

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ**

**NGUYỄN HỮU TÂM**

**CHIẾN LƯỢC NÂNG CẤP CHUỖI GIÁ TRỊ  
NGÀNH HÀNG CA CAO Ở TỈNH BẾN TRE**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

**Chuyên ngành: Kinh tế nông nghiệp**

**Mã số ngành: 62 62 01 15**

**Cần Thơ, 10-2016**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ**

**NGUYỄN HỮU TÂM**

**CHIẾN LƯỢC NÂNG CẤP CHUỖI GIÁ TRỊ  
NGÀNH HÀNG CA CAO Ở TỈNH BẾN TRE**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

**Chuyên ngành: Kinh tế nông nghiệp**

**Mã số ngành: 62 62 01 15**

**CÁN BỘ HƯỚNG DẪN**

**PGS.TS. LƯU THANH ĐỨC HẢI**

**Cần Thơ, 10-2016**

## LỜI CẢM TẠ

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới tất cả thành viên trong gia đình, Thầy, Cô, bạn bè, Anh, Chị, Em trong các sở ban ngành tỉnh Bến Tre, tất cả các đáp viên, các chuyên gia trong lĩnh vực cao. Tôi xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn, chỉ dạy và giúp đỡ tận tình của PGS.TS Lưu Thanh Đức Hải. Thầy đã hướng dẫn, chỉ dạy và định hướng đầy đủ, chi tiết cho tôi hoàn thành luận án. Chính thầy đã giúp tôi vượt qua những bước ngoặt, giai đoạn khó khăn về kiến thức để đi đúng hướng và hoàn thành luận án này. Tôi xin cảm ơn tất cả quý thầy, cô Trường Đại học Cần Thơ đã cung cấp kiến thức quý giá trong suốt thời gian tôi học tại trường. Đặc biệt, tôi xin chân thành cảm ơn PGS. TS Võ Thị Thanh Lộc, PGS. TS Nguyễn Phú Sơn và quý Thầy, Cô Khoa Kinh tế đã giúp tôi có đủ kiến thức quan trọng để hoàn thành luận án.

Tôi cũng xin cảm ơn dự án AGROPOP (Đan Mạch) đã giúp tôi tạo dựng mối quan hệ với các sở ban ngành tỉnh Bến Tre nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc thu thập số liệu. Tôi đặc biệt cảm ơn Giáo sư Henrik Hansen, Giáo sư Niels Fold, PGS.TS Mai Văn Nam, PGS.TS Võ Thành Danh, PGS.TS Phạm Lê Thông, PGS.TS Trương Đông Lộc đã chỉ dẫn, góp ý cho quá trình học và làm luận án này.

Những nông hộ sản xuất cao cao tại tỉnh Bến Tre, người thu gom-sơ chế, công ty, cơ sở sản xuất, người bán lẻ, các chuyên gia là những người quan trọng nhất, đóng góp thiết thực nhất vào kết quả của luận án. Xin gửi lời cảm ơn chân thành đến tất cả nông hộ, người thu gom-sơ chế, lãnh đạo công ty, cơ sở sản xuất, người bán lẻ, các chuyên gia đã nhiệt tình cung cấp thông tin quý giá cho tôi hoàn thành luận án. Cảm ơn chính quyền địa phương các cấp của tỉnh Bến Tre đã có những tư vấn cần thiết giúp tôi hoàn thành luận án này. Cảm ơn anh Phan Văn Khổng – Giám Đốc Trung tâm khuyến nông khuyến ngư tỉnh Bến Tre, anh Đỗ Văn Công – Trưởng phòng kỹ thuật, sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Bến Tre, các Anh, Chị là khuyến nông viên, chuyên viên ở các xã của tỉnh Bến Tre đã cung cấp tài liệu, đóng góp ý kiến, chia sẻ kinh nghiệm quý báu giúp tôi hoàn thành luận án.

Cuối cùng tôi xin cảm ơn tất cả những người bạn đã chia sẻ kinh nghiệm, đóng góp ý kiến quý giá trong khi tôi làm luận án.

