

# THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC VÀ SỰ CHUYỂN HÓA CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU TRÁI THANH LONG Ở TIỀN GIANG

Tạ Doãn Cường

**Tóm tắt:** Nghiên cứu này cho thấy, thị trường nhập khẩu trái cây của Trung Quốc đã và đang có vai trò và ảnh hưởng tích cực tới chuỗi cung ứng xuất khẩu trái cây. Tuy nhiên, những hệ quả do sự theo đuổi và lệ thuộc sâu vào thị trường tiêu chuẩn thấp này cũng để lại nhiều vấn đề rất khó thay đổi cho phát triển nông nghiệp ở Tiền Giang nói riêng và đồng bằng sông Cửu Long nói chung. Hiện trạng chuyển hóa trong mạng lưới cung ứng xuất khẩu trái cây cũng là vấn đề đáng lo ngại khi các thương nhân Trung Quốc thiết lập và duy trì vị trí quyền lực trong chuỗi cung ứng dẫn đến hoạt động của chuỗi hiệu quả thấp và thiếu an toàn cho toàn chuỗi cũng như các thực thể khác trong chuỗi.

**Từ khóa:** Chuỗi cung ứng xuất khẩu; Thị trường Trung Quốc; Tiền Giang.

## Giới thiệu

Tiền Giang là vùng trọng điểm sản xuất và xuất khẩu trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long, là nơi người dân có kinh nghiệm và truyền thống gieo trồng, chăm sóc nhiều loại trái cây nổi tiếng. Trái cây của Tiền Giang đã đi tới nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ, kể cả những thị trường cao cấp, khó tính như Hoà Kỳ, Hàn Quốc, Nhật Bản, EU... Mặc dù đã có mặt ở nhiều quốc gia được xem là khó tính, cao cấp nhưng Trung Quốc vẫn là thị trường chính và dễ làm đối với các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất khẩu trái cây tại Tiền Giang. Sự phụ thuộc vào thị trường trái cây của Trung Quốc là có thật và khó thay đổi đối với các doanh nghiệp và người trực tiếp sản xuất trái cây tại các vùng chuyên canh của Đồng bằng sông Cửu Long nói chung và Tiền Giang nói riêng. Có thể nói, hầu hết các biến động từ thị trường nhập khẩu trái cây Trung Quốc thông qua một hoặc một vài yếu tố nào đó, đều đem lại các tác động đa chiều tới sản xuất, xuất khẩu trái cây hiện nay tại Tiền Giang.

Trung Quốc đã và đang thực hiện chặt chẽ hơn các quy định đối với hoạt động nhập khẩu nông, thủy sản trên tuyến biên giới đất liền với Việt Nam thông qua các biện pháp tăng cường giám sát, truy xuất nguồn gốc, quy cách đóng gói, vệ sinh an toàn thực phẩm... Họ cũng chuyển dịch các hình thức xuất nhập khẩu trước đây thành một hình thức duy nhất là xuất nhập khẩu chính ngạch. Tác động từ các chính sách và thực thi chính sách mới của các cơ quan quản lý Trung Quốc đã đem lại bối rối ban đầu cho nhiều doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu trái cây của Việt Nam.

## 1. Khái niệm và phương pháp nghiên cứu

### 1.1. Khái niệm về chuỗi cung ứng

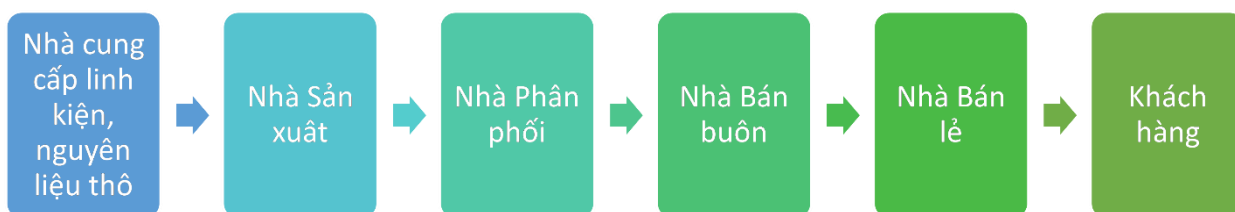
Theo Chopra S. và Meindl P. (2013), chuỗi cung ứng bao gồm tất cả các bên tham gia, trực tiếp hoặc gián tiếp, trong việc đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Chuỗi cung ứng không chỉ bao gồm nhà sản xuất và các nhà cung cấp mà còn là những người vận chuyển, nhà kho, nhà bán lẻ... Trong mỗi tổ chức, chẳng hạn như một nhà sản xuất, chuỗi cung ứng có thể bao gồm tất cả các chức năng không giới hạn như phát triển sản phẩm mới,

tiếp thị, các hoạt động phân phối, tài chính và dịch vụ khách hàng.

Mục tiêu của mọi chuỗi cung ứng phải là tối đa hóa giá trị tổng thể được tạo ra. Một

chuỗi cung ứng điển hình có thể bao gồm nhiều giai đoạn khác nhau và thường có các giai đoạn sau (Hình 1).

HÌNH 1. CÁC GIAI ĐOẠN CỦA CHUỖI CUNG ỨNG



Nguồn: Chopra S. & Meindl P, 2013.

Mỗi giai đoạn trong chuỗi cung ứng được kết nối thông qua các dòng chảy của sản phẩm, thông tin và tiền. Các luồng này thường diễn ra theo cả hai hướng và có thể được quản lý bởi một trong các khâu hoặc một bên trung gian.

### 1.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này dựa trên các kết quả nghiên cứu của đề tài “*Tác động của việc Trung Quốc nhập khẩu trái cây của Việt Nam*” do Viện KHXH vùng Nam bộ và đối tác Nhật Bản tiến hành trong năm 2020. Địa bàn nghiên cứu chính được xác định tại Tiền Giang bao gồm các huyện Cái Bè và Chợ Gạo, được xem là vùng lõi của sản xuất và kinh doanh xuất khẩu các loại trái cây chủ lực ở Tiền Giang là thanh long và xoài.

Nguồn dữ liệu của đề tài bao gồm các dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn như Tổng cục Thống kê, Cục Thống kê Tiền Giang, các báo cáo thường niên, dự án, chuyên đề... liên quan đến lĩnh vực sản xuất, xuất khẩu trái cây của Tiền Giang. Dữ liệu sơ cấp được thu thập từ 20 cuộc phỏng vấn sâu với các đối tượng là hộ sản xuất, các đại diện doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và doanh nghiệp chuyên sản xuất, kinh doanh xuất khẩu trái cây.

