PHÁT HUY VAI TRÒ CỦA NHÀ NƯỚC TRONG TIÊU THỤ MẶT HÀNG TRÁI CÂY Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Mai Trần Hải Đăng

Tóm tắt: *Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, để tạo lập một nền kinh tế thị trường vững chắc không thể thiếu vai trò của Nhà nước. Tuy nhiên, để tương thích với sự phát triển của từng ngành, lĩnh vực đặt ra yêu cầu phải nhận diện đúng nội dung vai trò của Nhà nước. Từ việc làm rõ nội dung các vai trò định hướng, hỗ trợ, quản lý của Nhà nước đối với tiêu thụ mặt hàng trái cây, bài viết đánh giá tình hình tiêu thụ mặt hàng trái cây ở Đồng bằng sông Cửu Long, hiện trạng vai trò của Nhà nước và nhấn mạnh Nhà nước cần phát huy vai trò trong việc phát triển hạ tầng logistics, thúc đẩy hình thức thương mại điện tử và tăng cường quản lý truy xuất nguồn gốc sản phẩm trong tiêu thụ các mặt hàng trái cây ở vùng.*

Từ khóa: *Đồng bằng sông Cửu Long; Mặt hàng trái cây; Tiêu thụ; Vai trò của nhà nước.*

Đặt vấn đề

Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), với diện tích tự nhiên khoảng 40,6 nghìn km^2 (chiếm 12,3% tổng diện tích của cả nước), là một trong những vùng đồng bằng lớn, phì nhiêu và có thế mạnh về phát triển nông nghiệp, nhất là các nông sản chủ lực như gạo, thủy sản và trái cây (Nguyễn Quang Thuấn, 2021). Năm 2021, ĐBSCL đóng góp gần 70% sản lượng các loại trái cây của cả nước (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2021). Diện tích cây ăn trái của vùng khoảng 390.000ha, chiếm hơn 33% tổng diện tích cây ăn trái cả nước, với sản lượng khoảng 4 triệu tấn trái cây/năm, cung cấp trái cây nguyên liệu cho chế biến và xuất khẩu tươi với sản lượng xuất khẩu chiếm khoảng 70% của cả nước (An Hòa, 2022).

Nhận thức rõ tầm quan trọng chiến lược về phát triển kinh tế của ĐBSCL, Đảng và Nhà nước Việt Nam đã dành sự quan tâm đặc biệt với nhiều chính sách, chương trình ưu tiên đầu tư nhằm khai thác và phát huy tiềm năng về sản xuất và tiêu thụ trái cây của vùng. Mặc dù vậy, trước yêu cầu mới của thị trường trong nước và thế giới, vấn đề tiêu thụ mặt hàng trái cây của vùng cũng đặt ra những nội dung mới đối với việc phát huy vai trò của Nhà nước. Ngoài đặt vấn đề, kết luận và gợi ý chính sách, bài viết gồm hai phần: (1) Vai trò của Nhà nước trong tiêu thụ mặt hàng trái cây; (2) Một số vấn đề đặt ra đối với việc phát huy vai trò của Nhà nước trong tiêu thụ mặt hàng trái cây ở ĐBSCL.

1. Vai trò của Nhà nước trong tiêu thụ mặt hàng trái cây

1.1. Khái niệm vai trò của Nhà nước trong tiêu thụ mặt hàng trái cây

Trái cây là sản phẩm của ngành nông nghiệp và là kết quả của quá trình sinh trưởng và phát triển của cây trồng. Mặt hàng (commodity) là một sản phẩm hoặc nguyên liệu thô có thể được mua và bán (Oxford Learner's Dictionaries, 2023). Mặt hàng trái cây là sản phẩm của hoạt động sản xuất nông nghiệp tồn tại dưới dạng nguyên liệu thô (trái cây tươi) hoặc sản phẩm trái cây đã qua chế biến như trái cây sấy, mứt trái cây…. Theo Từ điển Tiếng Việt, tiêu thụ là dùng dần dần hoặc bán ra được, bán đi được

(Viện Ngôn ngữ học, 2011). Vì vậy, tiêu thụ mặt hàng trái cây là khâu cuối của hoạt động sản xuất cây ăn quả, là hoạt động trao đổi, mua bán trái cây tươi hoặc sản phẩm trái cây đã qua chế biến trên thị trường.

Chất lượng của mặt hàng trái cây liên quan trực tiếp đến sức khỏe người tiêu dùng cũng như việc đáp ứng các nhu cầu thiết yếu của họ. Đồng thời, do đặc điểm khác nhau về chủng loại và chất lượng của từng mặt hàng trái cây, việc sản xuất, bảo quản, chế biến phải dựa trên các quy chuẩn, tiêu chuẩn chung để đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước và ngoài nước. Việc xây dựng các tiêu chuẩn, quy chuẩn đó không thể thiếu vai trò của Nhà nước.

Từ thực tiễn hoạt động của các thể chế nhà nước, các học giả, các nhà khoa học, nhà nghiên cứu quan tâm nhiều đến mối quan hệ giữa Nhà nước và thị trường. Nhà nước nên chủ động can thiệp, tác động đến thị trường hay để thị trường tự điều tiết, tự vận động theo các quy luật khách quan? Và khi cần thiết có sự can thiệp, cách thức và mức độ can thiệp của nhà nước đối với thị trường như thế nào để đạt hiệu quả cao hơn trong sự phát triển? Hoặc để thực hiện tốt vai trò của mình, Nhà nước phải tự hoàn thiện ra sao?

Xét ở khía cạnh năng lực tổ chức và quản trị, Nhà nước cần tăng cường vai trò ở những lĩnh vực như lập kế hoạch, tiêu chuẩn, thực thi pháp luật, phát triển thể chế thị trường và các thị trường nhân tố, theo dõi và giám sát (Ngân hàng Thế giới, 2016). Đồng thời, Nhà nước còn phải tập trung vào việc thiết kế các chủ trương, định hướng cụ thể, các chính sách tập trung nguồn lực, tạo dựng cơ chế ưu tiên vào các lĩnh vực trọng tâm trong từng giai đoạn phát triển nhất định trước bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế (Mai Thị Hồng Liên, 2019). Trong quá trình chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế, nhà nước cũng cần quan tâm đến vai trò định hướng tăng cường mở rộng hợp tác kinh tế quốc tế, tham gia, tuân thủ và xây dựng các định chế kinh tế quốc tế (Hoàng Thị Kim Oanh, 2016).

