

XÂY DỰNG MÔ HÌNH HỢP TÁC TRONG SẢN XUẤT SẢN PHẨM THANH LONG BÌNH THUẬN

CONSTRUCTING THE CO-OPERATIVE MODEL IN THE PRODUCTION OF BINH THUAN DRAGON FRUIT

Nguyễn Thị Trâm Anh, Cao Thị Thu Trang

Trường Đại học Nha Trang

TÓM TẮT

Bình Thuận được coi là miền đất của thanh long Việt Nam. Trong những năm gần đây, phát triển thanh long đã trực tiếp mang lại nhiều lợi ích cho nông nghiệp địa phương, nhưng việc tổ chức sản xuất và phân phối vẫn còn manh mún, cá thể, mang tính tự phát, thiếu sự hợp tác giữa các bên tham gia trong chuỗi cung ứng, chưa đáp ứng yêu cầu về VSATTP, truy xuất nguồn gốc xuất xứ. Trong bối cảnh toàn cầu hóa ngày càng sâu rộng, sản xuất thanh long phải đáp ứng yêu cầu khắt khe của thị trường - “sạch từ trang trại đến bàn ăn”. Mục tiêu của bài viết này là nhằm xây dựng mô hình hợp tác trong sản xuất sản phẩm thanh long Bình Thuận - một xu thế tất yếu khách quan nhằm thỏa mãn yêu cầu trên.

ABSTRACT

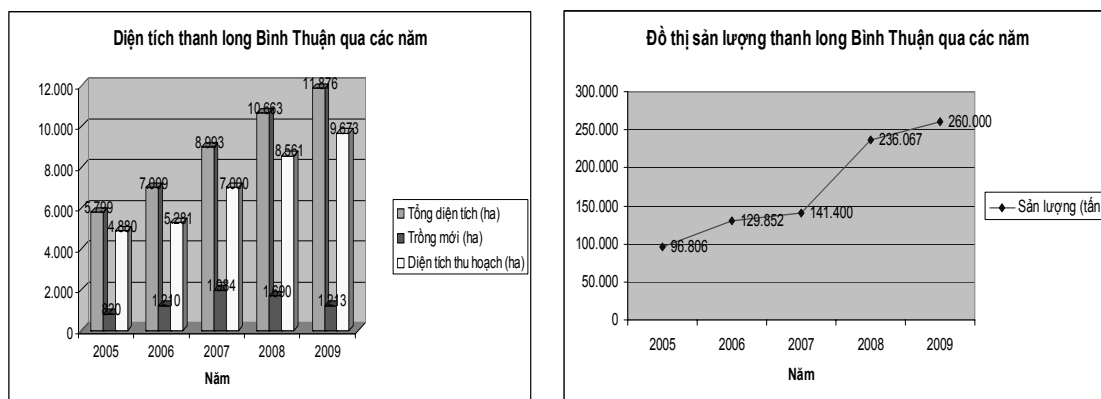
Binh Thuan is regarded as the land of dragon fruit in Viet Nam. In recent years, the growth of dragon fruit raising has brought many direct benefits to the local agriculture; however, the production organization and the products distribution still remains fragmentary, individual and spontaneous, There is lack of cooperation among partners in the supply chain as well as failure to meet the requirements of food hygiene safety and the traceability of products' origin. In the context of widespread globalization, Binh Thuan dragon fruit production must find its own way to satisfy the strict requirements of the market - “clean and hygienic from farm to fork”. This article aims to set up a co-operative model to be applied in the production of Binh Thuan dragon fruit in an inevitable objective trend to meet the above-mentioned requirements.

1. Đặt vấn đề

Với địa hình tương đối bằng phẳng, ít nơi cao, có nhiều con sông chuyển qua tạo nên nhiều vùng bình nguyên và vùng đất phù sa bằng phẳng đã tạo điều kiện thuận lợi cho Bình Thuận phát triển nhiều loại cây trồng nông nghiệp, trong đó cây thanh long là nổi tiếng.

Từ năm 2005 đến nay, diện tích thanh long trồng mới và sản lượng thu hoạch tăng nhanh. Một trong những lý do quan trọng nhất để sản lượng gia tăng là người nông dân biết chong đèn để xử lí ra hoa trái vụ. Từ khi chong đèn để cho mùa trái vụ, sản lượng bình quân tăng cao từ 40-50 tấn/ha/năm. Thông thường, năng suất vụ chính thường cao hơn vụ nghịch, nhưng chất lượng và giá bán có thấp hơn vụ nghịch, do đó giá trị của vụ nghịch thường cao hơn so với vụ chính từ 5.000-6.000 đồng/kg. Chính nhờ vậy, nhiều hộ trồng thanh long đã có cuộc sống khá giả, họ không ngần ngại bỏ ra

cả vài chục triệu đồng lắp đặt hệ thống điện chiếu sáng để kích thích thanh long ra hoa, trái mà mau chín.