## 2. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### 2.1. Vai trò và ảnh hưởng từ thị trường nhập khẩu trái cây của Trung Quốc

*Thị trường nhập khẩu trái cây Trung Quốc đã và đang là thị trường mục tiêu, thị trường chính yếu xuất khẩu trái thanh long của Tiền Giang*

Ngay từ ban đầu, khi người dân Tiền Giang trồng cây thanh long và thương mại hóa sản phẩm này thì thị trường Trung Quốc đã là nơi tiếp nhận một cách dễ dàng nhất với sản lượng và doanh số không có giới hạn với hầu hết các sản phẩm trái thanh long được làm ra ở Tiền Giang. Cho tới trước khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) 2007, việc xác định hay xây dựng chiến lược về thị trường mục tiêu cho trái thanh long của Việt Nam chưa được đặt ra và gần như các yêu cầu đòi hỏi từ thị trường Trung Quốc khi đó trùng hợp với năng lực, trình độ sản xuất nông nghiệp của Việt Nam.

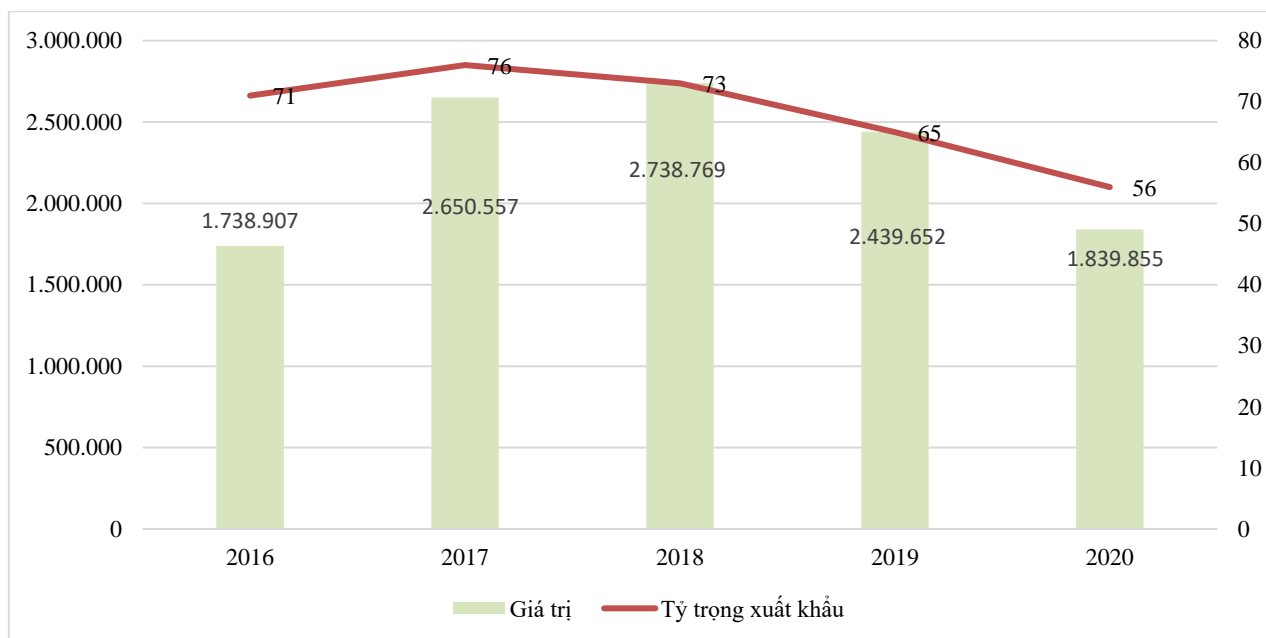
Nhập khẩu theo con đường tiểu ngạch là cách trái thanh long đi vào thị trường Trung Quốc và bằng cách này Việt Nam đã vượt qua nhiều quốc gia khác về sản lượng nhập khẩu thanh long vào Trung Quốc (trong đó có Thái Lan). Thị trường Trung Quốc có nhu cầu cao về số lượng, giá cả thì thấp hơn các thị trường khác và đặc điểm nổi bật nhất khi đó là có nhiều cái không gắn liền thị trường này: không có các yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm

mà chỉ có các yêu cầu về trọng lượng, hình dáng trái và yêu cầu bao bì và đóng thùng; không yêu cầu chiếu xạ; không kiểm dịch; không yêu cầu về tiêu chuẩn sản xuất. Ban đầu, trái thanh long của Việt Nam và Tiền Giang đã có ngay một thị trường mục tiêu cận kề, không cần lựa chọn, với các tiêu chuẩn, hàng rào kỹ thuật gần như bằng không. Việc mua bán cũng rất dễ dàng, chỉ cần đầu mỗi bên Trung Quốc đồng ý là có thể hoàn tất đơn hàng giao ngay tại cửa khẩu phía Việt Nam. Thêm nữa, các thương nhân Trung Quốc cũng đã có mặt tại các vùng nguyên liệu trái cây để xem hàng trực tiếp nên nhiều đơn hàng có thể được hoàn tất ngay tại Việt Nam.

Tới nay, từ sau khi Việt Nam gia nhập WTO, tiêu chuẩn chất lượng về rau quả nhập khẩu vào Trung Quốc đã thay đổi tương đối khắt khe hơn. Tất cả rau quả nhập khẩu vào thị trường này bắt buộc phải kiểm dịch, tuân thủ quy định về các chỉ tiêu an toàn thực phẩm,

quy chế về nhãn mác, luật dán nhãn thực phẩm. Gần đây, phía Trung Quốc cũng liên tiếp gia tăng các tiêu chuẩn về hàng rào kỹ thuật đối với hàng nông sản xuất qua biên giới. Tuy nhiên, từ năm 2016 đến 2020, kim ngạch xuất khẩu rau quả đi thị trường Trung Quốc vẫn đạt từ 56% cho đến 76% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam (Hình 2). Năm 2018, kim ngạch xuất khẩu rau quả đi Trung Quốc có giảm nhưng vẫn đạt hơn 2,7 triệu USD chiếm 73% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam ra thị trường quốc tế. Trong năm 2020, Trung Quốc bị ảnh hưởng sâu rộng bởi Covid 19 nên tỷ trọng, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Trung Quốc xuống mức thấp nhưng vẫn đạt trên 1,8 tỷ USD chiếm 56% kim ngạch xuất khẩu toàn ngành rau quả. Qua đây, có thể thấy thị trường Trung Quốc là thị trường chính yếu đối với xuất khẩu rau quả của Việt Nam.

