . cũng phát sinh tương tự và thị trường đã từng bị những cơn khủng hoảng theo chu kỳ và làm ảnh hưởng rất lớn đối với đời sống nông dân. Theo tính toán của tác giả, hiện nay Bưởi Da Xanh là một trong vài loại cây kinh tế nhất đối với nhà vườn, lãi khoảng 40 triệu / ha / năm (chưa tính chi phí quản lý và chi phí cơ hội), tuy nhiên mức này chỉ tiếp tục đạt trong những năm tới nếu giá bưởi ổn định trên 10.000 đ/kg, sẽ giảm dần đến hoà vốn

khi giá bưởi ở mức 7.500 đ/kg, dưới 7.500 đ/kg nhà vườn sẽ bị lỗ. Mà đến đây, hầu hết nhà vườn vẫn tiếp tục giữ cây bưởi (không chặt bỏ và cũng không trồng thêm) cho đến khi giá xuống 4.500 đ/kg, dưới 4.500 đ/kg người ta sẽ đốn cây bưởi đang cho trái. Vậy, theo phân tích của tác giả (*hình 2.12*) nhà vườn vẫn tiếp tục trồng bưởi đến khoảng năm 2010 và dừng lại nếu thị trường không có hướng tiêu thụ mới.

- Tất nhiên, để có trái bưởi bán thì cây bưởi phải tốt, tức là điều kiện đất đai phù hợp. Đối với nhà vườn, giá là yếu tố khách quan còn đất Bến Tre thì tương đối phù hợp (rất phù hợp ở một số địa phương) và ngày nay người ta có những kinh nghiệm cải tạo được đất để phát triển một loại cây nào đó. Yếu tố này ảnh hưởng 33% quyết định trồng cây bưởi của nhà vườn. Vậy yếu tố giá và điều kiện tự nhiên phù hợp ảnh hưởng đến 68% quyết định trồng cây bưởi và sản lượng tăng trong vài năm nữa là tất yếu, mà điều đó cũng có nghĩa là giá sẽ giảm nếu không có một hướng tiêu thụ mới trong tương lai.
- Hai yếu tố trên là những tác động tương đối khách quan theo qui luật thị trường, ngoài ra còn những yếu tố khác như lợi thế so sánh so với các vùng khác, chính sách khuyến khích của tỉnh Bến Tre, . . . những tác động này có xu hướng kéo giá giảm mạnh hơn trong những năm tới, tức kéo giá bưởi xuống dưới 7.500 đ/kg vào năm 2010 và những người nông dân đến thời điểm này mới thu hoạch sẽ bị lỗ.

Tóm lại: dưới tác động của lượng cung tăng mạnh sẽ làm giá giảm khoảng 8% mỗi năm đến năm 2010, khi đó giá khoảng 7.500 đ/kg, sau đó tốc độ giảm giá sẽ chậm lại đến 4.500 đ (hoặc khoảng 5.000 đ/kg) thì bắt đầu tăng lên lại, tạo thành những chu kỳ khủng hoảng trong nông nghiệp. Tuy nhiên, đó chỉ là những dự toán chưa tính đến khả năng can thiệp vào dòng chu chuyển tự nhiên của kinh tế.

2.4.3.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến lượng cầu

+ Chất lượng trái bưởi (đã có đề cập đến ở phần trên): ảnh hưởng theo hai hướng ngược nhau:

- Hướng thứ nhất: Bưởi Da Xanh được đánh giá cao về chất lượng không những ở trong nước mà một số thị trường Châu Á, Mỹ (*theo đánh giá của một số ít những người là ngoại kiều đến Việt Nam – số đông về thị hiếu tác giả chưa có thông tin*). Thị trường EU cũng được đánh giá là có tiềm năng, đã xuất được vào thị trường Đức 3 chuyến và cũng từ đó chúng ta biết được chất lượng Bưởi Da Xanh có nhiều hạn chế để có thể tiếp tục xuất khẩu được vào thị trường này.

- Hướng thứ hai: Chất lượng trái bưởi không đồng đều, sự khác biệt quá nhiều không ảnh hưởng lớn đến tiêu thụ nội địa nhưng điều đó làm cho trái bưởi không xuất khẩu được, trái bưởi không đạt làm mất uy tín cho cả tên thương hiệu của Bưởi Da Xanh ở thị trường nước ngoài. Có hai nguyên nhân chính dẫn đến hạn chế này:

* Nguyên nhân khách quan: loại Bưởi Da Xanh khi trồng tạo ra những sản phẩm rất khác nhau phụ thuộc vào giống và điều kiện chăm sóc.

* Nguyên nhân chủ quan: việc lựa chọn giống của nhà vườn không theo những tiêu chuẩn nhất định, tự chiết cành là chính (chiếm 54.5%) và cũng chỉ dựa vào kinh nghiệm chứ không theo một hướng dẫn khoa học thống nhất nào. Cách chăm sóc theo kinh nghiệm của mỗi người cũng làm chất lượng trái bưởi không đồng nhất.

Hướng thứ nhất ảnh hưởng mạnh hơn và khách quan hơn hướng thứ hai, vì thế do ảnh hưởng của chất lượng, cầu thị trường có xu hướng mở rộng.

+ Giá thành và giá bán: yếu tố giá liên quan đến việc phân khúc thị trường. Do cây Bưởi Da Xanh khó trồng và đòi hỏi những điều kiện chăm sóc khắc khe hơn, rủi ro cao hơn nên chi phí sản xuất cũng cao. Theo nhận định ở phần tiêu thụ, chúng ta cũng thấy rõ thị trường TP.Hồ Chí Minh tiêu thụ phần lớn các sản phẩm khá tốt (80% Bưởi Da Xanh loại 1 và 2), những trái bưởi nhỏ, xấu

hơn được bán vào những thị trường có mức thu nhập thấp hơn. Mặt khác, thu nhập và mức sống tăng dần (cả trong và ngoài nước), vì thế, giá thành và giá bán khá cao sẽ không là yếu tố ảnh hưởng mạnh đến lượng cầu trên thị trường mà thị trường sẽ tự điều tiết sản phẩm cho những phân khúc thị trường theo thu nhập.

+ Các kênh tiêu thụ: Kênh tiêu thụ quá dài, qua nhiều trung gian (hình 2.7) cũng làm giảm giá trái bưởi (ở người trồng bưởi) vì thông thường các chi phí phát sinh trong quá trình tiêu thụ được chia cho cả hai phía: nhà sản xuất và người tiêu dùng, không chỉ có thế, giá đầu ra lại cao làm hạn chế sự tiêu thụ bưởi.

+ Mở rộng thị trường: đây là một yếu tố phụ thuộc vào yếu tố chất lượng nếu xem xét dưới góc độ khách quan, dưới góc độ chủ quan thì có thể tăng nhu cầu (tăng tiêu thụ) bằng những biện pháp mở rộng thị trường trong nước và ngoài nước.

Tóm lại: các yếu tố tác động đến cầu có xu hướng làm tăng lượng cầu và giá sẽ tăng.

2.4.3.3 Đánh giá xu hướng biến động giá theo các nhân tố ảnh hưởng

Qua phân tích ở trên, chúng ta thấy có hai nhân tố ảnh hưởng mạnh nhất đến giá trái bưởi theo hai hướng ngược chiều nhau:

- Giảm giá: yếu tố lượng cung tăng làm giảm giá, về mặt quản lý kinh tế đây là yếu tố khách quan tức lượng cung tăng lên là tất yếu.
- Tăng giá: yếu tố mở rộng tiêu thụ là chủ quan và phải bằng những biện pháp cụ thể.

Tổng hợp hai yếu tố chúng ta thấy rằng cần có một số giải pháp hữu hiệu hoặc giá bưởi giảm là điều không tránh khỏi.

2.5 Phân tích SWOT – đánh giá tổng quát thực trạng việc sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh ở Bến Tre

Trong khuôn khổ luận văn có hạn, tác giả không phân tích chi tiết các yếu tố bên trong và các yếu tố bên ngoài mà chỉ đánh giá tổng quát các yếu tố qua phân tích SWOT dưới đây:

| | |
|--|--|
| <p>ĐIỂM MẠNH (S)</p> <p><u>S1</u>: Hiện nay, chất lượng trái bưởi được đánh giá là rất ngon (kể cả trong và ngoài nước)</p> <p><u>S2</u>: Điều kiện đất đai phù hợp ở hầu hết các vùng được qui hoạch, năng suất cao.</p> <p><u>S3</u>: Nông dân có một số kinh nghiệm tạo trái nghịch mùa.</p> | <p>ĐIỂM YẾU (W)</p> <p><u>W1</u>: Chất lượng không đồng đều và chưa đạt các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, ảnh hưởng xấu đến xuất khẩu, nguyên nhân do giống cây, điều kiện tự nhiên và điều kiện chăm sóc không giống nhau (chưa sản xuất được theo qui trình GAP).</p> <p><u>W2</u>: Chi phí sản xuất cao do sản xuất nhỏ, trình độ thâm canh chưa cao làm giảm thu nhập của người trồng bưởi.</p> <p><u>W3</u>: Kỹ thuật sản xuất thấp, việc tập huấn kỹ thuật một số chưa xuống đến nông dân, một số chưa áp dụng khi đã được tập huấn.</p> <p><u>W4</u>: Công nghệ sau thu hoạch quá lạc hậu, không bảo quản được lâu và tỷ lệ hao hụt lớn. Chưa có hướng dẫn việc thu hoạch, xử lý và bảo quản sản phẩm sao cho bảo đảm chất lượng, an toàn và chi phí thấp nhất.</p> <p><u>W5</u>: Khâu tiêu thụ qua nhiều trung gian, làm tăng quá nhiều chi phí, chênh lệch giá quá cao giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng.</p> <p><u>W6</u>: Đầu tư chưa thỏa đáng cho các hoạt động nghiên cứu, chế biến cũng như những thông tin về các hoạt động này.</p> <p><u>W7</u>: Chưa khai thác triệt để những cơ hội về thông tin về thị trường, chưa có nghiên cứu định lượng dung lượng thị trường trong và ngoài nước.</p> |
| <p>CƠ HỘI (O)</p> | <p>NGUY CƠ (T)</p> |

| | |
|---|--|
| <p><u>Q1</u>: Thị trường xuất khẩu rộng mở, nhu cầu có thật và có khả năng thanh toán. Theo FAO, nhu cầu nông sản thế giới tăng bình quân 3.6% / năm nhưng năng lực sản xuất chỉ tăng 2.8% / năm.</p> <p><u>Q2</u>: Sản xuất lớn, tập trung hơn sẽ giảm giá thành. Sản xuất theo qui trình GAP sẽ tăng năng suất, tăng giá và tăng cơ hội bán sản phẩm.</p> <p><u>Q3</u>: Có điều kiện về thông tin và học được những kinh nghiệm về sản xuất và tiêu thụ trái cây của những khu vực khác, những loại trái cây khác và những quốc gia khác.</p> <p><u>Q4</u>: Giao thông đường thủy thuận lợi, chuyên chở giống cây, phân, thuốc, sản phẩm, ...</p> | <p><u>T1</u>: Lượng bưởi tăng gấp nhiều lần trong vài năm tới. Hiện chưa có hoạch định hướng tiêu thụ hiệu quả.</p> <p><u>T2</u>: Những đòi hỏi khắt khe ở thị trường xuất khẩu hiện chưa đáp ứng được.</p> <p><u>T3</u>: Chúng ta đang thực hiện lộ trình hội nhập AFTA và tiến tới gia nhập WTO, cạnh tranh ngày càng gay gắt, những loại trái cây thay thế ngoại nhập chất lượng cao và giá rẻ trong khi bưởi chúng ta chưa có tính thương phẩm cao. Do đó, sẽ rất khó cạnh tranh cả trong thị trường nội địa.</p> <p><u>T4</u>: Xu hướng tự phát và làm theo của nông dân: thấy giá cao và người khác trồng được thì họ trồng, không theo qui hoạch và không đúng kỹ thuật, không đúng qui trình ảnh hưởng đến chất lượng và thương hiệu trái bưởi</p> <p><u>T5</u>: Xử lý ra hoa, cho trái nghịch mùa không theo các hướng dẫn khoa học (đã được nghiên cứu và thực nghiệm) làm tăng nguy cơ tạo ra những trái bưởi không đúng chất lượng, làm chết cây bưởi đang ở tuổi thu hoạch.</p> <p><u>T6</u>: Giao thông đường bộ khá khó khăn, điện chưa đủ cho sản xuất, nước tưới cũng chưa theo những tiêu chuẩn.</p> |
|---|--|

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Trong chương này, chúng ta đã điếm qua tổng quan về tự nhiên, xã hội cũng như các vùng trồng Bưởi Da Xanh ở Bến Tre. Phân tích khả năng, xu hướng trong tương lai về sản lượng, chất lượng, giá cả và các nhân tố ảnh hưởng đến giá bán cũng như đầu ra cho sản phẩm. Đánh giá được thế mạnh, những điếm yếu cùng những cơ hội và thách thức trong khả năng tiêu thụ trái bưởi. Với thế mạnh về chất lượng, sự thích hợp của điều kiện tự nhiên, hiệu quả kinh tế trong nông nghiệp và nhiều cơ hội về thị trường, Bưởi Da Xanh được sản xuất ngày càng nhiều ở Bến Tre. Tuy nhiên, chất lượng trái bưởi không an toàn cho người sử dụng và không đồng nhất, giá thành lại cao do sản xuất nhỏ lẻ, kỹ thuật sản xuất thấp và tổn thất lớn trong khâu thu hoạch - xử lý sau thu hoạch, do khâu tiêu thụ qua nhiều trung gian, đầu tư chưa thỏa đáng cho các hoạt động nghiên cứu hoàn thiện qui trình sản xuất và tiêu thụ, ... làm cho trái bưởi sẽ rất khó cạnh tranh được trong điều kiện hội nhập quốc tế. Qua phân tích SWOT ở trên, chúng ta thấy rõ Bưởi Da Xanh Bến Tre chỉ có 3 điếm mạnh nhưng có tới 7 điếm yếu cần khắc phục, có 4 cơ hội nhưng có tới 6 nguy cơ cần hạn chế. Chỉ có nghiên cứu ứng dụng logistics vào quá trình sản xuất và tiêu thụ bưởi thì mới phát huy được thế mạnh, nắm bắt được cơ hội, khắc phục được các điếm yếu và hạn chế các nguy cơ nêu trên. Việc phân tích, đánh giá đúng hiện trạng quá trình sản xuất - tiêu thụ bưởi và chỉ ra các điếm mạnh, điếm yếu, cơ hội, thách thức là cơ sở cho việc đề xuất các giải pháp ứng dụng logistics vào sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh ở Chương 3.

CHƯƠNG 3: ỨNG DỤNG LOGISTICS NHẪM TỐI ƯU HOÁ **QUÁ TRÌNH SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ BƯỞI DA XANH Ở BẾN TRE**

Trong chương này, tác giả phân tích những giải pháp ở từng khâu và tích hợp toàn bộ quá trình sản xuất – tiêu thụ Bưởi Da Xanh ở Bến Tre theo hướng ứng dụng lý thuyết Logistics nhằm đạt đến sự tối ưu hoá cho nhà sản xuất cũng như nền kinh tế nông nghiệp tỉnh Bến Tre. Cách thức và thứ tự phân tích các giải pháp là cắt từng đoạn, từng khâu của quá trình sản xuất từ điểm đầu tiên nhất đến người tiêu dùng cuối cùng và tích hợp toàn bộ dây chuyền cung ứng sản phẩm.

3.1 Mục tiêu, quan điểm và cơ sở đề xuất các giải pháp

3.1.1 Mục tiêu đề xuất các giải pháp:

- Mục đích của đề tài nghiên cứu này là đẩy mạnh tiêu thụ trái Bưởi Da Xanh, như đã phân tích ở Chương 2, chất lượng là nhân tố quyết định chỗ đứng của trái bưởi trên thị trường. Vì thế, mục tiêu đầu tiên của các giải pháp là tạo ra trái bưởi có chất lượng thương phẩm cao, thuần nhất, đồng bộ về qui cách, chủng loại, màu sắc, ...

- Ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất, thu hoạch, bảo quản sau thu hoạch, ... đến tiêu thụ sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường, an toàn cho người tiêu dùng, cho người sản xuất, cho môi trường.

- Tạo ra một qui trình sản xuất tương đối chuẩn đối với loại cây này, tiết kiệm tối đa chi phí nghiên cứu và thử nghiệm, tránh để người dân “làm quá nhiều thí nghiệm” với những tổn thất quá khả năng của họ.

- Bảo đảm đầu ra ổn định và liên tục về lượng, hạn chế tối đa rủi ro về giá, tránh khủng hoảng theo chu kỳ. Tạo cơ sở để người trồng cây yên tâm sản xuất,

nhà nông có thu nhập, có khả năng tái đầu tư sản xuất mở rộng và từng bước nâng cao mức sống của một bộ phận khá lớn dân cư.

- Đầu tư lớn, sản xuất hàng hoá và công nghiệp hoá nông nghiệp, góp phần tăng tốc độ tăng trưởng kinh tế, khai thác lợi thế so sánh và khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên có hạn.

3.1.2 Quan điểm đề xuất giải pháp:

Thứ nhất, kinh tế nông nghiệp là một trong những ngành kinh tế chiến lược của tỉnh Bến Tre, có nhiều lợi thế về tự nhiên chưa khai thác hết, cần quan tâm phát triển đúng tầm bằng những giải pháp cụ thể và khả thi.

Thứ hai, giải pháp phải kết hợp đồng bộ từ phía Nhà Nước, nhà nông và các đối tượng có liên quan.

Thứ ba, các giải pháp từ phía Nhà nước (tỉnh và trung ương) phải tác động theo hướng gián tiếp, hạn chế sự can thiệp, hỗ trợ trực tiếp của Nhà nước. Các biện pháp hỗ trợ trực tiếp nên có giới hạn về thời gian và chấm dứt hẳn sau một số năm nhất định nhằm tăng tính tự lập, khả năng tự chủ của nhà sản xuất trong nền kinh tế thị trường.

Thứ tư, nhất thiết phải phát triển sản xuất nông nghiệp theo hướng sạch cho môi trường, an toàn cho người tiêu dùng và người sản xuất.

3.1.3 Cơ sở đề xuất các giải pháp:

3.1.3.1 Các cơ sở đề xuất giải pháp hoàn thiện về chất lượng trái:

- Chất lượng trái bưởi là điều kiện tiên quyết cho việc tiêu thụ, chất lượng đồng bộ và an toàn cho người sử dụng là tiền đề cho nông sản tham gia vào thị trường khu vực và thế giới. Hơn nữa, Việt Nam đang trên lộ trình gia nhập AFTA và WTO, phải cắt bỏ dần hàng rào thuế quan, khi đó chất lượng và độ an toàn trở thành yếu tố cạnh tranh hàng đầu của sản phẩm nông nghiệp.
- Sự thay đổi lối sống của người tiêu dùng, xu hướng chất lượng cuộc sống ngày càng tăng dẫn đến nhu cầu sản phẩm sạch và an toàn. Cơ sở thực tế: năng suất cao nhưng chất lượng không thuần nhất, việc sản xuất không bảo

đảm an toàn cho môi trường, người sản xuất và sản phẩm chưa an toàn cho người sử dụng.

- Sự gia tăng và chiếm ưu thế của các nhà bán lẻ chuyên nghiệp trên toàn cầu: ngày càng nhiều các siêu thị và những nhà bán lẻ có uy tín tham gia phân phối sản phẩm nông nghiệp, họ đặt ra những tiêu chuẩn, yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng và an toàn thực phẩm nhằm bảo đảm tính đồng đều và an toàn cho người tiêu dùng.
- Thực hiện qui định chung của Nhà nước về vệ sinh an toàn thực phẩm và qui chế về dư lượng cho phép thuốc bảo vệ trong nông sản thực phẩm.
- Trách nhiệm cộng đồng: bảo vệ môi trường, phúc lợi cho người lao động, tối thiểu chi phí cho nhà sản xuất, ...
- Thương mại điện tử: mua bán qua mạng ngày càng phổ biến yêu cầu việc tiêu chuẩn hoá, cụ thể hoá các qui định về chất lượng và an toàn là một cam đoan cho việc giao dịch.

3.1.3.2 Các cơ sở đề xuất các giải pháp về tiêu thụ:

- Lợi thế về chất lượng có sẵn, hiện chưa có sản phẩm thay thế được, Bưởi Da Xanh đang chiếm một vị trí cao nhất định trên thị trường trái cây trong nước và khu vực.
- Khả năng mở rộng thị trường là có nhiều cơ hội, đặc biệt là thị trường khu vực và thế giới.
- Cơ sở thực tế: lượng sản xuất đang tăng lên và giá bán đang giảm xuống, cần thiết phải có các giải pháp cho tương lai. Cơ sở từ phân tích thực trạng việc sản xuất và tiêu thụ bưởi ở Chương 2
- Còn nhiều điểm chưa hợp lý trong khâu tiêu thụ ở thị trường trong lẫn ngoài nước.
- Cơ sở từ phân tích SWOT ở Chương 2.

3.2 Các giải pháp

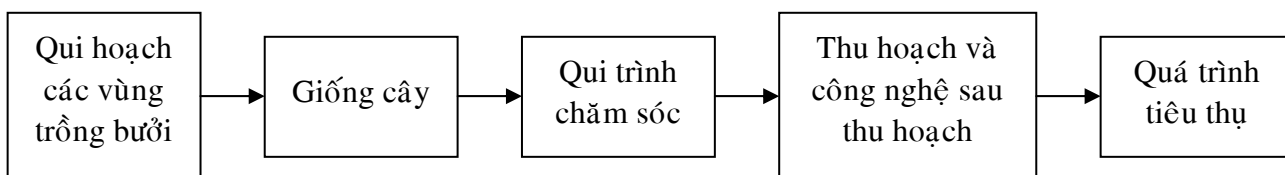
3.2.1 Giải pháp 1: Tối ưu hoá quá trình sản xuất nhằm tạo ra sản phẩm chất lượng cao và đồng bộ

3.2.1.1 Giới thiệu nội dung giải pháp:

Để sản xuất được sản phẩm chất lượng đồng nhất và an toàn thì cần thiết phải có *vật tư đồng nhất và cùng sản xuất trên một dây chuyền công nghệ*, tức phải thực hiện công nghiệp hoá nông nghiệp. Muốn làm được điều này, tác giả đề xuất thực hiện hoàn thiện một *dây chuyền sản xuất* như sau:

Hình 3.1: Dây chuyền cung ứng nông phẩm sạch áp dụng cho Bưởi Da

Xanh ở Bến Tre



Trong giải pháp này, người viết khuyến cáo Bưởi Xanh ở Bến Tre áp dụng các tiêu chuẩn an toàn cho sản phẩm trong toàn bộ qui trình này, như EUREPPGAP hoặc ASEANGAP. Giới hạn phạm vi của giải pháp này là chỉ phân tích từ đầu qui trình, thu hoạch và công nghệ xử lí sau thu hoạch, phần tiêu thụ sẽ được phân tích ở các giải pháp tiếp theo.

3.2.1.2 Mục tiêu đề xuất giải pháp:

Tác giả đề xuất giải pháp này nhằm ba mục tiêu cụ thể:

- Quy hoạch vùng trồng bưởi và giống cây sạch đã qua kiểm nghiệm nhằm tối thiểu hoá rủi ro và chi phí cho người trồng bưởi. Ngoài ra, làm như vậy sẽ thuận lợi trong việc ứng dụng các kỹ thuật vào sản xuất và tạo ra sản phẩm đồng bộ.
- Sản xuất theo qui trình GAP sẽ an toàn cho người tiêu dùng, an toàn cho người trực tiếp sản xuất, cho môi trường, mở rộng thị trường nói chung, tăng cơ hội xuất khẩu sản phẩm sang những thị trường có mức sống cao như EU, Bắc Mỹ, Nhật, ... đây là điều kiện bắt buộc khi bán sản phẩm vào những thị trường này.

- Thu hoạch và công nghệ sau thu hoạch: giữ chất lượng trái bưởi không đổi qua thời gian vận chuyển nhất định, giữ gìn và làm sáng thương hiệu.

3.2.1.3 Các bước thực hiện:

Bước 1: Quy hoạch các vùng trồng bưởi:

Quy hoạch các vùng trồng bưởi được chia ba bước nhỏ theo qui trình từ qui hoạch rộng đến chi tiết:

- Đánh giá lịch sử đất đai: tức xem xét việc sử dụng vùng đất trước đây (đã dùng để làm gì trước đây?), khảo sát và phân chia các vùng đất và loại đất phù hợp (thành phần, độ màu mỡ, độ dốc, độ ẩm, mực nước, ...) lượng hoá được các rủi ro về vùng đất canh tác, những yếu tố lợi thế và bất lợi cũng như các biện pháp xử lý (nên có các ghi chép ngắn gọn về lịch sử vùng đất).
- Tiến hành phân vùng qui hoạch: theo hai cấp:
 - * Cấp 1: các vùng đất có thể trồng Bưởi Da Xanh được, các vùng khuyến khích trồng và các vùng khuyến cáo không nên trồng.
 - * Cấp 2: ghi chép cụ thể về cách thực hiện đối với từng vùng, từng loại đất trong các vùng đất được qui hoạch trồng bưởi.
- Quản lý vùng đất:
 - * Thiết lập bản đồ miêu tả vùng đất mình canh tác, có ký hiệu riêng biệt hoặc tên số hay màu đặc trưng, có hồ sơ ghi chép đầy đủ về vườn cây, nhà lưới, ...
 - * Kỹ thuật canh tác trên vùng đất đó: cải thiện, duy trì cấu trúc đất, tránh làm chai đất, kỹ thuật bón phân hữu cơ, xông hơi đất, khử trùng (phải có ghi chép đầy đủ về loại thuốc, liều lượng, phương pháp, thời gian, ...)

Bước 2: Giống – nguồn gốc giống và từng bước tiêu chuẩn hoá giống cây:

Chia hai giai đoạn:

Giai đoạn 1: Biện pháp ngắn hạn: kiểm soát giống và nguồn gốc giống cây trồng

- Để kiểm soát được giống cây chặt chẽ, trước hết phải chia nhỏ, khoanh vùng trồng bưởi, phân chia trách nhiệm quản lý và kiểm soát theo địa phương, theo tổ, theo khu vực, . . .

- Chấm dứt ngay lập tức các “ghe bán dạo” cây giống, đây là nguồn giống nguy hiểm nhất. Lợi dụng thời điểm giá giống cây Bưởi Da Xanh đang ở mức cao, một số người có cây bưởi nhưng trái không đạt chất lượng nên chiết nhánh bán để kiếm thu nhập. Hoặc một số vườn ươm giống cây không đạt chất lượng, không tiêu thụ được tại chỗ nên bán cho những ghe này đi bán ở các vùng sâu với giá rẻ hơn giá thị trường.
- Phạt thật nặng, thậm chí truy tố và bắt bồi thường những trường hợp xác định được người gây ra thiệt hại do giống cây.
- Hướng dẫn kỹ những nguồn cây giống có thể sử dụng được:
 - * Các vườn ươm, ghép cây là chi nhánh của Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam, các vườn ươm có bảo đảm những tiêu chuẩn kỹ thuật như cây sạch bệnh, các giống chống sâu bệnh đã qua kiểm nghiệm thực tế được khuyến khích sử dụng.
 - * Tự ghép, tự chiết cành: khoảng 55% nhà vườn tự chiết cành để trồng: hướng dẫn thuyết phục họ về tuổi của cây bưởi ghép, chiết cành, tuổi của cành được chiết, cách lựa chọn cành, vị trí cành trên cây, phương pháp thực hiện, theo dõi chăm sóc cành trong thời gian chiết, cách cắt cành, thời điểm cắt, cách ươm cành và cách bứng đi trồng đại trà (*tác giả có một số thông tin này nhưng vì thông tin kinh nghiệm chủ quan của một số người nên không đưa vào*). Tất cả các bước trên cần được những nhà khoa học nghiên cứu và thử nghiệm trước khi phổ biến rộng rãi.
- Khuyến cáo những giống cây bưởi không nên trồng, những nhà vườn thực hiện không đúng phương pháp bằng những minh chứng thuyết phục. Ví dụ: như chiết cành từ cây dưới 3 năm tuổi thì cây bưởi trồng từ cành đó sẽ bị chảy mủ vào khoảng năm thứ 4, thứ 5 và thời gian cho trái của cây bưởi rất ngắn, chiết cành quá già (trên 8, 9 năm) thì cành bưởi khi trồng sẽ chậm lớn, thậm chí đến năm thứ 5 vẫn chưa cho trái.