Hiện nay, toàn tỉnh có trên 200 cơ sở thu mua, tiêu thụ và xuất khẩu thanh long, trong đó có 11 doanh nghiệp xuất khẩu trực tiếp. Ngoài ra, còn có mạng lưới thương lái thu gom thanh long từ nhà vườn bán lại cho các vựa bán buôn, hoặc doanh nghiệp xuất khẩu. Thanh long được tiêu thụ trên thị trường ở dạng trái cây tươi dưới 2 hình thức: (1) Tiêu thụ nội địa chiếm khoảng 20 - 30% sản lượng. Phần lớn thanh long được cung ứng tại các chợ, hoặc tại các siêu thị, nhà hàng, khách sạn. Thị trường trong nước nhìn chung có mở rộng ra nhiều tỉnh và thành phố, tuy nhiên việc bảo quản trong quá trình vận chuyển nội địa chưa được chú ý, chất lượng quả chưa tốt, độ đường thấp. Có thể nói việc mở rộng thị trường trong nước chưa tương xứng với tiềm năng. (2) Xuất khẩu khoảng 70 - 80% sản lượng, trong đó xuất khẩu chính ngạch khoảng 15 - 20% (do các doanh nghiệp Bình Thuận trực tiếp xuất khẩu và một số doanh nghiệp ở TP.HCM mua hàng của Bình Thuận để xuất khẩu), còn lại khoảng 60 - 65% được vận chuyển ra các tỉnh biên giới phía Bắc để tiêu thụ tại Trung Quốc (bán trực tiếp cho thương nhân Trung Quốc, bán cho các doanh nghiệp khác tại biên giới để họ xuất khẩu sang Trung Quốc theo dạng tiểu ngạch).

Bảng 1: Kim ngạch thanh long xuất khẩu qua các năm 2005 - 2009

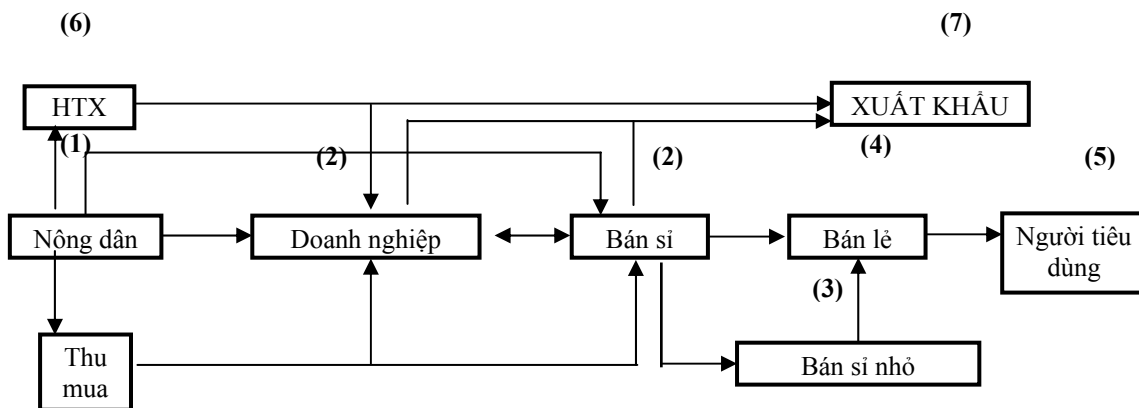
Năm	Xuất khẩu (tấn)	% xuất khẩu/ Sản lượng	Kim ngạch xuất khẩu (triệu USD)	Giá trung bình (USD/tấn)
2005	21.376	22,08	10,43	487,93
2006	22.248	17,13	13,58	610,39
2007	29.137	20,62	15,304	525,24
2008	25.005	10,59	14,915	596,48
2009	18.727	7,20	11,882	634,48

(Nguồn: Sở Công Thương Bình Thuận – Kim ngạch xuất khẩu chi thống kê đối với các doanh nghiệp của tỉnh xuất khẩu trực tiếp thể hiện trên tờ khai hải quan)

Sản lượng thanh long xuất khẩu tăng nhanh ở các năm 2005 – 2007 và có xu hướng giảm trong 2 năm gần đây. Năm 2009 các doanh nghiệp xuất khẩu thanh long tỉnh đã xuất khẩu theo con đường chính ngạch 18.727 tấn (bằng 74,89% so với năm 2008), kim ngạch xuất khẩu 11.882 triệu USD (bằng 79,66% so với năm 2008). Như vậy, năm 2009 cả số lượng và kim ngạch xuất khẩu đều tụt giảm so với năm 2008. Nguyên nhân do diện tích trồng tăng quá nhanh (tự phát), mà nông dân không chú ý đến các yêu cầu chất lượng của người tiêu dùng, cùng với sự cạnh tranh với các nước như Thái Lan, Israel, Colombia,... với chủng loại đa dạng hơn, chất lượng ổn định hơn, có những ưu thế cạnh tranh về chi phí, nhất là chi phí vận chuyển.