HÌNH 2. GIÁ TRỊ VÀ TỶ TRỌNG XUẤT KHẨU RAU QUẢ VIỆT NAM SANG TRUNG QUỐC 2016-2020 (1.000 USD và %)



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu xuất khẩu của Tổng cục Thống kê 2016-2020.

Xuất khẩu trái thanh long của Tiền Giang cũng không ngoài khuôn mẫu của rau quả của Việt Nam. Theo bản tin thị trường Nông, Lâm,

Thủy sản tháng 10/2020 của Bộ Công Thương Việt Nam, có tới 92,35% thanh long sản xuất tại Việt Nam được xuất khẩu sang Trung

Quốc, kể đến là các quốc gia khác được xem là nhiều tiềm năng với tiêu chuẩn cao như Hoa Kỳ chỉ đạt 2,18%. Hà Lan một đại diện cho EU khu vực mà Việt Nam hoàn tất ký hiệp định Việt Nam - EU (EVFTA) 2019 cũng chỉ

mới có 0,73%. Úc, Nhật Bản cũng là những thị trường được đánh giá có thể làm thay đổi cơ cấu xuất khẩu trái cây của Việt Nam nhưng cũng chỉ đạt 0,35% tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu thanh long của Việt Nam (Bảng 1).

**BẢNG 1. GIÁ TRỊ VÀ TỶ TRỌNG KIM NGẠCH XUẤT KHẨU THANH LONG 10/2020 THEO CÁC THỊ TRƯỜNG (1.000 USD và %)**

Thị Trường	Trung Quốc	Hoa Kỳ	Hồng Kông	Hà Lan	Thái Lan	Canada	Ấn Độ	Úc	Nhật Bản	Singapore	Thị trường khác
Kim ngạch	895,632	21,118	8,925	7,990	6,249	5,337	4,694	3,434	3,189	3,106	11,079
Tỷ lệ %	92,35	2,18	0,92	0,73	0,64	0,55	0,48	0,35	0,33	0,32	1,14

*Nguồn: Bộ Công Thương, 2020.*

Thanh long vẫn là ngành hàng trái cây xuất khẩu rất quan trọng, thúc đẩy gia tăng kim ngạch xuất khẩu trái cây của Việt Nam đi thị trường Trung Quốc, với giá trị kim ngạch hơn 1 tỷ USD trong năm 2020, loại trái cây này chiếm tỷ trọng 65 % kim ngạch xuất khẩu trái cây các loại, vượt trội hơn các loại trái cây khác (Bộ Công Thương, 2020).

*Phát triển chuỗi cung ứng xuất khẩu trái cây Việt Nam và tại Tiền Giang*

Để có được một chuỗi cung ứng xuất khẩu cho một sản phẩm thì sản phẩm đó phải được bán ra khỏi biên giới. Mặc dù những khách hàng đầu tiên của trái thanh long không phải là người Trung Quốc nhưng chính thị trường nhập khẩu trái cây của Trung Quốc giữ vai trò quyết định trong việc hình thành và phát triển đầy đủ chuỗi cung ứng xuất khẩu trái thanh long của Tiền Giang. Sự kết nối thành công với thị trường Trung Quốc là sự thay đổi đột phá cho chuỗi cung ứng trái thanh long phát triển nối dài thành chuỗi cung ứng xuất khẩu thanh long ra quốc tế. Sự vận hành, tương tác trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thanh long đi Trung Quốc là tiền đề cho việc phát triển mở rộng thị trường quốc tế sau này như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản... là những thị trường cao cấp, khó tính cho trái thanh long của Tiền Giang.

*Chuyển đổi sản xuất thanh long từ tiêu dùng nội địa sang sản xuất qui mô lớn với mục tiêu xuất khẩu*

Khoảng những năm 1990, thanh long được người dân các vùng chuyên canh trái cây của Tiền Giang tiếp nhận với các kỹ thuật trồng và chăm sóc giản đơn như sử dụng các trụ gỗ tự tạo hoặc tự khai thác, sau đó, việc trồng thương mại chủ yếu cũng cho tiêu dùng trong nước. Kết nối với thị trường tiêu thụ trái cây Trung Quốc là bước đột phá làm thay đổi ngành hàng thanh long tại Tiền Giang. Hộ dân trồng cây thanh long đã thu lợi từ việc trồng thanh long xuất khẩu đi Trung Quốc và sẵn sàng tự chuyển đổi cây trồng sang trồng cây thanh long cho dù chưa có sự đồng ý của chính quyền địa phương. Diện tích và sản lượng thanh long gia tăng hàng năm và diện tích một số cây trồng khác suy giảm, chẳng hạn như cây lúa. Tại huyện Chợ Gạo, diện tích cây lúa đã suy giảm nhanh chóng từ 15,45 ngàn ha năm 2015 xuống còn khoảng 611 ha trong năm 2020 (Niên giám Thống kê Tiền Giang, 2020, tr.226). Ở huyện Tân Phước, diện tích thanh long lại gia tăng nhanh chóng từ 0ha đến năm 2015 diện tích thanh long lên 275 ha và năm 2020 diện tích này ước tính khoảng 1.000 ha. Đồng thời, huyện cũng hình thành các trang trại và đại trang trại chuyên canh cây thanh

long ruột đỏ, một loại sản phẩm rất được ưa chuộng tại thị trường Trung Quốc.

Mặc dù ẩn chứa nhiều nguy cơ từ việc chuyển đổi mở rộng sản xuất của người dân nhưng chính nhu cầu không có giới hạn từ thị trường Trung Quốc đã cuốn hút làm thay đổi cục diện không có hồi kết đối với sản xuất thanh long hiện nay tại Tiền Giang.