- Khuyến cáo việc chọn trái, chọn hạt để trồng cây “bưởi hột” hoặc để ghép với gốc cây khác cùng mủ (như Volka).

Giai đoạn 2: Biện pháp dài hạn: tiêu chuẩn hoá giống cây

Tất cả những cơ sở cung cấp giống cây trồng nói chung, trong đó có cây Bưởi Da Xanh phải bảo đảm những nguyên tắc:

- Cơ quan chức năng xác nhận (có giấy đăng ký tiêu chuẩn chất lượng)
- Nguồn gốc giống cây rõ ràng, bảo đảm chất lượng
- Có địa chỉ ổn định ít nhất 5 đến 10 năm
- Hướng dẫn công khai (ghi chép cụ thể và phát cho người trồng cây), chi tiết qui trình công nghệ sản xuất, cách thức chăm sóc và đã qua thử nghiệm thực tế.

Bước này cần có các cơ quan có trách nhiệm đứng ra thực hiện và cần phải có kinh phí khá lớn, dành cho nghiên cứu và thử nghiệm.

Bước 3: Quá trình chăm sóc đồng bộ:

Đây là giai đoạn ứng dụng GAP rõ nhất, Bến Tre nên chọn EUREPGAP hoặc ASEANGAP (cả hai tiêu chuẩn này đều đang được nghiên cứu ứng dụng và có tài liệu hướng dẫn). Giai đoạn này gồm thực hiện các tiêu chuẩn từ “giống cây” đến tiêu chuẩn “vận hành sản phẩm”:

- Sử dụng phân bón: điều kiện bảo quản phân bón và bón phân phải được ghi chép đầy đủ về loại phân, thành phần, liều lượng, phương pháp, thời gian.
 - * Phân hữu cơ: xem xét nguồn gốc và đặc tính của phân bón về phương pháp ủ phân (không dùng phân chuồng tươi), cỏ dại và mầm bệnh, kim loại nặng tồn trữ trong phân, phân tích hàm lượng NPK trong phân hữu cơ.
 - * Phân vô cơ: các tài liệu chi tiết về thành phần hoá học phải có đối với các phân vô cơ được sử dụng trong các vụ mùa dưới sự giám sát của ASEANGAP (hoặc EUREPGAP) trong thời hạn 12 tháng gần nhất.
- Tưới tiêu: dự toán nhu cầu nước tưới dựa theo các chỉ tiêu và chất lượng nước tưới (xem **Phụ lục 5**).

Bước 4: Thu hoạch và công nghệ sau thu hoạch (vận hành sản phẩm):

- Qui trình vệ sinh an toàn:

- * Qui trình vệ sinh trong quá trình thu hoạch, xử lý và bảo quản (hướng dẫn công nhân vệ sinh dụng cụ, đồ chứa trái cây, ..., nhà vệ sinh cho công nhân, các nguyên tắc an toàn lao động cơ bản, ...)
- * Nước rửa: nước rửa sản phẩm lần cuối cùng phải sạch, có thể uống được, thông số phân tích phải đúng qui định của cơ quan y tế hoặc theo ngưỡng của Tổ chức y tế thế giới (WHO). Nếu là nước tái sử dụng nhiều lần phải qua hệ thống lọc để loại trừ: tạp nhiễm, độ pH bất thường, ... (phải có giấy chứng minh là áp dụng hệ thống lọc nước). Có thể rửa bằng nước nóng 55°C - 60 °C để diệt nấm, chống mất nước, giữ vỏ và cuống lá bở tươi lâu hơn hoặc xử lý bằng hoá chất (phải cập nhật vào sổ ở phần xử lý sau thu hoạch). Theo đề tài nghiên cứu Khoa Nông Nghiệp – Đại Học Cần Thơ hợp tác với Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam và Nông Trường Sông Hậu (tháng 9 năm 2005) xác định bở nếu được xử lý đúng ở khâu tiền thu hoạch và ngay sau khi thu hoạch thì có thể giữ được đến 8 tuần mà không bị suy giảm chất lượng.

- Xử lý sau thu hoạch:

- * Có qui trình và tài liệu ghi chép rõ ràng về xử lý, đóng gói, vận chuyển, ... (sẽ phân tích rõ hơn ở giải pháp sau)
- * Thiết bị dùng xử lý, tên người trực tiếp xử lý, thời gian, địa điểm, ...
- * Các loại thuốc và hoá chất xử lý, bảo quản đã được chính thức đăng ký (phù hợp với từng loại nông sản), không sử dụng hoá chất bị cấm (chú ý mỗi tiêu chuẩn, danh mục hoá chất bị cấm sử dụng có khác nhau).
- * Có tài liệu danh mục hoá chất cho phép sử dụng trong nước và của các tiêu chuẩn mình áp dụng, thường xuyên cập nhật những thay đổi (nếu có).

Một số vấn đề liên quan trong việc áp dụng tiêu chuẩn ASEANGAP (*xem chi tiết ở Phụ Lục 5*):

- Nguyên tắc truy nguyên nguồn gốc

- Kiểm tra nội bộ và lưu trữ hồ sơ
- Quản lí chất thải và ô nhiễm, tái chế vật liệu và sử dụng lại:
- Sức khỏe, an sinh xã hội
- Bảo vệ môi trường
- Khiếu nại
- Có giấy chứng nhận

3.2.1.4 Phân tích tính khả thi – hiệu quả dự kiến:

+ Lợi ích của việc áp dụng GAP (ASEANGAP hay EUREPGAP):

- An toàn: dư lượng các chất gây độc (thuốc bảo vệ thực vật, phân bón, kim loại nặng, ...) không vượt mức cho phép, bảo đảm an toàn sức khỏe cho người tiêu dùng.
- GAP là điều kiện cần thiết để đưa trái Bưởi Da Xanh ra thị trường thế giới, đặc biệt là các nước có mức sống cao.
- Chất lượng cao (ngon, đẹp, ...) nên giá bán cao hơn vẫn được người mua trong và ngoài nước chấp nhận. Ứng dụng GAP chỉ là tổ chức lại qui trình sản xuất nên chi phí không tăng hoặc tăng không đáng kể (tăng các chi phí tổ chức qui trình sản xuất, chi phí đăng ký GAP và thương hiệu, ... nhưng lại giảm chi phí phân bón hoá học, thuốc bảo vệ thực vật, ...) và thời gian cho trái của cây cũng kéo dài hơn. Từ đó, khoản thu nhập của người trồng sau khi trừ chi phí bảo đảm hơn và nông dân an tâm sản xuất hơn.
- Các qui trình sản xuất theo GAP hướng hữu cơ sinh học nên môi trường được bảo vệ và an toàn cho người lao động khi làm việc.

+ Dự kiến hiệu quả của giải pháp:

Trong giải pháp này, tác giả đề xuất thay đổi phương cách và kiểm soát cả qui trình sản xuất (gồm nhiều khâu từ đầu qui trình cung ứng cho đến thu hoạch sản phẩm), tuy nhiên trong phần này chỉ phân tích dự kiến hiệu quả kinh tế dựa trên giả định nếu kiểm soát được một khâu: đó là khâu giống cây trồng (các khâu khác cũng có thể phân tích tương tự).

Năm 2005, toàn tỉnh có khoảng 524 ha bưởi đang cho trái, theo thống kê chung cả tỉnh năng suất đạt 11.9 tấn / ha, nhưng theo thông tin thu được năng suất đạt 13.2 tấn / ha, theo tài liệu của Viện Nghiên cứu Cây Ăn Quả Miền Nam cho rằng năng suất bưởi sạch có thể đạt 15 - 16 tấn / ha /năm, giả định chúng ta thực hiện được năng suất 15 tấn / ha / năm. Trung bình cây bưởi cho trái từ 7 đến 10 năm (tức cây bưởi từ 10 đến 13 năm tuổi), nhưng theo những người có kinh nghiệm nếu biết chọn giống đúng cách cây bưởi có khả năng cho trái đến trên 16 tuổi. Trong chương 2 chúng ta thấy, trong vườn có 26.15% cây bưởi xấu không cho trái cần phải thay thế (73.85% cho thu hoạch tốt). Vì những cơ sở đó, giả định nếu kiểm soát và tiêu chuẩn hoá được giống cây bưởi thì năng suất tăng từ 13.2 tấn / ha lên 15 tấn / ha, số cây bưởi xấu giảm xuống 5% (tức chỉ còn 21.15% cây bưởi xấu trong vườn). Để đơn giản và dự trừ độ an toàn, giả định thời gian cho trái của cây bưởi kéo dài thêm không đáng kể và giá bán ở mức tối thiểu (8.000 đ/kg).

Khí đó, với diện tích trồng hiện nay, chúng ta có lượng bưởi tăng thêm mỗi năm:

- Lượng bưởi tăng do năng suất tăng từ 13.2 tấn / ha lên 15 tấn / ha:

$$= 524 \text{ ha} \times (15 - 13.2) \times (73.85\% + 5\%) = 744 \text{ tấn / năm}$$

- Lượng bưởi tăng do số cây bưởi xấu giảm từ 26.15% xuống 21.15%:

$$= 524 \text{ ha} \times 15 \text{ tấn / ha} \times (26.15\% - 21.15\%) = 393 \text{ tấn / năm}$$

- Tổng lượng bưởi tăng mỗi năm:

$$= 744 + 393 = 1.137 \text{ tấn / năm}$$

Với giá bưởi tối thiểu là 8.000 đ/kg, nông dân thu thêm được 9.096 triệu đồng / năm.

* Với số tiền đó và với chi phí tạo giống cây bưởi sạch bệnh (tiêu chuẩn) hiện nay là 20.000 đ/cây con thì chúng ta có thể tăng thêm 454.800 cây giống / năm.

* Giả định khác: ở bước 1 (phần các bước thực hiện): chúng ta bố trí 2 nhân viên kỹ thuật / mỗi 25 ha bưởi và các chi phí như sau:

+ Tiền lương: 42 người x 1.5 triệu đ/th x 12 th = 756 triệu đồng

+ Chi phí khác: 1.000 triệu đồng

Thì số thu nhập còn lại khoảng: $9.096 - (756 + 1.000) = 7.340$ triệu đồng.

(mức thu nhập tăng tương đương: 14 triệu đ/ha)

Với bước 2 (tiêu chuẩn hoá giống cây): nếu bắt đầu ngay bây giờ thì đến năm 2010 chúng ta sẽ có hơn 51% / tổng số là cây bưởi sạch và như thế số lượng bưởi tăng lên sẽ không là áp lực lên thị trường trong nước hiện hữu và giá bưởi không sụt giảm do quan hệ cung cầu.

Với tình hình nhà vườn trồng càng nhiều như hiện nay, thì số tiền tính được sẽ tăng lên mỗi năm. Đây là một nguồn kinh phí đáng kể cho việc kiểm soát và tiêu chuẩn hoá giống cây.

3.2.1.5 Những khó khăn khi thực hiện giải pháp:

Tuy nhiên, tất cả những tính toán trên chỉ là dự kiến dựa trên những giả định nếu giải pháp được thực hiện. Giải pháp này triển khai sẽ gặp ngay những phản ứng của nhà vườn vì niềm tin của họ vào kinh nghiệm của họ “ai cũng cho mình là đúng”. Vì thế, phải có những minh chứng thuyết phục về hiệu quả thực tế (năng suất, chất lượng, giá bán, ... của bưởi sạch) và những hình ảnh trái ngược (thực trạng) về hậu quả của việc qui hoạch, chọn giống, chăm sóc, thu hoạch, ... không đúng tiêu chuẩn, không theo hướng GAP. Phải thực hiện từng bước, thí điểm trước một số vùng, nếu đạt kết quả tốt thì sẽ phổ biến toàn tỉnh.

Khó khăn tiếp theo là hạn chế vốn đầu tư do sản xuất nhỏ lẻ nên cần thiết sự hợp tác nhất định ở những hiệp hội hỗ trợ nông dân và mối liên hệ với các vùng lân cận. Giải pháp này sẽ dễ dàng hơn nếu thực hiện đồng bộ ở tất cả các tỉnh. Vì thế cần có sự phối hợp của các tỉnh (Vĩnh Long, Tiền Giang, Đồng Tháp, ...) và của Chính phủ nhằm tạo ra những khuôn khổ, tiêu chuẩn cho các tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long.

Chi phí đăng ký ứng dụng GAP và thương hiệu được cấp cho từng hộ nông dân, hợp tác xã, nông trường, tổ chức nông nghiệp, ... nên việc hợp tác để sản

xuất số lượng lớn, sử dụng hết công suất các thiết bị, dụng cụ, ... là rất cần thiết cho việc giảm giá thành sản phẩm, từ đó tăng sức cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường.

3.2.2 Giải pháp 2: Tối ưu hoá dây chuyền phân phối sản phẩm từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng

3.2.2.1 Giới thiệu nội dung giải pháp:

Giải pháp này thực hiện hai vấn đề chính:

- Ứng dụng logistics phương pháp “kéo” nhằm đưa trái bưởi vào tiêu thụ một cách tối ưu tính từ góc độ sản xuất: phân loại bưởi ở hai giai đoạn: ngay trong quá trình sản xuất và sau thu hoạch, sau đó Bưởi được tiêu thụ như sau:
 - * Bưởi được trồng theo qui trình GAP để xuất khẩu hoặc bán qua các siêu thị, quầy trái cây sạch.
 - * Bưởi loại 1, loại 2 và loại 3 dùng ăn tươi và bán vào những khúc thị trường khác nhau.
 - * Bưởi nhỏ và kém chất lượng (bị nắng cháy, trái không tròn đều, bị đấng do cây bưởi xấu, ...) dùng để chế biến, làm nước uống, ... nhất định không đưa vào tiêu thụ tươi.

Tác giả tách ra thành hai vấn đề để đơn giản trong phân tích nhưng thực chất hai vấn đề trên cùng thực hiện song song và nằm trong một dây chuyền phân phối sản phẩm, việc phân loại sẽ được thực hiện vào đầu qui trình, nó sẽ ảnh hưởng đến từng khâu (đóng gói, vận chuyển, ...) và chi phí của dây chuyền phân phối đó.

- Ứng dụng dịch vụ logistics, thiết lập dây chuyền phân phối sản phẩm tối ưu (thu mua, đóng gói, vận chuyển, bán buôn, ...), hạn chế các trung gian làm tăng chi phí và làm tăng giá bán ở đầu ra. Từ đó, lôi kéo các dây chuyền phân phối khác vào cuộc cạnh tranh giảm chi phí lưu thông và giảm giá bán bưởi ở thị trường tiêu thụ.

3.2.2.2 Mục tiêu đề xuất giải pháp:

Tác giả đề xuất thực hiện giải pháp này nhằm đạt ba mục tiêu chính:

- Giảm chi phí lưu thông sẽ làm giá bán ra giảm và kích thích người tiêu dùng mua sản phẩm (kích cầu), nếu là xuất khẩu thì sẽ tăng cơ hội bán được hàng và tăng thu nhập (cho nông dân lẫn nhà xuất khẩu) do chi phí giảm và dây chuyền thu gom, phân phối sản phẩm chuyên nghiệp.
- Dễ huy động một lượng hàng tập trung cho các hợp đồng tiêu thụ và xuất khẩu vì sản phẩm đã được phân loại theo các tiêu chuẩn.
- Giữ gìn “tiếng vang về chất lượng” và làm sáng thương hiệu: không để Bưởi Da Xanh kém chất lượng vào thị trường (trong và ngoài nước) mà vẫn tiêu thụ được bằng cách chế biến hoặc tạo ra những sản phẩm khác.

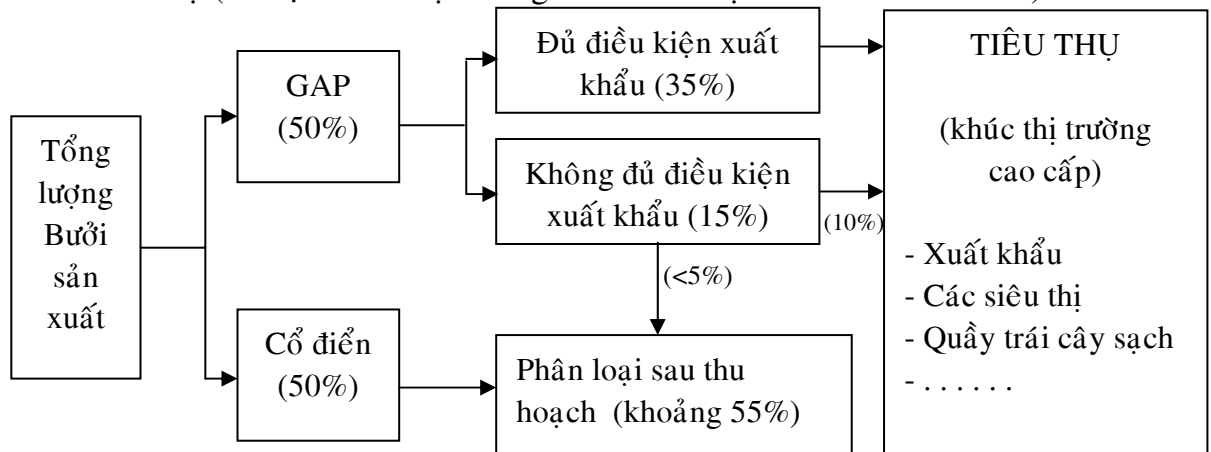
3.2.2.3 Các bước thực hiện:

Bước 1: Phân loại bưởi nhằm đưa vào thị trường một cách hiệu quả nhất:

Phân loại bưởi ngay trong quá trình sản xuất: căn cứ vào quá trình sản xuất và nhu cầu của từng khúc thị trường, nhằm thu hoạch theo nhu cầu thị trường tiêu thụ (chúng ta có thời gian dài 2 tháng để thu hoạch trái bưởi: từ tháng thứ 7 đến tháng thứ 9 kể từ ngày ra hoa, theo từng đợt và được nông dân ghi chép cụ thể).

Từ việc hình thành các hợp tác xã, các tổ chức, cá nhân sản xuất theo hướng GAP, ngay trong quá trình sản xuất chúng ta chia thành các loại như sau:

Hình 3.2: Phân loại Bưởi Da Xanh ngay trong quá trình sản xuất nhằm tối ưu hoá tiêu thụ (số liệu minh họa trong hình là số dự kiến vào năm 2010)



Giải thích:

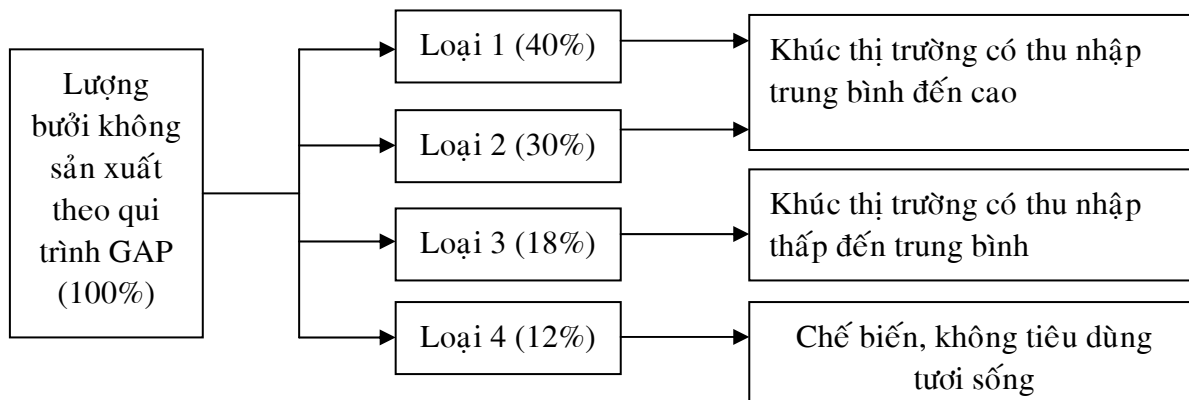
Nguồn: nghiên cứu của tác

- Dự kiến gần 50% lượng bưởi sạch được sản xuất vào năm 2010, có khoảng 70% lượng bưởi sạch này có đầy đủ các tiêu chuẩn để xuất khẩu (ngoài chất lượng ra còn các điều kiện khác như: cân nặng từ 1.2 – 1.6 kg/trái, mẫu mã đẹp đồng đều, không sọ, màu xanh đặc trưng và không có đốm vàng do nắng, ...), số này được thu hoạch và đóng gói theo các hợp đồng xuất khẩu hoặc các đơn đặt hàng của các siêu thị và quầy trái cây sạch (việc thu hoạch, đóng gói vận chuyển, ... xem bước 2). Tức xuất khẩu dự kiến đạt 35% lượng trái bưởi vào năm 2010.
- Số bưởi sạch còn lại vẫn bán được một phần lớn (hơn hai phần ba) vào các siêu thị và quầy bán trái cây sạch như: trái bưởi trên 1.6 kg và dưới 1.2 kg, trái bưởi quá nhỏ hoặc không đủ tiêu chuẩn sẽ chuyển sang phân loại sau thu hoạch và chủ yếu đưa vào chế biến (như đã đề cập ở Chương 2, ở Việt Nam trái bưởi càng lớn, càng nặng càng được ưu chuộng chứ không hạn chế như ở thị trường nước ngoài).

Phân loại sau thu hoạch: sau khi đã trích lọc theo cách phân loại trên, số bưởi còn lại được phân chia các loại như sau:

(Ghi chú: tên gọi các cách phân loại chỉ là khái niệm để phân biệt dựa theo phần lớn các công đoạn thực hiện, còn việc phân loại được diễn ra liên tục, thu hoạch bưởi sao cho phù hợp nhất với thị trường nhằm tối đa hoá thu nhập cho người trồng bưởi)

Hình 3.3: Phân loại bưởi sau thu hoạch



Nguồn: nghiên cứu của tác

Giải thích:

Theo cách phân loại hiện nay thì bưởi được phân ba loại như ở chương 2 và toàn bộ được tiêu thụ tươi sống. Thực hiện giải pháp này, tác giả phân chia bưởi thành bốn loại:

- Loại 1: từ 1.4 kg/trái trở lên (trái bưởi tròn, đẹp, không chảy mủ, rám nắng, sọc...).
- Loại 2: từ 1.1 kg/trái đến dưới 1.4 kg/trái
- Loại 3: từ 0.8 kg/trái đến dưới 1.1 kg/trái
- Loại 4: số còn lại (nặng dưới 0.8 kg/trái, trái bưởi không tròn, bị nắng cháy, da sần sùi, chảy mủ, ...)

Việc phân chia các thị trường như trên chỉ có tính tương đối vì phân phối theo địa bàn, ví dụ:

- Địa bàn TP. Hồ Chí Minh được cho là thị trường có thu nhập cao thì phân phối theo cơ cấu như sau, tổng lượng bưởi dự kiến bán vào 100% gồm có:
 - * 80% bưởi loại 1 và 2, 10% loại 3 - bán qua các siêu thị, quầy bán trái cây, chợ, xe bán hàng rong, nhà hàng, ... dùng ăn sống.
 - * 10% bưởi loại 4 – bán vào các quán cà phê, sinh tố, quán ăn, nhà hàng, ... dùng chế biến thức uống.
- Địa bàn huyện Ba Tri (tỉnh Bến Tre) là thị trường có thu nhập thấp thì phân phối như sau, tổng lượng bưởi dự kiến bán vào 100% gồm có:
 - * 20% bưởi loại 1 và 2
 - * 75% - 80% bưởi loại 3
 - * 0% - 5% bưởi loại 4 (trong thời gian đầu)
- Thời gian đầu (đến 2010) là thời gian thử nghiệm, thực hiện hạn chế dần việc đưa bưởi loại 4 vào thị trường tiêu dùng tươi sống và ngưng hẳn vào năm 2010. Trong thời gian này, bưởi loại 4 chủ yếu chuyển về các địa bàn có thu nhập thấp (Ba Tri, Thạnh Phú (Bến Tre), các huyện của những tỉnh khác, ...)

Bước 2: Thiết lập dây chuyền phân phối sản phẩm tối ưu:

Một số hướng có thể thực hiện như sau:

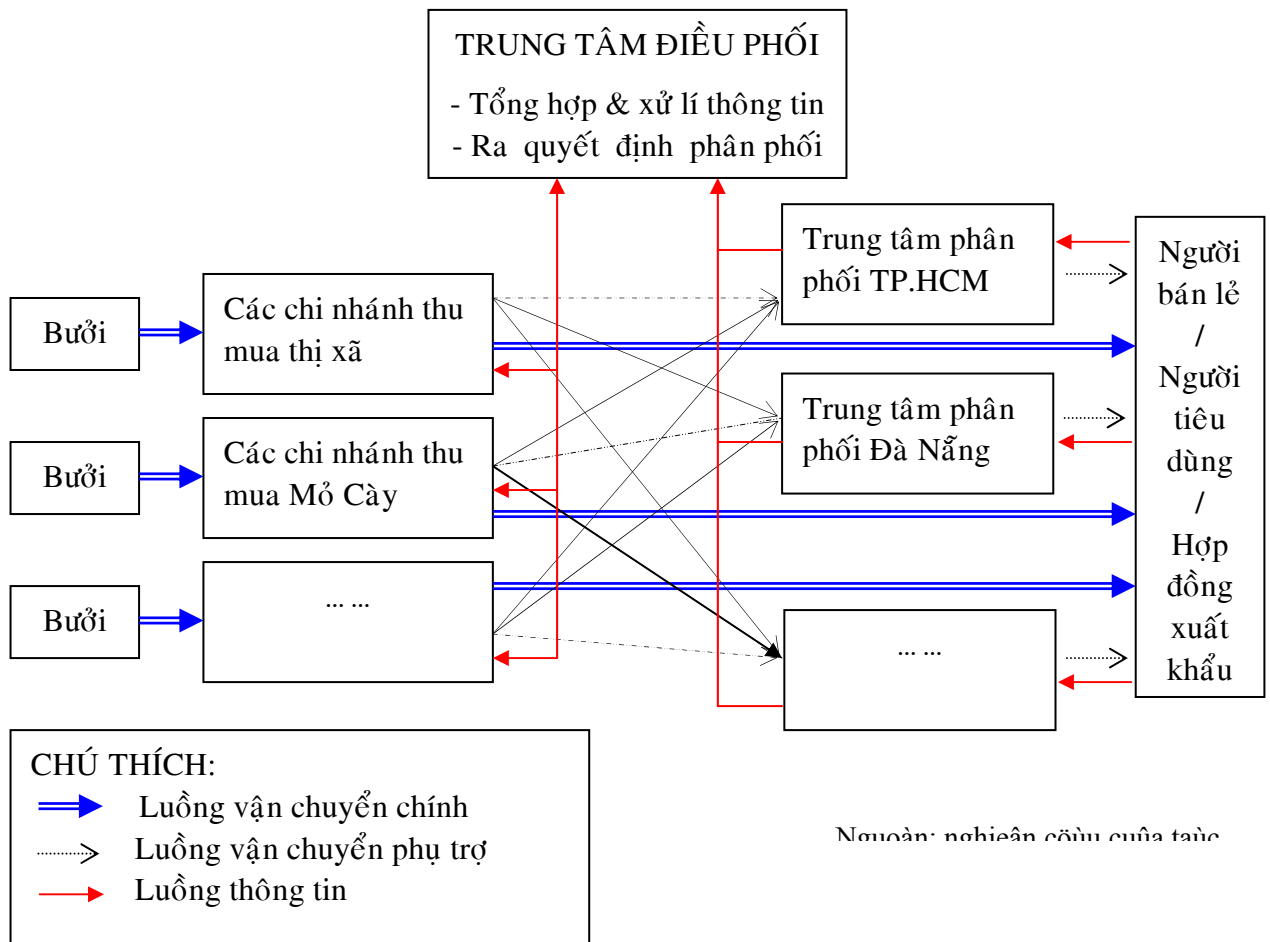
- Tổ chức hợp tác một số những nhà phân phối từ đầu đến cuối qui trình phân phối sản phẩm tạo thành một dây chuyền hoạt động nhịp nhàng, thống nhất các khoản chênh lệch giá. Lợi ích của các cá nhân trong hợp tác là có đầu vào, đầu ra và thu nhập ổn định, giảm thiểu rủi ro từ sự bất ổn của thị trường.
- Thành lập một Công ty logistics mẫu chuyên cung ứng Bưởi Da Xanh cho thị trường nội địa lẫn xuất khẩu. Tác giả tâm đắc giải pháp thành lập một công ty mẫu và với những chi phí cạnh tranh nhất sẽ kéo những dây chuyền phân phối khác cùng hạ thấp chi phí lưu thông. *(Tác giả phân tích nội dung các bước thực hiện và tính khả thi – lợi ích của giải pháp theo hướng này).*
- Thành lập một công ty chuyên cung ứng những mặt hàng nông sản chiến lược: bưởi, dứa, xoài, ... hoặc một Chợ đầu mối chuyên mua - bán sỉ trái cây tại thị xã Bến Tre.

