

PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM HỒ TIÊU TÂY NGUYÊN
VALUE CHAIN ANALYSIS OF PEPPER PRODUCT OF THE CENTRAL HIGHLANDS

Nguyễn Thị Thúy Hạnh

Phân hiệu Đại học Đà Nẵng tại Kon Tum; ntthanh296@gmail.com

Tóm tắt - Bài viết áp dụng phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị của GTZ [4] và [9] để mô tả sơ đồ và phân tích kinh tế chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên. Nghiên cứu chỉ ra các tác nhân chính trong chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên gồm: nông dân, thương lái và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng phân tích giá trị gia tăng thuần của từng tác nhân và toàn chuỗi theo hai kênh thị trường. Kết quả đã chỉ ra lợi nhuận toàn chuỗi giá trị hồ tiêu không có tác nhân trung gian cao hơn chuỗi giá trị có tác nhân trung gian. Nông dân là người có chi phí tăng thêm cao nhất nhưng giá trị gia tăng thuần trong năm không cao, chỉ chiếm 0,23% tổng giá trị gia tăng thuần của chuỗi. Trong khi đó, tác nhân chế biến có giá trị gia tăng thuần cao nhất, chiếm 99,56% tổng lợi nhuận toàn chuỗi. Do đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp phát triển bền vững và nâng cao giá trị gia tăng toàn chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên.

Từ khóa - chuỗi giá trị; hồ tiêu; tác nhân; Tây Nguyên; giá trị gia tăng

1. Đặt vấn đề

Hồ tiêu là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Từ năm 2000 đến nay, hồ tiêu Việt Nam luôn giữ vững kỷ lục dẫn đầu thế giới về sản xuất và xuất khẩu, đóng góp tỷ lệ quan trọng vào sự tăng trưởng kinh tế quốc gia và tăng thu nhập cho người trồng tiêu. Hồ tiêu Việt Nam được xuất khẩu sang 100 quốc gia và vùng lãnh thổ thuộc châu Á, châu Âu, châu Mỹ, châu Phi. Năm 2016, xuất khẩu hồ tiêu đạt kỷ lục cao nhất từ trước đến nay. Kim ngạch xuất khẩu đạt 179.233 tấn hạt tiêu các loại với giá trị đạt 1,44 tỷ USD [10]. Diện tích hồ tiêu cả nước đạt trên 838.000 ha và sản lượng đạt 168.800 nghìn tấn năm 2015, trong đó Tây Nguyên chiếm 52%, Đông Nam Bộ chiếm 40% [2]. Tây Nguyên là vùng trồng tiêu lớn nhất Việt Nam. Thu nhập từ hồ tiêu đã tạo công ăn việc làm, góp phần đem lại nguồn thu nhập, xóa đói giảm nghèo cho người dân. Nhu cầu tiêu thụ tiêu trên thế giới ngày càng tăng. Tuy nhiên, theo Hiệp hội Hồ tiêu Việt Nam, ngành Hồ tiêu đang trong giai đoạn tăng trưởng nóng. Diện tích trồng hồ tiêu của Việt Nam không ngừng được mở rộng, trung bình từ 10 – 20% mỗi năm, vượt quá quy hoạch. Sự tăng trưởng này dẫn đến nhiều rủi ro về giống, kỹ thuật, điều kiện tự nhiên..., bên cạnh đó, giá tiêu đang duy trì ở mức cao từ năm 2014 đến nay, làm cho nông dân càng lạm dụng phân bón, thuốc trừ sâu trong việc chăm sóc nhằm tăng năng suất. Chính vì vậy, chất lượng hồ tiêu Việt Nam không đáp ứng được yêu cầu của các thị trường khó tính. Xuất khẩu tiêu từ Việt Nam sang Mỹ và châu Âu đang giảm vì các vấn đề về chất lượng.

Chính vì thế, nghiên cứu chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên có ý nghĩa rất quan trọng. Nó sẽ giúp cho các nhà quản lý kinh tế, các nhà chỉ đạo sản xuất hiểu rõ hơn về hoạt động sản xuất kinh doanh hồ tiêu, về mối quan hệ, các tác nhân tương tác và sự phân phối lợi ích của từng tác nhân trong chuỗi, từ đó đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao giá trị gia tăng chuỗi giá trị sản phẩm.