Đối với phát triển nền nông nghiệp hàng hóa, nhằm tạo lập môi trường kinh doanh an toàn, bình đẳng cho các chủ thể kinh tế thông qua hệ thống pháp luật và các chính sách kinh tế, nhà nước cần tập trung vào vai trò là chủ thể định hướng, phối hợp, kích thích, kiểm tra, giám sát và điều tiết các chính sách kinh tế - xã hội (Phengkhammay, 2014).

Đối với thị trường tiêu thụ hàng nông sản nói chung và mặt hàng trái cây nói riêng, bên cạnh việc phát huy vai trò trong lĩnh vực đầu tư, phát triển kết cấu hạ tầng, hỗ trợ tìm kiếm thị trường tiêu thụ… (Đoàn Xuân Thủy, 2011); Nhà nước, thông qua các cơ quan quản lý nhà nước và chính quyền các địa phương, còn phải hướng dẫn, hỗ trợ các nhà sản xuất và xuất khẩu nông sản tạo ra các sản phẩm an toàn, chất lượng cao, sản lượng lớn đáp ứng nhu cầu thị trường; xây dựng thương hiệu và quảng bá tiếp thị, nuôi dưỡng và mở rộng thị trường, đặc biệt cần tập trung đột phá vào các thị trường lớn, nhiều tiềm năng như EU, Úc, Nhật Bản, Hoa Kỳ… (Huỳnh Kiến Minh và Lưu Tiến Thuận, 2014).

Như vậy, từ sự phân tích bên trên, có thể hiểu, vai trò của Nhà nước trong tiêu thụ mặt hàng trái cây là phát huy năng lực tổ chức, quản trị, sử dụng có hiệu quả các nguồn lực và công cụ, cơ chế, chính sách để định hướng, hỗ trợ và quản lý các chủ thể sản xuất kinh doanh các mặt hàng trái cây nhằm góp phần quan trọng đưa sản phẩm an toàn, chất lượng đáp ứng nhu cầu tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

1.2. Nội dung vai trò của Nhà nước trong tiêu thụ mặt hàng trái cây

Vai trò định hướng của Nhà nước trong việc tiêu thụ mặt hàng trái cây

Đối với vấn đề tiêu thụ mặt hàng trái cây ở Việt Nam, Nhà nước cần chủ động hướng dẫn cho các tổ chức, cá nhân xây dựng chương trình, kế hoạch, kịch bản cụ thể cho hoạt động sản xuất gắn với tiêu thụ mặt hàng trái cây. Nội dung của vai trò định hướng này có thể được cụ thể hóa qua một số hoạt động cơ bản như sau:

Một là, chuyển đổi tư duy sản xuất mặt hàng trái cây tươi, làm nguyên liệu sang chế biến sản phẩm trái cây có giá trị gia tăng cao. Theo đó, cần áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế trong quá trình sản xuất, chế biến, xây dựng thương hiệu và sức cạnh tranh cho các mặt hàng trái cây; ưu tiên những sản phẩm trái cây chế biến xuất khẩu có tính cạnh tranh cao, kết hợp với xây dựng và phát triển thương hiệu đặc trưng trái cây Việt Nam. Nhà nước cần quy hoạch, tổ chức lại sản xuất theo hướng tạo ra những vùng chuyên canh, gắn với phát triển công nghiệp chế biến nông sản và dịch vụ nông nghiệp; hình thành các tổ chức có đủ năng lực đánh giá, kiểm tra chất lượng sản phẩm, các trung tâm giao dịch giữa nhà sản xuất và đơn vị xuất khẩu.

Hai là, thông qua hoạch định chính sách tiêu thụ mặt hàng trái cây, Nhà nước hướng dẫn hoạt động của các chủ thể kinh tế phù hợp với lợi ích chung của thị trường và xã hội, huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực để thúc đẩy phát triển lĩnh vực trồng cây ăn trái. Bên cạnh những nội dung tương đồng với tiêu thụ các mặt hàng nông sản khác, cần quan tâm đến các chính sách hỗ trợ đa dạng hóa thị trường, sản phẩm, đẩy mạnh xúc tiến tiêu thụ các sản phẩm trái cây và liên kết sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm trái cây theo chuỗi giá trị.

Vai trò hỗ trợ của Nhà nước trong việc tiêu thụ mặt hàng trái cây

Đặc điểm của các sản phẩm nông nghiệp nói chung, mặt hàng trái cây nói riêng (nhất là trái cây tươi) có thời gian tồn trữ, bảo quản không lâu. Vì thế, Nhà nước là nhân tố quan trọng góp phần tăng cường kết nối việc tiêu thụ mặt hàng với thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước bên cạnh việc nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và khả năng cạnh tranh của mặt hàng trái cây. Cụ thể như sau:

Một là, phát triển lĩnh vực logistics trong liên kết tiêu thụ các mặt hàng trái cây, bảo đảm đưa sản phẩm chất lượng đến tay người tiêu dùng với giá thành hợp lý. Trong đó, thúc đẩy liên kết tiêu thụ mặt hàng trái cây gắn với logistics với các nội dung cơ bản như: (1) Đẩy mạnh đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng logistics, nhất là hạ tầng chuỗi lạnh trong liên kết tiêu thụ sản phẩm trái cây; (2) Tiến hành nâng cấp các tuyến vận tải, thiết lập các trung tâm logistics trái cây; hỗ trợ tiêu thụ mặt hàng trái cây sạch, an toàn thông qua các kênh truyền thống như chợ đầu mối trái cây, hệ thống các siêu thị, trung tâm thương mại và trung tâm logistics ứng dụng công nghệ cao, sàn giao dịch logistics trái cây; (3) Triển khai các hoạt động quản lý, xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại điện tử gắn nhằm mục tiêu mở rộng thị trường, đa dạng hóa kênh tiêu thụ sản phẩm trái cây cho doanh nghiệp, nhà vườn và hợp tác xã.