Công ty được thành lập gồm một Trung Tâm Điều Phối và hai hệ thống chi nhánh (một đầu vào và một đầu ra) như sau (xem hình 3.4):

Mô hình vận hành của Công ty mẫu như sau:

1. Bắt đầu từ những người bán lẻ, siêu thị, những người tiêu dùng số lượng lớn như các nhà hàng, các hợp đồng xuất khẩu, ... cung cấp đơn đặt hàng (bằng điện thoại, email, fax, ...) qua trung tâm phân phối của địa phương nơi khách hàng ở.

Hình 3.4: Tổ chức của công ty mẫu



2. Nhân viên trung tâm khi có đơn đặt hàng sẽ nhập ngay vào hệ thống máy tính với đầy đủ các chỉ tiêu (như bên dưới – có sẵn trên phần mềm) cũng như thông báo nếu có sự thay đổi về giá cả, ngày giao hàng và cập nhật vào các khách hàng mới:

- Tên cửa hàng, người mua, địa chỉ, ...
- Các loại sản phẩm
- Số lượng từng loại
- Kỳ nhận hàng
-

Mỗi trung tâm phân phối sẽ quan hệ với một số những khách hàng thuộc địa bàn của mình.

Toàn bộ dữ liệu của các Trung tâm phân phối sẽ chuyển về Trung tâm điều phối để tổng hợp và xử lý.

3. Tại các chi nhánh thu mua: họ quản lý những người thu gom bưởi tại các vườn bưởi và thực hiện phân loại (trước và sau thu hoạch), tức họ có sẵn bưởi đã thu hoạch và cả bưởi chưa thu hoạch sẵn sàng cung cấp cho các đơn hàng hoặc hợp đồng xuất khẩu.
4. Tại Trung tâm điều phối, căn cứ vào các dữ liệu tổng hợp (sơ đồ khách hàng, lượng theo từng loại của mỗi khách hàng, sơ đồ vị trí các chi nhánh, lượng từng loại của các chi nhánh thu mua, ...) ra quyết định đóng gói hàng theo lô cho từng khách hàng và sắp xếp các tuyến đường vận chuyển đến từng khách hàng (luồng vận chuyển chính) hoặc vận chuyển và phân phối qua các trung tâm ở thị trường tiêu thụ (luồng phụ trợ).
5. Luồng thông tin và luồng vận chuyển được vận hành liên tục hoặc định kỳ tùy thuộc vào lượng bưởi nhiều hay ít. Ví dụ: năm 2007: dây chuyền này vận hành phân phối 20% toàn lượng Bưởi Da Xanh của Bến Tre, tức khoảng 28 tấn/tuần thì mỗi tuần có thể thực hiện khoảng 2 chuyến, năm 2010: phân phối 30% tổng sản lượng thì có thể thực hiện mỗi ngày một chuyến khoảng 22 tấn. Riêng Bưởi xuất khẩu được huy động và thực hiện theo từng hợp đồng.
6. Qui mô và lộ trình triển khai: nhằm tiết kiệm chi phí tối đa, giải pháp sẽ triển khai ở các thị trường lớn và đang có khách hàng trước, sau đó sẽ mở rộng dần sang các thị trường khác bằng các chiến lược mở rộng thị trường (xem **giải pháp 4**). Cụ thể: cuối năm 2006 và đầu năm 2007 chỉ thực hiện 1 hoặc 2 trung tâm phân phối tại TP. Hồ Chí Minh, cuối năm 2007 mở trung tâm tại thị xã Bến Tre nhằm mở rộng hướng xuất khẩu, năm 2008 mở ở các thành phố trên 1 triệu dân, ...
7. Các Trung tâm phân phối có thể bao gồm hai bộ phận:

- Bộ phận quảng bá, trưng bày và bán lẻ: thực hiện chức năng giống như một cửa hàng hoặc siêu thị trái cây.
- Bộ phận điều hành bán sỉ không qua kho: bưởi đã được phân loại, đóng gói, bao bì, nhãn, ... và phân chia cho từng đối tượng khách hàng ngay tại chi nhánh thu mua và vận chuyển thẳng đến người bán lẻ (*xem hình 3.5*).

3.2.2.4 Phân tích tính khả thi – hiệu quả dự kiến:

Thực hiện giải pháp này được các lợi ích sau:

- Giảm giá bán ra đối với người tiêu dùng kích thích tiêu thụ và tăng giá bán của nông dân.

Bảng 3.1: Các khoản mục làm tăng giá thành trong quá trình phân phối

| Thứ tự | Khoản mục chi phí | Tỷ lệ tăng chi phí so với giá mua của nông dân (%) | Số tiền ước tính (đồng) |
|--------|---|--|-------------------------|
| 1 | Thương lái thu gom | 5% | 500 |
| 2 | Chi phí và thu nhập của Trung tâm phân phối | 10% | 1,000 |
| | Trong đó bao gồm chi phí đóng gói, vận chuyển: 500 đ/kg | | |
| 3 | Người bán lẻ | 10% | 1,000 |
| 4 | Hao hụt (tương đương 3%) | 3% | 300 |
| 5 | Chi phí dự phòng khác | 4% | 400 |
| | Cộng | 32% | 3,200 |

Nguồn: nghiên cứu của tác giả

Ghi chú: các chi phí trên ước tính trên cơ sở giả định là thị trường TP.Hồ Chí Minh, nơi hiện tiêu thụ gần 80% sản phẩm Bưởi Da Xanh của Bến Tre

Như vậy, giá bán sỉ không tăng quá 22% và giá bán lẻ tăng tối đa là 32% ở thị trường TP. Hồ Chí Minh và các thị trường có khoảng cách tương tự, những thị trường ở xa hơn sẽ cộng thêm chi phí vận chuyển và hao hụt. So với mức tăng giá

bình quân 70% (xem mục 2.4.2 và hình 2.11 ở chương 2) thì giải pháp này làm giảm khoảng 50% chi phí lưu thông (tương đương 4.000 đồng/kg), nếu chia khoản này làm hai thì giá bán của nông dân sẽ tăng 2.000 đ/kg và giá mua của người tiêu dùng giảm 2.000 đ/kg.

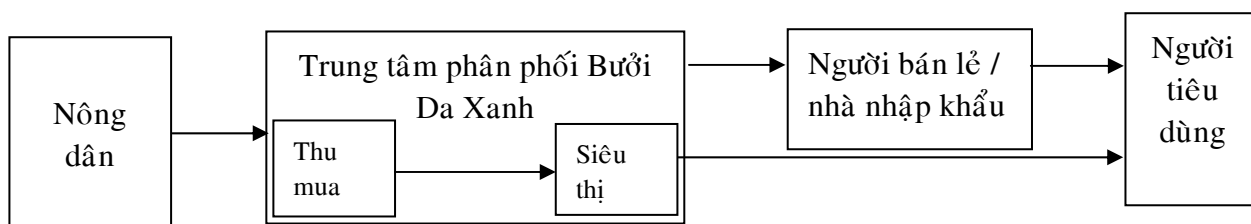
Bảng 3.2: Dự kiến giá bán tham khảo ở một số thị trường (năm 2006)

| Mùa vụ \ thị trường | Giá mua | | TP.HCM và tương đương | Đơn vị: đồng /kg | | |
|---------------------|---------|------------|-----------------------|------------------|--------|---------------------|
| | | | | Đà Nẵng | Hà Nội | Xuất khẩu (FOB) (*) |
| Vào mùa | 10,000 | giá bán sỉ | 12,200 | 12,700 | 13,200 | 12,400 |
| | | giá bán lẻ | 13,200 | 13,700 | 14,200 | |
| Nghịch mùa | 13,000 | giá bán sỉ | 15,200 | 15,700 | 16,200 | 15,400 |
| | | giá bán lẻ | 16,200 | 16,700 | 17,200 | |

Ghi chú: (*) giá xuất khẩu trong bảng trên chỉ là tối thiểu, giá bán thực tế tùy thuộc vào hợp đồng.

- Rút ngắn thời gian lưu thông: thời gian từ khi thu hoạch đến người bán lẻ trung bình là 24 giờ, tối đa là 30 giờ, rút ngắn 50% thời gian so với trước đây là từ 3 đến 4 ngày (thị trường TP.HCM). Thời gian lưu thông ngắn làm cho trái bưởi còn xanh tươi, đầy đủ cuống lá cộng với phương pháp đóng gói sạch đẹp làm gia tăng giá trị của trái bưởi kích thích người mua hàng hoặc tăng cơ hội thực hiện các hợp đồng xuất khẩu.

Hình 3.5: Kênh phân phối qua trung tâm



Nguồn: nghiên cứu của tác

- Với phương cách thu hoạch và giao hàng có cân đối nhu cầu sẽ không làm giá thị trường biến động trong ngắn hạn (không “dội chợ”), mặt khác cũng dễ

dàng thu hoạch tập trung một lượng đủ lớn và sẵn có cho các hợp đồng xuất khẩu.

- Còn với cách phân nhiều loại như trên và hạn chế đưa vào thị trường những sản phẩm kém chất lượng sẽ giữ được thị trường hiện hữu, giữ được thương hiệu đang có bằng chất lượng đồng bộ và có nhiều cơ hội để tiếp cận thị trường mới.

3.2.2.5 Những khó khăn khi thực hiện giải pháp:

Khó khăn thứ nhất: thị trường hiện có của Bưởi Da Xanh còn chiếm tỷ lệ quá nhỏ so với Bưởi Năm Roi, Biên Hòa, Thanh Trà, ..., mà giá thành sản xuất cao hơn, rất nhiều người chưa hề biết Bưởi Da Xanh (đặc biệt là Miền Trung, Miền Bắc) nên càng chậm thực hiện việc phân loại và hạn chế bưởi kém chất lượng vào thị trường cùng với thực trạng chưa có nhiều thương hiệu bưởi nổi tiếng đến các thị trường (hiện chỉ có danh tại tỉnh và sản xuất với lượng rất nhỏ, một vài thương hiệu chỉ chú trọng việc bán giống cây) thì càng mất dần cơ hội để khuyến khích thương hiệu, quảng bá sản phẩm. Vì thế, trong thời gian đầu chắc chắn sẽ tổn kém nhiều chi phí do quảng bá sản phẩm và hạn chế thu nhập của Công ty do lượng bán chưa nhiều.

Khó khăn thứ hai: ứng dụng tin học và dịch vụ logistics của chúng ta chưa chuyên nghiệp, thu thập thông tin, trình độ tổ chức thị trường còn yếu cả đầu vào lẫn đầu ra, mà nếu sử dụng sự hỗ trợ kỹ thuật từ bên ngoài thì sẽ đẩy chi phí lên cao làm cho giải pháp thực hiện kém hiệu quả.

Khó khăn thứ ba: chất lượng bưởi hiện nay chưa “sạch”, chưa an toàn và không đồng nhất, nếu Bến Tre cứ khuyến khích trồng bưởi tạo ra nhiều sản phẩm với chất lượng như hiện nay thì sẽ gặp rủi ro lớn về mặt tiêu thụ trong những năm sắp tới (*đã bàn đến ở giải pháp 1*).

3.2.3 Giải pháp 3: Thành lập Khu Nghiên Cứu và Chế Biến Bưởi Da Xanh tỉnh Bến Tre, xây dựng các nhà máy chế biến gắn với nguồn nguyên liệu và thực hiện chuyển giao công nghệ

3.2.3.1 Giới thiệu nội dung giải pháp:

Để hỗ trợ cho qui trình sản xuất GAP được hoàn thiện cũng như giải quyết đầu ra trái bưởi thông suốt và liên tục trong mùa vụ, đề nghị Bến Tre nên Thành lập Khu Nghiên cứu và Chế biến Bưởi Da Xanh tỉnh Bến Tre gồm hai phân khu ứng với hai chức năng chính:

- Phân khu Nghiên cứu: nghiên cứu, thử nghiệm về giống, qui trình sản xuất, đa dạng hóa sản phẩm từ tất cả các thành phần tạo ra từ cây bưởi, ... sau đó chuyển giao công nghệ ra bên ngoài hoặc chuyển sang Phân khu Sản xuất - Thương mại. Nghiên cứu việc qui hoạch và xây dựng các nhà máy chế biến tại vùng trồng bưởi nhằm tăng tiêu thụ bưởi nguyên liệu.
- Phân khu Sản xuất - Thương mại: Là nơi sản xuất thử nghiệm các sản phẩm mới, sản xuất và cung cấp giống cây sạch bệnh, nơi sản xuất và kinh doanh thương mại các sản phẩm từ bưởi.

3.2.3.2 Mục tiêu đề xuất giải pháp:

Giải pháp này được đề xuất nhằm thực hiện bốn mục tiêu chính:

- Góp phần thực hiện sản xuất theo qui trình GAP một cách hiệu quả: cung cấp đầy đủ cây giống sạch bệnh và hướng dẫn áp dụng qui trình sản xuất chuẩn thống nhất đã được nghiên cứu và thực nghiệm.
- Tiêu thụ hết bưởi trong mùa vụ với giá bảo đảm chi phí sản xuất cho nhà nông bằng cách nghiên cứu sản phẩm mới để xuất khẩu hoặc lưu trữ để tiêu thụ quanh năm.
- Bảo đảm sự đồng nhất của chất lượng trái bưởi và giữ thương hiệu: do cung cấp giống cây và qui trình chăm sóc giống nhau sẽ tạo ra trái bưởi có chất lượng thuần nhất, chúng ta sẽ đăng ký tiêu chuẩn và có cơ sở bảo đảm tiêu chuẩn chất lượng. Mặt khác, Trung tâm này sẽ chế biến những trái bưởi không đủ tiêu chuẩn lưu thông, vừa giữ được thương hiệu vừa hạn chế tổn thất cho nhà nông.

- Mục tiêu bảo đảm chi phí và có thu nhập: Phân khu Sản xuất – Thương mại sẽ hoạt động như một công ty kinh doanh nhằm bảo đảm chi phí và tối đa hoá thu nhập.

3.2.3.3 Các bước thực hiện:

Giải pháp này có thể thực hiện mở rộng thành hai bước:

Bước 1: Thành lập Khu nghiên cứu và Chế biến Bưởi Da Xanh tỉnh Bến Tre, gồm có hai phân khu:

Khu A: Phân khu Nghiên cứu: thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu về qui hoạch, phân vùng trồng bưởi, giống và qui trình chăm sóc, đa dạng hoá sản phẩm từ bưởi (hoàn thiện và tăng xúc tiến thương mại các sản phẩm đã có và nghiên cứu chế tạo sản phẩm mới). Theo tác giả, hiện nay một số sản phẩm sau đây có thể hoàn thiện hoặc nghiên cứu sản xuất:

- **Nước giải khát:** hiện có rất ít loại nước giải khát được chế biến từ bưởi, chỉ có nước ép trái bưởi tươi của một số nhà hàng ăn uống, quán cà phê hạng khá sang trọng, hầu hết được sử dụng là những loại bưởi rẻ tiền như: bưởi ngang, bưởi bánh xe hoặc trái bưởi rất nhỏ, xấu không thể bán để ăn tươi được. Trung tâm này sẽ nghiên cứu sản xuất nước giải khát từ trái bưởi theo các dạng sau:
 - * Nước Bưởi Da Xanh tươi đóng chai: chiết xuất và xử lí nước bưởi tươi có màu hồng tự nhiên rất đẹp (tương tự loại nước cam tươi đóng chai của PEPSI và COCACOLA), ngoài tác dụng giải khát, thanh nhiệt, nước bưởi còn có tác dụng giúp tiêu hoá nhanh, chữa chứng đầy hơi và giảm béo phì đối với người dư cân.
 - * Nước bưởi đóng hộp: chiết xuất tinh chất từ nước bưởi, có thể đóng hộp hoặc đóng chai, chi phí thấp hơn nước bưởi tươi (giá bán rẻ hơn) và dự trữ được lâu hơn.

* Bột dùng để pha nước bưởi: nước bưởi cô đặc thành dạng bột, tiện dụng, dễ mang theo, có thể pha bằng nước nóng hoặc nước ở nhiệt độ bình thường, uống với đá hoặc không, ...

* Nghiên cứu sản xuất rượu trái cây từ bưởi, những sản phẩm khác nhau ứng với những khúc thị trường khác nhau (theo độ tuổi, theo thu nhập, theo sở thích, ...) hoặc sản phẩm chuyên dùng để xuất khẩu (sẽ trình bày rõ hơn ở giải pháp 4).

- Thức ăn tươi và chế biến: ruột bưởi và vỏ đem có thể sản xuất một số thức ăn, nhiều khoáng chất mà ít năng lượng và chất béo:

* Gỏi Bưởi Da Xanh - Tôm Khô: là món khai vị khá sang trọng, đẹp mắt và hấp dẫn ở các nhà hàng nhưng hiện nay chưa có phổ biến trong thực đơn ở hầu hết các quán ăn. Món này chỉ có thể dùng Bưởi Da Xanh hoặc những loại bưởi có tép bưởi ráo, giòn, dễ tách rời (Bưởi Năm Roi không chế biến được vì bị bể múi, chảy nước và màu sắc cũng không hấp dẫn). Vậy, chúng ta hãy nghiên cứu để tạo ra sản phẩm “Gỏi Bưởi Da Xanh - tôm khô ăn liền” với đầy đủ các gia vị, chỉ cần mở gói, trộn tất cả lại với nhau là chúng ta có thể ăn được (ai cũng có thể làm được - giống các loại mì ăn liền).

* “Chè Bưởi ăn liền”: chúng ta cũng có thể nghiên cứu sản xuất nguyên liệu để nấu chè bưởi ở một dạng nào đó từ vỏ đem của trái bưởi (lớp vỏ trắng hồng bên trong lớp vỏ xanh). Nguyên liệu đó có thể thay thế cho vỏ bưởi tươi như hiện nay mà người sử dụng phải mất nhiều thời gian xử lý cho mỗi lần sử dụng và không dự trữ được. Hoặc nghiên cứu sản xuất ra một loại sản phẩm “chè bưởi ăn liền”, cứ pha với nước sôi sau vài phút chúng ta sẽ có “một chén chè bưởi ăn liền”.

* Nem chay: thành phần chính là vỏ bưởi và đu đủ, dùng vỏ đem của trái Bưởi Da Xanh nem sẽ có màu hồng rất đẹp mà không phải sử dụng màu hoá chất trong công nghiệp thực phẩm.

* Mứt vỏ bưởi: nghiên cứu sản xuất và dùng thử các loại sau:

- a. Mứt 100% vỏ đệp: sử dụng vỏ đệp của trái bưởi, cắt sạch phần vỏ xanh bên ngoài để làm mứt, cách thực hiện tương tự các loại mứt trái cây khác, mứt sẽ ngọt, giòn và ít the nhất.
- b. Mứt 50% vỏ xanh: gọt 50%, để lại 50% vỏ xanh trên miếng mứt, ăn the và thơm hơn.
- c. Mứt 100% vỏ xanh: để toàn bộ phần vỏ xanh trên miếng mứt

Công việc đơn giản nên tác giả có làm thử bằng thủ công cả ba loại trên, dùng để uống trà khá hấp dẫn, tuy nhiên, rất cần nghiên cứu thị trường để hoàn thiện hơn sản phẩm và tác giả cũng chưa chào hàng thử để xem phản ứng của người tiêu dùng đối với từng loại ra sao.

* Nghiên cứu sản xuất thạch bưởi hoặc chế biến các loại thức ăn trong đó có thành phần từ bưởi.

- Mỹ phẩm:

* Dầu gội đầu: vỏ xanh của trái bưởi (có chứa tinh dầu – chất the) và cánh hoa bưởi có mùi thơm dịu dùng làm dầu gội đầu, tất nhiên phải có kết hợp nhiều hoạt chất khác, cánh hoa bưởi dùng tạo mùi thơm tự nhiên, chất tinh dầu trong vỏ xanh kích thích mọc tóc và giữ tóc óng mượt hơn.

* Xà bông tắm, dầu thơm, ...

- Dược phẩm:

* Thuốc chống rụng tóc và kích thích mọc tóc: trên thị trường hiện nay có một loại thuốc chống rụng tóc của Mỹ, trong đó thành phần là chất tinh dầu có trong vỏ xanh của trái bưởi chiếm tỷ lệ khá lớn. Trong giai đoạn đầu, có thể nghiên cứu cách chiết xuất tinh dầu trong vỏ xanh để bán nguyên liệu, sau đó có thể hợp tác với công ty của họ để sản xuất mặt hàng này nhằm tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

* Dầu bưởi: sản xuất từ lá bưởi, vỏ bưởi, dùng xông hơi trị cảm cúm, xoa ấm cơ thể trị trúng gió, trúng mưa, say nắng, ...

* Thuốc đông y, ...

- Nghiên cứu và chế biến tạo ra các sản phẩm mới khác từ tất cả các thành phần của cây bưởi.

Khu B: Phân khu Sản xuất - Thương mại: thực hiện tất cả các hoạt động sản xuất, bao gồm thử nghiệm và sản xuất hàng hoá, sản xuất giống cây và chế biến trái bưởi, ... mua – bán và xuất khẩu trái bưởi, sản phẩm từ bưởi nhằm mục tiêu kinh tế mang lại thu nhập cho toàn khu để tài trợ các hoạt động nghiên cứu và phát triển.

Bước 2: Xây dựng các nhà máy chế biến gắn với nguồn nguyên liệu và thực hiện chuyển giao công nghệ. Tổ chức qui trình đầu tư ứng trước vào nông nghiệp, giống cây và công nghệ chăm sóc, ... tiêu thụ sản phẩm theo một qui trình khép kín.

Bước 1 có thể thực hiện ngay, khoảng năm 2007, bước 2 thực hiện sau vài năm với mục tiêu giảm rủi ro về biến động giá trong ngắn hạn, ổn định đầu vào cho các nhà máy và ổn định đầu ra cho nông dân.

3.2.3.4 Phân tích tính khả thi – hiệu quả dự kiến:

Đây là một trong những dự án qui mô lớn, cần thiết phải lập dự án và tính toán định lượng lại hiệu quả của dự án nên trong phạm vi đề tài này không tính toán định lượng hiệu quả của giải pháp. Tuy nhiên, nếu giải pháp được thực hiện thì chúng ta có thể đạt được rất nhiều lợi ích:

- Trái bưởi đạt chất lượng, sạch và an toàn do được trồng theo qui trình GAP, có đăng ký tiêu chuẩn chất lượng, dễ dàng cho hoạt động xuất khẩu hoặc mua bán qua mạng.
- Giải quyết đầu ra cho bưởi một cách chủ động và hiệu quả, hạn chế rủi ro về giá do sự bất ổn của thị trường, giảm thiểu rủi ro cho nông dân trồng bưởi: vừa có đầu ra ổn định vừa bán được giá hợp lí.
- Tăng thu nhập, mức sống của nông dân: bứt phá được vòng lẩn quẩn “nghèo => đầu tư thấp => mức sinh lợi thấp => nghèo” do khắc phục được khủng hoảng đầu ra theo chu kỳ trong nông nghiệp.

- Giải quyết một lượng khá lớn công việc làm: do vốn đầu tư có hạn, các nhà máy chế biến nông sản thường thâm dụng lao động hơn là tự động hoá, điều đó sẽ giải quyết một lượng lao động tại chỗ, đặc biệt là các thành phần không có đất canh tác hoặc đất quá ít, phải đi làm thuê.
- Tăng GDP của tỉnh, tăng các khoản thuế, thay đổi cơ cấu ngành kinh tế trong GDP của tỉnh theo hướng tăng tỷ lệ công nghiệp, dịch vụ và giảm tỷ lệ nông nghiệp.

3.2.3.5 Những khó khăn khi thực hiện giải pháp:

Vốn là điều kiện cần thiết nhất để thực hiện các dự án trên. Khu Nghiên cứu và Chế biến Bưởi Da Xanh tỉnh Bến Tre là một dự án kinh tế thuần túy qui mô lớn. Vì thế Nhà nước có thể đứng ra tổ chức, thành lập và hoạt động như một đơn vị hạch toán kinh tế. Hoặc lập dự án và kêu gọi những nhà đầu tư thành lập một công ty cổ phần với những chức năng như trên. Ở Bến Tre, hiện nay số công ty cổ phần chưa nhiều, vốn ứ đọng trong dân còn khá nhiều, nhất là những dân cư sống ở thị xã, thị trấn, công ty cổ phần sẽ là những công cụ để tập trung các nguồn lực về vốn và nhân lực vào sự phát triển kinh tế nói chung và của khu vực trồng Bưởi Da Xanh nói riêng. Thực hiện tương tự đối với các công ty chế biến nằm ở các vùng nguyên liệu. Ở vùng nông thôn, có nhiều người có vốn nhưng do lượng vốn không đủ lớn và không có khả năng chuyên môn, trình độ quản lý và kinh doanh hạn chế nên họ không tự thành lập và điều hành được các công ty. Vì thế, thời gian đầu cần có sự hỗ trợ của Nhà nước, tức tỉnh phải có chính sách vận động những nhà đầu tư có điều kiện đầu tư xây dựng nhà máy vào các vùng nguyên liệu bằng những chính sách ưu đãi, hỗ trợ về chuyên môn kỹ thuật nhất định. Tuy nhiên, chính sách ưu đãi cần theo quan điểm tăng cường các hỗ trợ gián tiếp như về thủ tục, hồ sơ, kỹ thuật, cơ sở hạ tầng, ... các ưu đãi về thuế nên có thời hạn và chấm dứt hẳn sau một thời hạn nhất định.

3.2.4 Giải pháp 4: Nghiên cứu các chiến lược phân phối nhằm mở rộng lượng cầu sản phẩm trong nước và ngoài nước

3.2.4.1 Giới thiệu nội dung giải pháp:

Thực hiện giải pháp 1 và 2, chúng ta có được trái bưởi chất lượng tiêu chuẩn với giá thành đến nơi tiêu thụ hợp lý, giải pháp 3 nhằm hỗ trợ thực hiện qui trình sản xuất theo hướng GAP và đa dạng hoá sản phẩm từ bưởi, trong giải pháp này định hướng việc nghiên cứu, xây dựng các chiến lược nhằm mở rộng lượng cầu trong thị trường nội địa và quốc tế: chiến lược sản phẩm, chiến lược phân phối, chiến lược giá và chiến lược xúc tiến. Sản phẩm muốn cạnh tranh được trên thị trường quốc tế trước hết phải cạnh tranh được trên thị trường nội địa, vì thế giải pháp 2 và 3 đã phân tích theo hướng chú trọng thị trường nội địa, giải pháp này tác giả muốn nhấn mạnh hơn việc xuất khẩu bưởi ra thị trường nước ngoài. Hiện bưởi Năm Roi đang được tiêu thụ ở khá nhiều thị trường nước ngoài: EU, Mỹ, Nga, Trung Đông, Trung Quốc, Nhật và một số nước ASEAN. Bưởi Da Xanh chỉ mới bán được cho Đức (EU) với số lượng rất nhỏ, những thị trường trên đều có khả năng bán được Bưởi Da Xanh và dung lượng thị trường rất lớn nhưng hiện nay chưa bán được. Mỗi thị trường có rất nhiều yếu tố đặc trưng khác nhau về thị hiếu, nhu cầu, loại bưởi, chất lượng, văn hoá, ... và ngay từ bây giờ, chúng ta nên lập trước những chiến lược ứng với những thị trường khác nhau.