Cần Thơ, ngày .... tháng .... năm 2016

**Người thực hiện**

**Nguyễn Hữu Tâm**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận án này được hoàn thành dựa trên các kết quả nghiên cứu của tôi và các kết quả nghiên cứu này chưa được dùng cho bất cứ luận án cùng cấp nào khác.

*Cần Thơ, ngày tháng năm 2016*

**Người thực hiện**

**Nguyễn Hữu Tâm**

## TÓM TẮT

Đề tài chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị ngành hàng ca cao ở tỉnh Bến Tre được thực hiện với mục tiêu là đề xuất các chiến lược, giải pháp chiến lược và các hoạt động nhằm nâng cao lợi nhuận và thu nhập cho các tác nhân tham gia trong chuỗi. Để có cơ sở đề ra các chiến lược, giải pháp chiến lược và các hoạt động tác giả đã tiến hành phân tích tình hình sản xuất và thị trường ca cao trong và ngoài nước, phân tích hiệu quả sản xuất ca cao, phân tích chuỗi giá trị ngành hàng ca cao tỉnh Bến Tre, và khảo sát ý kiến của các chuyên gia trong lĩnh vực này.

Số liệu sử dụng trong luận án được thực hiện thông qua cuộc khảo sát 367 tác nhân tham gia chuỗi giá trị bao gồm nông hộ trồng ca cao, điểm thu gom – sơ chế, công ty thu mua hạt, công ty xuất khẩu, công ty chế biến xuất khẩu, cơ sở sản xuất bánh kẹo, điểm bán lẻ hay siêu thị, và các chuyên gia trong lĩnh vực này tại 4 huyện Châu Thành, Mỏ cày Nam, Mỏ cày Bắc, Giồng Trôm của tỉnh Bến Tre. Đây là 4 huyện có diện tích ca cao chiếm gần 90% diện tích ca cao toàn tỉnh và sản lượng chiếm hơn 94% sản lượng ca cao của toàn tỉnh.

Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở sử dụng phương pháp thống kê mô tả, phương pháp phân tích bao dữ liệu (DEA), phương pháp phân tích hồi qui tuyến tính, phương pháp phân tích chuỗi giá trị dựa vào cách tiếp cận chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2001), đặc biệt tác giả tập trung vào việc vận dụng lý thuyết “Liên kết chuỗi giá trị - ValueLinks” của Eschborn GTZ (2007) và “Thị trường cho người nghèo – công cụ phân tích chuỗi giá trị” M4P (2007). Kết quả nghiên cứu chính của luận án cho thấy:

Tính đến cuối năm 2013 diện tích ca cao của thế giới khoảng 10 triệu hecta với sản lượng khoảng 4,59 triệu tấn hạt, diện tích ca cao của Việt nam khoảng 22.110 hecta với sản lượng khoảng 2.890 tấn hạt, diện tích ca cao của tỉnh Bến Tre là 5.211 ha và sản lượng ca cao thu hoạch năm 2013 là 20.631 tấn trái tương ứng với 1.875.545 tấn hạt. Diện tích trồng ca cao của tỉnh Bến tre tăng liên tục từ năm 2010 đến năm 2012 nhưng từ giữa 2012 đến giữa năm 2013 diện tích ca cao giảm gần phân nửa do giá cả xuống thấp, trong khi giá cây trồng xen khác như bưởi da xanh, chanh tăng cao, thêm vào đó tình hình sâu bệnh gia tăng và giống hiện trồng có dấu hiệu không kháng được sâu bệnh dẫn đến nông hộ đốn bỏ cây ca cao để trồng xen cây khác.

Chuỗi giá trị của ngành hàng ca cao tỉnh Bến tre có 5 kênh phân phối trong đó có 3 kênh xuất khẩu và 2 kênh nội địa. Kênh xuất khẩu chủ yếu là xuất khẩu hạt (chiếm 89,28%). Đối với kênh tiêu dùng nội địa, ca cao hầu như được dùng để sản xuất bơ socola, socola, bột socola là nguyên liệu đầu vào

cho ngành hàng bánh kẹo. Qua phân tích cho thấy kênh nội địa mang lại giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần nhiều hơn gấp đôi so với kênh xuất khẩu. Phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong chuỗi hiện theo hướng có lợi cho công ty xuất khẩu, công ty chế biến và xuất khẩu. Tuy nhiên, vẫn có những điểm để cải thiện hiện trạng phân phối lợi nhuận này giữa các tác nhân theo hướng gia tăng lợi nhuận cho toàn chuỗi.