Abstract - The paper applies the value chain approach of GTZ [4] and M4P [9] to describe the diagram and economic analysis of the Pepper value chain of the Central Highlands. Research indicates that the main actors in the central highland pepper value chain are farmers, traders and export processing enterprises. In addition, the study also analyzes the net value added of each agent and chain across two market channels. The results show that the total value chain of pepper with no intermediate actor is higher than that with intermediate agent. Farmers have the highest incremental cost, but the net value added per one year is not high, accounting for only 0.23% of the total net value added. Processors have the highest net value added, accounting for 99.56% of the total net profit. Therefore, the study proposes measures for sustainable development and value added value enhancement of the total value chain of Central Highlands pepper.

Key words - value chain; pepper; actor; Central Highlands; value added

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Các số liệu thứ cấp được cập nhật thường xuyên từ các nguồn thông tin của Tổng cục Thống kê và các sách, bài báo, báo cáo khoa học. Số liệu sơ cấp được thu thập qua quá trình phỏng vấn trực tiếp người sản xuất, thu gom, công ty xuất khẩu hồ tiêu trên địa bàn tỉnh Gia Lai và Đắk Lắk, đây là những tác nhân chính tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị của hồ tiêu.

2.2. Địa bàn nghiên cứu và cơ cấu mẫu

Bài báo lựa chọn các huyện có diện tích tiêu lớn nhất trong các tỉnh Tây Nguyên để nghiên cứu là Chư Sê (Gia Lai), Ea H'Leo (Đắk Lắk). Hai khu vực này chiếm gần 66% tổng diện tích thu hoạch hồ tiêu Tây Nguyên, chiếm lần lượt 38% và 28% tổng diện tích hồ tiêu Tây Nguyên.

Bảng 1. Thống kê về cỡ mẫu nghiên cứu

STT	Địa bàn khảo sát	Đối tượng		
		Hộ nông dân	Thương lái	Công ty xuất khẩu
1	Huyện Chư Sê, Gia Lai	57	22	2
2	Huyện Ea H'Leo, Đắk Lắk	50	12	2
Tổng		107	34	4

2.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

Bài viết đã sử dụng phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị của GTZ [4] và M4P [9] để nghiên cứu và phân tích cho mô hình chuỗi giá trị của tiêu. Phương pháp chủ yếu dùng để mô tả hoạt động của từng tác nhân, phân tích kinh tế, tài chính để thấy được vai trò, đóng góp giá trị gia tăng của từng tác nhân tham gia chuỗi bao gồm: người sản xuất, thu gom, công ty chế biến xuất khẩu hồ tiêu.

Theo GTZ [4], chuỗi giá trị là một dãy hoạt động kinh

doanh có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp các yếu tố đầu vào để sản xuất một sản phẩm, đến sơ chế, vận chuyển, tiếp thị đến việc cuối cùng là bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng. Từ đó, nghiên cứu đã vận dụng để phân tích chi phí, cấu trúc chi phí và giá trị tăng thêm tại mỗi tác nhân tham gia chuỗi. Sau đây là cách tính cụ thể các tiêu chí phân tích kinh tế chuỗi giá trị:

- Giá trị là giá bán sản phẩm của mỗi tác nhân.
- Giá trị gia tăng (GTGT) giữa hai tác nhân là chênh lệch giá bán sản phẩm giữa hai tác nhân.
- Giá trị gia tăng trong từng tác nhân là chênh lệch giá bán và chi phí trung gian (hoặc chi phí đầu vào đối với người sản xuất ban đầu - nông dân).
- Chi phí trung gian của mỗi tác nhân là giá mua sản phẩm của tác nhân đó. Chi phí tăng thêm là toàn bộ chi phí còn lại ngoài chi phí trung gian của mỗi tác nhân.
- Tổng chi phí là chi phí đầu vào cộng với chi phí tăng thêm.
- Giá trị gia tăng thuần bằng giá bán trừ đi tổng chi phí.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Diện tích, sản lượng và năng suất tiêu Tây Nguyên