*Thị trường nhập khẩu trái cây Trung Quốc làm cho năng lực sản xuất và xuất khẩu trái cây của Việt Nam khó phát triển*

Trung Quốc là thị trường chính cho trái cây Việt Nam trong nhiều năm vì quốc gia này có nhu cầu lớn về trái cây, thuế suất thấp và quan trọng hơn cả là các yêu cầu về chất lượng và an toàn thực phẩm thấp. Chính sự theo đuổi và lún sâu vào các tiêu chuẩn từ thị trường của Trung Quốc nên năng lực đổi mới, nâng cao kỹ thuật, công nghệ trong sản xuất của nông nghiệp nói chung và ngành trái cây nói riêng của Việt Nam bị cầm chân do không có động lực phát triển. Việc sản xuất gắn với thị trường không cần nhiều tiêu chuẩn, rất dễ dãi nên các doanh nghiệp, hộ nông dân không cần bỏ nhiều chi phí cho đổi mới hay nâng cao kỹ thuật mà chạy theo hướng gia tăng sản lượng, quy mô và khối lượng các yếu tố đầu vào.

Năng lực tuân thủ trong xuất khẩu từ các yêu cầu của các thị trường tiên tiến như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản là thấp, việc nhiều đơn hàng trái cây, thanh long của Việt Nam và Tiền Giang bị hỏng bị trả về cũng thường thấy do kỹ thuật bảo quản của các doanh nghiệp, hợp tác xã tại Tiền Giang còn thấp, thiếu kinh nghiệm và không có đủ chi phí để có được các kỹ thuật và thiết bị tương ứng.

## **2.2. Cơ hội và thách thức đến từ thị trường nhập khẩu trái cây Trung Quốc**

*Cơ hội và thách thức từ sự thay đổi chính sách, quy định của Trung Quốc liên quan đến nhập khẩu nông sản, trái cây Việt Nam*

Vào thời điểm 2018, các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu trái cây của Việt Nam đã đối

mặt và vượt qua việc tăng cường công tác quản lý, truy xuất nguồn gốc đối với trái cây nhập khẩu nói chung của các cơ quan hữu quan Trung Quốc. Khi đó, các doanh nghiệp nhập khẩu trái cây vào Trung Quốc qua cửa khẩu biên giới Việt – Trung phải tiến hành đăng ký mẫu tem nhãn truy xuất nguồn gốc tại cơ quan Hải quan Trung Quốc và dán tem nhãn này trên các sản phẩm/bao bì trái cây nhập khẩu.

Giai đoạn hiện nay, phía Trung Quốc cũng đã ra nhiều thông báo về quy định mới liên quan đến nhập khẩu nông sản, trái cây vào Trung Quốc có hiệu lực vào đầu năm 2022. Đặc biệt các Lệnh số 248 về việc ban hành "Quy định về Quản lý đăng ký doanh nghiệp sản xuất thực phẩm nước ngoài nhập khẩu vào Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa và Lệnh số 249 về việc ban hành các "Biện pháp quản lý an toàn thực phẩm xuất nhập khẩu của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa" của Hải quan Trung Quốc có hiệu lực từ ngày 01/01/2022.

Đây là một trong những thách thức mà mà các doanh nghiệp của Việt Nam luôn phải đối mặt khi theo đuổi thị trường Trung Quốc. Đây cũng không phải là lần đầu và chắc chắn cũng chưa phải là lần cuối trong thay đổi cách thức quản lý của phía bạn. Chiến lược tăng cường quản lý chất lượng nhập khẩu hàng hoá nông sản là cách để chính quyền Trung Quốc kỳ vọng cải thiện sức khoẻ cho người dân. thị trường Trung Quốc không còn dễ làm như trước nhưng vẫn là thị trường dễ làm nhất đối với nông sản, trái cây của Việt Nam .

Tuy nhiên, việc thường xuyên thay đổi các chính sách quản lý liên quan đến nhập khẩu nông sản, trái cây của Trung Quốc cũng không phải là bất lợi riêng đối với hàng nông sản, trái cây của Việt Nam. Trái thanh long của Việt Nam tại thị trường Trung Quốc đang có ưu thế, các quốc gia phía sau khác như Indonesia, Philippines, Campuchia ...giờ đây phải làm cùng lúc hai việc vừa theo đuổi Việt Nam đồng thời cũng phải vượt qua những rào cản phức tạp mới của thị trường Trung Quốc. Đây

chỉ là một lợi thế nhỏ nhưng hướng nâng cao các năng lực sản xuất, năng lực xuất khẩu của các doanh nghiệp trong kinh doanh xuất khẩu trái thanh long cũng là hướng Việt Nam đang nỗ lực cải thiện để tiếp cận và thâm nhập các thị trường cao cấp, tiên tiến hơn. Một động lực khách quan với hai kết quả rất ý nghĩa đối với xuất khẩu trái thanh long Việt Nam.

### *Thách thức từ thanh long nội địa Trung Quốc*

Không chỉ riêng Việt Nam, hầu hết các quốc gia khác đều e ngại khi Trung Quốc trực

tiếp làm ra các sản phẩm dịch vụ trùng lặp với họ. Thanh long nội địa của Trung Quốc có chung thị trường tiêu thụ với thanh long Việt Nam, là đối thủ cạnh tranh lớn nhất, có ưu thế toàn diện đối với thanh long của Việt Nam hiện nay và trong những năm tới.

Ngôi vị số một của thanh long Việt Nam đã và đang bị đe dọa và đây mới là những khởi đầu cho những khó khăn hơn nữa vì sớm muộn Trung Quốc sẽ có thêm các bảo hộ cho sản xuất thanh long nội địa.

## KHUNG 1. HIỆN TRẠNG CÂY THANH LONG NỘI ĐỊA TRUNG QUỐC

Trung Quốc chỉ có 3.400 ha trồng thanh long vào năm 2011. Năm 2018, tổng diện tích đã tăng đáng kể lên 40.000 ha. Năm 2019, tổng diện tích đã mở rộng lên 50.000 ha, xếp sau Việt Nam hiện là nước sản xuất hàng đầu thế giới với tổng diện tích 55.000 ha.

Thanh long ở Trung Quốc chủ yếu được trồng ở các tỉnh Quảng Tây, Quảng Đông, Vân Nam, Quý Châu và Hải Nam. Có khoảng 20.000 ha (hơn 40% tổng diện tích của Trung Quốc) trồng thanh long ở tỉnh Quảng Tây, một tỉnh ở Tây Nam Trung Quốc, ngay phía trên Việt Nam.