Hai là, thúc đẩy liên kết sản xuất, chế biến, tiêu thụ mặt hàng trái cây theo hợp đồng sản xuất và tiêu thụ mặt hàng trái cây. Xét ở khía cạnh vai trò của nhà nước, để góp phần đảm bảo tính bền vững của các hợp đồng liên kết sản xuất - tiêu thụ mặt hàng trái cây, cần quan tâm đến hỗ trợ các tác nhân tham gia hợp đồng trong lĩnh vực sản xuất và lưu thông. Cụ thể: (1) Đối với các nhà vườn, hợp tác xã trồng cây ăn trái, Nhà nước cần hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực và năng lực ứng dụng khoa học - công nghệ mới, hướng dẫn trồng các giống cây ăn quả có năng suất và chất lượng cao, thích ứng với biến đổi khí hậu, thúc đẩy ứng dụng cơ giới hóa cải thiện năng suất lao động, giảm tổn thất sau thu hoạch và thực hiện các quy trình kỹ thuật tiên tiến; hỗ trợ xúc tiến thương mại, mở rộng thị

trường tiêu thụ sản phẩm. (2) Đối với các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, tiêu thụ mặt hàng trái cây, doanh nghiệp logistics: hỗ trợ ứng dụng công nghệ cao, công nghệ số hóa trong sản xuất; tập trung định hướng thị trường và hỗ trợ cho doanh nghiệp xuất khẩu trái cây tươi và trái cây đã qua chế biến thâm nhập các thị trường nhập khẩu có xu hướng ngày càng khắt khe.

Ba là, hỗ trợ xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, cung cấp thông tin thị trường tiêu thụ đối với các mặt hàng trái cây. Chính phủ và các cơ quan quản lý có liên quan cần xác định được ưu thế của những nông sản mũi nhọn ở từng khu vực, từng loại hàng hóa để phát huy thế mạnh trên thị trường trong nước và quốc tế. Đối với thị trường xuất khẩu, Nhà nước cần thiết phải hỗ trợ các nhà xuất khẩu tham gia mạng lưới kiểm định chất lượng sản phẩm quốc tế, các quy định, tiêu chuẩn về kỹ thuật và kiểm soát nhập khẩu, chứng nhận tự nguyện…; đặc biệt, cần coi trọng đăng ký thương hiệu, thiết kế nhãn mác và mẫu mã, bao bì cho sản phẩm, liên kết với người sản xuất nguyên liệu đăng ký xuất xứ hàng hoá, đảm bảo các chứng chỉ phù hợp với yêu cầu của đối tác.

Vai trò quản lý của Nhà nước trong tiêu thụ mặt hàng trái cây

Trong quá trình thực hiện chức năng quản lý, điều hành toàn bộ hoạt động của nền kinh tế, Nhà nước cũng thể hiện vai trò riêng đối với các chủ thể tham gia vào hoạt động kinh tế, nhất là khâu tiêu thụ sản phẩm mang tính đặc thù như mặt hàng trái cây. Bao gồm:

Một là, xây dựng và tổ chức thực thi pháp luật có liên quan đến tiêu thụ mặt hàng trái cây. Trong bối cảnh phát triển nền kinh tế thị trường hiện đại và hội nhập quốc tế, pháp luật điều chỉnh hoạt động tiêu thụ mặt hàng trái cây gồm có pháp luật trong nước và pháp luật quốc tế.

Đối với pháp luật trong nước, thông qua xây dựng và hoàn thiện công cụ pháp luật, Nhà nước có thể tác động, chi phối hành vi của các chủ thể kinh tế trong hoạt động sản xuất kinh doanh liên quan đến mặt hàng trái cây, thể hiện trên các mặt cụ thể sau: (1) Tạo dựng cơ sở pháp lý, định hướng, hỗ trợ và bảo vệ sự hình thành và phát triển của các quan hệ kinh tế trong tiêu thụ mặt hàng trái cây trên thị trường; (2) Xác lập trật tự và môi trường kinh doanh lành mạnh cho việc tiêu thụ mặt hàng trái cây trong nước và quốc tế; (3) Bảo vệ lợi ích chính đáng của các chủ thể kinh tế tham gia vào hoạt động sản xuất, chế biến, tiêu thụ các mặt hàng trái cây.

Đối với pháp luật quốc tế, Nhà nước với nguồn lực và các cơ quan quản lý chuyên ngành cần thiết phải hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu tham gia mạng lưới kiểm định chất lượng sản phẩm quốc tế để mặt hàng trái cây đáp ứng yêu cầu của thị trường nhập khẩu có tính chất nghiêm ngặt như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản. Mặt khác, trên cơ sở nắm vững các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, chứng nhận trên, Nhà nước xây dựng và hoàn thiện hệ thống quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn, chứng nhận quốc gia để khơi dậy thị trường trong nước hoặc xuất khẩu sang một số khu vực khác có yêu cầu về chất lượng không quá nghiêm ngặt.

Hai là, kiểm tra, giám sát thị trường tiêu thụ mặt hàng trái cây. Nội dung chủ yếu liên quan đến việc thực hiện hoạt động của các nhà vườn, hợp tác xã và cơ sở thu mua, chế biến, doanh nghiệp kinh doanh, xuất khẩu trái cây, việc thực hiện các quy định về an toàn, vệ sinh thực phẩm và môi trường. Theo đó, các cơ quan quản lý nhà nước thực hiện công tác kiểm tra, giám sát đối với thị trường tiêu thụ mặt hàng trái cây trong nước và hoạt động xuất khẩu sản phẩm này nhằm phát hiện và ngăn ngừa các hiện tượng vi phạm pháp luật, lợi dụng chính sách để trục lợi, bảo vệ tài sản quốc gia và lợi ích của người sản xuất, nhà xuất khẩu, người tiêu dùng trong nước, đảm bảo cho hoạt động tiêu thụ trái cây diễn ra đúng pháp luật, đúng định hướng,

cạnh tranh lành mạnh. Đồng thời, lực lượng quản lý thị trường có nhiệm vụ kiểm tra, giám sát thị trường, kịp thời phát hiện và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm pháp luật về giả, kinh doanh hàng nông sản nhập lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, không bảo đảm an toàn thực phẩm, an toàn dịch bệnh và các hành vi gian lận thương mại khác. Đặc biệt, lực lượng quản lý thị trường còn phải chú trọng công tác kiểm tra, kiểm soát các giao dịch trên môi trường trực tuyến.

