

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN TRUNG TÂM DỪA ĐỒNG GÒ Ở TỈNH VĨNH LONG GIAI ĐOẠN 2026 - 2030 TRONG BỐI CẢNH SAU SÁP NHẬP

● NGUYỄN VĂN ÂY¹

- LÊ THỊ THANH HIẾU² - NGUYỄN THỊ THU AN² - LÊ BỬU MINH QUÂN²

¹Đại học Cần Thơ

²Trường Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ

DOI: <https://doi.org/10.62831/202608007>

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích cơ sở thực tiễn và đề xuất chiến lược phát triển Trung tâm Dừa Đồng Gò (Đơn vị trực thuộc Bộ Công Thương), giai đoạn 2026-2030 trong bối cảnh tái cấu trúc không gian phát triển ngành hàng dừa sau sáp nhập đơn vị hành chính cấp tỉnh của tỉnh Vĩnh Long. Trên cơ sở vận dụng khung phân tích PESTEL, ma trận SWOT và phương pháp nghiên cứu định tính thông qua thảo luận nhóm, phỏng vấn chuyên gia và khảo sát các tác nhân liên quan, nghiên cứu đã xác định 4 chiến lược để phát triển Trung tâm Dừa Đồng Gò. Kết quả nghiên cứu góp phần bổ sung luận cứ khoa học và thực tiễn cho hoạch định chiến lược phát triển Trung tâm theo hướng thích ứng, liên kết vùng và nâng cao giá trị ngành hàng dừa.

Từ khóa: chiến lược phát triển, ngành hàng dừa, Vĩnh Long, Trung tâm Dừa Đồng Gò.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh tái cơ cấu kinh tế vùng và đổi mới mô hình tăng trưởng nông nghiệp, việc phát triển hiệu quả các ngành hàng nông sản chủ lực có ý nghĩa quan trọng đối với kinh tế địa phương và khu vực. Từ ngày 01/7/2025, tỉnh Vĩnh Long mới được hình thành trên cơ sở sáp nhập tỉnh Bến Tre, Trà Vinh và Vĩnh Long, qua đó mở ra không gian phát triển mới về nguồn lực, thị trường và liên kết vùng, đặc biệt đối với ngành hàng dừa. Sau sáp nhập, Vĩnh Long trở thành địa phương có diện tích trồng dừa lớn nhất cả nước, với gần 120 nghìn ha, chiếm hơn 50% diện tích dừa của Việt Nam (Mậu Trường, Hoài Thương, 2025). Đây là điều kiện thuận lợi để tổ chức lại sản xuất, phát triển chế biến sâu, mở rộng xuất khẩu và tăng cường liên

kết với du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp. Tuy nhiên, ngành hàng dừa vẫn đối mặt với nhiều hạn chế như sản xuất phân tán, liên kết chuỗi còn lỏng lẻo, năng lực nghiên cứu - chuyển giao công nghệ còn hạn chế, cùng với tác động ngày càng lớn của biến đổi khí hậu, xâm nhập mặn, sâu bệnh và biến động thị trường.

Trong bối cảnh đó, Trung tâm Dừa Đồng Gò giữ vai trò quan trọng trong hệ sinh thái phát triển ngành hàng dừa, đặc biệt ở các lĩnh vực nghiên cứu giống, chuyển giao tiến bộ kỹ thuật, xây dựng mô hình sản xuất, đào tạo và hỗ trợ các tác nhân tham gia chuỗi giá trị. Trên thực tế, Trung tâm đã có những đóng góp đáng kể cho ngành hàng dừa thông qua việc khai thác quỹ gen, chọn tạo giống mới, xây dựng các quy trình kỹ thuật, tổ chức tập huấn và cung ứng giống phục vụ