3.2.4.2 Mục tiêu đề xuất giải pháp:

Thị trường trong nước thì còn một tỷ lệ lớn người sử dụng bưởi khá thường xuyên mà chưa hề biết Bưởi Da Xanh, thị trường nước ngoài thì chúng ta còn quá ít thông tin. Vì thế, giải pháp này được đề xuất thực hiện nhằm đạt được các mục tiêu sau:

- Quảng bá thương hiệu sản phẩm trong và ngoài nước.
- Tăng lượng bưởi bán ra ở thị trường trong nước bằng các chiến lược marketing sản phẩm.
- Nắm bắt thông tin thị trường nước ngoài, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp chuyên xuất khẩu bưởi đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm trên thị trường thế giới.

3.2.4.3 Các bước thực hiện:

Trong nước, chúng ta triển khai nghiên cứu và tiếp cận các thành phố và những khu vực đông dân cư trước như TP.Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Cần Thơ, ... lập các chiến lược phân phối phù hợp với từng khu vực, sau đó, mở rộng đến những khúc thị trường khác.

Thị trường nước ngoài, chúng ta sử dụng những thị trường hiện đang xuất khẩu Bưởi Năm Roi là những thị trường tiềm năng cho Bưởi Da Xanh. Ngoài ra, kết hợp với nghiên cứu nhu cầu chúng ta sẽ xác định được hầu hết những thị trường tiềm năng. Sau đó, bằng những thông tin có được (thứ cấp hoặc sơ cấp), những kinh nghiệm của Bưởi Năm Roi, trái cây của những nước khác, chúng ta lập mỗi chiến lược xuất khẩu cho từng thị trường nhất định. Nếu thị trường quá rộng lớn với những luật lệ, văn hoá, thị hiếu, ... khác nhau (như Hoa Kỳ), thì chúng ta chia nhỏ ra để xây dựng chiến lược phù hợp với từng khu, từng ban. Sử dụng các chiến lược trong marketing và marketing quốc tế nhằm đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm trên thị trường trong nước và thế giới.

- Chiến lược sản phẩm:

Các giải pháp trước chúng ta đã tạo được sản phẩm chất lượng, an toàn và đồng nhất, phân loại sản phẩm và phân phối ứng với những khúc thị trường khác nhau, không đưa những trái bưởi kém chất lượng vào tiêu thụ tươi sống, cần có thiết bị và phương pháp kiểm tra loại trừ những trái bưởi không đạt chất lượng, ... (xem giải pháp 1 và 2).

Sáng tạo bao bì cho sản phẩm: vừa bảo vệ trên đường vận chuyển vừa làm tăng giá trị gia tăng cho trái bưởi, tăng tính trân trọng, quý giá và tôn trọng khách hàng, trên bao bì có hệ thống mã vạch có thể truy nguyên nguồn gốc và nhận dạng thương hiệu, có những hình ảnh tạo ấn tượng tốt cũng như có sự khác biệt rõ rệt so với những sản phẩm cùng loại. Trên bao bì có thể in hàng loạt những công



dụng thực tế của bưởi, khuyến cáo hạn sử dụng để bảo vệ an toàn cho người tiêu dùng. Bao bì cho sản phẩm xuất khẩu có thể đóng gói theo đơn đặt hàng: thông tin trên bao bì, ngôn ngữ, màu sắc,... Nói chung, bao bì sản phẩm nên có đầy đủ thông tin, gây ấn tượng nhưng không được quá phức tạp.

Tên thương hiệu phải làm nổi bật những đặc trưng tốt nhất và riêng có của sản phẩm, thương hiệu và khẩu hiệu phải thống nhất, cố định qua thời gian thì mới định vị được sản phẩm tạo chỗ đứng trên thị trường. Ngoài ra, cần có định vị đặc thù cho sản phẩm, nếu có thể định vị sản phẩm chung cho tất cả các thị trường là lý tưởng nhất.

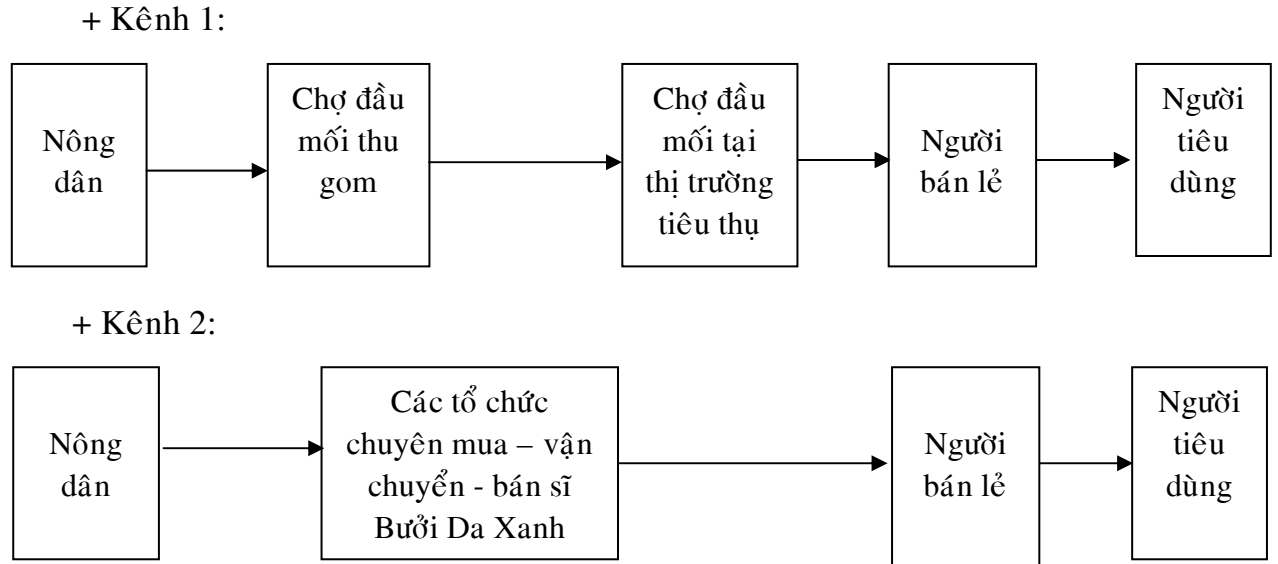
- Chiến lược phân phối:

Xác định khúc thị trường mục tiêu để có những chiến lược phân phối cụ thể cho từng khúc thị trường: phân theo địa bàn, theo thu nhập, theo nghề nghiệp, theo giới tính, theo độ tuổi, Ví dụ, địa bàn TP. Hồ Chí Minh, nên rút ngắn các kênh phân phối còn từ hai đến ba trung gian nhằm giảm thiểu chi phí, giảm hao hụt, hạn chế tăng giá đầu ra, ... (*giải pháp 2*). Nếu chưa thực hiện được như giải pháp 2, thì các kênh phân phối có thể rút ngắn dần như sau (*xem hình 3.6*):

Thời gian phân phối nên giảm đi còn một nửa, tức từ 24 đến 36 giờ sau thu hoạch trái bưởi sẽ ở quầy bán lẻ, siêu thị.

Lập chiến lược phân phối sản phẩm quốc tế đến từng quốc gia hoặc từng khu vực thị trường, nắm bắt được thị hiếu về chất lượng đòi hỏi (độ ngọt, cân nặng, tỷ lệ nước, thịt quả, ...), mẫu mã, loại sản phẩm, ... ứng với từng thị trường. Ở đầu vào, chúng ta xác định các vùng trồng bưởi: loại bưởi, chất lượng, màu sắc, xác định các phương thức thu gom, ... và xem xét sự thích ứng với những thị trường nào nhằm thỏa mãn nhu cầu của thị trường đó một cách hiệu quả nhất.

Hình 3.6: Các kênh tiêu thụ bưởi



Nguồn: nghiên cứu của tác giả

- Chiến lược giá:

- * Chính sách giá nội địa: tùy theo thị trường tiêu thụ phải vận chuyển xa hay gần, ngoài chi phí vận chuyển, chênh lệch giá từ nông dân đến tay người tiêu dùng cuối cùng không nên vượt quá 25% cho tất cả các khâu trung gian. Ví dụ: thị trường TP.HCM, mức chênh lệch giá tối đa là +30%, Hà Nội: +40% và Đà Nẵng: +35% (đã phân tích ở giải pháp 2). Mức chênh lệch này đã bảo đảm thu nhập cho nhà phân phối và bao gồm cả hao hụt trên đường vận chuyển.
- * Chính sách giá quốc tế: Ngoài chính sách thiết lập giá phải thỏa mãn những điều kiện cơ sở, chính sách giá nên thống nhất một cách tương đối giữa các quốc gia, giữa các công ty nhập khẩu trên một quốc gia và giữa những thời điểm không xa nhau nhiều (tất nhiên có tính đến sự thay đổi giá theo mùa vụ và trên cơ sở chi phí cũng như thị trường nội địa). Nghĩa là chính sách giá nên theo một chiến lược được vạch sẵn, không nên thiết lập chênh lệch quá lớn giữa những quốc gia khác nhau, những hợp đồng khác nhau và những thời

điểm khác nhau (nên thiết lập một chính sách theo thời gian). Muốn làm được việc này thì phải thống nhất những đầu mối xuất khẩu, hoặc quản lý những đầu mối này bằng những tiêu chuẩn nhất định, thậm chí phải hy sinh một số hợp đồng không thương lượng được chứ không nên “phải bán được bằng mọi giá”.

- Chiến lược xúc tiến trong nước và quốc tế:

- * Đăng ký thương hiệu và tiến hành quảng bá thương hiệu, xây dựng được những thương hiệu mạnh, quảng bá hình ảnh trái Bưởi Da Xanh bằng nhiều hình thức: website, báo, tạp chí, ấn phẩm, tổ chức các hội nghị trong nước, khu vực và quốc tế, tham dự các hội chợ, triển lãm trái cây trong nước và trên thế giới, . . . tăng cường những thông tin về sản phẩm tới khách hàng.
- * Ngày nay, một số hộ gia đình có xu hướng chuyển sang tiêu thụ trái cây chế biến, đóng hộp hoặc rất ít sử dụng trái cây tươi (đặc biệt là những gia đình có thu nhập trung bình khá trở lên – kể cả ở nông thôn hoặc những người đi làm thường xuyên không có nhiều thời gian rỗi, . . .). Vậy thông qua các chương trình tư vấn dinh dưỡng hướng những đối tượng trên thay đổi thói quen tiêu dùng, sử dụng trái cây tươi vừa tiết kiệm vừa bổ dưỡng (không sử dụng các hóa chất chế biến, bảo quản, hương liệu, . . .). Ngoài ra, bao bì đẹp của sản phẩm với giá thành phải chăng, chất lượng an toàn (đặc biệt khi thực GAP) cũng hấp dẫn được người tiêu dùng.
- * Ngoài ra, thu hút du lịch xanh, đi xuống trên sông rạch vào những vùng cây trái xanh mát (mà Bến Tre rất có tiềm năng), cũng là một giải pháp vừa đẩy mạnh tiêu thụ, xuất khẩu tại chỗ vừa quảng bá trái Bưởi Da Xanh ra thị trường thế giới.

3.2.4.4 Phân tích tính khả thi – hiệu quả dự kiến:

Khi lượng trái bưởi tăng nhiều, chất lượng đồng nhất thì đây là một giải pháp không thể thiếu. Đầu tư chủ yếu là nguồn nhân lực chứ không phải cơ sở hạ tầng, đầu tư nhà xưởng hay thiết bị nên không đòi hỏi nguồn vốn lớn ngay từ đầu

và lợi ích mang lại của nó thì vô cùng lớn vì thị trường thế giới bao la mà chúng ta chưa khai thác được lợi thế cạnh tranh về nhiều mặt. Tất cả các khâu của giải pháp đều là hạch toán kinh tế theo nguyên tắc chi phí sẽ được trang trải và có thu nhập. Tuy nhiên, song song với những cơ hội thị trường rộng mở với nhu cầu có thật là có không ít những thách thức.

3.2.4.5 Những khó khăn khi thực hiện giải pháp:

Triển khai giải pháp này, chúng ta gặp ngay những khó khăn lớn mà chúng ta cần phải bàn tiếp hướng khắc phục:

- Chất lượng thuần nhất: đây là khó khăn lớn nhất mà chúng ta đã bàn đến ngay từ đầu (*giải pháp 1*).
- Nguồn nhân lực có chuyên môn và kinh nghiệm trong xúc tiến thị trường thế giới. Hiện Bến Tre là tỉnh nghèo nhất Miền Tây, là một trong vài tỉnh có mức sống thấp nhất và tỷ lệ dân nghèo nhiều nhất nước. Do đó, lực lượng lao động có chuyên môn, chất xám chiếm tỷ lệ thấp (lực lượng này tập trung ở các thành phố lớn, các đặc khu kinh tế). Đây là một khó khăn mà Bến Tre cần nỗ lực hơn nữa trong chính sách thu hút, đãi ngộ nhân tài, học hỏi kinh nghiệm của các tỉnh khác như Bình Dương, Bình Phước, . . . hoặc tranh thủ sự giúp đỡ của Chính phủ và các nước về nguồn nhân lực.
- Thiếu thông tin thị trường, tổ chức thị trường yếu cả đầu vào lẫn đầu ra. Khi thực hiện đề tài này, tác giả cũng gặp rủi ro về thiếu thông tin cả nguồn cung sản phẩm lẫn thị trường. Vì thế, Bến Tre cần nghiên cứu đồng bộ hơn, khuyến khích trồng thêm phải đi đôi với nghiên cứu giống, kỹ thuật chăm sóc theo hướng sạch và an toàn, cơ sở hạ tầng thủy lợi nhằm hạn chế rủi ro, . . . tạo ra nhiều bấp bênh mà không tiêu thụ được là mối nguy hiểm vô cùng.

3.3 Một số kiến nghị:

3.3.1 Kiến nghị đối với tỉnh Bến Tre:

3.3.1.1 Nâng cao hiệu quả và tầm hoạt động của các hiệp hội:

Hiện chúng ta có một số hiệp hội về Bưởi Da Xanh như: HTX Bưởi Da Xanh Mỹ Thạnh An, Trung tâm Giống cây trồng Bến Tre, Trung tâm Khuyến nông Bến Tre, ... nhưng tầm hoạt động hạn chế và chưa có hiệu quả (*như đã phân tích ở chương 2*). Đây là nơi tập trung nguồn nhân lực có kỹ thuật, có trình độ chuyên môn khá cao nhằm hỗ trợ cho giải pháp 1, thực hiện thành công các qui trình sản xuất bưởi sạch theo tiêu chuẩn EUREPGAP. Các hiệp hội này có thể tổ chức hoạt động theo hai hướng:

- Hướng truyền thống: các hoạt động hỗ trợ sản xuất và tiêu thụ chủ yếu bằng ngân sách tài trợ và các hoạt động mua bán bưởi. Cụ thể cần tăng cường các hoạt động:
 - * Giải pháp về khuyến nông: xây dựng các Câu lạc bộ nông dân là cầu nối chuyển giao các tiến bộ kỹ thuật cho nông dân.
 - * Tập huấn kỹ thuật: trồng chuyên canh, xen canh, các giải pháp bảo vệ thực vật, phòng trừ sâu bệnh, sử dụng thuốc, hóa chất xử lý sau thu hoạch và bảo quản sản phẩm, . . .
 - * Tổ chức các Hội thảo khoa học, trao đổi kinh nghiệm: về chọn giống, chăm sóc, thu hoạch, . . . đến tiêu thụ.
- Hướng mới: đầu tư các hoạt động thử nghiệm sản xuất thương mại:
 - * Xây dựng mô hình sản xuất bưởi sạch theo tiêu chuẩn EUREPGAP trong nhà lưới, các mô hình trồng thâm canh và xen canh với những loại cây phù hợp, sản xuất theo phương pháp hữu cơ, phương pháp thu hoạch, xử lý và bảo quản như: ngâm nước nóng 55°C để diệt trừ nấm, cách giữ nước trái bưởi nhằm trữ được 8 tuần, nhiệt độ bảo quản, yêu cầu vận chuyển, . . .
 - * Thông tin quảng bá: chuyển giao kịp thời đến nông dân những thông tin thị trường, dịch vụ sản xuất, các tiến bộ kỹ thuật, kinh nghiệm quản lý sản xuất ứng với những qui mô, dự báo thời điểm phát sinh sâu bệnh, . . .
 - * Giải pháp về môi trường: khuyến khích sử dụng phân hữu cơ, khuyến cáo việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật đúng thuốc, đúng liều, đúng cách bằng

những chứng cứ cụ thể, chứng minh bằng sự thành công của vườn cây thử nghiệm của hội.

* Giải pháp về thị trường: giúp nông dân về thủ tục, cách đăng ký nhãn hiệu hàng hoá, tiêu chuẩn chất lượng bưởi, quảng bá trên mạng, bảo hiểm nông nghiệp, . . .

3.3.1.2 Tăng cường hợp tác với các tổ chức nghiên cứu phát triển nông nghiệp – nông thôn:

Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam, Hội Làm Vườn Việt Nam, Liên kết GAP Sông Tiền, . . . là những tổ chức nghiên cứu phát triển nông nghiệp rất khoa học, chuyên nghiệp và hiệu quả. Tranh thủ sự hợp tác với các tổ chức này nhằm tăng cường ứng dụng khoa học, kỹ thuật vào sản xuất bưởi. Để triển khai thành công dự án Bưởi Da Xanh sạch, ứng dụng các kỹ thuật tạo trái nghịch vụ, Bến Tre phải chuyển giao công nghệ, kỹ thuật từ Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam và Hội Làm Vườn Việt Nam. Đây là vấn đề đang được những nhà vườn quan tâm vì họ là đối tượng chính của chương trình: là người tạo ra sản phẩm và người hưởng lợi lớn nhất cũng chính là họ. Theo tiến sĩ Võ Mai, Chủ tịch Hiệp hội Trái cây Việt Nam: “Những yếu kém do sản xuất còn manh mún, phân tán, dẫn đến chất lượng trái cây vừa kém, vừa không đồng đều về kích thước, màu sắc, hình dáng, đặc biệt là không an toàn . . . nhiều khách hàng nước ngoài đến rồi họ “chào thua” ra về”. Không những thế “trái cây Việt Nam đang thua trên sân nhà” (*Tiến sĩ Nguyễn Minh Châu - SOFRI*).

3.3.1.3 Triển khai đồng bộ và kịp thời các giải pháp kỹ thuật đến tận các vùng trồng cây:

Hợp tác, tiếp nhận những kỹ thuật thì đã có mặc dù hạn chế, nhưng Bến Tre hiện hầu hết các vùng sản xuất bưởi rất lạc hậu (trừ một số xã xã thuộc Thị xã Bến Tre và huyện Mỏ Cày thì được đầu tư tương đối tốt hơn). Cần đưa sâu hơn nữa kỹ thuật canh tác thâm canh, xen canh về các vùng sâu hơn như các xã của Giồng Trôm, Chợ Lách và Châu Thành, đặc biệt là Giồng Trôm là nơi lạc hậu

nhất, gần 100% nhà vườn trồng Bưởi Da Xanh chưa qua một lớp tập huấn nào, không có tài liệu hướng dẫn kỹ thuật về cách chọn giống, chăm sóc, phòng ngừa sâu bệnh, Vì thế, tác giả đề nghị các giải pháp kỹ thuật (ít tốn kém chi phí, ít vốn đầu tư) nên triển khai đồng bộ và kịp thời thì sẽ tiết kiệm được rất nhiều chi phí cơ hội cũng như hạn chế các rủi ro cho nông dân.

3.3.1.4 Đầu tư cơ sở hạ tầng ngày càng hoàn thiện:

Trong vấn đề này, tác giả chỉ nhấn mạnh một số dự án cơ bản tối cần thiết cho sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh như sau:

- Về thủy lợi: phối hợp với các công ty quản lý khai thác công trình thủy nông, lên kế hoạch xây dựng các đê bao ngăn lũ nhằm bảo vệ sản xuất, hệ thống tưới – tiêu nước phục vụ cho các vùng dự án.
- Đường giao thông nông thôn: đường bộ nối liền các xã, các tổ phải được bê tông hoá hoặc xi-măng hoá vì đất thịt nên rất lầy lội trong mùa mưa, thay các cầu khỉ bằng cầu sắt, cầu đúc, đường sông rạch phải được dọn sạch hoặc lắp biển báo các chướng ngại vật ngập dưới lòng sông, rạch, . . . nhằm an toàn cho việc vận chuyển vật tư, sản phẩm liên quan đến sản xuất, tiêu thụ sau đó cũng là nhằm nâng cao phúc lợi cuộc sống của nông dân.
- Các dự án lớn nên tranh thủ nguồn vốn đầu tư phát triển của Trung ương dành cho các tỉnh nghèo hoặc nguồn vốn ODA như các dự án ngăn sông chặn nước mặn, nạo vét kênh dẫn nước ngọt tưới cho các vùng đất, dự án cầu, phà qua các sông lớn, ...

3.3.2 Kiến nghị đối với Chính phủ:

3.3.2.1 Mối liên kết bốn nhà: cùng nâng cao vị thế Bưởi Da Xanh

Trước những thách thức của sự hội nhập AFTA, chuẩn bị gia nhập WTO, các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật, ... trái cây Việt Nam nói chung và Bưởi Da Xanh nói riêng phải được sản xuất từ một nền nông nghiệp sạch, an toàn và bền vững. Nông dân không thể tiếp tục đứng riêng một mình tự sản xuất, bảo quản, chế biến, tự giải quyết đầu ra cho sản phẩm của mình. Mà

phải liên kết, tổ chức hợp lý tất cả các khâu trong chuỗi giá trị từ sản xuất đến tiêu thụ. Đã đến lúc nhà vườn phải đứng chung với nhà khoa học, nhà doanh nghiệp với tác động hỗ trợ các chính sách của Nhà nước. Liên kết GAP Sông Tiền thực chất cũng là mối liên kết bốn nhà mà nhà vườn là trụ cột vì sản xuất là cơ bản, nếu không có bưởi ngon thì không thể nói chuyện đầu ra. Nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc tạo lập và thắt chặt mối liên kết này tạo thành một vòng khép kín thì nông nghiệp (nói chung) mới phát triển được.

3.3.2.2 Tăng cường các biện pháp hạn chế trái cây nhập lậu qua biên giới

Hội nhập kinh tế, cạnh tranh bình đẳng, trái cây ngoại có mặt trên thị trường nước ta là tất yếu. Chúng ta không ngại trái cây ngoại nhập theo đường chính ngạch vì chúng ta có những biện pháp hạn chế số lượng, kiểm soát giá, các tiêu chuẩn kỹ thuật,... trong từng thời kỳ. Tuy nhiên rủi ro từ trái cây nhập lậu qua biên giới là rất lớn mà hiện nay chúng ta chưa có biện pháp ngăn chặn hiệu quả, đặc biệt là trái cây từ Thái Lan, Trung Quốc có nhiều loại là những loại sản phẩm thay thế cho trái bưởi, vừa ảnh hưởng đến việc tiêu thụ trái cây trong nước vừa không đảm bảo các tiêu chuẩn an toàn cho người sử dụng (trái cây nhập lậu không được kiểm dịch an toàn thực phẩm). Ngăn chặn triệt để nguồn cung ứng bất hợp pháp này là góp phần khá lớn vào việc đẩy mạnh tiêu thụ trái Bưởi Da Xanh của chúng ta, nhất là thời điểm sắp tới khi mà chúng ta chưa xuất khẩu được.

3.3.2.3 Nghiên cứu việc chuyển đổi Thuế sử dụng đất nông nghiệp sang Thuế thu nhập đối với người có thu nhập cao:

Qua thời gian thâm nhập vào nông dân để lấy các thông tin về Bưởi Da Xanh, tác giả nhận thấy mức sống và điều kiện sinh hoạt của họ ngày càng có khoảng cách xa các khu vực thành thị và thị trấn. Thuế sử dụng đất nông nghiệp không lớn (không nhiều đối với thu ngân sách) nhưng quả là một gánh nặng đối với những nông dân vùng đất còn nghèo khó. Để tránh làm cho khoảng cách này ngày càng xa mãi, tiến tới xây dựng một cuộc sống mới công bằng hơn, xã hội tốt

đẹp hơn, đề xuất Chính phủ nên có đề tài nghiên cứu và thực thi “Giải pháp thay thế Thuế sử dụng đất nông nghiệp bằng chính sách Thuế thu nhập dành cho những người có thu nhập cao đối với các hộ nông dân, thuế Thu nhập doanh nghiệp đối với các trang trại”. Chính sách này sẽ tạo ra ba tác dụng tích cực:

- Giảm chi phí cho các hộ nông dân còn khó khăn, đặc biệt trong thời gian đầu khi chuyển đổi cơ cấu cây trồng từ vườn tạp hoặc các vườn cây già cỗi sang chuyên canh mà chưa có thu hoạch.
- Tạo sự công bằng đối với các ngành nghề khác trong xã hội vì sở hữu quyền sử dụng đất cũng là một loại tài sản, một phương tiện sản xuất mà họ phải đầu tư nhằm đem lại thu nhập cho họ khi khai thác.
- Đây có thể được xem là một khoản trợ cấp, hỗ trợ gián tiếp cho nông nghiệp, hạn chế các khoản hỗ trợ trực tiếp là một quan điểm đúng.

Khi thu nhập tăng thì sẽ được điều tiết bằng Chính sách thuế dành cho người có thu nhập cao nên các khoản thu sẽ tăng lên, nếu chúng ta biết đầu tư cho nông nghiệp đúng mức và đúng hướng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Chương ba là phần quan trọng nhất của đề tài nghiên cứu này, từ những mục tiêu cần đạt tới, dựa trên những cơ sở nền tảng và phân tích thực trạng việc sản xuất - tiêu thụ Bưởi Da Xanh ở Bến Tre, tác giả sử dụng phương pháp so sánh thực tế với qui trình sản xuất tối ưu ở từng khâu cũng như toàn bộ chuỗi cung ứng sản phẩm và đề xuất những giải pháp theo hướng ứng dụng lý thuyết logistics nhằm đẩy mạnh tiêu thụ Bưởi Da Xanh ở Bến Tre trên thị trường trong nước lẫn thị trường thế giới. Vì vậy, có những giải pháp thuộc một hay một số giai đoạn của quá trình và cũng có những giải pháp tối ưu hóa toàn bộ qui trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Các giải pháp đều được phân tích nhằm đạt những mục tiêu cụ thể, dựa trên những giả định có cơ sở, phân tích từng bước và các phương án thực hiện, tính khả thi và hiệu quả dự kiến đạt được cũng như những khó khăn khi thực hiện giải pháp.

Ngoài ra, tác giả cũng xem xét và đề xuất những kiến nghị mà tỉnh Bến Tre và Chính phủ cần triển khai các đề tài nghiên cứu chi tiết hơn nữa. Trong đó, có những kiến nghị với sự nhất trí của đa số nông dân trồng bưởi đã tham gia khảo sát (*xem Phụ lục 7*) đến những người có trách nhiệm vì tương lai của trái cây đặc sản Bưởi Da Xanh nói riêng và của nền kinh tế nông nghiệp tỉnh Bến Tre nói chung.