2. Một số vấn đề đặt ra đối với việc phát huy vai trò của Nhà nước trong tiêu thụ mặt hàng trái cây ở Đồng bằng sông Cửu Long

Định hướng phát huy thế mạnh về sản phẩm từ cây ăn trái của ĐBSCL trong xu thế hiện tại là xây dựng các vùng sản xuất tập trung tạo ra khối lượng sản xuất đủ lớn, có chất lượng cao, đồng đều để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và đủ sức cạnh tranh trên thị trường trong nước và thị trường ngoài nước. Tính đến cuối năm 2022, ĐBSCL có 12 loại cây ăn trái chủ lực được trồng tập trung như: cây có múi (cam, quýt, bưởi), xoài, sầu riêng, vú sữa, thanh long, khóm, chuối, nhãn, mít, chôm chôm, mãng cầu với tổng sản lượng khoảng 4,15 triệu tấn (Mỹ Lý, 2022). Một số địa phương có thế mạnh về sản xuất trái cây như Tiền Giang, Đồng Tháp, Cần Thơ, Vĩnh Long,… ngày càng chú trọng đến việc đẩy mạnh tiêu thụ các mặt hàng trái cây ở thị trường trong nước. Năm 2019, tỉnh Tiền Giang đạt sản lượng trái cây 1,5 triệu tấn, với thị trường tiêu thụ nội địa chiếm 70-80% sản lượng (Minh Trí, 2019). Năm 2022, sản lượng trái cây của tỉnh Đồng Tháp đạt khoảng 183.000 tấn, bình quân thị trường tiêu thụ nội địa chiếm 65% (Hữu Tuấn, 2023). Bên cạnh tiêu thụ tại các hệ thống phân phối, doanh nghiệp, chợ, điểm bán nông sản trong và ngoài nước với khoảng 8.600 chợ, 1.223 siêu thị, trung tâm thương mại (Tiến Anh, 2022), chính quyền một số địa phương ở ĐBSCL có nhiều chương trình phối hợp hỗ trợ các hộ nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp đưa sản phẩm trái cây lên sàn thương mại điện tử như: Voso, Postmart, Tiki, Sendo, Shopee,… và kinh doanh dựa trên nền tảng số (App TienGiang Trade) nhằm quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ.

Đa số mặt hàng trái cây ở ĐBSCL đều tiêu thụ và xuất khẩu dưới dạng chín, tươi sau khi thu hoạch. Việc chế biến, phơi sấy, đóng hộp, làm nước ép, bảo quản nhiều ngày chỉ có tỷ lệ nhỏ. Thống kê cho thấy, tiêu thụ mặt hàng trái cây tập trung ở thị trường trong nước là chính (chiếm 85-90%), còn lại là xuất khẩu (10-15%) (Nguyễn Quang Thuấn, 2021). Điều này phần nào được thể hiện thông qua tỷ trọng của công nghiệp chế biến - chế tạo trong tỷ trọng công nghiệp của Vùng trong giai đoạn 2015-2019 giảm từ 24,9% xuống còn 16,7%; tốc độ tăng trưởng vốn đầu tư cho công nghiệp chế biến - chế tạo của Vùng giảm từ 8%/năm trong giai đoạn 2010-2015 xuống chỉ còn 3,5%/năm trong giai đoạn 2015-2019, chỉ bằng 50% mức bình quân cả nước; tăng trưởng công nghiệp chế biến chế tạo của Vùng trong 02 năm 2020-2021 chỉ đạt 3,9%, thấp hơn mức 5,6% của cả nước (Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trường Chính sách công và quản lý, 2022). Điều này cho thấy ngành công nghiệp chế biến nông sản của ĐBSCL, nhất là mặt hàng trái cây chế biến, vẫn chưa nắm bắt được cơ hội từ thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu. Trong khi đó, người tiêu dùng trong nước có xu hướng tăng tiêu sản phẩm trái cây nhập khẩu thể hiện qua kim ngạch nhập khẩu rau quả của Việt Nam trong năm 2022 đạt 2,08 tỷ USD, tăng 40,3% so với năm 2021 (Bộ Công Thương, 2022, tr.56).

ĐBSCL không chỉ là nguồn cung các mặt hàng trái cây cho thị trường nội địa, mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp nguyên liệu thô cho chế biến và xuất khẩu. Năm

2020, các mặt hàng trái cây của ĐBSCL xuất khẩu đạt giá trị trên 1,73 tỷ USD, chiếm 65% kim ngạch xuất khẩu trái cây của cả nước (Nguyễn Hoàng Anh, 2021). Dữ liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan cho thấy, giai đoạn 2020-2022, các mặt hàng trái cây tươi và trái cây chế biến của tỉnh Long An dẫn đầu khu vực ĐBSCL với sản lượng và kim ngạch xuất khẩu bình quân đạt 20,6 triệu tấn và 91,1 triệu USD (Tổng cục Hải quan, 2023). Thị trường xuất khẩu trái cây tươi và trái cây chế biến chủ yếu của ĐBSCL là Trung Quốc, EU và Philipines với các mặt hàng được ưa chuộng như xoài, thanh long, bưởi da xanh, vú sữa.

Tuy nhiên, trong bối cảnh phát triển mới được định hình bởi tiến trình hội nhập quốc tế, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, biến đổi khí hậu, nước biển dâng, vấn đề tiêu thụ mặt hàng trái cây của các địa phương trong Vùng đang đứng trước những khó khăn, hạn chế. Sản lượng trái cây xuất khẩu còn ít, chưa tương xứng với tiềm năng. Hiện tại, xuất khẩu trái cây của Việt Nam mới chiếm 1,4-1,5% giá trị nhập khẩu của thế giới (An Hòa, 2022). Các mặt hàng trái cây chủ lực chưa tạo được thương hiệu và sức cạnh tranh mạnh trên thị trường thế giới, tổn thất hàng hóa trái cây sau thu hoạch lên tới 20-40% do hạn chế về năng lực và quy mô cảng biển của ĐBSCL, cũng như thiếu trung tâm logistics trọng điểm và các hệ thống trung tâm vệ tinh của các địa phương (Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trường Chính sách công và quản lý, 2020). Xu hướng tiêu dùng của thế giới đòi hỏi ngày càng nâng cao các tiêu chuẩn về chất lượng, trong khi việc sản xuất manh mún không chỉ làm khó doanh nghiệp trong thu mua mà còn làm khó người nông dân trong ứng dụng tiến bộ vào sản xuất, làm cho giá thành đội lên cao, chất lượng lại không đồng đều, khó tiêu thụ.