Trước những cơ hội lớn của thị trường, sản xuất và phân phối mặt hàng thanh long đang đối mặt với nhiều thách thức không nhỏ như: chưa quy hoạch dài hạn vùng trồng thanh long, sản xuất còn manh mún, cá thể, mang tính tự phát, chất lượng sản phẩm chưa đồng đều, chưa cơ giới hóa trong sản xuất, chưa đóng gói đúng cách, chưa có cùng một thương hiệu, phải qua nhiều trung gian trước khi đến tay người tiêu dùng, thiếu sự hợp tác giữa các bên tham gia trong chuỗi cung ứng sản phẩm. Bên cạnh đó, yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc xuất xứ của người tiêu dùng ngày càng cao, trong lúc người sản xuất chưa có ý thức đầy đủ về vấn đề này.

2. Phân tích vai trò của các tác nhân tham gia trong chuỗi cung ứng thanh long



Sơ đồ 1: Chuỗi cung ứng thanh long Bình Thuận

Chuỗi cung ứng thanh long Bình Thuận hiện nay được thực hiện qua 02 con đường:

Chuỗi 1: Nông dân → Người thu mua → Doanh nghiệp/Vựa bán sỉ địa phương → Vựa bán sỉ ngoại tỉnh (bán sỉ nhỏ) → Người bán lẻ → Người tiêu dùng. Đây là con đường cung ứng truyền thống chiếm sản lượng cao nhất (trên hình vẽ từ 1-6).

Nông dân trồng thanh long bán cho người thu mua/thương lái đến mua tại vườn hoặc ở điểm tập trung của người thu gom. Người thu mua phân loại sản phẩm và chuyển đến điểm tập kết sản phẩm lớn bán cho doanh nghiệp hoặc vựa phân phối địa phương. Tại đây thanh long được phân loại, sơ chế, đóng gói, sau đó doanh nghiệp/vựa bán sỉ địa phương xuất khẩu hoặc tiêu thụ trong nước. Tại các tỉnh hoặc

thành phố khác, các vựa phân phối lại cho các siêu thị hoặc những người bán lẻ ở chợ hay ở các khu dân cư.

Chuỗi 2: Nông dân bán cho các hợp tác xã để họ bán cho những doanh nghiệp hoặc xuất khẩu trực tiếp (trên hình vẽ từ 1-6-2-7)

2.1 Nông dân: Theo số liệu của Sở Nông nghiệp & PTNT Bình Thuận, hiện nay tỉnh có khoảng 20.000 hộ nông dân trồng thanh long, tập trung chủ yếu tại hai huyện Hàm Thuận Nam và Hàm Thuận Bắc, trong đó có khoảng 85 - 90% hộ nông dân nhỏ và khoảng 10 - 15% hộ nông dân lớn.

Cây giống thanh long hầu hết được nông dân tự sản xuất, giống hiện trồng phổ biến là thanh long ruột trắng (100% giống tự sản xuất), có khả năng sinh trưởng và phát triển tốt trong điều kiện sinh thái của tỉnh, cho năng suất cao, hình dạng trái đẹp, vỏ màu đỏ trong ruột màu trắng. Hầu hết nông dân (87,9%) tự làm lấy công việc chăm sóc vườn thanh long của mình, họ chỉ thuê thêm lao động ở giai đoạn kiến thiết cơ bản (đúc trụ, trồng trụ, bỏ rơm, bón phân). Hầu hết nông dân có sử dụng máy móc nông cụ phục vụ sản xuất như: máy bơm nước để tưới, máy bơm phun thuốc trừ sâu bệnh hoặc phân bón lá, máy cắt cỏ.

Từ trước đến nay, nông dân Bình Thuận trồng trọt chủ yếu dựa vào kinh nghiệm, tuy nhiên những năm gần đây để thanh long đủ tiêu chuẩn xuất khẩu, họ buộc phải tuân theo một quy trình chuẩn. Đã có các dự án được thực hiện để hỗ trợ cho thanh long phát triển. Điển hình dự án phát triển GAP do AUSAID hỗ trợ giúp cải tiến phương thức sản xuất thanh long đạt được chứng nhận theo tiêu chuẩn Global GAP nhằm tăng thị trường xuất khẩu sang châu Âu; dự án phát triển ACP hỗ trợ nông dân sản xuất thanh long đạt tiêu chuẩn Viet GAP để xuất khẩu sang Mỹ và một số thị trường châu Á khác.