KẾT LUẬN

Bốn nhánh sông Cửu Long đã bồi đắp phù sa để tạo nên Bến Tre, những dãy đất cù lao trù phú, khí hậu hiền hòa, ruộng vườn quanh năm xanh tốt với nhiều loại trái cây đặc sản ngon tuyệt. Vậy mà biết bao lần, nông dân trồng cây cho đến khi có trái thì phải đốn bỏ do không tiêu thụ được, cây ca cao, tiêu, điều, nhãn, chôm chôm, xoài cát, mít Mã-lai, . . . mà mỗi vòng quay trong nông nghiệp kéo dài từ ba đến năm năm. Vì thế, nông dân của “vùng bị cô lập” giữa bốn bề sông nước này chưa có cơ hội thoát được đói nghèo so với các tỉnh khác của Đồng bằng Sông Cửu Long. Gần đây, Bưởi Da Xanh được phát hiện đã gây một tiếng vang về “chất lượng tuyệt hảo” của nó đối với người tiêu dùng trong và ngoài nước. Tác giả, người con của đất Bến Tre đã quyết định chọn và nghiên cứu đề tài mới mẻ này với hy vọng nắm lấy cơ hội giảm bớt đói nghèo cho nông dân quê mình.

Tuy nhiên, qua nghiên cứu thực trạng tình hình sản xuất và tiêu thụ, tác giả nhận thấy muốn giải quyết đầu ra một cách khoa học và có cơ sở bền vững thì phải có trái bưởi với chất lượng đồng nhất theo những tiêu chuẩn sạch và an toàn nhất định. Vì thế, tác giả đã nghiên cứu và tìm những giải pháp cải tiến đi đến tối ưu hoá toàn bộ quá trình sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh theo hướng ứng dụng lý thuyết về logistics nhằm đẩy mạnh tiêu thụ Bưởi Da Xanh của Bến Tre ở thị trường trong nước lẫn thị trường thế giới trong những năm sắp tới.

Trong đề tài này, tác giả đã hệ thống những vấn đề lý thuyết cơ bản nhất về logistics, dựa trên qui trình đó tác giả nghiên cứu từng khâu và toàn bộ quá trình sản xuất bưởi, tức mổ xẻ thực tế theo chiều ngang và chiều dọc cũng như tích hợp toàn bộ chuỗi cung ứng sản phẩm, nghiên cứu kinh nghiệm của một số quốc gia có điều kiện tương đương với chúng ta, thành công và thất bại của những loại trái cây khác của chúng ta và rút ra những bài học kinh nghiệm cho sản phẩm nghiên cứu,

phân tích SWOT nhằm đánh giá thực trạng vấn đề sản xuất và tiêu thụ Bưởi Da Xanh của Bến Tre. Với những mục tiêu cần đạt được, dựa trên những quan điểm và căn cứ nhất định, tác giả đề xuất các giải pháp nhằm đạt tiêu chuẩn chất lượng và đẩy mạnh tiêu thụ trái bưởi:

Giải pháp 1: Tối ưu hoá quá trình sản xuất nhằm tạo ra sản phẩm chất lượng cao và đồng nhất. Trong đó, tác giả đã phân tích việc ứng dụng qui trình sản xuất bưởi sạch và an toàn theo tiêu chuẩn EUREPGAP, tiêu chuẩn quốc tế này giúp bưởi đạt những điều kiện để đáp ứng yêu cầu của thị trường thế giới và dễ dàng mua bán qua mạng.

Giải pháp 2: Tối ưu hoá dây chuyền phân phối sản phẩm từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng. Ứng dụng dịch vụ logistics để thiết kế lại dây chuyền phân phối sản phẩm, tạo sự cạnh tranh giảm chi phí ở các trung gian phân phối. Từ đó, tăng giá bán đầu ra của nông dân và giảm giá mua của người tiêu dùng nhằm kích thích tiêu thụ.

Giải pháp 3: Thành lập Khu Nghiên Cứu và Chế Biến Bưởi Da Xanh tỉnh Bến Tre, xây dựng các nhà máy chế biến gắn với nguồn nguyên liệu và thực hiện chuyển giao công nghệ. Nghiên cứu và thực nghiệm việc sản xuất nhằm hỗ trợ thực hiện thành công qui trình sản xuất bưởi sạch, nghiên cứu chế biến trái bưởi và sử dụng các thành phần khác từ cây bưởi nhằm đa dạng hoá sản phẩm từ bưởi.

Giải pháp 4: Nghiên cứu các chiến lược phân phối nhằm mở rộng lượng cầu sản phẩm trong nước và ngoài nước. Hợp lý hoá quá trình phân phối bằng cách lập sơ đồ phân phối sản phẩm trong tương lai, bắt đầu từ nhà sản xuất và kết thúc ở thị trường, đặc biệt tác giả quan tâm đến thị trường khu vực và thế giới, phòng ngừa rủi ro về giá do sự giới hạn của thị trường hiện tại.

Mỗi giải pháp tác giả đề xuất đều nhằm giải quyết một số mục tiêu cụ thể, từng giải pháp đều có chi tiết nội dung các bước tiến hành cũng như các phương án thực hiện, phân tích tính khả thi: chi phí, hiệu quả, dự kiến những khó khăn, rủi ro khi triển khai thực hiện giải pháp và hướng giải quyết.

Tuy nhiên, đây là đề tài đầu tiên nghiên cứu vấn đề này, trong khả năng và điều kiện thực tế có hạn, tác giả tự nhận thấy đề tài này còn một số hạn chế:

- Chưa nghiên cứu định lượng về dung lượng thị trường tiêu thụ Bưởi Da Xanh trong cả nước, đặc biệt miền Trung và miền Bắc do chưa có điều kiện và kinh phí có hạn.
- Chưa nghiên cứu dung lượng các thị trường xuất khẩu tiềm năng, chiến lược thâm nhập từng thị trường cụ thể.
- Kinh nghiệm của nhiều quốc gia hơn nữa trong việc sản xuất trái cây sạch theo tiêu chuẩn EUREPGAP và kinh nghiệm thâm nhập thị trường thế giới của họ.

Các vấn đề trên cũng có một phần nội dung nằm ngoài giới hạn phạm vi nghiên cứu của đề tài nên hướng tiếp theo, tác giả sẽ nghiên cứu sâu hơn và rộng hơn với tất cả các loại cây có múi của Bến Tre nhằm khắc phục các nhược điểm đó và hoàn chỉnh hơn đề tài này, góp một phần nhỏ công sức vào sự phát triển chung của tỉnh nhà.

Ngoài ra, tác giả có đề xuất những kiến nghị, ý tưởng về các định hướng mà chúng ta cần đầu tư, nghiên cứu khả thi. Tác giả cũng xin chuyển những kiến nghị mà mình ghi nhận trực tiếp từ những người nông dân trồng bưởi đến những người có trách nhiệm, những người có nhiệt huyết vì cộng đồng, đến Chính phủ Việt Nam, hãy quan tâm hơn nữa đến những người dân còn quá nhiều vất vả, đến nền kinh tế nông nghiệp còn lắm gian truân nhưng không phải là không có cơ hội, không phải là ít có lợi thế, chúng ta hãy hợp tác vì một cuộc sống chung tốt đẹp hơn.

Sau cùng, tác giả rất mong nhận được nhiều ý kiến đóng góp của Thầy Cô, các chuyên gia, những người bạn và các đọc giả nhằm hoàn thiện hơn vấn đề được nghiên cứu và đạt được những mục tiêu đưa ra.

Tác giả xin trân trọng biết ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Phần 1: Tiếng Việt

- [1] PGS. TS. Nguyễn Thị Liên Diệp (chủ nhiệm đề tài), đề tài: Định hướng và các giải pháp chiến lược phát triển ngành chế biến trái cây Đồng bằng Sông Cửu Long đến năm 2010 (2001).
- [2] Cao Việt Hiếu, Luận án tiến sĩ kinh tế (2006), đề tài: Nghiên cứu phát triển một số dịch vụ sản xuất – xuất khẩu hàng hóa trái cây Đồng bằng Sông Cửu Long.
- [3] Bùi Thị Lan Hương, Luận văn thạc sĩ kinh tế (2006), đề tài: Một số giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động Logistics và quản trị chuỗi cung ứng của Công ty Petronas Garigali VN.
- [4] PGS. TS. Nguyễn Đông Phong, Marketing quốc tế.
- [5] Nguyễn Đông Phong, Chiến lược thâm nhập thị trường thế giới hàng nông sản của TP.HCM.
- [6] Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Vĩnh Long, Tạp chí: Nông nghiệp và nông thôn Vĩnh Long, số tháng 5/2006.
- [7] Trường Đại học Kinh tế TP.HCM, Đề tài nghiên cứu khoa học: Giải pháp phòng ngừa rủi ro giá cho hàng nông sản Việt Nam (2003).
- [8] Th.S. Võ Hữu Thoại, Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam, Tài liệu tập huấn: Sản xuất rau quả an toàn (GAP).
- [9] GS. TS. Võ Thanh Thu (chủ nhiệm đề tài), đề tài: Những giải pháp đầu ra cho sản phẩm trái cây tươi của Đồng bằng Sông Cửu Long (2001).
- [10] UBND tỉnh Bến Tre, Phòng Kinh Tế, Dự án Phát triển vùng trồng Bưởi Da Xanh trên địa bàn thị xã, giai đoạn 2003 – 2010.
- [11] UBND tỉnh Bến Tre, Khung Chương trình phát triển Bưởi Da Xanh tỉnh Bến Tre, tháng 9/2005.
- [12] PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân chủ biên (2002), *Quản trị cung ứng*, Nhà

xuất bản Thống kê, Hà Nội.

- [13] PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân (2006), *Quản trị Logistics*, Nhà xuất bản Thống kê.
- [14] PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân (2003), *Logistics những vấn đề cơ bản*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
- [15] Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam, Phòng nghiên cứu Thị trường, Tại chí: Thị trường cây ăn quả, số 77 & 78.
- [16] Website Bộ Thương mại Việt Nam: www.mot.gov.vn
- [17] Website Bộ Kế hoạch và Đầu tư: www.mpi.gov.vn
- [18] Website Báo Thanh Niên Online: www.thanhnien.com.vn
- [19] Website Báo Ảnh Việt Nam: www.vietnam.vnagency.com
- [20] Website Báo Thanh Niên: www3.thanhnien.com.vn
- [21] Website Báo Tuổi Trẻ: www.tuoitre.com.vn
- [22] Website Báo Sài Gòn Giải Phóng: www.sggp.org.vn
- [23] Website Sài Gòn Tiếp Thị Online: www.sgt.com.vn
- [24] Website Báo Điện tử – Thời báo kinh tế VN: www.vneconomy.com.vn
- [25] Website tỉnh An Giang: www.angiang.gov.vn
- [26] Website tỉnh Bến Tre: www.bentre.gov.vn
- [27] Website tỉnh Tiền Giang: www.tiengiang.gov.vn
- [28] Website tỉnh Vĩnh Long: www.vinhlong.gov.vn
- [29] Website Công nghiệp Việt Nam: www.moi.gov.vn
- [30] Website Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright: www.fetp.edu.vn
- [31] Website: www.longdinh.com
- [32] Website Nông nghiệp – Nông thôn Việt Nam: www.vnast.gov.vn
- [33] Website Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam:
www.vcci.com.vn
- [34] Website Sở Thương mại TP.HCM: www.trade.hochiminhcity.gov.vn
- [35] Website: www.sonongnghiep.cantho.gov.vn
- [36] Website Tin nhanh Việt Nam: www.vnexpress.net
- [37] Website Vietnamnet: www.vnn.vn

- [38] Website Tin Sản xuất – Thị trường: www.agroviat.gov.vn
- [39] Website: www.vietnamgateway.org
- [40] Website Trường Đại học Nông nghiệp 1 Hà Nội: www.hau1.edu.vn
- [41] Website Trung tâm Năng suất Việt Nam: www.vpc.org.vn
- [42] Website Thương Hiệu Việt: www.news.thuonghieuviet.com
- [43] Website Y Khoa Việt Nam: www.ykhoanet.com
- [44] Website Viện nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam: www.sofri.ac.vn
- [45] Website Viện Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh:
www.vienkinhte.hochiminhcity.gov.vn
- [46] Website : www.vietkha.com

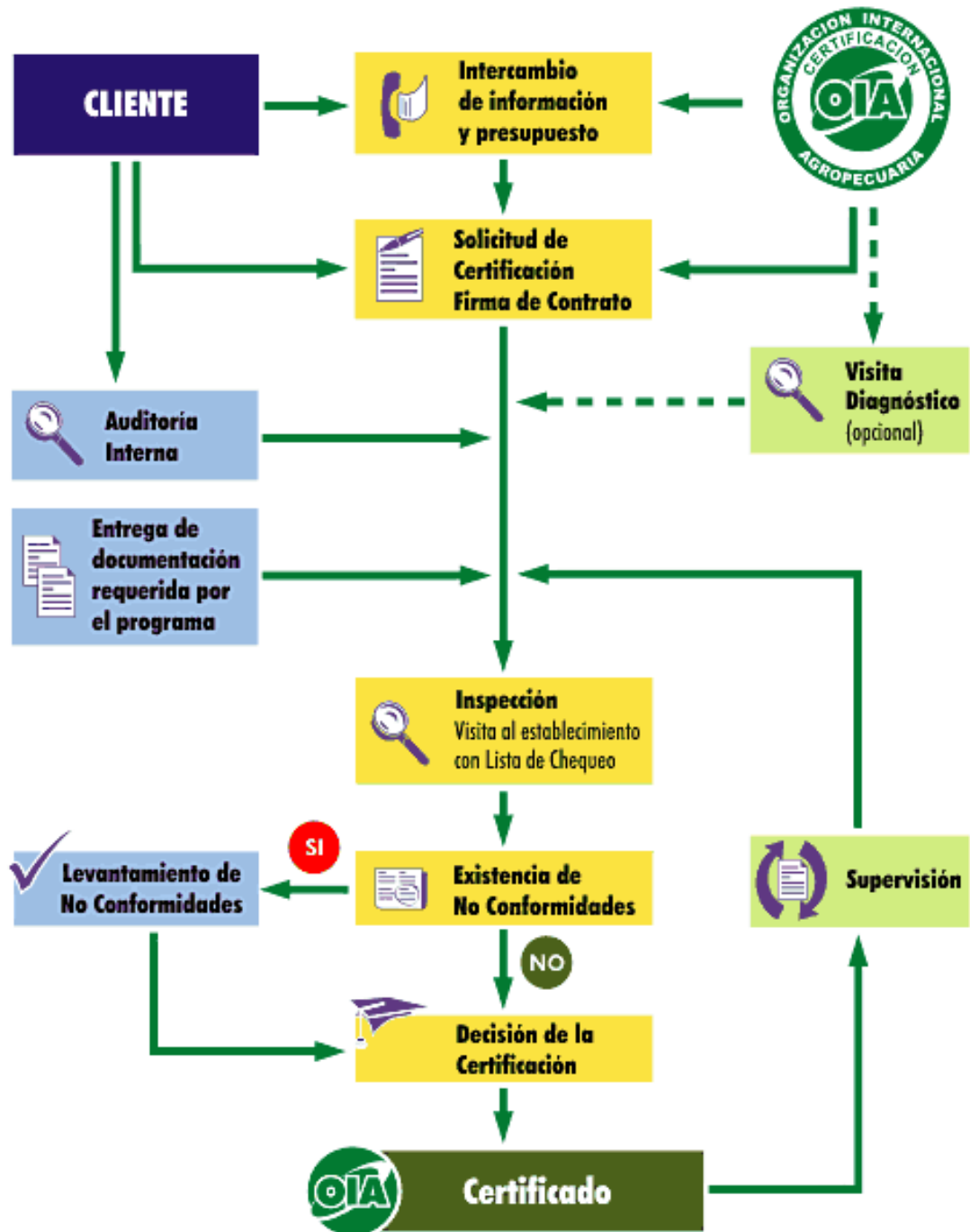
Phần 2: Tiếng nước ngoài:

- [47] Christine Loh, Hong Kong Strategy
- [48] Jacques COLIN, The Impact of E-commerce on Transport, session 2:
E-commerce and logistics.
- [49] Hai Lu & Yirong Su, An Approach towards overall Supply Chain
Efficiency
- [50] Li & Fung Reseach Centre, Recent Development of the Logistics
Industry in China (2004-2005)
- [51] Logixsource Consulting Ltd, Supply chain Logistics Acronyms
- [52] Pert Vykoukal, The Logistical Advantage
- [53] Website: www.cemt.org
- [54] Website: www.civic-exchange.org
- [55] Website: www.fao.org
- [56] Website: www.handels.gu.se
- [57] Website: www.isgmard.org.vn
- [58] Website: www.logixsource.com
- [59] Website: www.pcs.arg.agriculture.gov.ie
- [60] Website: www.uncapsa.org
- [61] Website World Trade Organisation : www.wto.org

Nhà lưới ươm cây giống sạch bệnh



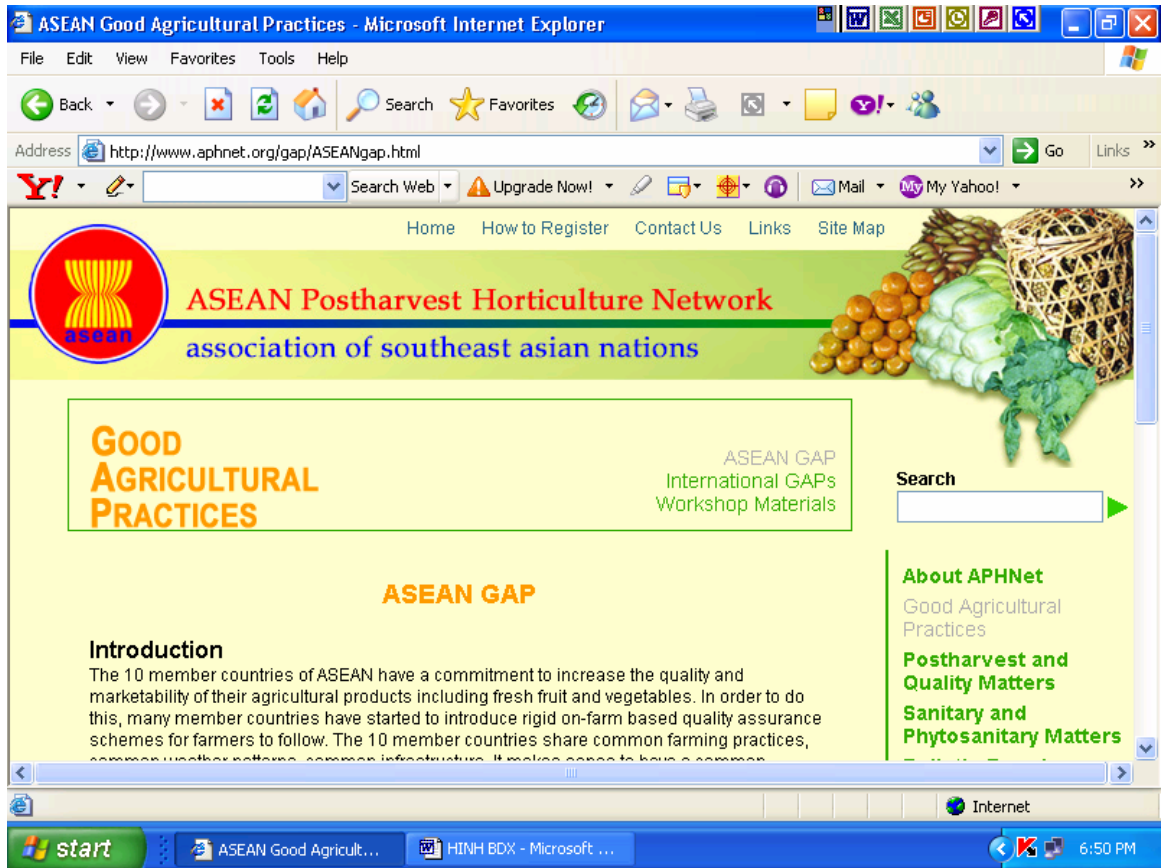
Viện Nghiên cứu Cây ăn quả Miền Nam



Qui trình sản xuất nông phẩm theo tiêu chuẩn



Một mẫu Giấy chứng nhận



ASEANGAP website



Cây bưởi 2 năm tuổi của Ông Nguyễn Trung Trực (Chợ Lách)



Cây bưởi 22 năm tuổi, mỗi năm cho trên 300 kg trái của ông



Vườn BDX trồng theo mô hình GAP xen canh với sự hỗ trợ kỹ thuật của SOFRI của Anh Năm Hiện (Nhơn Thạnh – TX Bến Tre)



Vườn bưởi của ông Ba Rô (BR-99) (Thanh Tân - Mỹ Cà)



Ông Hai Hoa (Chợ Lách) đang giới thiệu cây bưởi giống đầu



Một vài hình ảnh về Cây bưởi sai



Hội chợ trái cây – một hoạt động rất cần thiết để quảng bá trái



Cúp vàng của Ông Ba Rô với Thương hiệu BR-99



Trang chủ

Giới thiệu

Tin tức

Sản phẩm

Hình ảnh

Doanh nghiệp tự giới thiệu

Liên hệ

Buoidaxanh.com

19 Phạm Phú Thứ, F.11, Q. Tân Bình
Điện Thoại: 08.293 5595 - 8.2935557
Fax: 08. 293 557

Giới thiệu

Bưởi da xanh nguồn gốc tại xã Thanh Tân, huyện Mộ Cày, tỉnh Bến Tre.

- Cây có khả năng cho trái sau 2,5 năm trồng (cây chiết và cây ghép), nếu được chăm sóc tốt, mùa thu hoạch rải rác quanh năm, thường tập trung từ tháng 8- 11 hàng năm.
- Thời gian từ ra hoa đến thu hoạch khoảng 7-7,5 tháng. Năng suất khá cao (trên 100 tấn/ha/năm) cây khoảng từ 14 năm

Website: Buoidaxanh.com



Hoa bưởi



Trình bày sản phẩm: Thương hiệu Bưởi Đoan Hùng (VN)



Tinh dầu Bưởi hiệu Thorakao (VN)



Cách bao gói Bưởi của Chia Honey Pomelo, Shaddock (Trung Quốc)



Trình bày sản phẩm: nước bưởi đóng hộp của Thái lan



Trình bày sản phẩm: của YEO HIAP SENG (Malaysia)



(Mal

Mỹ phẩm làm từ Bưởi của hãng Fred Segal beauty (Mỹ)



Chợ Dầu mồi nông sản Mỹ Tho (Tiền Giang)



Bưởi được vô bao / sọt trước khi chất lên xe tải



Chợ Đầu mối nông sản - nơi tập trung và phân phối nông sản cho



Bưởi DX được trưng bày và bán ở METRO Cash & Carry



Bưởi DX được bày bán ở các gian hàng trái cây ở TP.HCM



Bưởi DX được bày bán ở các gian hàng trái cây ở TP.HCM

PHỤ LỤC 1

CÁC BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT

Gồm 4 loại bảng câu hỏi phân chia theo đối tượng khảo sát (ở các giai đoạn của quá trình sản xuất và tiêu thụ Bưởi) như sau:

Bảng 1: Khảo sát nông dân trồng bưởi

- Tác giả trực tiếp đi phỏng vấn lấy thông tin nên có 135/136 bảng sử dụng được (01 bảng không sử dụng được do không đầy đủ tất cả các thông tin).
- Thời gian thực hiện khảo sát: 23/4/2006 đến 15/6/2006
- Các bảng câu hỏi lấy từ các địa phương (huyện, thị xã) như sau:

| Địa phương khảo sát | Ngày thực hiện | Số bảng câu hỏi khảo sát |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|
| Thị xã Bến Tre | 07/5; 21/5/2006 | 32 |
| Mỏ Cà | 12/4; 23/4/2006 | 33 |
| Giồng Trôm | 16/4; 04/6; 11/6/2006 | 37 |
| Chợ Lách | 30/4; 01/5/2006 | 18 |
| Châu Thành | 14/5; 28/5/2006 | 15 |
| Cộng | 11 ngày | 135 |

Khi đi khảo sát, chúng tôi kết hợp thực hiện luôn phỏng vấn loại bảng câu hỏi 2 và 3.

Bảng 2: Khảo sát thương lái, người bán buôn

- Tác giả phỏng vấn trực tiếp những người đi thu gom Bưởi Da Xanh từ nhà vườn và các nhân viên (chủ) vừa trái cây.
- Có 25/25 bảng câu hỏi sử dụng được.
- Các địa phương đã khảo sát như sau:

| Địa phương khảo sát | Số bảng câu hỏi khảo sát |
|----------------------------|---------------------------------|
| Thị xã Bến Tre | 10 |
| Mỏ Cà | 4 |
| Giồng Trôm | 4 |
| Chợ Lách | - |
| Châu Thành | 3 |
| Tiền Giang | 4 |
| Cộng | 25 |

Bảng 3: Khảo sát người bán lẻ

- Tác giả trực tiếp phỏng vấn.
 - Có 26/28 bảng sử dụng được.
 - Các địa phương khảo sát:
 - + Bến Tre: 12 bảng
 - + Tiền Giang: 01 bảng
 - + TP. Hồ Chí Minh: 13 bảng

Bảng 4: Lấy thông tin từ người tiêu dùng

- Gửi bảng câu hỏi bằng giấy, email, fax.

- Số bảng gửi đi: 250, thu về 212, sử dụng được: 153.

- Các địa phương đã khảo sát:

| | |
|----------------------|-----------|
| TP. Hồ Chí Minh | 132 |
| <i>Quận 1</i> | <i>6</i> |
| <i>Quận 10</i> | <i>15</i> |
| <i>Quận 3</i> | <i>22</i> |
| <i>Quận 11</i> | <i>7</i> |
| <i>Quận 12</i> | <i>10</i> |
| <i>Bình Thạnh</i> | <i>12</i> |
| <i>Tân Bình</i> | <i>17</i> |
| <i>Phú Nhuận</i> | <i>6</i> |
| <i>Tân Phú</i> | <i>5</i> |
| <i>Gò Vấp</i> | <i>9</i> |
| <i>Các quận khác</i> | <i>23</i> |
| Beán Tre | <i>7</i> |
| Tiền Giang | 4 |
| Các tỉnh khác | 10 |
| Cộng | 153 |

PHỤ LỤC 2

DANH MỤC CÁC ĐỐI TƯỢNG ĐÃ KHẢO SÁT

Gồm 5 đối tượng như sau:

- 1. Danh sách các chuyên gia**
- 2. Danh sách người trồng bưởi**
- 3. Danh sách thương lái, người bán buôn**
- 4. Danh sách người bán lẻ**
- 5. Danh sách người tiêu dùng**

PHỤ LỤC 3

KẾT QUẢ KHẢO SÁT

1. Lượng cây Bưởi thuộc mẫu khảo sát:

| Mẫu | Số thống kê trên Bảng câu hỏi | số mẫu | Trung bình | Số cây bưởi |
|----------|----------------------------------|--------|---------------|----------------|
| 20-40 | 1 | 19 | 30 | 570 |
| 40-60 | 2 | 13 | 50 | 650 |
| 60-100 | 3 | 29 | 80 | 2,320 |
| 100-200 | 4 | 49 | 150 | 7,350 |
| 200-400 | 5 | 18 | 300 | 5,400 |
| trên 400 | 6 | 7 | 500 | 3,500 |
| Cộng | | 135 | | 19,790 |

2. Số lượng cây con dưới 3 năm tuổi (chưa cho thu hoạch):

| Mẫu | Số thống kê trên Bảng câu hỏi | số mẫu | Trung bình | Số cây bưởi |
|-------------|----------------------------------|--------|---------------|----------------|
| dưới 20 gốc | - | 37 | 10 | 370 |
| 20-40 | 1 | 26 | 30 | 780 |
| 40-60 | 2 | 20 | 50 | 1,000 |
| 60-100 | 3 | 32 | 80 | 2,560 |
| 100-200 | 4 | 10 | 150 | 1,500 |
| 200-400 | 5 | 6 | 300 | 1,800 |
| trên 400 | 6 | 4 | 500 | 2,000 |
| Cộng | | 135 | | 10,010 |

Số cây bưởi chăm sóc (dưới 3 năm tuổi) chiếm hơn 50% tổng số cây bưởi trong vườn. Số này chưa bao gồm các vườn bưởi có số cây đang cho trái dưới 20 cây (không thuộc mẫu điều tra). Nghĩa là số cây con dưới 3 năm tuổi lớn hơn nhiều so với 50% của mẫu khảo sát).