Nhằm khắc phục những hạn chế, khó khăn, phát huy tiềm năng, thế mạnh của ĐBSCL trong tiêu thụ mặt hàng trái cây, các cấp chính quyền của các địa phương trong vùng ĐBSCL đã tập trung tuyên truyền, vận động người dân chuyển đổi tư duy, phương thức sản xuất từ quy mô hộ sang hình thức hợp tác xã, liên kết sản xuất tiêu thụ; từng bước đổi mới cách tiếp cận trong thực hiện các chương trình xây dựng thương hiệu, thúc đẩy xây dựng các vùng sản xuất tập trung (sản xuất theo tiêu chuẩn, được đầu tư kết cấu hạ tầng đồng bộ, số hóa...) gắn với truy xuất nguồn gốc; chú trọng đẩy mạnh hệ thống lưu thông, phân phối và dịch vụ thương mại các mặt hàng trái cây tạo điều kiện cho người tiêu dùng trong và ngoài nước tiếp cận sản phẩm an toàn, chất lượng, giá cả cạnh tranh. Tùy vào đặc điểm, lợi thế, ưu tiên phát triển mà từng địa phương chọn các loại trái cây khác nhau làm sản phẩm chủ lực. Chẳng hạn, Long An chọn xoài, bưởi, chuối, thanh long, chanh, chanh vica làm sản phẩm chủ lực. Đồng Tháp chọn 5 ngành chủ lực, gồm có xoài, lúa gạo, cá tra, vịt và hoa kiểng. Vĩnh Long chọn cây có múi như bưởi Năm Roi, bưởi da xanh, cam sành (bên cạnh các sản phẩm chủ lực khác như cây lúa, khoai lang, heo, bò, cá). Trong khi đó, năm 2022, Cần Thơ đã ban hành kế hoạch xây dựng vùng sản xuất cây ăn trái đạt tiêu chuẩn chứng nhận VietGAP hoặc tương đương trên địa bàn với quy mô diện tích 5.800 ha (khoảng 25% diện tích cây ăn trái chủ lực của thành phố) (UBND thành phố Cần Thơ, 2022).

Bên cạnh vai trò định hướng sản xuất gắn với thị trường tiêu thụ, các bộ ngành ở Trung ương và chính quyền các địa phương trong vùng ĐBSCL cũng tích cực hỗ trợ xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường tiêu thụ mặt hàng trái cây. Tổng hợp số liệu từ các địa phương trong Vùng năm 2020 cho thấy, có đến 132 doanh nghiệp, tổ hợp tác, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh được hỗ trợ áp dụng hệ thống truy xuất nguồn gốc, ứng dụng mã QR (QR Code) truy xuất nguồn gốc, xuất xứ thông

tin sản phẩm; đồng thời, được cấp gần 2,6 triệu tem truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Năm 2021, toàn vùng ĐBSCL được cấp 1.258 mã số vùng trồng, chiếm khoảng 37% số lượng mã số được cấp của cả nước (Khánh Trung, 2021).

Hoạt động xúc tiến thương mại của vùng được mở rộng cả kênh phân phối truyền thống và hiện đại, chú trọng khai thác các kênh trực tuyến, thương mại điện tử, với nòng cốt là chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại đã hỗ trợ tổng cộng 14 đề án liên quan đến phát triển thị trường nông sản, với tổng kinh phí hơn 8,7 tỷ đồng (Trương Thị Lan, 2023, tr.111). Mặt khác, công tác xúc tiến liên kết, phổ biến, hướng dẫn, tuyên truyền, vận động nông dân tham gia các mô hình liên kết, tổ hợp tác được triển khai rộng khắp đã làm thay đổi nhận thức của nông dân trong hợp tác sản xuất. Giai đoạn từ năm 2018 đến 2021, 13 địa phương khu vực ĐBSCL đã hình thành được 210 chuỗi cung ứng nông lâm thủy sản an toàn với 454 địa chỉ kinh doanh đã được cấp giấy xác nhận sản phẩm chuỗi cung ứng thực phẩm nông lâm thủy sản an toàn (Cục Quản lý chất lượng nông lâm sản và thủy sản, 2021). Song song đó, công tác kiểm tra, quản lý thị trường và chất lượng các mặt hàng trái cây được tăng cường đã góp phần phát hiện các vi phạm quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm; không có tem nhận diện mã sản phẩm, truy xuất nguồn gốc xuất xứ; thiếu hóa đơn, chứng từ mua, bán trái cây của cửa hàng. Xoài Đồng Tháp bị mạo danh mã số vùng trồng, dẫn đến việc phải dừng xuất khẩu; 450 mã số vùng trồng, cơ sở đóng gói phục vụ xuất khẩu của mặt hàng sầu riêng bị thu hồi do thiếu sự duy trì chất lượng (Mậu Trường, 2023).

Bên cạnh những hạn chế xuất phát từ phía các chủ thể sản xuất kinh doanh mặt hàng trái cây ở các địa phương của Vùng, để thương hiệu trái cây ĐBSCL chinh phục thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước, nâng cao hiệu quả kinh tế và lợi ích cho các chủ thể liên quan, cần xác định những rào cản, thách thức đối với thực hiện vai trò của Nhà nước:

Một là, kết cấu hạ tầng logistics trong tiêu thụ trái cây ở ĐBSCL hiện vẫn còn thiếu, chậm được đầu tư phát triển đồng bộ, hiện đại do nhiều nguyên nhân, trong đó có trở ngại từ phía Nhà nước.

Năm 2019, toàn khu vực ĐBSCL có 123 nhà máy sản xuất và chế biến các mặt hàng lương thực - nông sản - thủy sản chủ lực (Xuân Thái, 2021), trong khi chỉ có 06 kho lạnh trong tổng số 36 kho nằm ở các địa phương khu vực phía Nam (Bộ Công Thương, 2020, tr.57). Đây được xem là "điểm yếu" và "điểm nghẽn" trong phát triển dịch vụ logistics liên kết chế biến, tiêu thụ nông sản so với năng lực rất lớn của Vùng. Hạ tầng giao thông thiếu và yếu về số lượng và chất lượng (đặc biệt là giao thông đường sắt) đã ảnh hưởng đến chi phí kinh doanh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Trong khi đó, hoạt động quản lý nhà nước về logistics, nhất là hạ tầng vận tải đường thủy nội địa còn chưa nhất quán, chồng chéo do nhiều bộ, ngành quản lý. Liên quan đến khung khổ pháp lý đối với ngành logistics, hiện nay có khá nhiều văn bản, song các chính sách cụ thể, chi tiết hóa các chủ trương đó vẫn chưa được thực hiện hoặc còn chồng chéo. Cơ chế, chính sách liên quan đến dịch vụ cảng biển hiện nay được điều chỉnh bằng các văn bản pháp luật thuộc nhiều lĩnh vực cụ thể sau: i) Từ Điều 233 đến Điều 240 Luật Thương mại 2005; ii) Nghị định số 140/2007/NĐ-CP quy định chi tiết về điều kiện kinh doanh dịch vụ cảng biển và giới hạn trách nhiệm đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ cảng biển; iii) Các luật/bộ luật: Bộ luật Dân sự 2005, Luật Doanh nghiệp 2014, Luật Đầu tư 2014, Luật Cạnh tranh 2004, Luật Hải quan 2014 và các quy định chuyên ngành khác. Mặc dù vậy, hiện tại vẫn thiếu các cơ chế, chính sách khuyến khích, tạo điều kiện cho các chủ cảng, chủ tàu, chủ hàng và các doanh