sản xuất. Tuy nhiên, khi bối cảnh phát triển của ngành hàng dừa đã thay đổi mạnh mẽ sau sáp nhập, cùng với yêu cầu ngày càng cao về chất lượng giống, tiêu chuẩn sản xuất, năng lực liên kết thị trường và thích ứng với biến đổi khí hậu,... cần đánh giá lại thực trạng và xây dựng chiến lược để phát triển Trung tâm trong giai đoạn 2026-2030.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng mô hình PESTEL để phân tích các yếu tố của môi trường vĩ mô, qua đó nhận diện những cơ hội và thách thức đối với Trung tâm Dừa Đồng Gò. Đồng thời, phương pháp phân tích định tính được sử dụng nhằm xác định các điểm mạnh và điểm yếu nội tại của Trung tâm trên cơ sở dữ liệu khảo sát 103 tác nhân trong chuỗi ngành hàng dừa (75 hộ trồng dừa, 11 nhà cung cấp đầu vào, 6 thương lái, 11 cơ sở chế biến), 4 cuộc thảo luận nhóm và phỏng vấn sâu 6 chuyên gia ngành hàng dừa tại các tỉnh sau sáp nhập là Đồng Tháp và Vĩnh Long. Từ các kết quả này, ma trận SWOT được vận dụng để đề xuất các nhóm chiến lược phát triển phù hợp cho Trung tâm Dừa Đồng Gò.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Khái quát Trung tâm Dừa Đồng Gò

Cơ sở pháp lý: Trung tâm Dừa Đồng Gò được thành lập lần đầu vào năm 1993 theo Quyết định số 1732/CNn-TCLĐ của Bộ Công nghiệp ngày 17/12/1993, tọa lạc tại Ấp 1, xã Lương Hòa, tỉnh Vĩnh Long. Sau nhiều lần đổi tên và đơn vị chủ quản, đến nay Trung tâm Dừa Đồng Gò thuộc Viện Nghiên cứu Dầu và Cây có dầu, Bộ Công Thương. Trung tâm có chức năng bảo tồn nguồn gen dừa quốc gia, nghiên cứu chọn tạo giống, triển khai thực nghiệm và chuyển giao kỹ thuật trong sản xuất - chế biến dừa; đồng thời thực hiện các hoạt động sản xuất, kinh doanh và dịch vụ phù hợp với phạm vi chức năng, nhiệm vụ được giao.

Thành tựu nghiên cứu: Trung tâm đã đạt được nhiều kết quả nổi bật trong nghiên cứu và phát triển ngành hàng dừa, tiêu biểu là việc sưu tập, bảo tồn bộ giống dừa duy nhất của quốc gia gồm 51 giống và tham gia mạng lưới quỹ gen dừa quốc tế từ năm 1997. Trung tâm đã sử dụng 19 giống dừa làm vật liệu lai tạo, tạo ra 28 giống mới, trong đó một số giống lai như PB121, JVA1 và JVA2 đã được cho phép khu vực hóa. Đồng thời, Trung tâm đã đánh giá, tuyển chọn và chuyển giao nhiều giống dừa có năng suất

cao, chất lượng tốt phục vụ cả mục đích lấy dầu và uống nước; một số giống như dừa Ta, Dâu, Xiêm, Êo, Dứa và Sáp đã được cơ quan có thẩm quyền công nhận. Bên cạnh đó, Trung tâm còn tham gia xây dựng tiêu chuẩn quốc gia về giống dừa và hoàn thiện nhiều quy trình kỹ thuật liên quan đến khai thác, chế biến các sản phẩm từ mật hoa dừa như đường dừa, rượu cao độ và rượu vang mật hoa dừa.

Các sản phẩm thương mại: Trung tâm cung cấp giống dừa chất lượng cao và các sản phẩm từ mật hoa dừa. Trung tâm là địa chỉ cung cấp giống dừa uy tín trên phạm vi cả nước, đồng thời tư vấn sử dụng giống và chuyển giao kỹ thuật canh tác. Bên cạnh đó, Trung tâm cung cấp một số sản phẩm đặc trưng từ mật hoa dừa như rượu mật dừa, rượu vang mật dừa, siro mật dừa,... đồng thời thực hiện đào tạo kỹ thuật thu hoạch mật hoa dừa và chuyển giao công nghệ chế biến các sản phẩm liên quan.