*Nguồn: Tổng hợp theo Large scale dragonfruit production in China's Guangxi Province, Yacob Ahmad, <https://www.itfnet.org/v1/2019/12/feature-large-scale-dragonfruit-production-in-chinas-guangxi-province/>, ngày 5 tháng 12 năm 2019.*

Theo ước tính từ Bộ Công Thương thì vào tháng 9 năm 2020, diện tích thanh long của Trung Quốc đã lên khoảng 53.000 đến 67.000 ha, vượt xa 50.000 ha của Việt Nam. Các trang trại thanh long của Trung Quốc cũng thực hiện các kỹ thuật sản xuất hiện đại bao gồm cả những kỹ thuật rất phổ biến của người trồng thanh long Việt Nam. Giá trị kim ngạch nhập khẩu thanh long từ Việt Nam tại Trung Quốc năm 2020 giảm 33% so với cùng kỳ năm trước. Mặc dù Việt Nam vẫn đang chiếm phần lớn thị trường thanh long Trung Quốc, tuy nhiên, thị phần này dự kiến sẽ giảm rất nhanh trong vài năm tới. Không những thế, trái thanh long của Việt Nam sẽ tiếp tục phải đối mặt với thách thức về chi phí và giá bán từ thanh long nội địa Trung Quốc (Bộ Công Thương, 2020).

*Thương nhân Trung Quốc và phương thức tiếp cận, tồn tại trong chuỗi sản xuất, xuất khẩu trái cây, thanh long của Việt Nam*

Tác động đến từ thị trường Trung Quốc được xem là các tác động bên ngoài chuỗi sản xuất, xuất khẩu hay là các tác động bên ngoài lãnh thổ Việt Nam. Sự hiện diện rất phổ biến của thương nhân Trung Quốc đi kèm với nhiều thực thể kinh tế, với quyền lực bên trong các chuỗi tại vùng nguyên liệu trái cây của Việt Nam được xem là các tác động từ bên trong liên quan đến thị trường nhập khẩu trái cây của Trung Quốc.

Thương nhân Trung Quốc sang Việt Nam theo sự hấp dẫn duy nhất là lợi nhuận có từ ngành hàng thanh long, họ không quan tâm các vấn đề hay lĩnh vực khác ngoài chuỗi giá trị của ngành hàng xuất khẩu thanh long. Trong nhiều năm, họ tập trung thiết lập, duy trì kiểm soát mạng lưới thu mua, phân phối thanh long tại các vùng nguyên liệu với mục tiêu duy nhất là lợi nhuận có từ các đơn hàng xuất về Trung Quốc. Giá trị và sản lượng là những chỉ

số đáng quan tâm hơn cả trong khi năng lực và hiệu quả sản xuất của nông dân, của cả chuỗi ngành hàng thì không được quan tâm. Khai thác tối đa, không bền vững năng lực sản xuất của các vùng nguyên liệu trái cây là cách hành xử của các thương nhân Trung Quốc. Tiêu chuẩn chất lượng của trái cây xuất đi Trung Quốc trước đây gần như không có nên năng lực sản xuất trong nông nghiệp nói chung, sản xuất trái thanh long nói riêng không được quan tâm, cải tiến nâng cao. Sản xuất thanh long tại Tiền Giang cũng vì thế chỉ theo đuổi mục tiêu sản lượng và quy mô sản xuất. Gia tăng các yếu tố đầu vào là cách làm dễ dàng để có được sản lượng cao theo yêu cầu từ thị trường trái cây Trung Quốc.

Về phương thức tiếp cận và tồn tại của các thương nhân Trung Quốc trong các chuỗi trái cây xuất khẩu của Việt Nam được ghi nhận như sau: Đầu tiên, họ chỉ là các thương nhân hoạt động đơn lẻ, qua lại tại cửa khẩu biên giới Việt - Trung, thu mua trái cây nhỏ lẻ, và môi giới các đơn hàng với thương nhân, doanh nghiệp nhập khẩu trái cây bên kia biên giới. Họ cũng

thực hiện các dịch vụ thông quan, chuyển tiền và kết thúc các đơn hàng hàng xuất qua cửa khẩu đường bộ trong ngày (Hình 3).

Trước khi các quy định nhập cảnh của Việt Nam nói rộng cho người Trung Quốc thì đã có các thương nhân Trung Quốc đi tới các vùng nguyên liệu trái cây đặc sản của các tỉnh phía Bắc như vải thiều hay nhãn lồng. Việc thu mua được tiến hành với sự hỗ trợ, chỉ dẫn của một số thương lái trung gian Việt Nam. Tiếp theo là họ hợp tác chính thức hoặc phi chính thức với cá nhân, doanh nghiệp địa phương vùng nguyên liệu để thu mua, đóng gói xuất hàng trở về Trung Quốc. Họ cũng vào sâu hơn tới các tỉnh phía Nam của Việt Nam trực tiếp thu mua, đóng gói, thuê mướn vận chuyển, xuất trở lại Trung Quốc. Trước khi kiểm soát hầu hết mạng lưới thu mua, phân phối trái cây tại các vùng nguyên liệu thanh long, các thương nhân Trung Quốc cũng từng có thời gian phải thuê mướn doanh nghiệp, cá nhân người Việt đứng tên mặt bằng kho bãi, dây truyền đóng gói... để tiến hành kinh doanh tại các vùng nguyên liệu.

### HÌNH 3. PHƯƠNG THỨC TIẾP CẬN VÀ TỒN TẠI TRONG CHUỖI XUẤT KHẨU THANH LONG CỦA CÁC THƯƠNG NHÂN TRUNG QUỐC



*Nguồn: Tác giả tổng hợp.*

Trong các giao dịch với đối tác, các thương nhân Trung Quốc rất ít khi sử dụng hợp đồng. Trong thu mua thanh long thì hiện nay họ cũng không trực tiếp thu mua. Các vệ tinh, trung gian của Việt Nam làm việc này và họ giao dịch với các nông dân cũng không có hợp đồng pháp lý. Mua bán trao ngay là cách rất phổ biến, tiền bán thanh long sẽ được trả ngay sau khi số lượng thanh long được nhân viên

xác nhận tại các trạm thu mua nằm rải khắp các vùng nguyên liệu.

