



Cải thiện thu nhập của nông dân trong chuỗi giá trị xoài thông qua việc phát triển thị trường chiến lược ở miền nam Việt Nam

Đánh giá cuối kỳ
tháng 9 năm 2022

Tiêu đề : Thị trường xoài nội địa Việt Nam

Người trình bày: Đinh Hữu Hoàng, SCAP

Nhóm nghiên cứu: Đinh Hữu Hoàng, SCAP
Dieu Phan, Đại học Adelaide/ SCAP
Alec Zuo, Đại học Adelaide
Robin Roberts, Đại học Griffith

Implementing Agency



SIAEP



Funding Agency



Australian Government
Australian Centre for
International Agricultural Research

Mục tiêu & Mục đích


Trọng tâm

- ▶ Hiểu sâu về các vấn đề chính, hiểu biết về thị trường và người tiêu dùng trong thị trường xoài tươi ở Việt Nam
- ▶ nắm bắt & theo dõi thông tin giá xoài trong nước tại chợ đầu mối TP.HCM và Hà Nội

Câu hỏi nghiên cứu

- ▶ Những thông tin hiện tại về phân khúc thị trường, dòng chảy của sản phẩm, và nhu cầu về xoài ở 02 thành phố mục tiêu là gì?
- ▶ Thông tin hiện tại về thời vụ, các thông số chất lượng trái và yêu cầu của người tiêu dùng, đặc biệt là đối với các giống xoài địa phương như xoài Cát Hòa Lộc và Cát Chu?
- ▶ Những cải tiến nào có thể có tác động tích cực và hiệu quả nhất về năng suất, tồn thất, chất lượng và thời gian thu hoạch làm cải thiện giá cả và thu nhập của nông dân?

Tổng quan

- 
- ▶ Xoài là một trong những loại trái cây ưu tiên được Chính phủ chú trọng, có tiềm năng kinh tế đáng kể cho vùng Đồng bằng sông Cửu Long
 - ▶ Xoài là loại trái cây phổ biến thứ hai ở Việt Nam (sau chuối về diện tích sản xuất) được trồng ở nhiều tỉnh (Bộ NN & PTNT, 2019)
 - ▶ Khoảng 94% trang trại xoài có quy mô nhỏ hơn 0,5 ha
 - ▶ Có thể có hơn 70.000 hộ trồng xoài với nguồn thu nhập chính là 105,4 triệu đồng (4.464 USD), nhiều hơn đáng kể so với trồng lúa (ADB, 2013)
 - ▶ Chuyển đổi nhanh chóng của phân phối Trái cây & Rau củ trong nước
 - ▶ Chợ truyền thống vẫn đóng vai trò quan trọng (khoảng 8.500 chợ truyền thống và 80 chợ đầu mối)
 - ▶ Gia tăng các siêu thị; cửa hàng tiện lợi (bao gồm hữu cơ); cửa hàng thực phẩm an toàn/ hữu cơ (organicfood.vn; vietgreenfood ; Dalat GAP); doanh nghiệp thương mại điện tử
 - ▶ Sự chưa hiểu biết về chuỗi giá trị và phân khúc thị trường đối với xoài ở TP.HCM và Hà Nội dẫn đến việc giao tiếp kém giữa thị trường và nông hộ và cản trở sự phát triển của thị trường xoài

Lợi ích của sự thay đổi

Chúng tôi nhận thấy

- ▶ Tại TP HCM, Cát Hòa Lộc, Cát Chu, Keo là 3 giống xoài phổ biến; ở Hà Nội, Cát Chu, Nha Trang, Keo là 3 giống phổ biến hàng đầu; xoài xanh Đài Loan và xoài Tứ Quý được ưa chuộng ở TP.HCM trong khi xoài xanh Thái Lan và xoài xanh Đài Loan được ưa chuộng ở Hà Nội.
- ▶ Các doanh nghiệp lớn và nổi tiếng không phải tìm nhà cung cấp xoài bởi vì các nhà cung cấp (nhóm nông dân, hợp tác xã nông nghiệp và thương nhân) tiếp cận họ; ít doanh nghiệp tìm nhà cung cấp thông qua giới thiệu của bạn bè, hay qua internet trong khi một số nhà cung cấp cũng tiếp cận các doanh nghiệp này
- ▶ Các tiểu thương thu mua xoài với số lượng nhỏ (như công ty dịch vụ ăn uống, sạp hàng trong chợ) không có hợp đồng chính thức với nhà cung cấp; các doanh nghiệp lớn, nhà xuất khẩu, siêu thị thường có hợp đồng chính thức với các nhà cung cấp.
- ▶ Khi mua xoài, yêu cầu của người mua có thể được phân loại thành ba nhóm chính: (1) ngoại hình, (2) chất lượng và (3) chứng nhận sản xuất
- ▶ Tổng tỷ lệ hao hụt xoài (cả về chất lượng và số lượng) trong chuỗi khá cao - trung bình từ 13% đến 19% (ở TP.HCM).
- ▶ Các chuỗi siêu thị lớn đã thể hiện sự quan tâm đến việc phát triển mã QR để truy xuất nguồn gốc.

Các khuyến nghị

- ▶ **Tập trung vào giống** - Cát Hòa Lộc và Cát Chu lần lượt là giống xoài được ưa chuộng nhất tại thị trường TP.HCM và thị trường Hà Nội
- ▶ **Trọng tâm của Chuỗi** - Các nhà bán lẻ không mua xoài trực tiếp từ nông dân vì hầu hết là các hộ nhỏ; Hợp tác xã nông nghiệp, nhóm nông dân, người thu gom, người bán buôn / thương nhân đóng vai trò trung gian giữa nông dân và người tiêu dùng
- ▶ **Tập trung vào giá** - Giá xoài phụ thuộc vào mùa, giống và một số thông số chất lượng. Tại Hà Nội giá cao hơn nhiều so với TP.HCM