3. Số cây Bưởi sẽ được trồng thêm trong vòng cuối năm 2006 và năm 2007:

| Mẫu | Số thống kê trên Bảng câu hỏi | số mẫu | Trung bình | Số cây bưởi |
|-------------|-------------------------------|------------|------------|---------------|
| dưới 20 gốc | - | 32 | 10 | 320 |
| 20-40 | 1 | 20 | 30 | 600 |
| 40-60 | 2 | 24 | 50 | 1,200 |
| 60-100 | 3 | 29 | 80 | 2,320 |
| 100-200 | 4 | 20 | 150 | 3,000 |
| 200-400 | 5 | 5 | 300 | 1,500 |
| trên 400 | 6 | 5 | 500 | 2,500 |
| Cộng | | 135 | | 11,440 |

Số cây bưởi được trồng thêm trong nửa cuối năm 2006 và trong năm 2007 bằng 58% số cây bưởi hiện có, tức đến cuối năm 2007 số gốc bưởi sẽ tăng khoảng 58%.

4. Năm tuổi cây bưởi đang cho trái:

| Tuổi cây bưởi trong vườn | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|--------------------------|------------|-------------|
| 3 | 13 | 10% |
| 4 | 40 | 30% |
| 5 | 32 | 24% |
| 6 | 15 | 11% |
| 7 | 20 | 15% |
| 8 | 8 | 6% |
| 9 | 4 | 3% |
| 10 | 2 | 1% |
| 11 | - | 0% |
| 12 | 1 | 1% |
| Cộng | 135 | 100% |

5. Tình trạng cây bưởi trong vườn:

| Số hiệu | Tình trạng cây bưởi | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|---------|---------------------|------------|-------------|
| 1 | Tốt | 51 | 37.8% |
| 2 | khá tốt | 59 | 43.7% |
| 3 | trung bình | 25 | 18.5% |
| 4 | xấu | - | 0.0% |
| | Cộng | 135 | 100% |

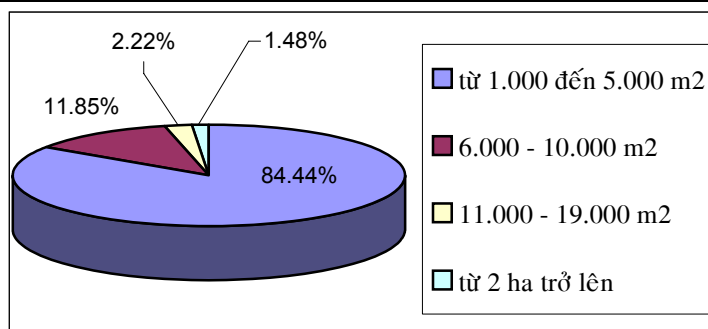
6. Năng suất:

| trái / cây | số hiệu | số mẫu |
|------------|---------|------------|
| dưới 15 | 1 | 4 |
| 15-30 | 2 | 56 |
| 31-40 | 3 | 26 |
| 41-50 | 4 | 23 |
| 51-60 | 5 | 15 |
| trên 60 | 6 | 11 |
| | | 135 |

Số trung bình: 36.65 trái / cây / năm (đối với cây bưởi tốt – đang cho thu hoạch).

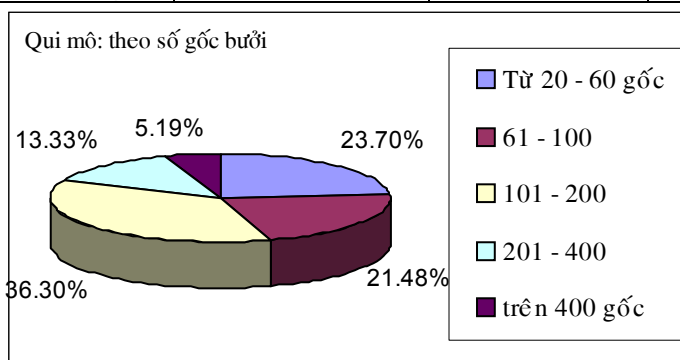
7. Thống kê qui mô sản xuất theo diện tích trồng bưởi:

| Diện tích | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|-----------------------------------|------------|-------------|
| từ 1.000 đến 5.000 m ² | 114 | 84.44% |
| 6.000 - 10.000 m ² | 16 | 11.85% |
| 11.000 - 19.000 m ² | 3 | 2.22% |
| từ 2 ha trở lên | 2 | 1.48% |
| Cộng | 135 | 100% |



8. Qui mô sản xuất theo số gốc bưởi:

| Số hiệu | Số cây | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|-------------|--|------------|-------------|
| 1 | (20 - 40 gốc) : đã cộng dồn xuống dòng dưới | | |
| 2 | Từ 20 - 60 gốc | 32 | 23.70% |
| 3 | 61 - 100 | 29 | 21.48% |
| 4 | 101 - 200 | 49 | 36.30% |
| 5 | 201 - 400 | 18 | 13.33% |
| 6 | trên 400 gốc | 7 | 5.19% |
| Cộng | | 135 | 100% |

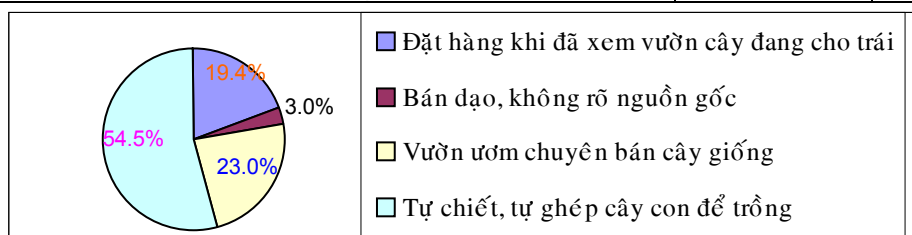


9. Yếu tố lựa chọn trồng cây Bưởi Da xanh:

| Chỉ tiêu lựa chọn cây bưởi | Sở tích | Dễ tiêu thụ | Bán được giá cao | Điều kiện đất phù hợp | Cộng |
|----------------------------|---------|-------------|------------------|-----------------------|--------|
| Số lần lựa chọn | 29 | 39 | 73 | 69 | 210 |
| Tỷ lệ (%) | 13.8% | 18.6% | 34.8% | 32.9% | 100.0% |

10. Nơi mua giống cây trồng của nông dân:

| Nơi mua giống | Số lần chọn | Tỷ lệ (%) |
|--|-------------|---------------|
| Đặt hàng khi đã xem vườn cây đang cho trái | 32 | 19.4% |
| Bán dạo, không rõ nguồn gốc | 5 | 3.0% |
| Vườn ươm chuyên bán cây giống | 38 | 23.0% |
| Tự chiết, tự ghép cây con để trồng | 90 | 54.5% |
| Cộng | 165 | 100.0% |



11. Độ an toàn của giống cây theo đánh giá của nông dân:

| Giống cây trồng | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|------------------------|---------------|------------------|
| An toàn | 85 | 63% |
| Không | 9 | 7% |
| Không biết | 41 | 30% |
| Cộng | 135 | 100% |

12. Học cách chăm sóc cây bưởi qua:

| Học cách chăm sóc cây bưởi qua | Riêng thị xã Bến Tre | | Các huyện khác | | Chung của tỉnh Bến Tre | |
|--|-----------------------------|---------------|-----------------------|---------------|-------------------------------|---------------|
| | Số câu chọn | Tỷ lệ | Số câu chọn | Tỷ lệ | Số câu chọn | Tỷ lệ |
| Tự rút kinh nghiệm | 27 | 37.0% | 94 | 51.4% | 121 | 47.3% |
| Trao đổi kinh nghiệm trong xóm, tổ | 17 | 23.3% | 30 | 16.4% | 47 | 18.4% |
| Hội khuyến nông | 22 | 30.1% | 21 | 11.5% | 43 | 16.8% |
| Tài liệu, phương tiện thông tin đại chúng | 7 | 9.6% | 38 | 20.8% | 45 | 17.6% |
| Cộng | 73 | 100.0% | 183 | 100.0% | 256 | 100.0% |

13. Khảo sát người thu hoạch bưởi là thương lái hay nhà vườn:

| Người thu hoạch | Lựa chọn | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|------------------------|-----------------|---------------|------------------|
| Tự hái | 1 | 83 | 61.5% |
| Người mua hái | 2 | 52 | 38.5% |
| Cộng | | 135 | 100.0% |

14. Tỷ lệ nông dân sẽ trồng thêm trong nửa cuối năm 2006 và 2007:

| Sẽ trồng thêm | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|----------------------|---------------|------------------|
| Có | 104 | 77% |
| Không | 31 | 23% |
| Cộng | 135 | 100% |

15. Số nông dân không trồng thêm với các lí do như sau:

| Lí do không trồng thêm | Số hiệu | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|--|---------|-----------|-------------|
| Nhiều người trồng quá sợ không bán được | 1 | 7 | 22.6% |
| Khó chăm sóc, không kinh tế so với loại cây khác | 2 | 4 | 12.9% |
| Đã hết đất canh tác | 3 | 18 | 58.1% |
| Thời gian trồng đến khi cho trái quá dài | 4 | 0 | 0% |
| Lý do khác: | 5 | 2 | 6.5% |
| Cộng | | 31 | 100% |

16. Khách hàng mua bưởi:

| Người mua bưởi | Số câu trả lời | Tỷ lệ (%) |
|----------------------------------|----------------|---------------|
| Người bán lẻ, người tiêu dùng | 35 | 19.9% |
| Tự đi chợ bán (thương lái ở chợ) | 17 | 9.7% |
| Hợp tác xã, Nhà nước | 6 | 3.4% |
| Thương lái | 118 | 67.0% |
| Cộng | 176 | 100.0% |

17. Tiêu dùng trái bưởi không đạt chất lượng:

| Đối tượng tiêu dùng trái bưởi không đạt chất lượng | Người bán lẻ | Thương lái | Cộng | Tỷ lệ (%) |
|--|--------------|------------|-----------|-------------|
| Bán rẻ cho người tiêu dùng | 25 | 22 | 47 | 92.2% |
| Tặng thêm cho khách mua nhiều | 1 | 3 | 4 | 7.8% |
| Bán cho công ty chế biến, nhà hàng, quán cà phê, ... | 0 | 0 | 0 | 0% |
| Cộng | 26 | 25 | 51 | 100% |

18. Giá mua – bán qua các trung gian và người tiêu dùng:

| Đối tượng | Đơn vị tính | Thương lái (giá mua) | Người bán lẻ ở Bến Tre (giá bán) | Người bán lẻ ở TP.HCM (giá bán) | Chênh lệch giá: tiêu thị tại TP.HCM / nông dân bán |
|----------------------|-------------|----------------------|----------------------------------|---------------------------------|--|
| Trong mùa vụ | đồng / kg | 10000 | 10800 | 20900 | 209% |
| Nghịch mùa (trái vụ) | đồng / kg | 13800 | 14600 | 24400 | 177% |

19. Để tiêu thụ trái bưởi nhanh hơn cần quan tâm yếu tố nào nhất?

| Thứ tự quan trọng | Yếu tố | Điểm |
|-------------------|---------------------|------|
| 1 | Chất lượng trái | 160 |
| 2 | Giống tốt | 246 |
| 3 | Thị trường tiêu thụ | 285 |
| 4 | Nghịch mùa | 329 |

20. Lượng bưởi sản xuất thay đổi theo mùa:

| Yếu tố mùa vụ | Tổng cộng (tất cả mẫu khảo sát) | | Trung bình mỗi người | |
|------------------------|---------------------------------|--------------|----------------------|--------------|
| | Thương lái | Người bán lẻ | Thương lái | Người bán lẻ |
| Vào mùa (tấn/tháng) | 157.8 | 38.55 | 6.31 | 1.48 |
| Nghịch mùa (tấn/tháng) | 65.25 | 21.69 | 2.61 | 0.83 |

21. Điểm trung bình đánh giá chất lượng bưởi:

- Thương lái, người bán buôn: 6.6 / 10
- Người bán lẻ: 6.4 / 10

22. Đánh giá chất lượng qua các yếu tố:

| Yếu tố cần cải tiến | Thương lái | Người bán lẻ | Người tiêu dùng đánh giá (*) | Người tiêu dùng quan tâm (*) | Tổng hợp |
|--------------------------|------------|--------------|------------------------------|------------------------------|----------|
| Vị ngọt, thơm, ngon, ... | 3 | 5 | 6 | 1 | 4 |
| Mẫu mã, màu da | 1 | 1 | 3 | 5 | |
| Trái lớn, cân nặng | 4 | 4 | 4 | 6 | |
| Nhiều / ít nước | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| Tróc vỏ, không vỏ múi | | | 5 | 2 | 3 |
| Giá cả | | 3 | 1 | 3 | 1 |

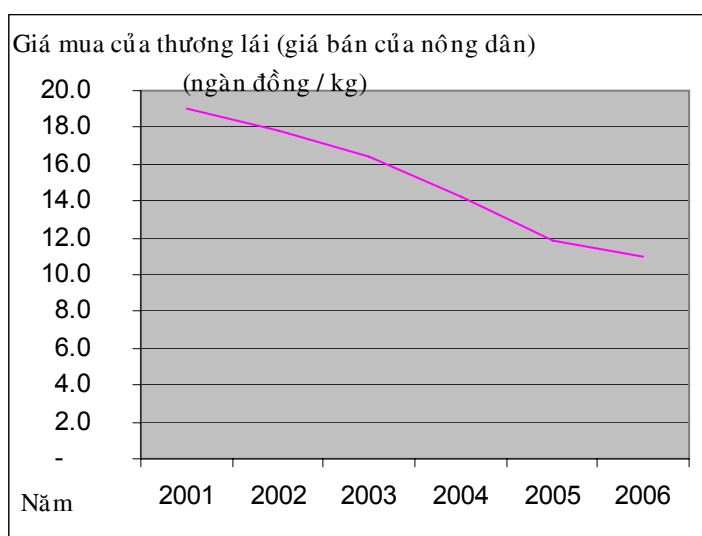
(*) Người tiêu dùng đánh giá thứ tự các yếu tố cần cải tiến

(**) Khi mua bưởi người tiêu dùng quan tâm tới yếu tố nào nhất?

Ví dụ: Khi mua bưởi người tiêu dùng quan tâm đến chất lượng trái bưởi nhất (số 1 ở cột 5) và theo người tiêu dùng chất lượng bưởi là rất ngon (thứ tự cần cải tiến là 6 – cột 4).

23. Giá cả biến động theo thời gian từ năm 2001 đến nay:

| Năm | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| Giá mua của thương lái (giá bán của nông dân) (ngàn đồng / kg) | 19.0 | 17.9 | 16.4 | 14.2 | 11.9 | 11.0 |



24. Nông dân đề nghị Chính phủ hỗ trợ:

| Mức độ cần thiết | Tài chính | Đầu ra | Giống | Kỹ thuật | |
|-------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| Cấp thiết, bức xúc nhất | 1 | 53 | 89 | 10 | 55 |
| Cần thiết | 2 | 38 | 30 | 43 | 50 |
| Mức độ cần thiết ít hơn | 3 | 18 | 11 | 49 | 21 |
| Không cần lắm | 4 | 19 | 4 | 27 | 7 |
| Không cần hỗ trợ | 5 | 7 | 1 | 6 | 2 |
| Cộng | | 135 | 135 | 135 | 135 |

25. Khách hàng của thương lái và bán buôn là:

Người bán lẻ: 41.2%

Vừa trái cây trong tỉnh: 38.2%

Vừa trái cây ngoài tỉnh: 17.6%

Công ty chế biến: 2.9%

26. Đối tượng khảo sát người tiêu dùng theo thu nhập:

- TP.Hồ Chí Minh: chiếm 86% (đây cũng là thị trường chính của Bưởi Da Xanh hiện nay)
- Đối tượng phân theo thu nhập:

| Thu nhập (triệu đồng) | số hiệu | số mẫu | tỷ lệ (%) |
|-----------------------|---------|------------|-------------|
| dưới 1 triệu | 1 | 19 | 12% |
| từ 1 - 2 | 2 | 71 | 46% |
| từ 2 - 4 | 3 | 45 | 29% |
| từ 4 - 7 | 4 | 13 | 8% |
| từ 7 - 10 | 5 | 1 | 1% |
| trên 10 triệu | 6 | 4 | 3% |
| Cộng | | 153 | 100% |

27. Đối tượng khảo sát theo ngành nghề:

| Số trong bảng câu hỏi | Ngành nghề | Số người | Tỷ lệ |
|-----------------------|-----------------------------------|------------|---------------|
| 1 | Nhân viên VP, quản lý, SX-TM-DV | 106 | 69.3% |
| 2 | Nghề tự do, sx-kd qui mô gia đình | 5 | 3.3% |
| 3 | Nội trợ | 6 | 3.9% |
| 4 | Nghề nông | 1 | 0.7% |
| 5 | Nghề khác | 35 | 22.9% |
| | Cộng | 153 | 100.0% |

28. Người tiêu dùng biết đến BDX qua:

| Số trong bảng câu hỏi | Biết đến BDX qua | Số người | Tỷ lệ |
|-----------------------|---------------------------------|------------|---------------|
| 1 | Người bán giới thiệu | 37 | 24.2% |
| 2 | Thông tin đại chúng / quảng cáo | 16 | 10.5% |
| 3 | Người thân biểu / tặng | 88 | 57.5% |
| 4 | Con đường khác | 12 | 7.8% |
| | Cộng | 153 | 100.0% |

29. Người tiêu dùng có quan tâm tới loại bưởi mình sẽ mua hay không?

| Số trong bảng câu hỏi | NTD có quan tâm tới loại bưởi mình sẽ mua hay không? | Số người | Tỷ lệ |
|-----------------------|--|------------|---------------|
| 1 | Có quan tâm | 110 | 71.9% |
| 2 | Không quan tâm | 43 | 28.1% |
| | Cộng | 153 | 100.0% |

30. Khảo sát mức độ thường xuyên mua bưởi của khách hàng:

| TT | Loại bưởi | 1 lần / tuần hoặc nhiều hơn | khoảng 2 lần / tháng | 1 lần / tháng hoặc ít hơn | Hiếm khi mua hoặc không mua bao giờ |
|----|--------------|-----------------------------------|-------------------------|------------------------------|---|
| 1 | Bưởi Da Xanh | 16 | 22 | 57 | 58 |
| 2 | Bưởi Năm Roi | 35 | 30 | 45 | 43 |
| 3 | Bưởi khác | 6 | 4 | 29 | 114 |

Nhận xét: đa số khách hàng dùng Bưởi Năm Roi thường xuyên hơn.

31. Khảo sát: khách hàng thích loại bưởi nào nhất?

| TT | Loại bưởi | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|----|---------------------------|------------|---------------|
| 1 | Bưởi Da Xanh | 79 | 51.6% |
| 2 | Bưởi Năm Roi | 61 | 39.9% |
| 3 | Bưởi Biên Hoà | 4 | 2.6% |
| 4 | Bưởi Thanh Trà / Hồng Trà | 5 | 3.3% |
| 5 | Bưởi khác : | 4 | 2.6% |
| | Cộng số mẫu | 153 | 100.0% |

32. Khách hàng tìm mua BDX dễ hay khó?

| TT | Mức độ | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|----|---|------------|---------------|
| 1 | Không có người bán | 12 | 7.8% |
| 2 | Có người bán nhưng rất ít, khó tìm | 86 | 56.2% |
| 3 | Có người bán nhưng chất lượng không rõ có bảo đảm hay không | 18 | 11.8% |
| 4 | Mua dễ dàng | 37 | 24.2% |
| | Cộng | 153 | 100.0% |

33. Khách hàng thường mua BDX ở đâu?

| TT | Nơi khách hàng thường mua BDX | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|----|-------------------------------|------------|---------------|
| 1 | Chợ | 61 | 39.9% |
| 2 | Quầy chuyên bán trái cây | 60 | 39.2% |
| 3 | Người bán dạo | 5 | 3.3% |
| 4 | Siêu thị | 27 | 17.6% |
| | Cộng | 153 | 100.0% |

34. Người tiêu dùng quan tâm đến yếu tố nào nhất?

| Yếu tố | Điểm | Thứ tự CL tốt | Thứ tự cải tiến | Điểm | Thứ tự |
|---------------|------|---------------|-----------------|------|--------|
| Vị ngọt | 1.52 | 1 | 6 | 1.52 | 1 |
| Mẫu mã | 2.27 | 4 | 3 | 2.63 | 5 |
| Trái to, nặng | 2.25 | 3 | 4 | 2.68 | 6 |
| Nhiều nước | 2.50 | 5 | 2 | 2.24 | 4 |
| Tróc vỏ | 1.83 | 2 | 5 | 1.78 | 2 |
| Giá cả | 3.55 | 6 | 1 | 2.05 | 3 |

35. Khách hàng có quan tâm đến thương hiệu BDX không?

| TT | Mức độ quan tâm đến thương hiệu BDX | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|----|-------------------------------------|------------|---------------|
| 1 | Không quan tâm | 23 | 15.0% |
| 2 | Có nhưng không quan tâm lắm | 81 | 52.9% |
| 3 | Rất quan tâm | 49 | 32.0% |
| | Cộng | 153 | 100.0% |

36. Khách hàng có quan tâm đến Bưởi sạch (được trồng theo qui trình GAP) không?

| TT | Mức độ quan tâm đến Bưởi sạch của khách hàng | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|-----------|--|---------------|------------------|
| 1 | Chưa biết Bưởi sạch là gì, chưa hề nghe đến GAP | 34 | 22.2% |
| 2 | Có nghe nói đến nhưng cho rằng VN chưa làm được | 43 | 28.1% |
| 3 | Không tin tưởng vì không có thương hiệu bảo đảm | 36 | 23.5% |
| 4 | Rất quan tâm | 40 | 26.1% |
| | Cộng | 153 | 100.0% |

37. Nếu chắc chắn BXD là bưởi sạch được trồng theo qui trình GAP với giá tăng thêm 20% thì NTD có tiếp tục mua không?

| TT | Quyết định của NTD | Số mẫu | Tỷ lệ (%) |
|-----------|---------------------------------------|---------------|------------------|
| 1 | Mua | 76 | 49.7% |
| 2 | Không | 17 | 11.1% |
| 3 | Không chắc chắn, suy nghĩ thêm | 60 | 39.2% |
| | Cộng | 153 | 100.0% |

PHỤ LỤC 4: NGUYÊN LÝ VÀ CÁC TIÊU CHUẨN CỦA EUREPGAP

(PHIÊN BẢN 2.0 THÁNG 01/2004)

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ các tài liệu tham khảo)

1. Khái niệm “GAP”:

Khái niệm “GAP”: GAP (Good Agriculture Practices) là một chuỗi hoạt động của hệ thống sản xuất nông phẩm chất lượng cao có sự quản lý chặt chẽ suốt quá trình sản xuất đến tiêu thụ. Vai trò của nhà vườn hết sức quan trọng vì chính họ tạo ra sản phẩm sạch. Mỗi nước hoặc một số nước (hiệp hội, khối các nước) có thể xây dựng tiêu chuẩn GAP cho riêng mình theo tiêu chuẩn quốc tế và các thành viên khác có thể thực hiện vì những lợi ích của mình, hiện nay có USGAP (Mỹ), EUREPGAP (Liên minh Châu Âu), ASEANGAP (Hiệp hội các nước Đông Nam Á), THAIGAP (Thái Lan), ...

Các nước thuộc khu vực ASEAN đã đi đầu trong ứng dụng GAP vào sản xuất nông nghiệp:

- + Thái Lan
- + Singapore
- + Malaysia

2. Khái niệm “EUREPGAP”:

Khái niệm “EUREPGAP”: là sáng kiến của các nhà bán lẻ Châu Âu (EUREP – Euro-Retail Produce) với mục tiêu thỏa thuận các tiêu chuẩn và thủ tục nhằm phát triển nền sản xuất nông nghiệp bền vững, hàng hoá của các nước khác muốn vào các nước thành viên của EUREPGAP phải tuân theo các tiêu chuẩn (có hiệu lực từ ngày 12/9/2003)

3. Mục tiêu của EUREPGAP:

Mục tiêu của EUREPGAP là giảm sự rủi ro về an toàn thực phẩm trong nông nghiệp và giám định khách quan các phương pháp tốt nhất với các điểm liên quan để nó được thực hiện và nhất quán trên toàn cầu. *(Các tiêu chuẩn đang được*

phát triển cho mục đích này). Thực hiện GAP nhằm phát triển nông nghiệp bền vững với mục đích bảo đảm:

- An toàn thực phẩm
- An toàn cho người sản xuất
- Bảo vệ môi trường

4. Các nguyên lý chung của sản xuất nông sản EUREPGAP, phiên bản 2.0 tháng 01/2004 về thực phẩm an toàn:

- 1. Bảo vệ môi trường, ngăn ngừa sự bạc màu của đất, hạn chế sự ô nhiễm, gia tăng sự sản xuất của vi sinh vật trong hệ thống, xây dựng một nền tảng vững chắc cho sức khỏe.**
- 2. Bổ sung và duy trì độ màu mỡ của đất.**
- 3. Duy trì tính đa dạng sinh học trong trang trại, môi trường xung quanh và quan tâm đến tính đa dạng sinh học của động vật hoang dã ở môi trường tự nhiên.**
- 4. Nguyên liệu tái chế và nguồn tài nguyên của trang trại phải đủ lớn để bổ sung dinh dưỡng đã mất đi do hoạt động của trang trại và cho dự trữ.**
- 5. Quan tâm chăm sóc để tăng cường sức khỏe.**

5. Các tiêu chuẩn của EUREPGAP

- 1. Tiêu chuẩn sản xuất theo kỹ thuật: mục đích là càng sử dụng ít thuốc bảo vệ thực vật càng tốt nhằm làm giảm thiểu ảnh hưởng của dư lượng hoá chất lên con người và môi trường. Tiêu chuẩn này thì thường dễ dàng được thỏa mãn bởi các nhà sản xuất ra nông phẩm nông nghiệp hữu cơ.**
- 2. Tiêu chuẩn về vệ sinh: các tiêu chuẩn này bao gồm các biện pháp để bảo đảm không có hóa chất, nhiễm khuẩn hoặc ô nhiễm vật lý khi thu hoạch.**

3. Môi trường làm việc: mục đích để ngăn chặn việc lạm dụng sức lao động của nông dân.

4. Truy nguyên nguồn gốc: EUREPGAP tập trung nhiều vào việc truy nguyên nguồn gốc. Nếu khi có sự cố xảy ra, các nhà phân phối phải thực sự có khả năng giải quyết vấn đề và thu hồi sản phẩm bị lỗi. Trong sản xuất nông phẩm theo tiêu chuẩn EUREPGAP, phiên bản 2.0 tháng 01/2004 có yêu cầu:

- **Người sản xuất có tài liệu chứng minh EUREPGAP, tiến hành thanh tra hàng năm.**
- **Người làm vườn nên lưu giữ hồ sơ tối thiểu trong 2 năm.**
- **Tài liệu phải chứng tỏ được quá trình đào tạo và khả năng của nhân viên kỹ thuật trong việc xác định liều lượng và loại phân bón sử dụng (hữu cơ hay vô cơ nếu nói về phân bón). Hồ sơ phải ghi chính xác ngày, tháng, năm áp dụng.**

6. 14 quy tắc của EUREPGAP

1. Truy nguyên nguồn gốc

2. Kiểm tra nội bộ và lưu trữ hồ sơ

3. Giống và nguồn gốc giống

4. Lịch sử đất trồng và tầng đất trồng

5. Quản lý thành phần đất trồng

6. Sử dụng phân bón

7. Tưới tiêu

8. Bảo vệ thực vật

9. Kỹ thuật thu hoạch

10. Công nghệ sau thu hoạch

11. Quản lý ô nhiễm và chất thải, tái sử dụng chất thải

12. Sức khỏe, an sinh xã hội

13. Bảo vệ môi trường

14. Khiếu nại

7. Chứng nhận EUREPGAP

Có nhiều tổ chức quốc tế cấp chứng chỉ EUREPGAP, các tổ chức cấp chứng chỉ phải đạt các điều kiện sau:

- Tổ chức chứng nhận phải là tổ chức được công nhận chính thức. Tổ chức đó được quốc tế công nhận bởi thị trường cũng như khách hàng đối tác.
- **Tổ chức công nhận phải có chuyên môn quốc tế và kiến thức về địa phương.**
- **Chuyên gia đánh giá phải có kinh nghiệm thực sự.**

PHỤ LỤC 5

MỘT SỐ ĐIỂM CHÍNH TRONG BẢN DỰ THẢO ASEANGAP VÀ LỢI ÍCH ĐỐI VỚI CÁC NƯỚC THÀNH VIÊN

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ các tài liệu tham khảo)

1. Khái niệm ASEANGAP:

Khái niệm “ASEANGAP”: ASEANGAP là bản dự thảo các tiêu chuẩn về thực phẩm an toàn do Chính phủ Úc xây dựng đại diện cho 10 nước khu vực Đông Nam Á, tiêu chuẩn ASEANGAP sẽ được chấp nhận của khách hàng của các chính phủ trong khu vực và trên toàn cầu. ASEANGAP dự kiến ban hành vào giữa năm 2006, hiện có thể triển khai áp dụng trong sản xuất nhưng chưa chính thức ban hành và áp dụng trong thương mại quốc tế.