nghiệp cung cấp dịch vụ hàng hải tại ĐBSCL mạnh dạn đầu tư phát triển để tăng cường khả năng kết nối trong vận tải đường thủy nội địa,... (Hà Thị Minh Thu, 2022). Có thể thấy, ba thách thức lớn nhất của ngành vận tải và logistics Việt Nam hiện nay chính là cơ sở hạ tầng như hệ thống cảng biển, kho bãi, kết nối,...; quy mô vốn, trình độ quản lý, trình độ chuyên môn còn hạn chế; các loại thuế, phí cầu đường và phụ phí cao (Bộ Công Thương, 2019). Do đó, tiêu chuẩn hóa hạ tầng logistics đang là vấn đề cấp thiết với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics hiện nay.

Hai là, việc phát triển logistics gắn với tiêu thụ mặt hàng trái cây thông qua sàn thương mại điện tử phục vụ cho tiêu thụ trong nước và xuất khẩu vẫn còn nhiều rào cản, đặt ra yêu cầu từ phía Nhà nước trong việc giúp nâng cao nhận thức, kỹ năng bán hàng của cơ sở kinh doanh, doanh nghiệp và quản lý chuỗi cung ứng sản phẩm trái cây.

Các sàn thương mại điện tử hiện đang đòi hỏi các đơn vị, đối tác cung cấp sản phẩm theo 4 tiêu chuẩn chính: đồng bộ, quy mô, chất lượng và giá cả (Vũ Khuê, 2023). Đây thật sự là thách thức đối với doanh nghiệp ở các địa phương trong Vùng, cần có sự vào cuộc hỗ trợ của các ngành chức năng nhằm giúp các cơ sở sản xuất kinh doanh trái cây chú trọng khâu liên kết sản xuất và tiêu thụ để chủ động nguồn cung, khâu tuyển chọn sản phẩm, đóng gói và giao hàng để đảm bảo chất lượng sản phẩm; thay đổi phương thức kinh doanh phù hợp với hình thức giao dịch trực tuyến. Ngoài ra, nông sản hàng hóa có giá trị sản phẩm trên mỗi đơn vị khối lượng thấp, cộng với các đặc thù khác của mặt hàng nông sản nên chi phí logistics trong tiêu thụ khá cao. Chẳng hạn, nếu bán cho nhà nhập khẩu thanh long ở Mỹ với giá khoảng 7 USD/1kg thì riêng chi phí logistics vận tải quốc tế đã chiếm khoảng 50% giá xuất khẩu (Bộ Công Thương, 2019, tr.107). Do đó, Nhà nước cần đẩy mạnh đầu tư hạ tầng giao thông vận tải đồng bộ, kết nối các vùng nguyên liệu và quy hoạch các trung tâm logistics nông sản với hệ thống kho mát để phân loại, sơ chế, bảo quản, góp phần nâng cao chất lượng, ổn định giá thành đối với các mặt hàng trái cây ở ĐBSCL.

Trái cây hàng hóa khi lên sàn thương mại điện tử còn vấp phải trở ngại đó là nhận thức của doanh nghiệp còn hạn chế, cũng như thiếu nhân lực hiểu biết về công nghệ thông tin, quy trình bán hàng, marketing. Hiện tại, chỉ có một số địa phương như Bến Tre, Đồng Tháp, Tiền Giang, Long An tập trung đẩy mạnh phát triển thương mại điện tử bằng cách hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng các sàn, mạng xã hội và website để kinh doanh trực tuyến, đưa hàng đặc sản, nông sản của địa phương tiếp cận với người tiêu dùng cả nước. Bên cạnh đó, sản phẩm trái cây từ vườn đến tay người tiêu dùng phải qua nhiều bên trung gian và để giữ được độ tươi ngon như khi mới thu hái đòi hỏi quy trình bảo quản nghiêm ngặt. Do đó, khi mua trực tuyến qua các sàn thương mại điện tử, yêu cầu đặt ra là cần sự kiểm định của cơ quan chức năng, giám sát việc thực hiện cam kết về chất lượng sản phẩm trái cây, uy tín của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng, cũng như từ chính các hợp tác xã, nhà vườn. Đồng thời, cách thức chăm sóc khách hàng, những dịch vụ sau bán hàng, các hình thức cam kết, quản lý chất lượng mặt hàng trái cây tiêu thụ là nội dung các cơ quan quản lý nhà nước cần phải quan tâm nhằm tạo niềm tin cho người tiêu dùng khi sử dụng kênh bán hàng hiện đại này.

Ba là, một số địa phương trong vùng ĐBSCL còn gặp nhiều khó khăn, hạn chế trong công tác triển khai, áp dụng và quản lý hệ thống truy xuất nguồn gốc điện tử đối với sản phẩm trái cây do xuất phát từ thiếu quy định xây dựng cơ sở dữ liệu trung tâm để quản lý toàn bộ chuỗi phục vụ quản lý nhà nước; chưa xây dựng các tiêu chuẩn quốc gia và quy chuẩn kỹ thuật quốc

gia về truy xuất nguồn gốc, các tài liệu hướng dẫn áp dụng cho từng nhóm sản phẩm cụ thể; chưa xây dựng, triển khai, ứng dụng hệ thống truy xuất nguồn gốc thống nhất trong cả nước (Lê Anh Hoàng và cộng sự, 2021) và trái cây sản xuất theo quy trình VietGAP có giá bán không cao hơn so với trái cây sản xuất theo quy trình thông thường (Trần Quốc Nhân, 2021). Bên cạnh đó, cũng theo số liệu tác giả tổng hợp từ báo cáo của các tỉnh, đến cuối năm 2020, vẫn còn 06/13 địa phương ở ĐBSCL chưa triển khai thực hiện hoặc chỉ mới ban hành kế hoạch và tổ chức thí điểm việc thực hiện Quyết định số 100/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ liên quan đến triển khai, áp dụng và quản lý hệ thống truy xuất nguồn gốc.