3.2. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của Trung tâm Dừa Đồng Gò

Dựa trên kết quả khảo sát thực trạng của Trung tâm Dừa Đồng Gò và phân tích chuỗi giá trị dừa ở Đồng bằng sông Cửu Long (Nguyễn Phú Sơn và cộng sự, 2025), nghiên cứu tiến hành đánh giá các yếu tố bên trong và bên ngoài tác động đến hoạt động của Trung tâm nhằm nhận diện các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức như sau:

Điểm mạnh (S)

S₁: Trung tâm đặt tại tỉnh Vĩnh Long mới, đồng thời liền kề tỉnh Đồng Tháp (trong đó có tỉnh Tiền Giang trước sáp nhập), đây là 2 tỉnh trọng điểm trồng dừa của cả nước, tạo lợi thế về tiếp cận vùng nguyên liệu, kế thừa kinh nghiệm canh tác và kết nối với hệ sinh thái ngành hàng dừa.

S₂: Trung tâm đã được đầu tư cơ bản hệ thống giao thông, thủy lợi phục vụ sản xuất giống, tạo điều kiện duy trì và mở rộng diện tích trồng.

S₃: Trung tâm sở hữu và khai thác quỹ gen gồm 51 giống dừa, phục vụ chọn tạo giống cho vùng ĐBSCL và cả nước.

S₄: Trung tâm đã xây dựng được 5 quy trình và biện pháp kỹ thuật phục vụ nghiên cứu và sản xuất, góp phần nâng cao chất lượng và sản lượng dừa.

S₅: Trung tâm đã xây dựng nhiều mô hình trình diễn nông nghiệp công nghệ cao cho cây dừa, góp phần giảm chi phí và tăng năng suất.

S₆: Trung tâm có kinh nghiệm trong chuyển giao

tiến bộ khoa học, kỹ thuật và tổ chức tập huấn cho người trồng dừa.

S₇: Trung tâm đã triển khai các hoạt động thông tin, truyền thông và xuất bản phẩm phục vụ ngành hàng dừa, góp phần thay đổi tập quán canh tác và nâng cao chuỗi giá trị ngành hàng dừa.

Điểm yếu (W)

W₁: Đội ngũ cán bộ quản lý, kinh doanh, nghiên cứu và sản xuất giống còn hạn chế về chuyên môn, phần lớn đã lớn tuổi, chưa đáp ứng tốt yêu cầu phát triển mới.

W₂: Trung tâm chưa khai thác hiệu quả cơ sở vật chất đã được đầu tư cho sản xuất và kinh doanh sản phẩm từ dừa.

W₃: Thiết kế nương liếp chưa hợp lý, gây khó khăn cho tưới tiêu, bón phân, chăm sóc và khai thác vườn dừa.

W₄: Vườn dừa của Trung tâm đã già cỗi, năng suất thấp; đồng thời chịu ảnh hưởng của biến đổi khí hậu và xâm nhập mặn.

W₅: Năng lực cung cấp giống dừa chất lượng cao của Trung tâm còn thấp so với nhu cầu trồng mới và thay thế vườn dừa già cỗi.

W₆: Trung tâm chưa xây dựng được bộ nhận diện thương hiệu gắn với truy xuất nguồn gốc nên gặp bất lợi trong cạnh tranh với các cơ sở giống không rõ nguồn gốc.

W₇: Trung tâm còn hạn chế về nguồn lực vốn để mở rộng sản xuất, đầu tư cơ sở vật chất và phát triển nguồn nhân lực.

Cơ hội (O)

O₁: Cây dừa được Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2024) xác định là cây công nghiệp chủ lực thứ 6 của quốc gia, mở ra cơ hội về ưu tiên chính sách, ngân sách nghiên cứu, thu hút đầu tư và hỗ trợ người trồng dừa, doanh nghiệp.

O₂: Việc sáp nhập Bến Tre, Trà Vinh và Vĩnh Long tạo điều kiện để Trung tâm tiếp cận vùng nguyên liệu dừa tập trung lớn nhất cả nước, mở rộng hợp tác nghiên cứu và thu hút các dự án đầu tư quy mô lớn.

O₃: Hệ thống hạ tầng giao thông và logistics trong khu vực đang được đầu tư, như các cầu và tuyến kết nối liên vùng, góp phần rút ngắn thời gian vận chuyển và nâng cao khả năng liên kết thị trường cho Trung tâm.

O₄: Nhiều chính sách hỗ trợ phát triển khoa học

công nghệ, chuyển đổi số, ưu đãi thuế, tín dụng và đầu tư đang tạo điều kiện thuận lợi cho Trung tâm mở rộng nghiên cứu, ứng dụng công nghệ và liên kết với doanh nghiệp.