Thông tin, diễn biến thị trường trái cây của Trung Quốc luôn là lợi thế của các thương nhân Trung Quốc. Tình huống thông tin bất đối xứng giữa thương nhân Trung Quốc và các nhà cung cấp tại Việt Nam luôn được họ duy trì. Các ứng dụng công nghệ và viễn thông hiện nay cho phép họ cung cấp, trao đổi thông

tin, diễn biến thị trường tại các các khu đại siêu thị nông sản, trái cây bên trong lãnh thổ Trung Quốc và đặc biệt thông tin, diễn biến ngay tại các cửa khẩu biên giới Việt - Trung cũng được cập nhật và xử lý rất nhanh, cho phép các cá nhân hay nhóm các thương nhân Trung Quốc tham ra hay rút khỏi thương vụ, mùa vụ thanh long nào đó với sự an toàn cao.

### 2.3. Chuyển hóa trong mạng lưới thu mua, phân phối trái thanh long tại Tiền Giang

*Chuyển hoá về hình thức và cấu trúc chuỗi*

Nhiều năm trở lại đây, hầu hết chuỗi xuất khẩu thanh long tại các tỉnh Bình Thuận, Long An và Tiền Giang đã chuyển hoá với sự

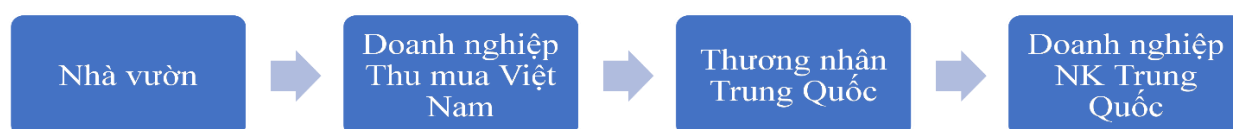
góp mặt của thương nhân Trung Quốc. Về hình thức, độ dài của chuỗi truyền thống đã rút ngắn lại, giữa nhà vườn và doanh nghiệp nhập khẩu Trung Quốc chỉ còn 2 thành viên là các thương nhân Trung Quốc và các doanh nghiệp Việt Nam. Ở nhiều nơi, thương nhân Trung Quốc cũng tiến hành thu mua trực tiếp với nhà vườn tại các trạm thu mua của họ được bố trí ngay tại các vùng nguyên liệu trái cây. Rất khó để kiểm chứng nhưng có nhiều doanh nghiệp trước đây trực tiếp tiến hành thu mua, phân phối thanh long và xuất đi Trung Quốc nhưng nay, dường như họ buông tay làm thuê cho các thương nhân Trung Quốc cho dù tư cách pháp nhân của các doanh nghiệp Việt Nam vẫn tồn tại (Hình 4).

HÌNH 4. CHUYỂN HOÁ VỀ CẤU TRÚC CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU THANH LONG

#### H4A: Chuỗi trái cây xuất khẩu truyền thống tại các vùng nguyên liệu



#### H4B: Chuỗi trái cây xuất khẩu với sự góp mặt của thương nhân Trung Quốc.



*Nguồn: Tác giả tổng hợp.*

Một số doanh nghiệp Việt Nam cho biết, họ cho các thương nhân Trung Quốc thuê lại kho bãi, dây truyền đóng gói ... sau những thất bại của những đơn hàng xuất đi Trung Quốc (PVS doanh nghiệp, 2020). Cạnh tranh với thương nhân Trung Quốc để xuất hàng đi Trung Quốc rất khó khăn, trong nhiều trường hợp các xe hàng của doanh nghiệp Việt Nam bị ách lại tại cửa khẩu nhưng của thương nhân Trung Quốc thì không. Mặc dù lợi nhuận do trực tiếp xuất khẩu rất cao nhưng rất nhiều

doanh nghiệp phải từ bỏ việc kinh doanh trực tiếp cho dù thương hiệu, cơ sở và giấy phép kinh doanh của họ vẫn còn. Các nghĩa vụ pháp lý, kinh tế với cơ quan nhà nước họ vẫn bảo đảm nhưng các phần việc kinh doanh giờ đây không thuộc về họ nữa mà do thương nhân Trung Quốc trực tiếp hoặc gián tiếp quản lý và điều hành.

Có thể nói, hiện trạng sản xuất, kinh doanh xuất khẩu thanh long tại các vùng nguyên liệu phần lớn là do phụ thuộc nhiều vào thị trường

Trung Quốc, hộ nông dân và các doanh nghiệp Việt Nam không chủ động nhiều mặt, đặc biệt là thông tin, diễn biến về thị trường Trung Quốc, những thứ đa phần do các thương nhân Trung Quốc kiểm soát.

Thương nhân Trung Quốc họ đã và đang trực tiếp tham gia chuỗi xuất khẩu trái cây của Việt Nam và họ giữ vị trí an toàn và rất quyền lực trong chuỗi xuất khẩu trái cây hướng đi Trung Quốc. Lý do là:

Đầu tiên phải nói đến sự hấp dẫn ngành hàng trái cây thanh long của Việt Nam. Mặc dù thanh long nội địa của Trung Quốc đã có và ngày càng phát triển về diện tích và sản lượng hơn Việt Nam nhưng lợi nhuận từ nhập khẩu thanh long vẫn còn cao, đặc biệt là vào lúc trái vụ. Đã có thời điểm, giá trái cây nhập khẩu của Trung Quốc bị xem là lạm phát và các thương nhân Trung Quốc cũng được hưởng lợi khi đó.

Tiếp theo là vấn đề quản lý tại Việt Nam, đây có thể xem là nguyên nhân khởi đầu cho nhiều vấn đề tiếp theo. Bằng rất nhiều cách khác nhau, thương nhân Trung Quốc có thể trực tiếp tiến hành thu mua nông sản, trái cây tại Việt Nam mà các nhà quản lý thường không nắm được.

Thông qua các hình thức hợp tác, sở hữu hoặc mượn danh ai đó đứng tên pháp nhân doanh nghiệp, mặt bằng, kho bãi, dây truyền ... của người Việt Nam, các thương nhân Trung Quốc dễ dàng trực tiếp hoặc gián tiếp điều hành quản lý kinh doanh ngay tại các vùng nguyên liệu nông sản, trái cây tại Việt Nam.