Diện tích gieo trồng tiêu cả nước đạt 83.800 ha, trong đó Tây Nguyên đạt 43.000 ha, chiếm 51,3%; tiếp đến là Đông Nam Bộ đạt 33.500 ha, chiếm 40%; vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung và Đồng bằng sông Cửu Long lần lượt chiếm 8% và 0,7% [2]. Sản lượng tiêu của Tây Nguyên chiếm 54% sản lượng tiêu cả nước. Bên cạnh đó, Tây Nguyên cũng là vùng có năng suất tiêu bình quân lớn nhất vùng, đạt 31,1 tạ/ha [14]. Nhìn chung, diện tích và sản lượng tiêu vùng Tây Nguyên tăng dần qua các năm, từ 2011 đến 2015.

Trong các tỉnh Tây Nguyên, Gia Lai là tỉnh có diện tích và sản lượng tiêu lớn nhất vùng, đạt 10.560 ha, chiếm 38% và 41.600 tấn, chiếm 48%. Tiếp đến là tỉnh Đắk Nông, đây là vùng có diện tích lớn thứ 2 nhưng sản lượng chỉ lớn thứ 3 trên toàn vùng, sau tỉnh Đắk Lắk. Đắk Lắk có diện tích vùng đạt 7.900 ha và sản lượng đạt 24.200 tấn. Gia Lai và Đắk Lắk là hai tỉnh có năng suất tiêu bình quân lớn nhất vùng, đạt lần lượt 39,4 tạ/ha và 30,4 tạ/ha

Bảng 2. Diện tích, năng suất và sản lượng tiêu phân theo các tỉnh Tây Nguyên giai đoạn 2011-2015

Năm	2011	2012	2013	2014	2015
Diện tích thu hoạch (1.000 ha)					
Tây Nguyên	16,7	18,9	21,2	25,6	28,06
Kon Tum	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Gia Lai	5,4	6,2	7,5	10,1	10,56
Đắk Lắk	4,9	5,5	6,2	7,3	7,9
Đắk Nông	6	6,8	7,1	7,7	9,1
Lâm Đồng	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4
Sản lượng (1.000 tấn)					
Tây Nguyên	52,1	59,2	68	79,7	86,6
Kon Tum	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Gia Lai	4,6	28,2	32,5	39,7	41,6
Đắk Lắk	13,8	15,6	19,4	22,2	24,2

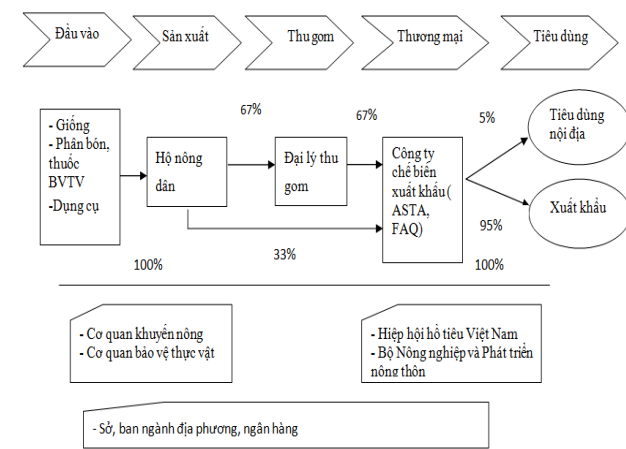
Đắk Nông	13,1	14,6	15,2	16,7	19,7
Lâm Đồng	0,5	0,7	0,8	1	1
Năng suất (tạ/ha)					
Tây Nguyên	31,20	31,32	32,08	31,13	30,86
Kon Tum	13,9	10	10	10	10
Gia Lai	45,2	45,5	43,3	39,3	39,4
Đắk Lắk	28,3	28,4	31,3	30,4	30,4
Đắk Nông	21,9	21,5	21,4	21,7	21,7
Lâm Đồng	18,9	23,3	26,7	25	25