2. Mục tiêu của ASEANGAP:

- Tạo điều kiện cho thương mại khu vực và thế giới
- Hòa hòa hoá trong nội bộ ASEAN thông qua một ngôn ngữ chung đối với GAP.
- Tăng cường an toàn thực phẩm của sản phẩm tươi đối với người tiêu dùng.
- Tăng cường độ bền vững của các nguồn tài nguyên ở các nước ASEAN.
- Tạo thế cạnh tranh quốc tế cho sản phẩm nông nghiệp của khu vực ASEAN.

** Phạm vi áp dụng của ASEANGAP:*

- + Bao gồm các sản phẩm rau quả tươi và cây thuốc.
- + Không áp dụng cho các sản phẩm hữu cơ và các sản phẩm có mức độ lây nhiễm cao như các sản phẩm trái cây sơ chế.

3. Một số điểm chính trong bản dự thảo ASEANGAP:

1. Lịch sử địa điểm sản xuất
2. Vật liệu gieo trồng
3. Phân bón và chất phụ gia cho đất

4. Tưới tiêu
5. Bảo vệ thực vật
6. Thu hoạch và xử lý rau quả
7. Quản lý trang trại

4. Lợi ích của ASEANGAP đối với các nước thành viên:

- Nông phẩm an toàn: vì dư lượng các chất độc (thuốc bảo vệ thực vật, phân bón, ...) không vượt mức an toàn cho phép, bảo đảm sức khỏe cho người tiêu dùng (kể cả tiêu dùng trong nước và xuất khẩu).
- Chất lượng cao (ngon, đẹp, ...) nên dù giá bán cao hơn vẫn được người tiêu dùng trong và ngoài nước chấp nhận.
- Các quy trình sản xuất theo GAP hướng hữu cơ sinh học nên môi trường được bảo vệ và an toàn cho người lao động khi làm việc.
- ASEANGAP tạo điều kiện cho thương mại khu vực và quốc tế về nông sản: khi có một ngôn ngữ chung đối với GAP thì thương mại về nông sản tăng nhanh thông qua các hình thức mua bán nhanh và ít tốn chi phí hơn.
- Tạo thế cạnh tranh cho nông sản trong khu vực và trên thế giới: triển khai áp dụng ASEANGAP sẽ tạo điều kiện và thúc đẩy áp dụng GAP cho toàn khu vực, vì thế sản phẩm tăng khả năng tiếp cận thị trường khu vực và thế giới.

PHỤ LỤC 6

DẪN CHỨNG MỘT SỐ VỤ NGỘ ĐỘC THỰC PHẨM TRÊN THẾ GIỚI, VÀ NGUY CƠ NGỘ ĐỘC THỰC PHẨM Ở VIỆT NAM

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ các tài liệu tham khảo)

1. Một vài vụ ngộ độc thực phẩm lớn trên thế giới:

- Năm 1999 – Australia, 500 người ngộ độc do uống phải nước cam nhiễm vi sinh Salmonella mà qua điều tra trong kho đóng gói có thùng thuốc trừ nấm bệnh.
- Năm 2003 – Hoa Kỳ, hành lá nhiễm khuẩn bị quy là thủ phạm chính gây ra dịch viêm gan làm 400 người mắc bệnh và 3 trường hợp tử vong.
- Năm 2004 – Hoa Kỳ và Canada, 3 đợt dịch nhiễm khuẩn Salmonella liên quan tới cà chua Roma làm 561 người bị ngộ độc ở 18 bang Hoa Kỳ và 1 tỉnh ở Canada.
- Năm 2005 – Philippines, 27 học sinh ở miền Trung Philippines chết sau khi ăn bánh sắn nhiễm thuốc bảo vệ thực vật.

(Theo ThS. Võ Hữu Thoại – Sản xuất Rau quả an toàn)

2. Nguy cơ ngộ độc thực phẩm ở Việt Nam:

Theo thống kê của Bộ Y Tế từ năm 1997 đến 2000 có 1.391 vụ ngộ độc thực phẩm với 25.509 người phải đi cấp cứu, trong đó 217 người chết. Năm 2001 có 227 vụ với 3.814 người cấp cứu và 63 người chết.

Theo ước tính của WHO, ở Việt Nam hàng năm có hơn 3 triệu ca ngộ độc thực phẩm, gây tổn hại khoảng 3.000 tỷ đồng VN (*Cục nông nghiệp – Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, 2004*).

Trong hội thi trái cây ngon và an toàn thực phẩm tổ chức ngày 11/12/2004 tại Hội Chợ Nông Nghiệp Quốc Tế tại Cần Thơ, trong tổng số 30 mẫu trái cây đạt giải trái ngon có đến 4 mẫu trái không đạt an toàn thực phẩm do hàm lượng thuốc

bảo vệ thực vật (gốc lân hữu cơ và gốc carbamate) tích lũy trong trái cao quá mức qui định (*Tạ Minh Tuấn, 2004*).

Kết quả phân tích hàm lượng nitrat (NO_3^-) trên bắp cải, cải xanh, su hào, cà chua, đậu, nho, chè trong sản xuất ở các địa phương (Hà Nội, Bắc Giang, Hải Phòng, Hà Nam, Ninh Thuận, TP.HCM, Thái Nguyên) trên 100% mẫu kiểm tra đều vượt mức cho phép từ 3 – 5 lần (*Cục nông nghiệp – Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, 2004*).

Các nghiên cứu trên nho, táo bán trên thị trường và khu vực sản xuất cho thấy dư lượng thuốc bảo vệ thực vật cao gấp nhiều lần so với khuyến cáo của WHO, FAO (*TS. Bùi Cách Tuyền và cộng tác viên, 1998*).

Kết quả điều tra trên thị trường Hà Nội và TP.HCM từ 1996 – 2001 trên 10 loại rau quả cho thấy có 30% - 60% mẫu có dư lượng thuốc bảo vệ thực vật.

PHỤ LỤC 7: CHUYỂN LỜI NHỮNG KIẾN NGHỊ CỦA NÔNG DÂN TRỒNG BƯỞI

Trong các câu hỏi khảo sát thu thập thông tin từ nông dân trồng bưởi, chúng tôi ghi nhận được những đề nghị giúp đỡ từ Chính phủ, xếp hạng thứ tự ưu tiên theo mức độ cấp thiết, tầm quan trọng theo bảng sau:

Bảng: Những lĩnh vực nông dân cần thiết sự hỗ trợ từ Chính phủ

| Mức độ cần thiết | | Tài chính | Đầu ra | Giống | Kỹ thuật |
|-------------------------|---|-----------|--------|-------|----------|
| Cấp thiết, bức xúc nhất | 1 | 53 | 89 | 10 | 55 |
| Cần thiết | 2 | 38 | 30 | 43 | 50 |
| Mức độ cần thiết ít hơn | 3 | 18 | 11 | 49 | 21 |
| Không cần lắm | 4 | 19 | 4 | 27 | 7 |
| Không cần hỗ trợ | 5 | 7 | 1 | 6 | 2 |
| Cộng | | 135 | 135 | 135 | 135 |

Nguồn: kết quả khảo sát của tác giả

Ghi chú: số điểm trong bảng trên là số câu trả lời được chọn (trên tổng số 135 bảng câu hỏi khảo sát)

Qua bảng trên chúng ta thấy nông dân rất lo lắng cho đầu ra của sản phẩm trong tương lai vì điều đó quyết định một phần chất lượng cuộc sống của họ, và hơn ai khác họ đã có quá nhiều kinh nghiệm cay đắng từ những loại trái cây khác trong hiện tại và quá khứ, có 66% cho rằng đầu ra của sản phẩm trong những năm tới là vấn đề bức xúc nhất. Cần thiết thứ hai là sự hỗ trợ về kỹ thuật, thứ ba là vốn đầu tư cho sản xuất. Phần lớn không đánh giá cao tầm quan trọng của giống cây trồng nhưng theo nghiên cứu của chúng tôi giống là một trong những nguyên nhân chính tạo ra sản phẩm không đồng nhất, ảnh hưởng đặc biệt nghiêm trọng đến việc bán trái bưởi ra thị trường thế giới.

Tuy nhiên, tất cả những yếu tố trên là những đề nghị của rất nhiều nông dân mà chúng ta phải quan tâm. Chúng tôi xin chuyển những kiến nghị này đến những người có trách nhiệm vì sự phát triển kinh tế nông thôn Bến Tre nói riêng và kinh tế nông nghiệp Việt Nam nói chung.

| | | |
|--|-----|-----|
| Bảng CH3: Bảng câu hỏi dành cho người bán lẻ (tiêu thụ trong nước) | 26 | 26 |
| Bảng CH4: Bảng câu hỏi dành cho NGƯỜI TIÊU DÙNG | 220 | 153 |

2. Phân bố Bảng câu hỏi

ĐVT: bảng

| Câu hỏi | Bảng CH1 | Bảng CH2 | Bảng CH3 | Bảng CH4 |
|---|----------|----------|---------------|------------|
| Lập và đi điều tra | 150 | 25 | 35 | 55 |
| Số bảng dự kiến sử dụng được | 120 | 20 | 30 | 50 |
| Phân chia như sau: | | | | |
| 1. Chợ Lách | 20 | 3 | | |
| 2. Mỏ Cà | 30 | 5 | | |
| 3. Châu Thành | 30 | 5 | | |
| 4. Giồng Trôm | 30 | 6 | | điều tra |
| 5. Thị xã Bến Tre | 40 | 6 | Bến Tre: 20 | nhiều tỉnh |
| 6. Bình Đại, Ba Tri, Thanh Phú | 0 | 0 | | nhiều vùng |
| 7. Các Chợ đầu mối ở TG (Cái Bè và Mỹ Tho) | 0 | 0 | Tiền Giang: 5 | khác nhau |
| 8. Các Chợ đầu mối ở TP.HCM | 0 | 0 | TP.HCM: 10 | |

| TT | HỌ TÊN NGƯỜI TRẢ LỜI (TUỔI) | ĐỊA CHỈ | ĐIỆN THOẠI | DIỆN TÍCH | | DƯỚI 3 TUỔI | NĂM T |
|----|-----------------------------|--|------------|-----------|---|-------------|-------|
| 1 | Võ Văn Châu (62) | 92/1D An Thuận A, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 816641 | 3 | 3 | 0 | 7 |
| 2 | Nguyễn Văn Mười | 168G An Thạnh B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 812340 | 3 | 4 | 0 | 9 |
| 3 | Lê Hữu Đức | 31G An Thạnh B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 815821 | 1 | 1 | 0 | 7 |
| 4 | Nguyễn Chí Trung (27) | 265F An Thạnh A, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | | 3 | 3 | 0 | 9 |
| 5 | Nguyễn Văn Chuyên (57) | 265E An Thạnh A, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | | 4 | 4 | 0 | 5 |
| 6 | Lê Văn Hoàng | 269 An Thạnh B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | | 1 | 1 | 0 | 7 |
| 7 | Lê Quang Thăng | 182F An Thạnh A, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 815233 | 10 | 4 | 0 | 10 |
| 8 | Lê Hữu Bình | 176F An Thạnh A, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 817391 | 7 | 5 | 3 | 9 |
| 9 | Lê Văn Hùm (72) | 178F An Thạnh , Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | | 20 | 5 | 3 | 8 |
| 10 | Trần Anh Tuấn | 190F An Thạnh , Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 816414 | 2 | 1 | 0 | 4 |
| 11 | Lê Văn Tấu (66) | 184F An Thạnh A, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | | 4 | 3 | 0 | 5 |
| 12 | Trần Văn Thích | 162E An Thuận B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 810876 | 5 | 5 | 4 | 8 |
| 13 | Lê Văn Triệu | 164E An Thuận B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 838119 | 2 | 3 | 2 | 6 |
| 14 | Trần Hoàng Mai | 165E1 An Thuận B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | | 2 | 3 | 0 | 6 |
| 15 | Lê Trọng Bình | 164E1 An Thuận B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | | 4 | 4 | 3 | 6 |

| | | | | | | | |
|----|---------------------------|--|------------|----|---|---|---|
| 16 | Nguyễn Văn Tiếp | 198E An Thuận B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 811382 | 6 | 5 | 2 | 6 |
| 17 | Lê Tân Thịnh | 189F An Thạnh A, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 822733 | 4 | 3 | 2 | 5 |
| 18 | Huỳnh Văn Phước | 254E An Thuận B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 810851 | 5 | 5 | 3 | 7 |
| 19 | Nguyễn Thị Châu | 160E1 An Thuận B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 815192 | 2 | 2 | 1 | 5 |
| 20 | Nguyễn Văn Tân | ấp An Thuận B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | | 2 | 2 | 0 | 6 |
| 21 | Nguyễn Tân Hiện | 269D ấp 3, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | 075 823749 | 7 | 5 | 5 | 6 |
| 22 | Võ Duy Kha | 80 ấp 4, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | 075 810518 | 3 | 4 | 2 | 6 |
| 23 | Phạm Văn Lai (64) | 24A ấp 1, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | 075 821386 | 5 | 5 | 0 | 7 |
| 24 | Phạm Văn Mười (48) | ấp 1, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | 075 817415 | 3 | 4 | 2 | 7 |
| 25 | Cao Văn Khải (51) | 362D ấp 4, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | | 2 | 3 | 1 | 5 |
| 26 | Cao Văn Hoàng (57) | 37D ấp 4, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | 075 810898 | 3 | 3 | 0 | 7 |
| 27 | Lê Tân Kỳ (35) | 34D ấp 4, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | 075 810865 | 3 | 5 | 2 | 8 |
| 28 | Nguyễn Văn Nghiêm (46) | 81D ấp 4, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | | 3 | 4 | 1 | 6 |
| 29 | Phạm Văn Phĩ | ấp 3, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 30 | Lưu Hồng Phúc | ấp 1, Nhơn Thạnh, TX Bến Tre | 075 825523 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 31 | Nguyễn Thành An | ấp 2, Phú Nhuận, TX. Bến Tre | | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 32 | Huỳnh Thị Hảo | xã Sơn Đông, TX. Bến Tre | 075 828178 | 5 | 4 | 1 | 3 |
| 33 | Phạm Mỹ Dung | 129 Tân Long 2, Tân Thành Bình, Mỏ Cày, Bến | 075 840556 | 16 | 6 | 6 | 4 |

| | | Tre | | | | | |
|----|-------------------|---|------------|----|---|---|----|
| 34 | Nguyễn Văn Gấm | ấp Tân Long 2, Tân Thành Bình, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840163 | 8 | 5 | 4 | 5 |
| 35 | Trần Văn Đức | 119 Tân Long 2, Tân Thành Bình, Mỏ Cày, Bến Tre | | 7 | 6 | 5 | 4 |
| 36 | Trần Thị Phi | ấp Tân Long 2, Tân Thành Bình, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840857 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 37 | Phạm Văn Hùng | 40 Tân Long 2, Tân Thành Bình, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840063 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 38 | Trần Văn Xay | 286 Tân Long 2, Tân Thành Bình, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 671689 | 1 | 2 | 1 | 5 |
| 39 | Phan Văn Mười | 143 ấp 5 Chợ Xếp, Tân Thành Bình, Mỏ Cày, Bến Tre | | 1 | 2 | 0 | 3 |
| 40 | Phạm Văn Chắp | 255 Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 5 | 5 | 2 | 10 |
| 41 | Nguyễn Thanh Hùng | 268 Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 671362 | 1 | 1 | 0 | 5 |
| 42 | Huỳnh Thị Hồng | ấp Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 2 | 2 | 0 | 4 |
| 43 | Đoàn Ngọc Phương | 55 Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840013 | 18 | 6 | 6 | 7 |
| 44 | Võ Văn Hoài | ấp Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 671496 | 2 | 4 | 1 | 12 |
| 45 | Nguyễn Thành Minh | ấp Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 46 | Dương Văn Bé Tư | 287 Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 671079 | 3 | 2 | 0 | 6 |
| 47 | Nguyễn Văn Nhơn | ấp Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 671215 | 2 | 2 | 1 | 5 |
| 48 | Đặng Văn Rô | ấp Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840240 | 10 | 6 | 6 | 8 |

| | | | | | | | |
|----|------------------|---|------------|----|---|---|---|
| 49 | Nguyễn Minh Lý | 238 Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 2 | 1 | 0 | 4 |
| 50 | Nguyễn Văn Ne | 257 Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 2 | 2 | 1 | 4 |
| 51 | Đặng Thanh Sang | 363 Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 2 | 4 | 0 | 3 |
| 52 | Tống Phước Nghĩa | ấp Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 3 | 3 | 1 | 4 |
| 53 | Trần Văn Rết | ấp Thanh Sơn 2, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 2 | 4 | 1 | 6 |
| 54 | Nguyễn Văn Chánh | ấp Thanh Sơn 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 55 | Trần Văn Nhu | ấp Thanh Sơn 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840662 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 56 | Phạm Thị Thành | ấp Thanh Sơn 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840119 | 3 | 4 | 2 | 5 |
| 57 | Võ Thanh Tùng | 17 Thanh Sơn 3, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840217 | 2 | 1 | 0 | 5 |
| 58 | Lê Văn Tài | ấp Thanh Sơn, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 59 | Đoàn Vĩnh Khang | ấp Tân Thông 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840844 | 3 | 3 | 2 | 7 |
| 60 | Đoàn Kim Phú | 27 Tân Thông 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 671558 | 3 | 3 | 1 | 4 |
| 61 | Huỳnh Văn Ấn | 63 Tân Thông 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 10 | 4 | 0 | 4 |
| 62 | Đào Văn Cúc | ấp Tân Thông 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 671559 | 1 | 1 | 0 | 5 |
| 63 | Võ Thị Hạnh | 23 Tân Thông 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 4 | 6 | 6 | 3 |
| 64 | Đoàn Thành Trung | ấp Thanh Tân 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 3 | 3 | 1 | 7 |
| 65 | Trần Văn Thanh | ấp Tân Sơn 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | | 2 | 4 | 3 | 5 |
| 66 | Trương Văn Hoa | ấp 3 Bình Hòa, Giồng | 075 640232 | 10 | 6 | 5 | 5 |

| | | Trôm, Bến Tre | | | | | |
|----|---------------------|--|------------|---|---|---|---|
| 67 | Lê Thị Vân | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 640227 | 5 | 3 | 2 | 6 |
| 68 | Trần Văn Phiên | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 861419 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 69 | Nguyễn Văn Thọ | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 5 | 3 | 0 | 7 |
| 70 | Nguyễn Văn Thơm | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 5 | 3 | 1 | 6 |
| 71 | Nguyễn Bé | Tổ 26 ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 892273 | 3 | 4 | 3 | 6 |
| 72 | Huỳnh Văn Danh | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 892312 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 73 | Trần Tiến Dũng | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 1 | 1 | 0 | 7 |
| 74 | Huỳnh Kim Anh | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 2 | 1 | 1 | 5 |
| 75 | Huỳnh Thị Xê | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 8 | 4 | 3 | 5 |
| 76 | Hồ Văn Hội | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 2 | 4 | 2 | 5 |
| 77 | Trần Hồng Hải | 263 ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 640351 | 3 | 4 | 1 | 4 |
| 78 | Nguyễn Văn Trung | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 882856 | 1 | 1 | 0 | 7 |
| 79 | Nguyễn Văn Quang | ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 2 | 1 | 0 | 4 |
| 80 | Trần Thị Yến | 843 ấp 3 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 2 | 1 | 0 | 3 |
| 81 | Đình Văn Tư (47) | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 640382 | 4 | 5 | 4 | 7 |
| 82 | Bùi Văn Đực (59) | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 83 | Trần Văn Thanh (55) | 101 ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 640375 | 4 | 4 | 3 | 5 |

| | | | | | | | |
|-----|----------------------|---|----------------|---|---|---|---|
| 84 | Trần Văn Hùng | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 5 | 4 | 3 | 7 |
| 85 | Nguyễn Văn Việt (52) | 408 ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 640381 | 5 | 1 | 0 | 7 |
| 86 | Huỳnh Công Đức | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 87 | Trần Văn Phục | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 861081 | 6 | 4 | 2 | 5 |
| 88 | Nguyễn Thị Hồng Vân | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 892095 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 89 | Lê Văn Hai | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 892935 | 2 | 3 | 2 | 7 |
| 90 | Lê Văn Miên | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 3 | 3 | 1 | 8 |
| 91 | Nguyễn Văn Thành | tổ 8 ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 5 | 4 | 3 | 7 |
| 92 | Lê Thanh Hải | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 892034 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 93 | Nguyễn Văn Nghiêm | ấp 4 Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 861178 | 7 | 5 | 4 | 4 |
| 94 | Nguyễn Văn Quang | ấp 5 Lương Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 0909 133763 | 3 | 3 | 2 | 6 |
| 95 | Nguyễn Thành Thật | 52 ấp 5 Lương Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 96 | Trần Hùng Phong | ấp 5 Lương Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 97 | Nguyễn Văn Phương | ấp 5 Thị trấn Giồng Trôm, Bến Tre | 075 640458 | 3 | 4 | 3 | 9 |
| 98 | Võ Thành Triệu | ấp 5 Thị trấn Giồng Trôm, Bến Tre | 075 640476 | 2 | 1 | 1 | 3 |
| 99 | Đình Minh Phụng | ấp 1 Lương Quới, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 882928 | 4 | 4 | 1 | 5 |
| 100 | Nguyễn Văn Dù | ấp 2 Lương Quới, Giồng Trôm, Bến Tre | | 3 | 2 | 1 | 3 |
| 101 | Cao Anh Vũ Hoàng | ấp 3 Lương Quới, Giồng Trôm, Bến Tre | | 2 | 4 | 3 | 4 |

| | | | | | | | |
|-----|---------------------|--|------------|----|---|---|---|
| | | Trôm, Bến Tre | | | | | |
| 102 | Nguyễn Văn Hiệp | Mỹ Thạnh, Chợ Hàng Sao, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 862393 | 4 | 3 | 2 | 5 |
| 103 | Lê Văn Hoa | 200/12 Tân Phú, Sơn Định, Chợ Lách, Bến Tre | 075 871741 | 5 | 4 | 0 | 8 |
| 104 | Trần Duy Linh | Tân Phú, Sơn Định, Chợ Lách, Bến Tre | 075 871035 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 105 | Lê Hoàng Nam | 161/75 Phú Hiệp, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | 075 874218 | 8 | 4 | 4 | 4 |
| 106 | Nguyễn Văn Be | Lộc Hiệp, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | 075 872410 | 3 | 4 | 2 | 4 |
| 107 | Lê Văn Nhựt | tổ 11 ấp Phú Hiệp, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | | 2 | 2 | 0 | 5 |
| 108 | Lê Văn Sĩ | 188/78 Vĩnh Lộc, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | | 1 | 1 | 0 | 4 |
| 109 | Hồ Thị Ba | 190/78 Vĩnh Lộc, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | 075 874077 | 2 | 2 | 1 | 6 |
| 110 | Nguyễn Thanh Liêm | ấp Phú Hiệp, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | | 2 | 3 | 1 | 7 |
| 111 | Lê Văn Trường | ấp Phú Hiệp, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | 075 871118 | 2 | 3 | 1 | 4 |
| 112 | Nguyễn Minh Cảnh | ấp Phú Hiệp, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | 075 874233 | 3 | 3 | 0 | 7 |
| 113 | Nguyễn Phúc Thị Đằm | ấp Phú Hiệp, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | | 2 | 1 | 0 | 4 |
| 114 | Nguyễn Văn Long | ấp Phú Hiệp, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | 075 874215 | 10 | 5 | 3 | 5 |
| 115 | Trần Văn Vinh | ấp Phú Hiệp, Vĩnh Bình, Chợ Lách, Bến Tre | 075 871418 | 2 | 2 | 1 | 4 |
| 116 | Đoàn Ngọc Thanh | ấp Bình An B, Thị trấn Chợ Lách, Bến Tre | 075 710331 | 3 | 4 | 3 | 8 |
| 117 | Nguyễn Trung Trực | ấp Bình An B, Thị trấn Chợ Lách, Bến Tre | 075 871072 | 8 | 5 | 0 | 4 |
| 118 | Võ Ngọc Mỹ | ấp Bình An B, Thị trấn Chợ Lách, Bến Tre | | 2 | 3 | 0 | 4 |

| | | | | | | | |
|-----|--------------------|--|------------|-----|-----|-----|-----|
| 119 | Phạm Thị Mím | ấp Bình An B, Thị trấn Chợ Lách, Bến Tre | | 2 | 4 | 3 | 5 |
| 120 | Đoàn Văn Nhân | ấp Bình An, Hòa Nghĩa, Chợ Lách, Bến Tre | 075 710331 | 3 | 1 | 1 | 5 |
| 121 | Phan Quang Vinh | 155 Phú Tường, Phú Đức, Châu Thành, Bến Tre | | 20 | 6 | 5 | 4 |
| 122 | Nguyễn Công Lợi | ấp Phú Tường, Phú Đức, Châu Thành, Bến Tre | | 1 | 2 | 0 | 4 |
| 123 | Nguyễn Khắc Cường | ấp Phú Tường, Phú Đức, Châu Thành, Bến Tre | 075 868255 | 5 | 4 | 2 | 4 |
| 124 | Mai Phú Khánh | ấp Phú Tường, Phú Đức, Châu Thành, Bến Tre | | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 125 | Nguyễn Văn Lợi | ấp Phú Tường, Phú Đức, Châu Thành, Bến Tre | | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 126 | Phan Trung Hậu | ấp Tân Nam, Tân Phú, Châu Thành, Bến Tre | | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 127 | Nguyễn Văn Thành | 155/2 ấp Tân Nam, Tân Phú, Châu Thành, Bến Tre | 075 867998 | 2 | 3 | 1 | 4 |
| 128 | Lê Ngọc Chính | ấp Tân Nam, Tân Phú, Châu Thành, Bến Tre | | 2 | 3 | 2 | 5 |
| 129 | Trần Văn Kỳ | ấp Tân Nam, Tân Phú, Châu Thành, Bến Tre | | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 130 | Nguyễn Thành Chiến | ấp Tân Nam, Tân Phú, Châu Thành, Bến Tre | | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 131 | Nguyễn Văn Hiệp | ấp Bình An, Tường Đa, Châu Thành, Bến Tre | | 6 | 4 | 4 | 4 |
| 132 | Vũ Thị Thúy An | ấp Bình An, Tường Đa, Châu Thành, Bến Tre | | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 133 | Nguyễn Công Nông | ấp Bình An, Tường Đa, Châu Thành, Bến Tre | 075 626060 | 12 | 5 | 5 | 8 |
| 134 | Đỗ Chí Thịnh | ấp Bình An, Tường Đa, Châu Thành, Bến Tre | | 1 | 1 | 0 | 3 |
| 135 | Trần Thị Thảo | ấp Bình An, Tường Đa, Châu Thành, Bến Tre | | 2 | 3 | 2 | 4 |
| | | | | 544 | 460 | 256 | 721 |