Phương thức giao dịch của người nông dân đối với người cung cấp vật tư nông nghiệp, phân bón và người thu mua đều không có hợp đồng, chỉ là thỏa thuận miệng. Việc thỏa thuận miệng dẫn đến việc quan hệ buôn bán giữa nông dân và người thu mua đôi khi bị rạn nứt, một mặt người dân chịu chi phối giá của thương lái, mặt khác họ lại không trung thành vào “hợp đồng miệng” nên có thể bán sản phẩm của mình cho bất kỳ thương lái nào mua với giá cao hơn để được lợi nhuận cao hơn. Theo điều tra chỉ có khoảng 30% nông dân trung thành với người thu mua.

Trong chuỗi cung ứng thanh long, người nông dân đóng một vai trò quan trọng quyết định chất lượng và sản lượng thanh long. Việc thu hoạch thanh long từ trước đến nay đều khá đơn giản, không trải qua bất kỳ khâu sơ chế nào, nên mức độ hao hụt từ người nông dân là khá thấp, khoảng 1%. Hầu hết người nông dân sử dụng phương pháp bán xô hoặc bán mả nên việc phân loại sản phẩm là do thương lái chịu trách nhiệm.

2.2 Người thu mua (thương lái)

Trên toàn tỉnh Bình Thuận hiện nay có khoảng 200 cơ sở thu mua, và hàng nghìn thương lái chuyên thu mua thanh long của nông dân. Theo kết quả tìm hiểu 20

người thu mua trên địa bàn tỉnh cho thấy, thương lái có khi cũng là nông dân trồng thanh long, qua nhiều năm bán thanh long cho vựa đóng gói và quen biết, khi thanh long chín họ đứng ra thu mua thanh long của những hộ trồng trong khu vực để bán lại cho vựa đóng gói hoặc doanh nghiệp. Thương lái cũng có thể là người quen biết với các chủ vựa đóng gói/doanh nghiệp, họ đi thu gom thanh long về cho chủ vựa/doanh nghiệp để lấy tiền hoa hồng.

Thương lái cũng đóng vai trò quan trọng và là cầu nối giữa chủ vựa/doanh nghiệp với người nông dân. Nhiều trường hợp nông dân có ít sản phẩm có thể bán cho người thu gom với giá cả rẻ hơn đôi chút so với bán cho vựa, nhưng bù lại đỡ mất công và chi phí vận chuyển ra đến điểm tập kết hoặc đến vựa thu mua. Ngược lại, có khi các chủ vựa thiếu hàng lại nhờ những người thu gom đi thu mua hàng về để đủ số lượng giao cho khách hàng. Người thu gom cũng là cầu nối thông tin giữa nông dân và chủ vựa/doanh nghiệp về giá cả, sản lượng và chất lượng quả theo từng thời điểm khác nhau.

Hầu hết sản lượng thanh long Bình Thuận do thương lái đảm trách khâu thu hoạch (90%). Do hạn chế cơ sở vật chất, vốn và trình độ kỹ thuật, nên thương lái chỉ thuê công lao động thu hái thanh long, tập kết và phân loại sơ qua dựa vào hình dáng kích thước bên ngoài: loại 1 là những trái trên 300g không bị xù xì, không bị sâu; loại 2 là những trái dưới 300g, bán lại cho những vựa phân phối tiêu thụ trong nước.

Thương lái chủ yếu chỉ kinh doanh thu mua và bán thanh long trong ngày, không có hình thức bảo quản tồn trữ, không quan tâm đến đóng gói dán nhãn, họ cho rằng đó là việc của vựa đóng gói/doanh nghiệp. Vựa thu mua/doanh nghiệp đảm trách khâu vận chuyển sau khi thương lái thu gom. Với những đặc điểm của trái thanh long và đặc điểm buôn bán trái tươi trong ngày, hao hụt mà thương lái phải chịu không cao, theo điều tra thương lái ước tính hao hụt cũng chỉ khoảng 1%.

Nhìn chung giữa thương lái và người bán sỉ hay với nông dân, hợp đồng chỉ là thỏa thuận miệng. Có hai yếu tố cần thiết được đề cập trong thỏa thuận là giá cả và chất lượng quả (bề ngoài, màu sắc, tai, kích cỡ...). Sản lượng của thương lái thay đổi hàng ngày, tùy thuộc vào lượng đặt hàng, dao động từ 3 – 20 tấn. Lợi nhuận cũng thay đổi tùy theo sản lượng kinh doanh. Nếu người thu mua không chịu trách nhiệm thu hái và vận chuyển thì hưởng hoa hồng khoảng 3 – 5% (tùy theo thời điểm) giá nông dân bán cho chủ vựa/doanh nghiệp. Nếu họ chịu trách nhiệm thu hái thì lợi nhuận (sau khi trừ hết chi phí) đạt khoảng 300 – 500 đồng/kg.