O₅: Nhu cầu quốc tế đối với sản phẩm dừa hữu cơ và dầu dừa nguyên chất ngày càng gia tăng, tạo động lực thúc đẩy đổi mới quy trình sản xuất, chế biến và nâng cao vai trò của Trung tâm trong toàn chuỗi.

O₆: Xu hướng ứng dụng công nghệ 4.0 như IoT và blockchain trong nông nghiệp tạo cơ hội cho Trung tâm nâng cao hiệu quả sản xuất, truy xuất nguồn gốc, minh bạch thông tin và bảo vệ thương hiệu.

O₇: Xu hướng xanh hóa sản xuất và tiềm năng phát triển thị trường tín chỉ carbon mở ra cơ hội mở rộng diện tích trồng dừa, qua đó tăng nhu cầu đối với giống dừa chất lượng cao do Trung tâm cung cấp.

O₈: Sự hiện diện của nhiều chương trình, dự án trong nước và quốc tế liên quan đến ngành hàng dừa (dự án của Tổ chức GIZ hỗ trợ cho liên kết ngành hàng dừa ở 4 tỉnh ven biển phía Đông; dự án Khuyến khích tài chính đổi mới để tạo sinh kế thích ứng ở vùng đất ngập nước, gọi tắt là IFIA) là cơ hội quan trọng để lồng ghép nguồn lực, hỗ trợ vốn và nâng cao năng lực cho các tác nhân trong chuỗi, trong đó có Trung tâm.

O₉: Tập quán tự để giống của nông hộ còn phổ biến cho thấy dư địa lớn để mở rộng việc sử dụng giống từ các cơ sở sản xuất giống, trong đó có Trung tâm, nếu được hỗ trợ phù hợp.

Thách thức (T)

T₁: Tập quán tự sử dụng giống dừa của nông hộ còn cao, làm hạn chế việc nâng cao năng suất và chất lượng dừa, đồng thời ảnh hưởng đến khả năng mở rộng thị trường giống của Trung tâm.

T₂: Trung tâm chưa được cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nên khó tiếp cận các nguồn đầu tư lớn, trong khi cơ sở vật chất và trang thiết bị hiện còn thiếu và chưa đồng bộ.

T₃: Hệ thống thông tin thị trường ngành hàng dừa còn thiếu, dữ liệu về sản xuất, giá cả, tiêu thụ và chính sách hỗ trợ chưa được cập nhật đầy đủ, làm hạn chế công tác quy hoạch, đầu tư và tiếp cận chính sách của các tác nhân trong chuỗi.

T₄: Ngành hàng dừa chịu tác động ngày càng rõ của biến đổi khí hậu, thiên tai, sâu bệnh và rủi ro thị trường, ảnh hưởng đến quy mô sản xuất, năng suất và hiệu quả kinh tế.

T₅: Giá dừa trái biến động thường xuyên làm giảm động lực đầu tư giống dừa chất lượng cao từ các cơ sở ương chuyên nghiệp, trong đó có Trung tâm.

T₆: Trung tâm phải đối mặt với áp lực cạnh tranh với các cơ sở sản xuất giống khác trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

3.3. Chiến lược phát triển Trung tâm Dừa Đồng Gò

Từ các yếu tố đã được phân tích ở trên, nghiên cứu tiếp tục sử dụng ma trận SWOT để phối hợp các yếu tố này, qua đó đề xuất chiến lược phù hợp phát triển Trung tâm Dừa Đồng Gò.

Bảng 1 cho thấy, có 9 chiến lược từ sự phối hợp giữa các yếu tố bên trong và bên ngoài của Trung tâm Dừa Đồng Gò được nhóm thành 4 nhóm chiến lược như sau:

+ Chiến lược đổi mới và cải tiến sản phẩm gắn với xây dựng thương hiệu của Trung tâm Dừa Đồng Gò nhằm nâng cao giá trị sản phẩm, vị thế và năng lực cạnh tranh của Trung tâm. Để thực hiện chiến lược này, Trung tâm cần triển khai 3 giải pháp trọng tâm như sau:

Thứ nhất, phát triển Bộ phận nghiên cứu giống dừa công nghệ cao (S_{3-6} $O_{1,4-6,8}$) bằng cách củng cố năng lực nghiên cứu giống theo hướng hiện đại, đẩy mạnh hợp tác với các Viện, Trường, ứng dụng công nghệ sinh học và công nghệ số trong chọn tạo, nhân giống và quản lý sản xuất giống. Chiến lược này góp phần nâng cao chất lượng giống và tạo nền tảng khoa học cho phát triển lâu dài.