Mặt khác, dù Nhà nước rất coi trọng đến công tác thông tin, tuyên truyền nhưng mức độ quan tâm của người tiêu dùng đến sản phẩm có truy xuất nguồn gốc và lợi ích khi sử dụng sản phẩm, hàng hóa có truy xuất nguồn gốc chưa cao. Không ít người tiêu dùng vẫn ưa chuộng sản phẩm không có truy xuất nguồn gốc do có sự chênh lệch về giá cả và vì vậy, phần nào cũng ảnh hưởng đến động lực của doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh nông sản. Kết quả khảo sát chỉ rõ có tới 83,8% người tiêu dùng cho rằng hàng hoá hiện nay không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm nhưng chỉ có 49% người tiêu dùng trả lời có quan tâm đến truy xuất nguồn gốc sản phẩm (Bộ Công Thương, 2019, tr.109).

Kết luận và một số gợi ý chính sách

Đặc điểm sản xuất và tiêu thụ mặt hàng trái cây ở ĐBSCL đã đặt ra nội dung vai trò của Nhà nước thể hiện ở các vấn đề quan trọng và cần thiết như hỗ trợ, hướng dẫn xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm, xây dựng thương hiệu, ký kết hợp đồng tiêu thụ, đăng ký và bảo hộ chỉ dẫn địa lý, cấp mã số vùng trồng đối với sản phẩm trái cây ở các địa phương. Tuy nhiên, bối cảnh phát triển mới cũng đặt ra không ít thách thức đối với việc phát huy vai trò của Nhà nước trong tiêu thụ mặt hàng trái cây của ĐBSCL, nhất là những rào cản đến khâu xây dựng thương hiệu, hoàn thiện hệ thống hạ tầng như giao thông, logistics, thương mại điện tử và nhận thức của các chủ thể sản xuất kinh doanh, người tiêu dùng.

Chính vì vậy, thời gian tới, Nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện thể chế, nhất là các cơ chế, chính sách về thu hút đầu tư, phát triển hạ tầng giao thông vận tải, hạ tầng logistics gắn với tiêu thụ trái cây, hỗ trợ tín dụng, cơ chế đặc thù cho các doanh nghiệp đầu tư đúng mức cho các khâu bảo quản, chế biến, nhất là phát triển các sản phẩm trái cây chế biến phục vụ xuất khẩu; đẩy mạnh công tác xây dựng thương hiệu, mở rộng thị trường tiêu thụ. Chính quyền các địa phương ở ĐBSCL cần tập trung tuyên truyền nâng cao nhận thức của nhà vườn, hợp tác xã, doanh nghiệp về lợi ích của việc ứng dụng công nghệ số để tự động hóa các quy trình sản xuất, kinh doanh, quản lý vùng trồng, truy xuất nguồn gốc các chuỗi cung ứng sản phẩm; đẩy mạnh tổ chức lại sản xuất, xây dựng vùng chuyên canh trái cây theo tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP… có mã số vùng trồng, chỉ dẫn địa lý, truy xuất nguồn gốc rõ ràng nhằm tạo ra các sản phẩm có nguồn cung ổn định, đồng đều, an toàn và chất lượng; tăng cường hướng dẫn, hỗ trợ việc liên kết giữa các hộ nông dân, hợp tác xã với doanh nghiệp nhằm khắc phục tình trạng sản xuất manh mún, tự phát ảnh hưởng đến thương hiệu trái cây của vùng.

Tài liệu tham khảo

1. An Hòa (2022). *Xuất khẩu trái cây của vùng Đồng bằng sông Cửu Long còn khiêm tốn*. Truy cập ngày 09/4/2023 tại https://nhadautu.vn/xuat-khau-trai-cay-cua-vung-dong-bang-song-cuu-long-con-khiem-ton-d72991.html.
2. Bộ Công Thương (2019). *Báo cáo Logistics Việt Nam 2019*. Nxb. Công Thương, Hà Nội.
3. Bộ Công Thương (2020). *Báo cáo Logistics Việt Nam 2020*. Nxb. Công Thương, Hà Nội.
4. Bộ Công thương (2022). *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2022.* Nxb. Hồng Đức, Hà Nội.
5. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2021). *Báo cáo phát triển nông nghiệp bền vững vùng Đồng bằng sông Cửu Long.* Hội nghị Thúc đẩy phát triển nông nghiệp bền vững vùng Đồng bằng sông Cửu Long, ngày 06/3/2022, Kiên Giang.
6. Cục Quản lý chất lượng nông lâm sản và thủy sản (2021). *Truyền thông và quảng bá nông sản an toàn (cập nhật đến tháng 12/2021*). Truy cập ngày 13/01/2021 tại http://nafiqad.gov.vn/truyen-thong-va-quang-ba-nong-san-an-toan-cap-nhat-den-thang-122020_t221c311n202.
7. Đoàn Xuân Thủy (Chủ biên) (2011). *Chính sách hỗ trợ sản xuất nông nghiệp ở Việt Nam hiện nay.* Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
8. Hà Thị Minh Thu (2022). Phát triển dịch vụ logistics khu vực Đồng bằng sông Cửu Long*, Tạp chí Những vấn đề kinh tế và chính trị thế giới*, 01 (309) - 2022, tr. 52-62.
9. Hoàng Thị Kim Oanh (2016). *Vai trò của Nhà nước Việt Nam trong chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế - Một số vấn đề lý luận và thực tiễn.* Nxb. Lý luận chính trị, Hà Nội.
10. Hữu Tuấn (2023). *Đồng Tháp nâng tầm thương hiệu xoài.* Truy cập ngày 25/11/2023 tại https://kinhtedothi.vn/dong-thap-nang-tam-thuong-hieu-xoai.html.
11. Huỳnh Kiến Minh và Lưu Tiến Thuận (2014*).* Giải pháp xuất khẩu bền vững trái cây đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí khoa học Cần Thơ*, 01 (2014), tr. 35-40.
12. Khánh Trung (2021). *Hiệu quả từ xây dựng mã số vùng trồng*. Truy cập ngày 25/11/2023 tại https://baocantho.com.vn/hieu-qua-tu-xay-dung-ma-so-vung-trong-a137974.html, truy cập ngày 25/11/2023.
13. Lê Anh Hoàng và cộng sự (2021). Một số vấn đề lý luận, thực tiễn và đề xuất mô hình truy xuất nguồn gốc điện tử cho hợp tác xã nông nghiệp. *Tạp chí Nông nghiệp và phát triển nông thôn*, Kỳ 2 tháng 4/2021, tr. 13-23.
14. Mai Thị Hồng Liên (2019). *Nhà nước kiến tạo phát triển - Lý luận và triển vọng thực tiễn ở Việt Nam*. Luận án Tiến sĩ Chính trị học, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
15. Mậu Trường (2023). *Sự thật về 710 mã số vùng trồng bị bên Trung Quốc thu hồi*. Truy cập ngày 04/5/2023 tại https://tuoitre.vn/su-that-ve-710-ma-so-vung-trong-bi-ben-trung-quoc-thu-hoi-20230422170404257.htm.
16. Minh Trí (2019). *Khơi dòng chảy trái cây Tiền Giang đến với thị trường.* Truy cập ngày 24/11/2023 tại https://tiengiang.gov.vn/chi-tiet-tin?/khoi-dong-chay-trai-cay-tien-giang-en-voi-thi-truong/19480664.
17. Mỹ Lý (2022). *Chuyển đổi chuỗi trái cây đồng bằng sông Cửu Long tới hiện đại, bền vững, phát thải thấp*. Truy cập ngày 31/3/2023 tại https://www.baodongthap.vn/kinh-te/chuyen-doi-chuoi-trai-cay-dong-bang-song-cuu-long-toi-hien-dai-ben-vung-phat-thai-thap-110468.aspx#:~:text=Theo%20B%E1%BB%99%20NN%26PTNT%2C%20trong%20th%C3%A1ng,%C4%91%E1%BA%A1t%204%2C15%20tri%E1%BB%87u%20t%E1%BA%A5n.
18. Ngân hàng Thế giới (2016). *Vai trò của Nhà nước trong Phát triển kinh tế Việt Nam*, Chương trình nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới "Việt Nam: Tăng cường vai trò kiến tạo của Nhà nước trong một nền kinh tế