2.3 Doanh nghiệp

Tỉnh Bình Thuận hiện nay có 11 doanh nghiệp chuyên thu mua và xuất khẩu trực tiếp thanh long. Qua thông tin tổng hợp điều tra, các doanh nghiệp kinh doanh thu mua, xuất khẩu trực tiếp thanh long của Bình Thuận có nguồn vốn kinh doanh từ 4-12 tỷ đồng, số lượng lao động từ 120- 300 người, tùy quy mô của từng doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp đều có bộ phận thu mua thanh long, nhưng chỉ có 4/11 doanh nghiệp có đội thu mua chuyên tìm kiếm và thu hái thanh long trực tiếp từ nông dân, cung cấp 75-80% nguồn hàng cho doanh nghiệp, còn lại các doanh nghiệp khác đều thu mua thông

qua đội ngũ thương lái ở từng vùng. Để đảm bảo nguồn hàng đạt tiêu chuẩn xuất khẩu, một vài doanh nghiệp đã có vùng trồng thanh long riêng, đó là Hoàng Hậu, Phúc Duyên Thịnh, Long Hòa. Những doanh nghiệp còn lại cho rằng diện tích thanh long của tỉnh đã quá nhiều, doanh nghiệp hạn chế nguồn lực và vốn nên không có ý định trồng thanh long. Tuy nhiên, mỗi doanh nghiệp đều có một số diện tích thanh long cung cấp từ người thân quen để đảm bảo nguồn hàng đạt chất lượng cho mình đối với những thị trường khó tính. Thông thường doanh nghiệp có đội thu mua thu hái từ chính nông dân, hoặc qua thương lái thu hái vận chuyển tới điểm tập kết (tỷ lệ 40/60). Giá vận chuyển khoảng 100 đồng/kg. Tùy thuộc vào nơi khách hàng chuyên chở đến mà phương pháp vận chuyển và cách thức đóng gói khác nhau: (1) Khi bán cho người bán sỉ tiêu thụ trong nước, doanh nghiệp chỉ tập kết hàng lại và họ tự đến vận chuyển. (2) Vận chuyển lạnh đối với hàng xuất khẩu, người ta thường dùng thùng carton để đóng gói sản phẩm nên việc sắp xếp hàng hóa lên xe tải đơn giản hơn. (3) Vận chuyển cho xuất khẩu bằng đường bộ (Trung Quốc) hoặc tàu thủy, máy bay (các nước khác).

2.4 Người bán sỉ

Qua điều tra cho thấy chức năng của người bán sỉ thanh long tại Bình Thuận phần nào giống với thương lái. Chỉ có điểm khác biệt duy nhất là họ có thể bán số lượng sản phẩm nhỏ hơn cho những người bán lẻ trong vùng hoặc các chợ bán sỉ ngoại tỉnh. Tại tỉnh Bình Thuận, cơ sở của người bán sỉ được đặt tại khu vực ven quốc lộ là nhiều nhất, tiện cho việc tập trung và chuyên chở nhanh. Còn lại một số lượng lớn người bán sỉ tập trung tại thành phố và các tỉnh thành trong nước.

Thương lái/doanh nghiệp và người bán sỉ thường trao đổi thông tin về giá cả hàng ngày. Giữa doanh nghiệp và chợ bán sỉ địa phương có mối quan hệ hai chiều, chợ bán sỉ địa phương bán sản phẩm đạt chất lượng xuất khẩu cho doanh nghiệp và cũng mua lại những sản phẩm sau khi phân loại lại không đạt tiêu chuẩn xuất khẩu để phân phối trong nước. Thường người bán sỉ đã xây dựng được mối quan hệ làm ăn lâu dài với một hoặc vài thương lái/doanh nghiệp do đó họ có thể giao dịch với nhau về giá cả dựa trên sự tin tưởng. Khi buôn bán, chất lượng sản phẩm được đánh giá chủ yếu dựa vào kinh nghiệm.

Người bán sỉ tồn trữ trái cây trong điều kiện bình thường, không sử dụng phương thức bảo quản nào vì vậy họ chỉ có thể giữ thanh long tươi tối đa 2 ngày. Hao hụt mà người bán sỉ phải chịu vì tồn trữ không cao < 0,5%. Như vậy, tổng hao hụt của người bán sỉ là khoảng 1% - 1,5 %.