Qua phân tích tình hình sản xuất và thị trường ca cao trong và ngoài nước, phân tích hiệu quả sản xuất ca cao, phân tích chuỗi giá trị hiện tại, phân tích SWOT toàn ngành hàng ca cao, bốn chiến lược nâng cấp chuỗi được đề xuất là (i) chiến lược cắt giảm chi phí, (ii) chiến lược nâng cao chất lượng, (iii) chiến lược đầu tư công nghệ (iv) chiến lược tổ chức lại hệ thống phân phối. Bên cạnh đó, chín giải pháp chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị ngành hàng ca cao ở tỉnh Bến tre cũng được đề xuất thuộc bốn chiến lược trên, bao gồm: (i) Duy trì, mở rộng diện tích, qui mô trồng ca cao nhằm tận dụng lợi thế về qui mô; (ii) Thay đổi tập quán canh tác, giảm các yếu tố nhập lượng (iii) tăng cường áp dụng kỹ thuật sản xuất mới để tăng năng suất và giảm chi phí sản xuất; (iv) tăng cường liên kết giữa nông dân với nhau để giảm chi phí đầu vào; (v) nâng cao chất lượng ca cao thông qua việc trồng theo các tiêu chuẩn; (vi) xây dựng liên kết ngang giữa các điểm thu gom - sơ chế, liên kết dọc giữa các công ty với điểm thu - gom sơ chế nhằm nâng cao chất lượng; (vii) tận dụng sự hỗ trợ của địa phương và công ty để đầu tư công nghệ, nâng cao năng lực sơ chế; (viii) lai tạo các loại giống thích ứng với xâm nhập mặn, chống chịu sâu bệnh; (ix) tổ chức lại hệ thống phân phối.

Luận án cũng đề xuất mười tám hoạt động nhằm thực hiện chín giải pháp chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị ngành hàng ca cao ở tỉnh Bến tre là: (i) rà soát và xây dựng lại chương trình phát triển ca cao của tỉnh, (ii) củng cố vai trò của hội nông dân, câu lạc bộ ca cao, (iii) tổ chức các lớp tập huấn, (iv) tham quan học hỏi, (v) lựa chọn địa bàn canh tác, (vi) giảm các yếu tố đầu vào trong sản xuất, (vii) tập huấn kỹ thuật sản xuất mới (viii) tận dụng vỏ ca cao để sản xuất phân hữu cơ, (ix) cắt giảm chi phí mua vật tư, (x) khuyến khích nông hộ trồng ca cao theo tiêu chuẩn UTZ, hữu cơ, (xi) tạo sự khác biệt giữa ca cao có áp dụng tiêu chuẩn và ca cao không áp dụng tiêu chuẩn, (xii) liên kết các điểm thu gom – sơ chế với nhau, (xiii) kiểm tra chất lượng ca cao (xiv) cải tiến công nghệ trồng trọt để tăng sản lượng và bảo đảm chất lượng ca cao, (xv) cải tiến công nghệ trong khâu sơ chế, (xvi) nâng cấp công nghệ chế biến để đa dạng hóa và phát triển sản phẩm mới, (xvii) lai tạo giống, (xviii) tổ chức lại hệ thống phân phối

Từ khóa: chuỗi giá trị, ca cao, chiến lược nâng cấp, Bến tre

## ABSTRACT

The study is conducted to analyze the production and marketing of cocoa in domestic and export markets in Ben Tre province, and hence, to propose strategic solutions in order to enhance profitability and income of various actors in the cocoa value chain.

The research data was collected from 367 actors involved in the value chain including cocoa farmers, collectors and primary processors, cocoa bean procurement companies, export companies, the processing and exporting company, confectionery manufacturing plants, retailers and experts related in this field. The survey was conducted in four districts in Ben Tre Province including Chau Thanh, Mo Cay Bac, Mo Cay Nam and Giong Trom. These four districts are core of cocoa production in Ben Tre, accounting for nearly 90% cocoa area and more than 94% cocoa production of the province.