thị trường". Truy cập ngày 25/9/2022 tại https://www.economica.vn/Content/files/PUBL%20%26%20REP/Role%20of%20State_Overview_VN.pdf.
19. Nguyễn Hoàng Anh (2021). Phát triển kinh tế nông nghiệp bền vững và thích ứng biến đổi khí hậu tại Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Công thương,* 25 - tháng 11/2021, tr. 122-129.
20. Nguyễn Quang Thuấn (Chủ biên) (2021). *Giải pháp phát triển bền vững vùng Tây Nam bộ trong bối cảnh mới.* Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
21. Phansay Phengkhammay (2014). *Vai trò Nhà nước đối với phát triển nông nghiệp hàng hóa ở Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào*. Luận án tiến sĩ Kinh tế chính trị, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
22. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) - Trường Chính sách công và quản lý (Fulbright) (2020). *Báo cáo kinh tế thường niên Đồng bằng sông Cửu Long năm 2020.*
23. Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) - Trường Chính sách công và quản lý (Fulbright) (2022). *Báo cáo tóm tắt kinh tế thường niên Đồng bằng sông Cửu Long 2022 - Chuyển đổi mô hình phát triển và Quy hoạch tích hợp*. Truy cập tại https://fsppm.fulbright.edu.vn/cache/TomTatBaoCao-2022-08-16-15473462.pdf.
24. Tiến Anh (2022). *Tìm giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ trái cây.* Theo https://nhandan.vn/tim-giai-phap-day-manh-tieu-thu-trai-cay-post700556.html, truy cập ngày 12/4/2023.
25. Thanh Hải (2021). *Nâng chất để trái cây Việt vươn xa*. Truy cập ngày 25/11/2023 tại https://www.sggp.org.vn/nang-chat-de-trai-cay-viet-vuon-xa-post613684.html,
26. Trần Quốc Nhân (2021). Áp dụng tiêu chuẩn VietGAP: Khó khăn và thách thức đối với các hộ trồng xoài vùng Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Phát triển bền vững vùng*, Quyển 11, 01 (03/2021), tr.49-58.
27. Tổng cục Hải quan (2023). *Khối lượng và kim ngạch xuất khẩu trái cây tươi và trái cây chế biến ở các Cục Hải quan Cần Thơ, Hậu Giang, Long An, Đồng Tháp.* Hệ thống thống kê VNACC.
28. Từ điển dành cho người học Oxford (Oxford learner's dictionaries) https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/commodity?q=commodity.
29. Trương Thị Lan (2023). Giải pháp xúc tiến thương mại tiêu thụ nông sản khi trung tâm liên kết chế biến tiêu thụ nông nghiệp vùng Đồng bằng sông Cửu Long đi vào thực tiễn. *Diễn đàn kinh tế thường niên thành phố Cần Thơ năm 2023: Vai trò và giải pháp liên kết, sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp vùng Đồng bằng sông Cửu Long*, Cần Thơ.
30. UBND thành phố Cần Thơ (2022). *Kế hoạch xây dựng vùng sản xuất cây ăn trái đạt tiêu chuẩn VietGAP trên địa bàn thành phố Cần Thơ năm 2022 – 2025.* Kế hoạch số 193/KH-UBND ngày 13/9/2022.
31. Xuân Thái (2021). *Phát triển logistics để tăng sức cạnh tranh ở Đồng bằng sông Cửu Long,* Tạp chí điện tử VnEconomy, truy cập ngày 24/9/2023.
32. Viện Ngôn ngữ học (2011). *Từ điển Tiếng Việt*. Nxb. Từ điển bách khoa, Hà Nội.
33. Vũ Khuê (2023). *Sản phẩm địa phương tìm đầu ra qua thương mại điện tử.* Truy cập ngày 19/9/2023 tại https://vneconomy.vn/san-pham-dia-phuong-tim-dau-ra-qua-thuong-mai-dien-tu.htm.

Thông tin tác giả:

1. Mai Trần Hải Đăng, ThS.
- Đơn vị công tác: Trường Chính trị thành phố Cần Thơ
- Địa chỉ email: maitranhaidang.tct@gmail.com

Ngày nhận bài: 25/9/2023
Ngày nhận bản sửa: 20/10/2023
Ngày duyệt đăng: 15/11/2023