2.5 Người bán lẻ

Do đặc điểm kinh tế - xã hội nên người bán lẻ có mặt khắp nơi từ các chợ bán thực phẩm, tạp hóa, chợ bán rau quả cho đến những khu dân cư, trên vỉa hè. Theo 30 mẫu điều tra, vốn bình quân của họ từ 2-4 triệu đồng (70%), một số ít người có vốn từ 10-30 triệu đồng (30%). Người bán lẻ đến các chợ đầu mối để lấy hàng 2-3 ngày một lần, mỗi lần khoảng 50-150 kg thanh long và một số loại quả khác. Lượng thanh long này được bán trong vòng 2-3 ngày với số lượng trung bình 20-50 kg. Người bán lẻ luôn muốn giữ cho trái thanh long của mình trông tươi ngon, đẹp mắt trước người tiêu dùng

và không bị hỏng, họ thường xịt nước suốt ngày. Một số họ dùng hóa chất để giữ tươi lâu hơn. Tất cả người bán lẻ đều bảo quản thanh long trong điều kiện thường.

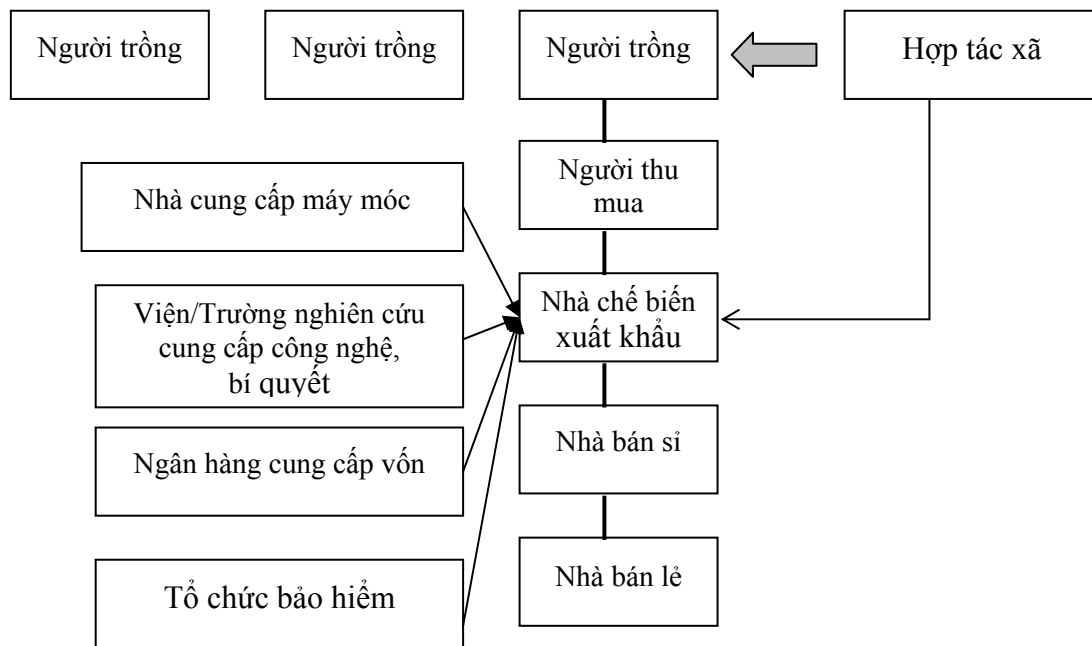
Hao hụt trong phân loại lại và tồn trữ trong khi buôn bán như sau: hao hụt khi phân loại lại, biến động khoảng 5 %; hao hụt trong tồn trữ trung bình từ 2-5 %. Như vậy người bán lẻ phải chịu hao hụt nhiều hơn cả trong toàn chuỗi cung ứng, tổng hao hụt lên tới khoảng 7-10%, chủ yếu do hao hụt trọng lượng và thối nhiều.

Người bán lẻ mua hàng thanh toán ngay hoặc trả chậm trong vòng 1-2 ngày, nếu quen biết lâu dài có thể nợ đến 1 tuần. Người bán lẻ sau khi mua hàng từ các chợ sỉ họ phân loại lại chất lượng, vì vậy giá bán cũng khác nhau tùy theo chất lượng phân loại. Trong 2 ngày đầu, giá bán khá cao do thanh long còn ngon và bắt mắt đối với người tiêu dùng. Đến ngày thứ 3 - 4 giá bán thấp hơn hai ngày đầu do không có hình thức bảo quản, thanh long trở nên héo, nếu không bán hết sẽ bị thối và không còn sử dụng được.