Thông tin và diễn biến của thị trường trái cây Trung Quốc vẫn là lợi thế của các thương nhân Trung Quốc khi sang làm ăn tại Việt Nam. Hiện nay, Bộ Công thương, Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn cũng đã ra các bản tin về thị trường liên quan đến vấn đề xuất khẩu đi thị trường Trung Quốc, các chuyên đề, tài liệu hướng dẫn... cũng được phổ biến và cập nhật nhưng cũng không đủ và chưa khắc

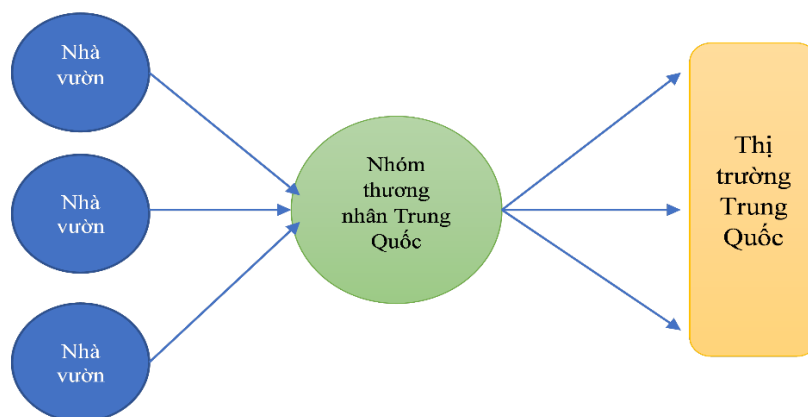
phục được tình trạng bất đối xứng về thông tin giữa thương nhân Trung Quốc và đối tác Việt Nam.

*Chuyển hoá về sở hữu và quyền lực trung tâm*

Mặc dù rất khó để đánh giá về tình trạng sở hữu và cơ cấu quyền lực giữa thương nhân Trung Quốc với các đối tác tại vùng nguyên liệu trái cây của Việt Nam nhưng những dấu hiệu ghi nhận được tại Tiền Giang cho thấy quyền lực của thương nhân Trung Quốc đã và đang tồn tại ở vùng chuyên canh xuất khẩu thanh long của Tiền Giang. Các doanh nghiệp của Tiền Giang đang tham gia kinh doanh xuất khẩu thanh long hầu hết đều tập trung vào thị trường Trung Quốc và trên thực tế sự hiện diện của thương nhân Trung Quốc đã rất phổ biến trong các hoạt động kinh doanh thường ngày của các doanh nghiệp này. Cơ sở vật chất của một số doanh nghiệp như mặt bằng kho bãi và dây truyền tuyển chọn, đóng gói... vẫn do người Việt đứng tên nhưng về sở hữu thì có thể không. Kho đông lạnh là phương tiện quan trọng giúp cho doanh nghiệp thu mua bảo quản, lưu trữ và đầu cơ thanh long khi mua vào ở mức giá thấp. Một số trường hợp doanh nghiệp mới thành lập được cho là do người Trung Quốc điều hành cũng dễ nhận biết như chủ doanh nghiệp Việt Nam còn trẻ, không phải là người địa phương và đi kèm là kho đông lạnh luôn được đầu tư mới, đây là khoản đầu tư không nhỏ cho một doanh nghiệp khởi nghiệp.

Cũng như ở nhiều nơi khác, một đặc điểm của mạng lưới thu mua, phân phối trái cây, thanh long của Tiền Giang là sản xuất thì phân tán nhưng thu mua thì tập trung, tạo nên các nút thắt trong chuỗi sản xuất và cung ứng. Chính những nút thắt này là cơ sở tạo ra quyền lực trung tâm của mạng lưới thu mua, phân phối về các dòng chảy quan trọng như tiền, hành hoá và thông tin. Mỗi doanh nghiệp đều xây dựng cho mình mạng lưới thu mua, phân phối riêng và họ có quyền lực và tầm kiểm soát nhất định (Hình 5).

HÌNH 5. SẢN XUẤT PHÂN TÁN VÀ THU MUA TẬP TRUNG TẠO NÊN NÚT THẮT CHUỖI CUNG ỨNG TRÁI CÂY



*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

Thương nhân Trung Quốc luôn có mặt tại những vị trí này. Tích tụ và kiểm soát thông tin, nguồn hàng là cách họ tạo ra quyền lực trung tâm đối với mạng lưới thu mua, phân phối thanh long của một vùng nguyên liệu. Thông tin từ thị trường Trung Quốc luôn là bí mật, không chia sẻ và là lợi thế của các thương nhân Trung Quốc trong các giao dịch mua bán. Họ cũng thu thập cho mình các thông tin về năng lực sản xuất, chủng loại và chất lượng sản phẩm tại vùng nguyên liệu thông qua việc nghiên cứu kỹ lưỡng. Có thể nói, một thương nhân Trung Quốc có thể nắm rất chính xác sản lượng thanh long hiện nay tại địa bàn họ đang đứng chân và khả năng cung ứng của các doanh nghiệp thu mua vệ tinh của người Việt. Họ cũng rất am hiểu về mùa vụ và các thời điểm thu hoạch của các hộ nông dân, đưa ra các mức giá thu mua rất khác nhau tại các thời điểm thu hoạch để hưởng lợi dễ dàng trong ngày.

Mặc dù có vai trò hạt nhân quyền lực, kiểm soát chi phối các dòng hàng hoá, thông tin và tiền bạc nhưng nhóm thương nhân Trung Quốc quản lý chuỗi cũng không chặt chẽ. Họ chỉ quan tâm duy nhất tới chuỗi giá trị, sinh lợi ngay cho họ. Có thể do sự hiện diện của thương nhân Trung Quốc là phi chính thức, là bất hợp pháp nên họ không thể trực tiếp kiểm soát các vấn đề như chất lượng và giao dịch

giữa các bên tham gia chuỗi. Thương nhân Trung Quốc không trực tiếp thu mua thanh long từ các nông dân và hầu hết họ thông qua các thương nhân địa phương hoặc doanh nghiệp thu mua, xuất khẩu thanh long. Trong hầu hết các giao dịch của chuỗi do thương nhân Trung Quốc điều hành đều không có các hợp đồng pháp lý.