The descriptive statistics, data envelopment analysis, linear regression analysis, value chain analysis method based on the theory of value chain approach of Kaplinsky and Morris (2001), the application of theory ValueLinks of Eschborn GTZ (2007) and "market for the poor - a tool to analyze the value chain" M4P (2007) were used in the dissertation. The main findings of the thesis showed that:

As of late 2013, the area of cocoa in the world was about 10 million hectares with approximately 4,59 million tonnes of cocoa bean. The cocoa area in Vietnam was about 22,110 hectares with the production of about 2,890 tons of cocoa bean. The cocoa area in Ben Tre province was 5,211 hectares and the production was 20,631 tonnes of pod in 2013 (1,876 tons cocoa bean). The Cocoa area in Ben Tre province continuously increased from 2010 to 2012. However, from mid-2012 to mid-2013, the cocoa area fell down by nearly half due to low prices, while prices of other crops such as green pomelos, lemon increased. Furthermore, cocoa plants were seriously attacked by pest incidence while varieties were unlikely to be pest-resistant. These led the farmers to cut down cocoa and shift to other plants.

There are five marketing channels in the value chain of cocoa industry in Ben Tre province including 3 channels for export and 2 channels for domestic consumption. The export channels account for 89,28% of production. Cocoa is used to mainly produce butter, power and chocolate bar in the domestic channel. It is estimated that the value added and net value added from the domestic channels are as much as double of those from the rest channels. Income distribution is in favor of export companies, exporting and

processing companies. However, there is a room for improvement of this income distribution by increasing net value added of the whole chain.

From findings of the study, there are four strategies that are proposed to upgrade the value chain of cocoa industry including (i) cost-cutting strategy; (ii) quality - improving strategy; (iii) technology- investing strategy; (iv) distribution system reorganizing - strategy. Besides, there are nine solutions that are proposed from these strategies (i) maintaining, expanding area and scale of the cocoa growing to achieve economies of scale; (ii) Changing farming practices to reduce input use, (iii) strengthening the application of new production techniques to increase productivity and reducing production costs; (iv) promoting collaboration among farmers to reduce input costs; (v) enhancing the quality of cocoa by growing following standards (UTZ, organic ...); (vi) constructing the horizontal linkages between collectors and preliminary processing; the vertical linkages between companies and collectors-preliminary processing aiming to control the quality; (vii) taking full advantage of the support of the local and companies in order to invest in technology that have aimed to improve primary processing capacity; (viii) crossbreeding which adapted to saline intrusion and tolerance management of pests and diseases; (ix) reorganizing of the distribution systems.

From nine solutions, there are eighteen activities which are suggested to upgrade the value chain of the cocoa industry in Ben Tre province as (i) reviewing and reconstructing the development program for cocoa in the province, (ii) enhancing the role of farmer association and cocoa club, (iii) organizing the training courses, (iv) implementing field trips (v) selecting the farming locations (vi) reducing inputs in production, (vii) training new production techniques (viii) making use of cocoa skin to produce organic fertilizers; (ix) cutting the input costs; (x) encouraging farmers to cultivate cocoa according to UTZ or organic standards, (xi) making distinction between cocoa of applying standards and cocoa product which did not apply standards (xii) linking the collector- preliminary processing together; (xiii) inspecting towards the quality of cocoa, (xiv) improving technology to increase crop yields and ensure the quality of cocoa, (xv) improving technology in preliminary-processing of cocoa, (xvi) upgrading the processing technology to diversify and develop new products, (xvii) Crossbreeding; (xviii) reorganizing of the distribution systems.