2.6 Người tiêu dùng

Người tiêu dùng thường đánh giá chất lượng thanh long khi mua bằng mắt hoặc bằng tay. Các yếu tố quan trọng khi đánh giá theo thứ tự là: màu sắc vỏ quả, hình dáng quả, độ chín và cuối cùng là trọng lượng cỡ quả. Người tiêu dùng cho biết thanh long thường được mua về thờ cúng nên màu sắc hình dáng quả rất quan trọng. Họ quyết định mua dựa vào các yếu tố hình thức bên ngoài, như cỡ quả, và giá bán. Có 82% nói rằng họ thường mua hoa quả ở các quầy bán lẻ ở chợ, khu dân cư hoặc ven đường vì rất tiện lợi trong việc vận chuyển, ít mất thời gian, so với mua ở siêu thị, sản phẩm ở siêu thị không phải luôn luôn tươi vì thời gian bảo quản ở siêu thị có thể lâu. Còn những người có thu nhập cao nói rằng họ mua ở chợ và cả ở siêu thị, họ cho rằng mua ở siêu thị giá có đắt hơn nhưng không bị làm giá, đảm bảo chất lượng và an toàn hơn.

3. Xây dựng mô hình hợp tác dọc và ngang trong chuỗi cung ứng mặt hàng thanh long



3.1 Thành lập mô hình hợp tác xã của những người sản xuất

Qua tìm hiểu chuỗi cung ứng thanh long Bình Thuận cho thấy, diện tích thanh long còn nhỏ lẻ, manh mún không tập trung, chưa có sự gắn kết chia sẻ kinh nghiệm với nhau. Để từng bước khắc phục những nhược điểm trong sản xuất thanh long, thực sự đem lại lợi nhuận và bảo vệ được quyền lợi cho người sản xuất, việc tổ chức lại giữa những người sản xuất là cần thiết. Vì vậy, Bình Thuận nên thành lập mô hình hợp tác xã của những người sản xuất. Trước mắt, HTX sẽ hợp tác với các doanh nghiệp chế biến, làm cầu nối giữa nhà nông và nhà chế biến để tổ chức sản xuất theo GAP và mua thanh long của nông dân. Khi đã lớn mạnh, những hợp tác xã này có thể phát triển thành những cơ sở chuyên xuất khẩu. Hợp tác xã nên đảm nhận công việc cung cấp giống, phân bón và các hoá chất với giá thành thấp do sức mua lớn, chia sẻ máy móc thiết bị, cung cấp những hỗ trợ kỹ thuật nếu cần. Những người trồng trọt đơn lẻ, với tư cách là các thành viên, cũng sẽ có lợi ích từ các hoạt động của hợp tác xã và thu được lợi nhuận. Các kho hàng của hợp tác xã có thể cung cấp trang thiết bị cho công đoạn trước khi làm mát, đóng gói, giữ lạnh sản phẩm.

3.2 Xây dựng hợp tác dọc giữa người thu mua/hợp tác xã với nhà chế biến

Thực trạng của Bình Thuận hiện nay, điều kiện sản xuất của các HTX sản xuất nông nghiệp chưa hiệu quả, hộ nông dân nhỏ lẻ, manh mún, thiếu vốn, thiếu kỹ thuật, thiếu thông tin thị trường nhất là thị trường xuất khẩu, sản xuất chưa đạt tiêu chuẩn GAP. Để tiêu thụ được sản phẩm thường người nông dân chỉ chờ bán cho thương lái tại vườn và thường bị ép giá, gặp nhiều rủi ro, nông dân rất thiệt thòi. Mặt khác, việc thương lái mua sản phẩm từ nông dân rồi bán cho các doanh nghiệp thường không xác định được nguồn gốc sản phẩm. Vì vậy, cần tổ chức lại sản xuất trong chuỗi cung ứng: *Xây dựng hợp tác dọc giữa Hợp tác xã, Người thu mua với Nhà chế biến*. Từ mô hình hợp tác này ta có thể thấy, khi HTX liên kết được với các nhà chế biến, nông dân sẽ yên tâm hơn khi sản phẩm của mình được đảm bảo tiêu thụ với một mức giá thỏa thuận có lợi, không bị ép giá, và cũng có thể nhận thêm phần giá trị khi không phải qua khâu trung gian là thương lái. Trong sự hợp tác giữa các doanh nghiệp chế biến với các HTX, doanh nghiệp đóng vai trò trung tâm, giải quyết tốt 3 vấn đề mà nhà nông khó có thể làm được là (i) Vốn kinh doanh; (ii) Áp dụng công nghệ mới; (iii) Xây dựng thương hiệu và tìm kiếm thị trường. Các doanh nghiệp không chỉ bảo đảm việc tiêu thụ cho nông dân hay HTX, mà còn hướng dẫn nông dân thực hiện GAP, thông qua việc cung ứng giống, vật tư nông nghiệp và dịch vụ khuyến nông. Nhờ đó, các doanh nghiệp mới có nguyên liệu để chế biến, vừa bảo đảm tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm theo HACCP, vừa đáp ứng đủ khối lượng và thời gian cung ứng sản phẩm theo yêu cầu của thị trường. Lúc này, sự hợp tác giữa nhà nông và nhà doanh nghiệp không thể bằng hợp đồng miệng, mà phải bằng hợp đồng kinh tế theo luật pháp hiện hành. Ngoài ra, doanh nghiệp còn phải liên kết, hợp tác với Viện/Trường để giải quyết các vấn đề công nghệ trong sản xuất nông nghiệp và cả trong chế biến - bảo quản, liên kết với các ngân hàng để giải quyết vấn đề vốn cho nông dân và cho chính mình.