Việc quản lý chất lượng sản phẩm thanh long của nhóm các thương nhân Trung Quốc cũng rất khác nhau, họ có các bộ tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm mang tính cá nhân. Các bộ tiêu chuẩn này dựa trên kinh nghiệm cá nhân, rất ít tính khoa học và không thể giúp cho các hộ nông dân theo đó canh tác nâng cao chất lượng thanh long. Điểm giống nhau của các bộ tiêu chuẩn này là không đòi hỏi nhiều về tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, chất bảo quản, thuốc bảo vệ thực vật... những yếu tố này rất quan trọng cho hồ sơ thông quan tại cửa khẩu biên giới. Có thể nói, hệ thống kiểm soát chất lượng trong chuỗi thanh long hiện nay do người Trung Quốc dẫn dắt là kém hiệu quả, không có các chuyên viên kỹ thuật kết nối với sản xuất và không có tính khoa học. Bằng cách nào đó, họ vẫn có thể đưa các sản phẩm này xuất về Trung Quốc.

Thêm nữa, giữa các thương nhân thu mua Trung Quốc cũng không có sự thống nhất, họ đến từ các tỉnh thành rất khác nhau của Trung

Quốc, các thị trường độc lập của các tỉnh thành đó và theo đuổi các lợi ích của riêng mình, phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt của các thương nhân Trung Quốc khác. Việc thương nhân nào đó tự phá giá thu mua cho đơn hàng cá nhân cũng thường thấy và việc thường xuyên có các nhóm thương nhân đến rồi đi, thuê cơ sở kinh doanh rồi sang qua lại cho các thương nhân Trung Quốc khác cũng không hiếm. Như vậy, có thể thấy, quyền lực trung tâm của chuỗi sản xuất, xuất khẩu thanh long đi thị trường Trung Quốc là do nhóm các thương nhân Trung Quốc kiểm soát, dẫn dắt nhưng nó không tập trung ở một cá nhân nào đó mà bị phân tán bởi nhóm các thương nhân Trung Quốc không đồng nhất. Sự từ bỏ và chuyển hoá trong mạng lưới thu mua, phân phối thanh long giữa các thương nhân Việt Nam và các thương nhân Trung Quốc là sự chuyển hóa phân tán.

### Kết luận

Thứ nhất, những thay đổi trong quản lý, chính sách của Trung Quốc trong thương mại biên giới liên quan đến nông sản xuất khẩu của Việt Nam chỉ là ngắn hạn, các doanh nghiệp Việt Nam thông thường có thể thích ứng được. Nhưng những ảnh hưởng từ thị trường tiêu thụ trái cây của Trung Quốc tác động lâu dài đến trình độ và năng lực sản xuất trong nông nghiệp của Việt Nam. Việt Nam sẽ không có cơ hội thay đổi năng lực sản xuất khi quá gắn bó và phụ thuộc vào một thị trường tiêu thụ lớn với nhiều tiêu chuẩn thấp, không đòi hỏi đầu tư công nghệ mới như vậy. Năng lực sản xuất và xuất khẩu thanh long của Việt Nam và Tiền Giang khó phát triển bởi trong một thời gian dài chúng ta theo đuổi rồi lún sâu vào thị trường Trung Quốc, bị dẫn dắt bởi một thị trường dễ dãi với các tiêu chuẩn chất lượng thấp hơn các quốc gia tiên tiến.

### Tài liệu tham khảo

1. Bộ Công Thương Việt Nam, 2020. *Bản tin thị trường Nông, Lâm, Thủy sản tháng 10/2020*.

Thứ hai, các tác động và ảnh hưởng đến từ thị trường tiêu thụ trái cây của Trung Quốc được nhìn nhận theo các chiều khác nhau. Trong khi các tác động ngắn hạn, trực tiếp, gián tiếp từ thị trường tiêu thụ trái cây của Trung Quốc là những tác động có gốc từ bên ngoài, làm thay đổi sản lượng và kim ngạch xuất khẩu trái cây của Việt Nam thì các thương nhân Trung Quốc được xem yếu tố từ bên trong chuỗi sản xuất. Tác nhân này làm chuyển hóa, thay đổi cấu trúc và tính chất của chuỗi sản xuất, xuất khẩu trái cây, thanh long tại Tiền Giang.

Thứ ba, việc liên tiếp thay đổi, nâng cao các tiêu chuẩn nhập khẩu trái cây của Trung Quốc thời gian vừa qua có thể đem tới bồi rồi ban đầu nhưng đây cũng là cơ hội để Việt Nam gia tăng khoảng cách đối với các đối thủ cạnh tranh tới sau như Campuchia, Indonesia hay Philippines đồng thời sản phẩm thanh long mới sẽ có cơ hội tiếp cận tốt hơn các thị trường cao cấp như Nhật Bản, Hoa Kỳ, EU..., cơ hội để Việt Nam thực hiện chiến lược với mục tiêu kép về chất lượng và thị trường mục tiêu cao cấp, giá trị hơn trong tương lai cho trái thanh long.

Thứ tư, cấu trúc chuỗi xuất khẩu thanh long có thể được đánh giá là không hiệu quả: phân tán trong sản xuất, tập trung trong thu mua với sự hiện diện của các thương nhân Trung Quốc và những nút thắt do họ tạo lập và duy trì. Chuỗi thanh long đem lại lợi ích nhiều hơn cho các thương nhân Trung Quốc và sự kém an toàn cho các bên phía Việt Nam. Doanh nhân và nông dân Việt Nam rất ít cơ hội nâng cao thu nhập bền vững và đang sản xuất, làm thuê cho thương nhân Trung Quốc ngay tại quê hương mình.

2. Chopra S. and Meindl P, 2013. *Supply chain management: strategy, planning, and operation*, Pearson, Boston, USA.
3. Cục Thống kê Tiền Giang, 2020. Niên giám Thống kê Tiền Giang 2020.
4. F.Robert Jacobs, Richard B.Chase (2, 15), *Quản trị vận hành & Chuỗi cung ứng*. Nxb Kinh tế TP.HCM.
5. Viện KHXH vùng Nam bộ, E.R.I. for A. Japan, 2020. *Tác động của việc Trung Quốc gia tăng nhập khẩu trái cây của Việt Nam*. Báo cáo Điều tra 2020, TP.HCM, Việt Nam.

---

**Thông tin tác giả:**

**1. Tạ Doãn Cường**, ThS, NCS.

- Đơn vị công tác: Viện KHXH Vùng Nam Bộ.

- Địa chỉ email: cuongdoanta@yahoo.com.vn

Ngày nhận bài: 29/4/2022

Ngày nhận bản sửa: 12/9/2022

Ngày duyệt đăng: 22/10/2022