(Bộ Nông Nghiệp và Phát triển nông thôn, 2015)

3.2. Chuỗi giá trị tiêu Tây Nguyên

3.2.1. Sơ đồ chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên

Qua phân tích các tác nhân, người hỗ trợ, thúc đẩy chuỗi giá trị, sơ đồ chuỗi giá trị sản phẩm hồ tiêu Tây Nguyên như sau:



Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên (Theo kết quả khảo sát)

- Chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên có 5 chức năng cơ bản sau:
- Chức năng cung cấp đầu vào: bao gồm cung ứng giống, cung ứng phân bón và các công cụ trồng hồ tiêu, bảo vệ thực vật và lao động.
 - Chức năng sản xuất: thực hiện công tác trồng, chăm sóc, sản xuất, thu hoạch và bảo quản tiêu.
 - Chức năng thu gom: thực hiện thu gom từ người nông dân để bán cho các đại lý, công ty và bán lẻ.
 - Chức năng thương mại: thực hiện hoạt động thu mua, lưu kho, đóng gói bán lẻ hoặc xuất khẩu.
 - Chức năng tiêu thụ: gồm các hoạt động mua và tiêu dùng hoặc chế biến gia vị để cung cấp cho người tiêu dùng cuối cùng.

Cấu trúc kênh thị trường tiêu thụ sản phẩm hồ tiêu theo 2 kênh chính sau:

Kênh 1: Hộ nông dân - Đại lý thu gom - Công ty chế biến xuất khẩu. Kênh này chiếm 67% tổng sản lượng hồ tiêu (Bảng 5).

Kênh tiêu thụ sản phẩm của hộ gia đình sản xuất hồ tiêu hiện nay chủ yếu là qua kênh thương lái hay doanh nghiệp thu mua đại lý. Số liệu điều tra cho thấy, có tới 57% hộ gia đình lựa chọn kênh tư thương, 43% nông hộ bán qua doanh nghiệp.

Đối với các hộ có diện tích hồ tiêu nhỏ lẻ, hồ tiêu được mua bán bằng hợp đồng miệng, “thuận mua vừa bán” mà không có ký kết hợp đồng. Các thương lái đến tận vườn để tìm mua và vận chuyển. Sau đó các đại lý thu gom sẽ bán cho công ty chế biến để tiêu thụ.

Kênh 2: Hộ nông dân - Công ty chế biến xuất khẩu. Kênh này chiếm 33% tổng sản lượng hồ tiêu.

Đối với các hộ nông dân có diện tích từ 5 ha đến vài chục ha thì họ chủ động liên kết với các công ty chế biến. Từ năm 2012 đến nay, các công ty chế biến xuất khẩu đã liên kết với các hộ nông dân sản xuất tiêu bền vững và kết nối với doanh nghiệp nước ngoài nhằm đảm bảo đầu ra cho sản phẩm, đồng thời mở rộng kết nối với người trồng tiêu, liên kết tổ hợp tác nông dân, tới tận các vùng nguyên liệu để mở các lớp tập huấn sản xuất hồ tiêu bền vững cho bà con nông dân ở các huyện thị Krông Năng, Buôn Hồ, Cư M'Gar, và cam kết dành nhiều ưu đãi về giá cho người dân nếu bà con bảo đảm được việc quản lý dịch hại tổng hợp, không lạm dụng thuốc bảo vệ thực vật trong quá trình sản xuất [6].

Hồ tiêu Việt Nam chủ yếu phục vụ xuất khẩu, chiếm 95% và 5% tiêu dùng nội địa. Sản lượng tiêu xuất khẩu chiếm hơn 54% sản lượng toàn cầu [13]. Tuy nhiên, phát triển sản phẩm hồ tiêu chưa thực sự bền vững, giá cả biến động, chất lượng chưa đảm bảo yêu cầu về sinh an toàn thực phẩm, bệnh dịch... gây khó khăn cho người nông dân và doanh nghiệp, do đó rất cần những giải pháp phát triển bền vững chuỗi để nâng cao giá trị gia tăng cho từng tác nhân và toàn chuỗi giá trị hồ tiêu.