Thứ hai, xây dựng thương hiệu “Dừa Đồng Gò” chuẩn hữu cơ toàn cầu ($S_{1,3-7}$ $O_{1,4-6,8-9}$). Giải pháp này tập trung vào việc xây dựng thương hiệu giống dừa gắn với tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn hữu cơ và hệ thống truy xuất nguồn gốc rõ ràng. Việc triển khai chiến lược này sẽ giúp nâng cao uy tín, khả năng nhận diện và giá trị thương mại của sản phẩm giống do Trung tâm cung cấp.

Thứ ba, đẩy mạnh truyền thông và quảng bá sản phẩm ($S_{1,3-7}$ T_6) theo hướng chuyên nghiệp, nhất quán và dài hạn để phát huy các điểm mạnh hiện có, ứng phó với tập quán tự đề giống, thiếu thông tin thị trường và tình trạng biến động giá dừa trái. Giải pháp này giúp mở rộng thị trường giống, nâng cao nhận thức của người trồng về giá trị giống chất lượng cao và củng cố năng lực cạnh tranh của Trung tâm.

+ Chiến lược phát triển nguồn nhân lực nhằm khắc phục hạn chế về nhân sự, đồng thời nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và năng lực cạnh tranh của Trung tâm. Để thực hiện chiến lược này, Trung tâm cần thực hiện 2 giải pháp sau:

Thứ nhất, nâng cao trình độ nguồn nhân lực của Trung tâm ($W_{1-2,5-6}$ $O_{1,4,8}$) thông qua đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ về công nghệ sinh học, quản lý chuỗi giá trị và sản xuất giống, đồng thời xây dựng cơ chế thu hút nhân lực trẻ từ các trường đại học và viện nghiên cứu. Qua đó nâng cao năng lực chuyên môn, khai thác hiệu quả cơ sở vật chất và tăng khả năng cung cấp giống.

Thứ hai, xây dựng đội ngũ marketing chuyên

Bảng 1. Ma trận SWOT của Trung tâm Dừa Đồng Gò

SWOT	Cơ hội (O)	Thách thức (T)
Điểm mạnh (S)	S₃₋₆ O_{1,4-6,8}: Phát triển Bộ phận nghiên cứu giống dừa công nghệ cao. S_{1,3-7} O_{1,4-6,8-9}: Xây dựng thương hiệu “Dừa Đồng Gò” chuẩn hữu cơ toàn cầu. S₁₋₆ O_{1-4,7-9}: Hợp tác với Hợp tác xã/Tổ hợp tác và doanh nghiệp xây dựng vùng nguyên liệu dừa xanh.	S₄₋₆ T_{1,4-6}: Tăng cường các hoạt động chuyển giao kỹ thuật và đào tạo nâng cao trình độ sản xuất cho nhà vườn. S_{1,3-7} T₆: Đẩy mạnh các hoạt động truyền thông và quảng bá sản phẩm.
Điểm yếu (W)	W_{1-2,5-6} O_{1,4,8}: Nâng cao trình độ nguồn nhân lực của Trung tâm. W_{2-5,7} O_{1-4,8}: Nâng cao năng lực huy động vốn từ nhiều nguồn khác nhau để hiện đại hóa cơ sở hạ tầng và nâng cao năng lực sản xuất.	W_{2-5,7} T_{2,4,6}: Hoàn thiện pháp lý và quy hoạch đất đai. W_{1,5-7} T_{1,3,5-6}: Xây dựng đội ngũ marketing chuyên nghiệp của Trung tâm.