DANH SÁCH THƯƠNG LÁI - NGƯỜI BÁN BUÔN

LƯỢNG MUA BÁN
MỖI NGÀY (KG)

| TT | HỌ TÊN NGƯỜI TRẢ LỖI | TÊN CƠ SỞ | ĐỊA CHỈ | ĐIỆN THOẠI | VÀO MÙA | NGHỊCH MÙA |
|----|-----------------------------------|-----------|--|-------------|------------|---------------|
| 1 | Trần Thị Ngọc Dung | | 176F ấp An Thạnh A, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 817391 | 20 | 10 |
| 2 | Lê Thị Kim Yến | | Quầy 15, Cửa Nam, phường 3, Chợ Bến Tre | 075 817541 | 500 | 350 |
| 3 | Nguyễn Thanh Sơn | | ấp 1, Nhơn Thạnh TX Bến Tre | 0918 948380 | 300 | 200 |
| 4 | Trần Thị Ngọc Thảo | | 82J An Thạnh B, Mỹ Thạnh An, TX Bến Tre | 075 816298 | 100 | 50 |
| 5 | Võ Thị Huệ | | 26G/1 ấp An Thanh B, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 817652 | 300 | 30 |
| 6 | Bùi Thị Hoàng Diễm | | 375A ấp 1, Nhơn Thạnh, TX. Bến Tre | 075 818236 | 200 | 30 |
| 7 | Trần Văn Tùng | | ấp 1 Nhơn Thạnh, TX. Bến Tre | | 60 | 20 |
| 8 | Bùi Thị Lê Quyên | | 51C Mỹ An, Mỹ Thạnh An, TX. Bến Tre | 075 817305 | 500 | 200 |
| 9 | Nguyễn Thị Thanh Hương | | An Thạnh, Mỹ Thạnh An, TX Bến Tre | 075 817676 | 120 | 50 |
| 10 | Đặng Thị Hoa (đầu Cầu Cái Cối) | | phường 1, TX. Bến Tre | | 60 | 30 |
| 11 | Trần Hữu Phát | Bảy Phát | ấp 1, xã Lương Quới, Giồng Trôm, Bến Tre | 0919 457786 | 100 | 70 |
| 12 | Trương Văn Vui | | ấp 3, Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | 075 641008 | 650 | 85 |
| 13 | Lê Thanh Phương | | ấp 5, Lương Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 60 | 40 |
| 14 | Nguyễn Thị Hồng Phượng | | ấp 4, Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | | 100 | 50 |
| 15 | Lê Văn Xuân | | số 10 ấp 5, Tân Phú, Mỏ Cày, | | 50 | 30 |

| | | | | | | |
|----|------------------------------------|----------|---|------------|------|------|
| | | | Bến Tre | | | |
| 16 | Phan Văn Tuấn | | 31 Thủ Sở, Thạch Ngãi, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 671712 | 60 | 40 |
| 17 | Nguyễn Văn Hùng | | Thanh Sơn 1, Thanh Tân, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 840939 | 200 | 70 |
| 18 | Lê Thị Nghiệp | | ấp 5 Chợ Xếp, Tân Thành Bửu, Mỏ Cày, Bến Tre | 075 671344 | 300 | 50 |
| 19 | Trần Thị Hường | | ấp Tân Nam, Tân Phú, Châu Thành, Bến Tre | | 500 | 350 |
| 20 | Đặng Thị Phận | | 254/3 ấp 3 , Tam Phước, Châu Thành, Bến Tre | | 60 | 40 |
| 21 | Nguyễn Thanh Bằng | | ấp Phú Tường, Phú Đức, Châu Thành, Bến Tre | | 300 | 100 |
| 22 | Huỳnh Thị Liên | Vạn Phát | 113 Khu phố 2, phường 10, TP. Mỹ Tho | 073 856003 | 300 | 150 |
| 23 | Nguyễn Thị Thiệt | | 16/6 phường 8 TP. Mỹ Tho, Tiền Giang | | 70 | 30 |
| 24 | Phạm Anh Dũng (Chợ đầu mối NS) | | Khu phố 2, phường 1, TP. Mỹ Tho, Tiền Giang | | 150 | 50 |
| 25 | Lê Thị Như Hảo (Chợ đầu mối NS) | | Khu phố 2, phường 1, TP. Mỹ Tho, Tiền Giang | | 200 | 50 |
| | | | | | 5260 | 2175 |

DANH SÁCH NGƯỜI BÁN LẺ

| TT | HỌ TÊN NGƯỜI BÁN LẺ | ĐỊA CHỈ | ĐIỆN THỌAI |
|----|------------------------|---|------------|
| 1 | Nguyễn Thị Kim Tuyến | Quầy 10, Cửa Nam, phường 3, TX. Bến Tre | 075 811889 |
| 2 | Trần Thị Bền | Quầy 1, Cửa Nam. Phường 3, TX. Bến Tre | |
| 3 | Nguyễn Thị Hòa | ấp 1, Hữu Định, Châu Thành, Bến Tre | 075 813260 |
| 4 | Trần Thị Bích Liên | ấp 3, Tân Phước, Châu Thành, Bến Tre | |
| 5 | Khư Thị Bé Bảy | 01B ấp 6, Tân Thạch, Châu Thành, Bến Tre | 075 895190 |
| 6 | Trần Thị Loan | ấp 3. Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | |
| 7 | Nguyễn Thị Nhan | ấp 4, Bình Hòa, Giồng Trôm, Bến Tre | |
| 8 | Huỳnh Ba | ấp 3. Lương Quới, Giồng Trôm, Bến Tre | |
| 9 | Trần Thị Thúy | ấp 6, Tân Thạch, Châu Thành, Bến Tre | |
| 10 | Thạch Thị Hiền | ấp 2, Phú An Hòa, Châu Thành, Bến Tre | |
| 11 | Võ Anh Tuấn | Tân Phú, Sơn Định, Chợ Lách, Bến Tre | |
| 12 | Lê Thị Bích Vân | Tân Phú, Sơn Định, Chợ Lách, Bến Tre | |

| | | | |
|----|-----------------------------|--|------------|
| 13 | Nguyễn Thị Bé Sáu | 112 Khu phố 2, phường 10, TP. Mỹ Tho | 073 857180 |
| 14 | Trần Thị Vân Hạnh | 438 Nguyễn Đình Chiểu, P.4, Q.3, TP.HCM | |
| 15 | Vũ Thị Nhật Hằng | 436 Nguyễn Đình Chiểu, P.4, Q.3, TP.HCM | 08 8843824 |
| 16 | Cửa hàng Đình Tuân | 301 Nguyễn Đình Chiểu, P.5, Q.3, TP.HCM | 08 9026522 |
| 17 | Nguyễn Thị Hồng Hoa | CH CHI, 126 Nguyễn Thượng Hiền, P.5, Q.3, TP.HCM | 08 8290830 |
| 18 | Siêu Thị Trái Cây Tươi N&NN | 450 Nguyễn Thị Minh Khai, P.5. Q.3, TP.HCM | 08 8217818 |
| 19 | Vựa trái cây Như Mẫn | 126 Phạm Văn Hai, P.2, Tân Bình, TP.HCM | 08 9905263 |
| 20 | Lê Thị Thanh Nga | 124A Phạm Văn Hai, P.2, Tân Bình, TP.HCM | 08 9915202 |
| 21 | Lê Thị Dung | 702 Chợ Phạm Văn Hai, P.2, Tân Bình, TP.HCM | |
| 22 | Dương Chí Đình | 126 Phạm Văn Hai, P.2, Tân Bình, TP.HCM | |
| 23 | Trần Thị Nguyễn Mai | T.6 102 Chợ Phạm Văn Hai, P.2, Tân Bình, TP.HCM | 08 8461259 |
| 24 | Cửa hàng 141 | 141 An Dương Vương , Q.5, TP.HCM | |
| 25 | Nguyễn Thị Kim Loan | 22 Nguyễn Tri Phương, P.8, Q.5, TP.HCM | 08 9230148 |
| 26 | Mai Thị Huyền Trân | 406 Nguyễn Tri Phương, P.4, Q.10, TP.HCM | 08 9091559 |

DANH SÁCH NGƯỜI TIÊU DÙNG

| TT | HỌ TÊN NGƯỜI TIÊU DÙNG | ĐỊA CHỈ | QUẬN / HUYỆN | TP / TỈNH | ĐIỆN THỌAI |
|----|------------------------------|-------------------------------------|-----------------|--------------|----------------|
| 1 | Lâm Phi Yến | 34B/1 Nguyễn Cảnh Chân P.Cầu Kho | 1 | HCM | 08 8364628 |
| 2 | Lê Thị Cúc | 598/1 Nguyễn Thị Minh Khai | 1 | HCM | |
| 3 | Đào Duy | 117/1E Cống Quỳnh | 1 | HCM | 08 8377592 |
| 4 | Nguyễn Thanh Thủy | 114 Bùi Thị Xuân | 1 | HCM | 08 9250220 |
| 5 | Nguyễn Văn Trường | 153Bis Lê Thị Riêng | 1 | HCM | 0903 950579 |
| 6 | Phan Văn Mao | 01 Phạm Viết Chánh | 1 | HCM | 08 9253080 |
| 7 | Nguyễn Trung Toàn | 107 Lương Định Của | 2 | HCM | 0919 559326 |
| 8 | Lê Hồng Vỹ | 108/16 Trần Quang Diệu, P.14 | 3 | HCM | 08 8111451 |
| 9 | Lê Thị Hồng | 240 Nguyễn Thiện Thuật | 3 | HCM | 08 8421556 |
| 10 | Ngô Thị Kim Hà | 195/63 Trần Văn Đăng | 3 | HCM | 0915 897503 |
| 11 | Ngô Trung Nhân | 1/49 Nguyễn Thông | 3 | HCM | 08 8438925 |
| 12 | Nguyễn Minh Linh | 145 Dương Bá Trạc P.1 | 3 | HCM | |
| 13 | Nguyễn Thị Bích Vân | 195/63 Trần Văn Đăng | 3 | HCM | 0918 499470 |
| 14 | Nguyễn Thị Huỳnh Trang | 124 Trần Quốc Thảo | 3 | HCM | 0958 392067 |

| | | | | | |
|----|----------------------|-------------------------|---|-----|----------------|
| 15 | Nguyễn Thị Khương | 436/76/13 CMT8 P.10 | 3 | HCM | |
| 16 | Nguyễn Thị Ngọc Tâm | 195/63 Trần văn Đàng | 3 | HCM | 08 8829011 |
| 17 | Nguyễn Thị Nhuận | 493/4 CMT.8 P.13 | 3 | HCM | 08 8620784 |
| 18 | Nguyễn Thị Thư | 4B/13 Trần Quang Diệu | 3 | HCM | 0907 699191 |
| 19 | Nguyễn Thị Thu Vân | 353/38 Điện Biên Phủ | 3 | HCM | |
| 20 | Nguyễn Thị Tường Vy | 12 Kỳ Đồng P.9 | 3 | HCM | 08 8249654 |
| 21 | Nguyễn Thị Xem | 14/38B Kỳ Đồng P.9 | 3 | HCM | 08 8421555 |
| 22 | Từ Quốc Vũ | Viện Pasteur TP.HCM | 3 | HCM | 0989 046816 |
| 23 | Trần Quang Chương | 64 Bà Huyện Thanh Quan | 3 | HCM | 0913 752998 |
| 24 | Trần Thị Nhẫn | 18/32B Trần Quang Diệu | 3 | HCM | 0909 850011 |
| 25 | Trần Thị Thơ | 195/63 Trần văn Đàng | 3 | HCM | 0986 351297 |
| 26 | Trương Yến Loan | 124 Trần Quốc Thảo | 3 | HCM | 0918 332565 |
| 27 | Võ Diệu Truyền | 18/32B Trần Quang Diệu | 3 | HCM | 08 9318653 |
| 28 | Võ Ngọc Điệp | 6C Tú Xương | 3 | HCM | 08 9325099 |
| 29 | Vũ Thủy Yên | 66/2 Nguyễn Văn Trỗi | 3 | HCM | 0909 538997 |
| 30 | Nguyễn Thị Mộng Thu | 692/57/26/4 Đoàn Văn Bơ | 4 | HCM | 0918 738896 |
| 31 | Trần Nguyên | 37/25 Lão Tử P.11 | 5 | HCM | |
| 32 | Trần Thị Thanh Duyên | 57/99 Trần Bình Trọng | 5 | HCM | 0909 347689 |

| | | | | | |
|----|----------------------|---------------------------------|----|-----|----------------|
| 33 | Nguyễn Công Danh | 541 Hậu Giang | 6 | HCM | 0983 341763 |
| 34 | Trần Thị Thu Hằng | 165/22A Nguyễn Văn Luông P.10 | 6 | HCM | 0918 818379 |
| 35 | Trần Thúy Kiều | 172B Tân Hòa Đông P.14 | 6 | HCM | 08 4071354 |
| 36 | Nguyễn Quốc Tuấn | 136/1 Phong Phú P.12 | 8 | HCM | 0919 446137 |
| 37 | Võ Công Tâm | 5/11 Võ Trứ P.9 | 8 | HCM | 0918 192875 |
| 38 | Nguyễn Thị Ngọc Thảo | 33/27 Tân Lập 2, KP 3, Hiệp Phú | 9 | HCM | 08 8962233 |
| 39 | Lê Thị Phương Trang | 134B/1 Trần Bình Trọng P.1 | 10 | HCM | 08 9256315 |
| 40 | Lê Thị Thu Cúc | 69/21D Hồ Thị Kỷ P.01 | 10 | HCM | 08 8335822 |
| 41 | Lê Thị Thu Hương | 266/48 Tô Hiến Thành P.15 | 10 | HCM | 0908 297388 |
| 42 | Mai Thị Thanh Thùy | 345 đường 3T2 | 10 | HCM | 0908 295463 |
| 43 | Đặng Văn Ngọc | 343/7C Tô Hiến Thành, P.12 | 10 | HCM | 0908 049187 |
| 44 | Đặng Thị Kim Phương | 343/7C Tô Hiến Thành, P.12 | 10 | HCM | 08 8628168 |
| 45 | Đặng Thị Ngọc Hân | 663/9 Lê Hồng Phong, P.10 | 10 | HCM | 0918 066455 |
| 46 | Đặng Thị Thu Khoang | 521/11B CMT8 P.13 | 10 | HCM | 0908 461254 |
| 47 | Đặng Văn Cường | 343/7C Tô Hiến Thành, P.12 | 10 | HCM | 0909 763712 |
| 48 | Nguyễn Đăng Thúy Nhi | 337 Lê Hồng Phong P.12 | 10 | HCM | 08 8633472 |
| 49 | Nguyễn Thanh Hải | 70/24 Ngô Gia Tự | 10 | HCM | 0908 272532 |
| 50 | Nguyễn Thị Ngọc Hiền | 3/53/28 Thành Thái P.14 | 10 | HCM | 08 8661951 |

| | | | | | |
|----|-----------------------|--------------------------------|----|-----|----------------|
| 51 | Phạm Thị Nhung | 190B/C9/A5 đường 3T2 P.14 | 10 | HCM | 08 8446513 |
| 52 | Tất Kim Châu | 504/16/16 Bà Hạt, P.8 | 10 | HCM | 08 9570284 |
| 53 | Trần Hoàng Anh | B5 Bửu Long | 10 | HCM | |
| 54 | Lê Quang Hồng Phúc | 412/3 Hồng Bàng P.16 | 11 | HCM | 0958 809419 |
| 55 | Nguyễn Thị Hiếu | 27/15 Tân Thành nối dài P.16 | 11 | HCM | 0989 509808 |
| 56 | Nguyễn Văn Sự | 010 C/cư A3 P.7 | 11 | HCM | 0908 402380 |
| 57 | Phan Lê Bảo | 130B Lê Đại Hành P.7 | 11 | HCM | 0908 550650 |
| 58 | Phan Thanh Thảo | 54/21 Lý Thường Kiệt P.15 | 11 | HCM | 0907 276275 |
| 59 | Phan Thị Hòa | 152/64/21 Lạc Long Quân P.3 | 11 | HCM | 08 9635086 |
| 60 | Vũ Đình Hồng | 130/6 Lê Đại Hành P.7 | 11 | HCM | 08 9008888 |
| 61 | Cao Kim Chất | 122/6 | 12 | HCM | 0918 461511 |
| 62 | Hoàng Thị Kiều Linh | 246/4A KP 3, Thới An | 12 | HCM | 08 2553042 |
| 63 | Huỳnh Thị Diễm Thúy | | 12 | HCM | 0909 540729 |
| 64 | Lê Thị Huấn | 77B Vạn Hạnh Tân Xuân, Hóc Môn | 12 | HCM | 08 2500001 |
| 65 | Lưu Thanh Liêm | B27 Tô Ký, Trung Mỹ Tây | 12 | HCM | 08 7157316 |
| 66 | Lý Văn Sốt | 52/5 KP 2 P. Tân Thới Nhất | 12 | HCM | 08 2557073 |
| 67 | Nguyễn Công Hội | P. Tân Chánh Hiệp | 12 | HCM | 08 7181933 |
| 68 | Nguyễn Thị Thanh Thảo | B10/1 KP 1 Trung Mỹ Tây | 12 | HCM | |

| | | | | | |
|----|-----------------------|---|---------------|-----|----------------|
| 69 | Đoàn Ngọc Dũng | 33/15/4B tổ 23 KP 2A Tân Chánh Hiệp | 12 | HCM | 0908 100358 |
| 70 | Phan Phú Hải | 175/H1 P.Tân Chánh Hiệp | 12 | HCM | 0903 393885 |
| 71 | Lê Đạt Thanh | B19/3 ấp 3 Bình Hưng | Bình Chánh | HCM | 08 7583479 |
| 72 | Lê Thị Mộng Thúy | C19/20 ấp 3 Hưng Long | Bình Chánh | HCM | |
| 73 | Huỳnh Thanh Liên | 418 Tân Phước | Bình Tân | HCM | 08 8530620 |
| 74 | Võ Thị Minh Kiều | 06/20 Tân Kỳ-Tân Quý P.Bình Hưng Hòa | Bình Tân | HCM | 0909 246086 |
| 75 | Cao Thị Cẩm My | 125/21 Bùi Đình Túy, P.24 | Bình Thạnh | HCM | |
| 76 | Lê Thanh Nở | 378A Bùi Đình Túy P.24 | Bình Thạnh | HCM | 08 5111487 |
| 77 | Lê Thị Kim Dung | 27/3G Xô Viết Nghệ Tĩnh | Bình Thạnh | HCM | |
| 78 | Lê Thị Ngọc Giàu | 169/72/74 NTT P.12 | Bình Thạnh | HCM | 08 8996584 |
| 79 | Nguyễn Lâm Toàn | 777 Bạch Đằng | Bình Thạnh | HCM | 0913 664096 |
| 80 | Nguyễn Tấn Đạt | 62/63/26A Huỳnh Tịnh Của P.19 | Bình Thạnh | HCM | 0913 110503 |
| 81 | Nguyễn Thị Mỹ Dung | 280/29/13 Bùi Hữu Nghĩa P.2 | Bình Thạnh | HCM | |
| 82 | Nguyễn Thị Mỹ Xuân | 12 Bùi Đình Túy | Bình Thạnh | HCM | 0909 878813 |
| 83 | Nguyễn Thị Nguyệt | 297/4A Nơ Trang Long P.13 | Bình Thạnh | HCM | 0908 899617 |
| 84 | Nguyễn Thị Nhưng | 230/23 Phan Văn Trị | Bình Thạnh | HCM | 08 5164293 |
| 85 | Trần Quang Nhỏ | 261/10 Chu Văn An, P.12 | Bình Thạnh | HCM | 0983 691260 |
| 86 | Trương Thành Trung | 74 Trương Văn Ký P.14 | Bình Thạnh | HCM | 0989 250295 |

| | | | | | |
|-----|----------------------|--------------------------------|-----------|-----|----------------|
| 87 | Lý Hồng Nhung | | Củ Chi | HCM | 0919 348631 |
| 88 | Lê Thị Mỹ Dung | 59/8 Quang Trung | Gò Vấp | HCM | 08 5892132 |
| 89 | Lê Văn Nam | 55/363C Quang Trung, P.12 | Gò Vấp | HCM | 0918 152434 |
| 90 | Nguyễn Thanh Trang | 32/31/12 đường số 12 P.11 | Gò Vấp | HCM | 0909 437575 |
| 91 | Nguyễn Thành Nguyên | 42/27 Cây Trâm | Gò Vấp | HCM | 0909 112443 |
| 92 | Đường Thị Hồng Nhung | 95 Lê Lợi | Gò Vấp | HCM | 08 8957977 |
| 93 | Phan Tịnh | 819/15 Nguyễn Kiệm P.3 | Gò Vấp | HCM | 08 9856370 |
| 94 | Trần Bá Thịnh | 95 Lê Lợi, P.4 | Gò Vấp | HCM | 0903 947983 |
| 95 | Trần Thị Mai Thúy | 89/8 Quang Trung | Gò Vấp | HCM | |
| 96 | Trịnh Thu Thủy | Nguyễn Thái Sơn | Gò Vấp | HCM | |
| 97 | Trịnh Ngọc Diễm | 41/1A Tân Tiến, Xuân Thới Đông | Hóc Môn | HCM | 08 8914452 |
| 98 | Hồ Thị Phước | 184/3 Lê Văn Sỹ P.11 | Phú Nhuận | HCM | 08 8440972 |
| 99 | Lâm Thị Diệu Linh | 86/9E Thích Quảng Đức P.5 | Phú Nhuận | HCM | 0908 127173 |
| 100 | Ngô Thị Thủy | 184/3 Lê Văn Sỹ P.11 | Phú Nhuận | HCM | 0915 897508 |
| 101 | Nguyễn Thu Ngọc | Lô B cư xá Nguyễn Đình Chiểu | Phú Nhuận | HCM | 08 8458510 |
| 102 | Trần Ngọc Thanh | 96 Hoàng Văn Thụ | Phú Nhuận | HCM | 0989 015497 |
| 103 | Trần Văn Tròn | 115/77 Lê Văn Sỹ P.13 | Phú Nhuận | HCM | 0913 945099 |
| 104 | Dương Thành An | Cộng Hòa | Tân Bình | HCM | |

| | | | | | |
|-----|--------------------------|------------------------------------|----------|-----|----------------|
| 105 | Hồ Châu yến Nhi | 361 Cộng Hòa | Tân Bình | HCM | |
| 106 | Huỳnh Thị Chi | | Tân Bình | HCM | 08 8421555 |
| 107 | Huỳnh Thị Hảo | 18E Cộng Hòa | Tân Bình | HCM | 08 8111451 |
| 108 | Lê Bảo Phúc | Bào Cát | Tân Bình | HCM | |
| 109 | Lê Minh Thuận | 20 Phạm Phú Thứ | Tân Bình | HCM | |
| 110 | Lê Thanh Hương | 18E Cộng Hòa | Tân Bình | HCM | 08 8111451 |
| 111 | Lê Thị Ngọc Anh | 18E Cộng Hòa | Tân Bình | HCM | 08 8111451 |
| 112 | Mai Thị Anh Tuyệt | 65 Bạch Đằng P.12 | Tân Bình | HCM | 0908 962440 |
| 113 | Ngô Tường Hy | 177/2 Đồng Đen | Tân Bình | HCM | 0913 888814 |
| 114 | Nguyễn Ngọc Thúy Vi | 302L Chung Cư Bào Cát II | Tân Bình | HCM | |
| 115 | Nguyễn Thị Kim Lương | 21/3B Giải Phóng P.4 | Tân Bình | HCM | 0919 385889 |
| 116 | Nguyễn Thị Ngọc Thảo | 63/34 Lê Văn Sỹ | Tân Bình | HCM | 0907 244554 |
| 117 | Nguyễn Thị Tuyệt Trâm | 31A Thăng Long, P.4 | Tân Bình | HCM | 08 8428740 |
| 118 | Đỗ Minh Phương | 36 Bào Cát 5 P.14 | Tân Bình | HCM | 0909 308686 |
| 119 | Trương Thanh Hải | 92/6 Nguyễn Thị Nhỏ P.9 | Tân Bình | HCM | 08 8637896 |
| 120 | Văn Công Tuấn | | Tân Bình | HCM | 0918 454537 |
| 121 | Lê Văn Khánh | 18 Sơn Kỳ, P. Sơn Kỳ | Tân Phú | HCM | 0919 353199 |
| 122 | Nguyễn Thị Hồng Ngọc | 117/8 Dương Văn Dương P.Tân Quý | Tân Phú | HCM | |

| | | | | | |
|-----|----------------------|-------------------------------------|-------------|----------|----------------|
| 123 | Đình Anh Kiệt | 95 Trịnh Đình Thảo | Tân Phú | HCM | 0909 203949 |
| 124 | Phạm Ngọc Đan Thanh | 681/21 Âu Cơ Tân Thành | Tân Phú | HCM | 08 8101811 |
| 125 | Trần Thái Đệ | 68/11 Quách Đình Bảo P.Phú Thạnh | Tân Phú | HCM | 0908 459527 |
| 126 | Lê Minh Thái | 11 đường số 4, P.Hiệp Bình Chánh | Thủ Đức | HCM | |
| 127 | Lê Văn Hùng | 41/13 Hiệp Bình Chánh | Thủ Đức | HCM | 08 8621066 |
| 128 | Đặng Thị Vân | P.Hiệp Bình Chánh | Thủ Đức | HCM | |
| 129 | Nguyễn Văn Dũng | 45/5 đường 19 Kha Vạn Cân | Thủ Đức | HCM | 08 4035223 |
| 130 | Huỳnh Ngọc Huỳnh Anh | 248B Nguyễn Văn Tư | | HCM | 0908 561345 |
| 131 | Nguyễn Ngọc Nga | | | HCM | 0909 235919 |
| 132 | Trần Thu Nguyệt | | | HCM | 08 9627496 |
| 133 | Phan Thị Anh Mai | 265 tổ 15 P.B | TX Châu Đốc | An Giang | 08 2937793 |
| 134 | Phan Thị Thùy Trang | 267 tổ 15 P.B | TX Châu Đốc | An Giang | |
| 135 | Mai Thị Ngọc Trinh | ấp 1 xã Hưng Phong | Giồng Trôm | Bến Tre | 0909 954772 |
| 136 | Huỳnh Thị Hồng Trúc | Thị trấn Giồng Trôm | Giồng Trôm | Bến Tre | |
| 137 | Nguyễn Hữu Linh | | TX Bến Tre | Bến Tre | 075 823633 |
| 138 | Trần Văn Phong | ấp 5, Thị trấn Giồng Trôm | Giồng Trôm | Bến Tre | 0909 252919 |
| 139 | Lê Quang Hiếu | 78D Đoàn Hoàng Minh P.6 | TX Bến Tre | Bến Tre | |
| 140 | Nguyễn Văn Hùng | Lương Quới | Giồng Trôm | Bến Tre | 0907 177187 |

| | | | | | |
|-----|-----------------------|----------------------------|----------------|------------|-------------|
| 141 | Thái Thanh Hòa | | TX Bến Tre | Bến Tre | 075 671414 |
| 142 | Nguyễn Thành Ngọc Bảo | 68 Nguyễn Tri Phương | Thủ Dầu Một | Bình Dương | 0907 787562 |
| 143 | Lê Thị Thu Hương | | TP. Phan Thiết | Bình Thuận | 062 839726 |
| 144 | Trương Thùy Trang | Phước Thái | Long Thành | Đồng Nai | |
| 145 | Lê Thị Đậm | | Cao Lãnh | Đồng Tháp | |
| 146 | Nguyễn Thị Mỹ Hạnh | 92 Đống Đa P.4 | TP. Mỹ Tho | Tiền Giang | 073 880160 |
| 147 | Nguyễn Thị Mỹ Gấm | 147 tổ 5 Mỹ Hưng, Long Tân | Cai Lậy | Tiền Giang | 073 815388 |
| 148 | Phan Quang Vinh | | Cái Bè | Tiền Giang | 0903 888764 |
| 149 | Nguyễn Ngọc Bảo Nghi | | | Tiền Giang | 0909 154959 |
| 150 | Lê Hồ Bá Phước | Việt Nam | | | |
| 151 | Ngô Châu Khoa | | | | 0902 963461 |
| 152 | Lê Thanh Long | | | | 0908 106055 |
| 153 | Nguyễn Thị Bích Thảo | | | | |