**Keywords:** cocoa, value chain, upgrading strategy, Ben Tre.

**Title:** Upgrading strategy of cocoa value chain in Ben Tre province



## MỤC LỤC

	Trang
<b>LỜI CẢM TẠ</b> .....	<b>i</b>
<b>LỜI CAM ĐOAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>TÓM TẮT</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>Chương 1: GIỚI THIỆU</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. SỰ CẦN THIẾT NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>3</b>
1.2.1. Mục tiêu chung .....	3
1.2.2. Mục tiêu cụ thể .....	3
<b>1.3 CÂU HỎI NGHIÊN CỨU VÀ GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>3</b>
1.3.1 Câu hỏi nghiên cứu.....	3
1.3.2 Giả thuyết nghiên cứu.....	3
<b>1.4. PHẠM VI NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>4</b>
1.4.1. Phạm vi về không gian .....	4
1.4.2. Phạm vi về thời gian .....	4
1.4.3 Phạm vi về nội dung .....	4
<b>1.5 NỘI DUNG NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>4</b>
<b>Chương 2: TỔNG QUAN TÀI LIỆU</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1. CÁC NGHIÊN CỨU VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP</b> .....	<b>6</b>
2.1.1 Lĩnh vực trồng trọt.....	6
2.1.2 Lĩnh vực chăn nuôi .....	15
2.1.4 Các nghiên cứu về hiệu quả sản xuất và chuỗi giá trị cao .....	19
<b>2.2 TỔNG HỢP CÁC PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ Ý KIẾN THẢO LUẬN</b> .....	<b>23</b>
<b>2.3 KHE HÔNG TRONG NGHIÊN CỨU CHUỖI GIÁ TRỊ</b> .....	<b>25</b>
<b>2.4 TÍNH MỚI CỦA ĐỀ TÀI</b> .....	<b>26</b>
<b>Chương 3: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>28</b>
<b>3.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN</b> .....	<b>28</b>
3.1.1 Lịch sử hình thành chuỗi giá trị.....	28
3.1.2 Khái niệm chuỗi giá trị.....	28
3.1.3 Sơ đồ chuỗi giá trị.....	32

3.1.4 Tác nhân trong chuỗi giá trị.....	32
3.1.5 Người hỗ trợ chuỗi .....	32
3.1.6 Nâng cao chuỗi giá trị.....	32
3.1.7 Kênh phân phối.....	33
3.1.8 Liên kết dọc và liên kết ngang.....	33
3.1.9 Khái niệm về hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối và hiệu quả chi phí...	33
3.1.10 Phân tích kinh tế chuỗi .....	34
3.1.11 Phương pháp thống kê mô tả .....	35
3.1.12 Phân tích rủi ro chuỗi cung ứng.....	37
3.1.13 Phân tích SWOT chuỗi ngành hàng .....	38
3.1.14 Chiến lược nâng cấp chuỗi .....	39
<b>3.2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>41</b>
3.2.1. Phương pháp thu thập số liệu .....	41
3.2.2. Phương pháp phân tích số liệu.....	42
3.2.3 Khung nghiên cứu.....	47
<b>Chương 4: TỔNG QUAN VỀ ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU VÀ TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN CA CAO Ở BẾN TRE .....</b>	<b>48</b>
<b>4.1 TỔNG QUAN VỀ TỈNH BẾN TRE .....</b>	<b>48</b>
4.1.1 Điều kiện tự nhiên và kinh tế xã hội.....	48
4.1.2 Đặc điểm về kinh tế - xã hội tỉnh Bến tre .....	50
<b>4.2 TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN CA CAO TỈNH BẾN TRE .....</b>	<b>52</b>
4.2.1 Nguồn gốc cây ca cao.....	52
4.2.2 Công dụng cây ca cao .....	52
4.2.3 Đặc điểm quả và hạt .....	53
4.2.4 Giống ca cao .....	55
4.2.5 Các vấn đề sâu, bệnh trên cây ca cao .....	56
4.2.6 Các tiêu chuẩn chứng nhận và tiêu chí lựa chọn .....	57
<b>Chương 5: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN .....</b>	<b>62</b>
<b>5.1 TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG CA CAO TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC .....</b>	<b>62</b>
5.1.1 Tình hình sản xuất và thị trường ca cao thế giới .....	62
5.1.2 Tình hình sản xuất và thị trường ca cao Việt Nam.....	65
<b>5.2 THỰC TRẠNG SẢN XUẤT CA CAO VÀ TIÊU THỤ CA CAO Ở TỈNH BẾN TRE.....</b>	<b>66</b>
5.2.1 Thực trạng sản xuất ca cao .....	66