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

ngành của Trung tâm Dừa Đồng Gò ($W_{1,5-7} T_{1,3,5-6}$) nhằm khắc phục hạn chế về năng lực thị trường và ứng phó với các thách thức cạnh tranh, thiếu thông tin thị trường, biến động giá dừa và tập quán tự đề giống. Việc cần thực hiện là thành lập bộ phận marketing chuyên trách, đẩy mạnh nghiên cứu thị trường, truyền thông, xúc tiến tiêu thụ và đào tạo nhân sự có chuyên môn về nông nghiệp và kinh tế nhằm nâng cao hiệu quả kết nối với người trồng và thị trường. Việc hình thành đội ngũ marketing chuyên nghiệp sẽ góp phần mở rộng thị trường giống, nâng cao năng lực cạnh tranh và củng cố hình ảnh thương hiệu của Trung tâm.

+ Chiến lược xây dựng vùng nguyên liệu dừa theo hướng sản xuất xanh nhằm phát huy vai trò liên kết của Trung tâm, nâng cao chất lượng vùng nguyên liệu và thúc đẩy chuỗi giá trị dừa phát triển bền vững. Để thực hiện, Trung tâm cần tập trung vào 2 giải pháp:

Thứ nhất, hợp tác với Hợp tác xã/Tổ hợp tác và doanh nghiệp và các tác nhân liên quan để xây dựng vùng nguyên liệu dừa xanh, ổn định về quy mô, chất lượng và khả năng truy xuất nguồn gốc ($S_{1-6} O_{1-4,7-9}$). Trong đó Trung tâm giữ vai trò cung cấp giống, hỗ trợ kỹ thuật và kết nối sản xuất với chế biến, tiêu thụ. Giải pháp này góp phần nâng cao tính bền vững của vùng nguyên liệu, củng cố vai trò đầu mối của Trung tâm và tạo nền tảng cho phát triển chuỗi giá trị dừa theo hướng xanh.

Thứ hai, tăng cường chuyển giao kỹ thuật và đào tạo nâng cao trình độ sản xuất cho nhà vườn ($S_{4-6} T_{1,4-6}$) bằng nhiều hình thức phù hợp, gắn với đào tạo, hướng dẫn thực hành và nâng cao nhận thức cho nhà vườn về sản xuất dừa theo hướng hiệu quả, bền vững nhằm phát huy năng lực kỹ thuật, mô hình công nghệ cao và kinh nghiệm tập huấn của Trung tâm để ứng phó với tập quán tự đề giống, biến đổi khí hậu, biến động giá dừa và cạnh tranh trong vùng. Qua đó nâng cao năng suất, chất lượng vùng nguyên liệu, đồng thời củng cố uy tín chuyên môn, thương hiệu và vai trò kết nối của Trung tâm.

+ Chiến lược nâng cao năng lực vốn cho đầu tư cơ sở hạ tầng và phát triển sản xuất kinh doanh nhằm khắc phục hạn chế về cơ sở vật chất, năng lực sản xuất và nguồn lực đầu tư, đồng thời tạo nền tảng ổn định cho phát triển lâu dài của Trung tâm. Để thực hiện, Trung tâm cần tập trung vào 2 giải pháp:

Thứ nhất, nâng cao năng lực huy động vốn từ nhiều nguồn để hiện đại hóa cơ sở hạ tầng và nâng

cao năng lực sản xuất ($W_{2-5,7} O_{1-4,8}$) để tận dụng các chính sách hỗ trợ, mở rộng hợp tác với doanh nghiệp, dự án trong nước, quốc tế. Trọng tâm của giải pháp này là nâng cao năng lực xây dựng phương án huy động vốn từ doanh nghiệp chế biến, thương mại, du lịch, các tổ chức tín dụng, Hợp tác xã và các chương trình, dự án trong nước, quốc tế. Qua đó, Trung tâm có thể tăng nguồn lực đầu tư, cải tạo hạ tầng sản xuất, nâng cao năng lực cung cấp giống và hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Thứ hai, hoàn thiện pháp lý và quy hoạch đất đai ($W_{2-5,7} T_{2,4,6}$) nhằm khắc phục các hạn chế về cơ sở vật chất, hạ tầng sản xuất, năng lực cung cấp giống và nguồn lực đầu tư, đồng thời ứng phó với các thách thức về pháp lý đất đai, biến đổi khí hậu và cạnh tranh trong vùng. Trọng tâm của giải pháp này là hoàn thiện hồ sơ pháp lý về đất đai và xây dựng đề án tái cấu trúc Trung tâm Dừa Đồng Gò để tạo điều kiện quy hoạch lại không gian sản xuất, thu hút đầu tư đồng bộ và bảo đảm phát triển ổn định lâu dài. Giải pháp này sẽ góp phần củng cố nền tảng pháp lý, nâng cao khả năng huy động nguồn lực và bảo đảm điều kiện phát triển ổn định cho Trung tâm trong thời gian tới.