4. Nguyên tắc và cơ chế để thực hiện hợp tác trong chuỗi cung ứng thanh long

Nguyên tắc hợp tác giữa các chủ thể trong chuỗi cung ứng là tự nguyện, cam kết thông qua hợp đồng. Hợp đồng đóng vai trò quan trọng trong mối quan hệ giữa các chủ thể trong chuỗi cung ứng. Hợp đồng sẽ ràng buộc những quy định và trách nhiệm hợp tác giữa các bên. Cơ chế tạo điều kiện kéo dài quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh trong môi trường biến động là hết sức cần thiết. Cạnh tranh không chỉ dựa trên công nghệ sản xuất, nhưng đúng hơn là việc tổ chức hợp tác trong chuỗi cung ứng. Hiệu lực của cơ chế liên quan mạnh mẽ đến việc thiết lập mối quan hệ dài hạn, ổn định và lâu bền giữa các chủ thể bằng việc thiết lập khung pháp lý về hợp đồng kinh tế, ban hành các quy định, tiêu chuẩn mang tính quá trình liên quan đến toàn bộ hoạt động của chuỗi nhằm đảm bảo chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm, không ảnh hưởng đến môi trường và trách nhiệm xã hội cho người tiêu dùng. Kế hoạch cùng hợp tác giữa các doanh nghiệp chế biến cùng với các Trường/ Viện nghiên cứu, Ngân hàng, tổ chức bảo hiểm gắn kết với nhau trong chuỗi có thể cung cấp đòn bẩy hữu ích cho việc chia sẻ rủi ro và thúc đẩy cải tiến. Cuối cùng, các doanh nghiệp nên bắt đầu nhận thức rằng tính minh bạch và trách nhiệm xã hội trong chuỗi cung ứng như là những yếu tố thuộc về bản chất trong chiến lược kinh doanh của họ hướng về hợp tác.

5. Kết luận

Hợp tác giữa các tác nhân tham gia vào chuỗi cung ứng sản phẩm nông nghiệp là xu thế tất yếu khách quan trong bối cảnh hội nhập kinh tế diễn ra ngày càng sâu rộng nhằm thỏa mãn các yêu cầu khắt khe của thị trường. Để hợp tác được thành công, vai trò của các cơ quan hữu quan rất quan trọng thông qua việc ban hành khung pháp lý về hợp đồng và các tiêu chuẩn mang tính quá trình liên quan đến toàn bộ hoạt động của chuỗi nhằm đảm bảo chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm, không ảnh hưởng đến môi trường và trách nhiệm xã hội cho người tiêu dùng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Thị Trâm Anh (2009), Hợp tác trong chuỗi giá trị sản phẩm nuôi trồng - công cụ thúc đẩy ngành thủy sản Khánh Hòa phát triển bền vững, Tạp chí khoa học thủy sản, số 4/2009, trường Đại học Nha trang.
- [2] GS.TS. Nguyễn Thor (2007), Một số vấn đề yêu cầu trái cây cho thị trường khó tính (Canh tác theo GAP. EuroGAP), Tài liệu tập huấn xây dựng mô hình nông dân liên kết trồng và tiêu thụ thanh long theo GAP. Trung tâm Nghiên cứu & Phát triển thanh long Bình thuận, 11/2007.
- [3] Bộ NN&PTNT (2008), Ban hành quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt cho

rau, quả tươi an toàn tại Việt Nam Viet GAP, Quyết định số: 379/QĐ-BNN-KHCN, Hà Nội, ngày 28/1/2008.

- [4] Sở Nông nghiệp & PTNT (2008, 2009), Báo cáo tình hình sản xuất và định hướng phát triển thanh long tỉnh Bình Thuận.
- [5] Sở Nông nghiệp & PTNT Bình Thuận (2010), Một số thông tin về sản xuất và xuất khẩu thanh long Bình Thuận, 5/2010.
- [6] Tài liệu hội thảo trái cây Việt Nam, Mỹ Tho, ngày 20/04/2010.