4. Kết luận

Trong bối cảnh sau sáp nhập, Trung tâm Dừa Đồng Gò có nhiều điều kiện thuận lợi để phát huy vai trò nghiên cứu giống, chuyển giao kỹ thuật và hỗ trợ phát triển ngành hàng dừa, nhưng vẫn còn những hạn chế như nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu, cơ sở vật chất và năng lực huy động vốn còn hạn chế, pháp lý đất đai chưa hoàn thiện, hoạt động marketing và liên kết thị trường còn yếu.

Từ kết quả phân tích, nghiên cứu đề xuất 4 chiến lược phát triển cho Trung tâm giai đoạn 2026-2030, gồm: 1) Đổi mới và cải tiến sản phẩm gắn với xây dựng thương hiệu của Trung tâm; 2) Phát triển nguồn nhân lực; 3) Xây dựng vùng nguyên liệu dừa theo hướng sản xuất xanh; 4) Chiến lược nâng cao năng lực vốn cho đầu tư cơ sở hạ tầng và phát triển sản xuất - kinh doanh.

Ngoài ra, các cơ quan quản lý nhà nước cần sớm hoàn thiện cơ sở pháp lý về đất đai, tăng cường hỗ trợ đầu tư cơ sở vật chất, khoa học - công nghệ và thúc đẩy cơ chế liên kết vùng, nhằm tạo điều kiện để Trung tâm phát huy vai trò hạt nhân trong phát triển bền vững ngành hàng dừa của tỉnh Vĩnh Long và khu vực Đồng bằng sông Cửu Long ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2024). Quyết định số 431/QĐ-BNN-TT ngày 26/01/2024 phê duyệt Đề án phát triển cây công nghiệp chủ lực đến năm 2030.

Mậu Trường và Hoài Thương (2025). Tỉnh Vĩnh Long mới sẽ có hơn 120.000 ha dừa, Viện Dừa ĐBSCL ra đời. Truy cập tại https://tuoitre.vn/tinh-vinh-long-moi-se-co-hon-120-000-ha-dua-vien-dua-dbscl-ra-doi-20250421183747335.htm?utm_source=chatgpt.com

Nguyễn Phú Sơn, Lê Thị Thanh Hiếu, Lê Bửu Minh Quân và cộng sự (2025). Phát triển bền vững chuỗi giá trị ngành hàng dừa vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Tạp chí Địa lý nhân văn và Phát triển bền vững - Phát triển bền vững vùng, 15(3), 141-152.

Viện Nghiên cứu dầu và Cây có dầu (n.d). Trung tâm Dừa Đồng Gò. Truy cập tại <https://www.ioop.org.vn/chi-tiet-tin-tuc/cac-trung-tam-truc-thuoc-31/trung-tam-dua-dong-go-112.html>.

Ngày nhận bài: 15/02/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/02/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/3/2026

DEVELOPMENT STRATEGY FOR THE DONG GO COCONUT CENTER IN VINH LONG PROVINCE FOR 2026 - 2030 IN THE POST-MERGER CONTEXT

- NGUYEN VAN AY¹
- LE THI THANH HIEU²
- NGUYEN THI THU AN²
- LE BUU MINH QUAN²

¹Can Tho University

²Can Tho University of Technology

ABSTRACT:

This study examines the practical foundations and formulates development strategies for the Dong Go Coconut Center, an affiliated unit of the Ministry of Industry and Trade, for the period 2026 - 2030, in the context of restructuring the coconut industry's development space following provincial-level administrative consolidation in Vinh Long province. Employing the PESTEL framework, SWOT analysis, and qualitative approaches, including focus group discussions, expert interviews, and stakeholder surveys, the study identifies four strategic directions for the Center's development. The findings contribute to strengthening both the theoretical and empirical bases for strategic planning, with a view to enhancing adaptability, fostering regional linkages, and increasing value creation within the coconut industry.

Keywords: development strategy, coconut industry, Vinh Long, Dong Go Coconut Center.