3.2.2. Phân tích kinh tế chuỗi

Bảng 3 trình bày giá trị gia tăng thuần của từng tác nhân ở chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên qua 2 kênh thị trường.

Bảng 3. Phân tích kinh tế chuỗi giá trị hồ tiêu ở Tây Nguyên

TT	Chỉ tiêu	Sản xuất	Thu gom	Chế biến	Tổng cộng
ĐVT: triệu đồng/tấn					
Kênh 1: Hộ nông dân - Đại lý thu gom - Công ty chế biến xuất khẩu					
1	Giá bán	135	140	174	
2	Chi phí đầu vào	42	135	140	
3	Chi phí tăng thêm	6,8	1	2	
4	Tổng chi phí	48,8	136	142	
5	GTGT thuần	86,2	4	32	122,2
6	% GTGT thuần	71%	3%	26%	100
Kênh 2: Hộ nông dân - Công ty chế biến xuất khẩu					
1	Giá bán	135		174	
2	Chi phí đầu vào	42		135	
3	Chi phí tăng thêm	6,8		2,1	
4	Tổng chi phí	48,8		137,1	
5	GTGT thuần	86,2		36,9	123,1
6	% GTGT thuần	70%		30%	100

Nguồn: Kết quả điều tra tháng 12 năm 2016

Ghi chú: 1 tấn hạt tiêu xuất khẩu = 8.034 USD (Cục Hải quan tỉnh Bình Dương, 2017), 1 USD = 22.078 VND (Kho bạc Nhà nước, 2016).

Tổng giá trị gia tăng thuần ở Kênh 1 (Hộ nông dân - Đại lý thu gom - Công ty chế biến xuất khẩu) đạt 122,2 triệu đồng/tấn, thấp hơn tổng giá trị gia tăng thuần ở Kênh 2 (Hộ nông dân - Công ty chế biến xuất khẩu) - 123,1 triệu đồng/tấn. Điều này cho thấy tổng lợi nhuận ở chuỗi hồ tiêu không có tác nhân trung gian lớn hơn chuỗi có tác nhân trung gian. Để nâng cao giá trị gia tăng ở chuỗi giá trị hồ tiêu cần tăng cường mối liên kết dọc giữa các tác nhân của chuỗi, đặc biệt mối liên kết giữa tác nhân sản xuất và tác nhân chế biến.

Bảng 4. Đặc điểm cơ bản của hộ sản xuất hồ tiêu Tây Nguyên

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thấp nhất	Trung bình	Cao nhất
1	Độ tuổi chủ hộ	tuổi	30	41	61
2	Trình độ văn hóa	lớp học	6	10	Đại học
3	Số năm trồng hồ tiêu	năm	1	5	10
4	Diện tích đất canh tác	ha	1	8,9	30
5	Diện tích trồng hồ tiêu	ha	1	3	25
6	Số nhân khẩu/hộ	khẩu	3	5	8
7	Số lao động/ hộ	lao động	1	3	5

Nông dân là tác nhân sản xuất chính trong chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên. Theo số liệu điều tra ở Bảng 4, phần đông chủ hộ sản xuất có độ tuổi từ 30 tới 61, trung bình là 41 tuổi và đa số nằm ở độ tuổi 34-46. Với độ tuổi như vậy, chủ hộ không chỉ có sức khỏe tốt mà còn là những người có khát vọng vươn lên làm giàu. Đây chính là động lực lớn cho sự phát triển cây hồ tiêu ở Tây Nguyên. Quy mô nguồn nhân lực lao động của hộ sản xuất hồ tiêu phụ thuộc vào quy mô diện tích canh tác hồ tiêu của họ. Trung bình số lao động trong một gia đình có 1 lao động chiếm 25%, hộ có từ 2 đến 3 lao động chiếm 60%, tỷ lệ số hộ có từ 4 đến 5 lao động chiếm 15%. Nguồn lao động này phân bổ không đồng đều trong các hộ gia đình, hộ dư thừa lao động, nhưng hộ có diện tích hồ tiêu lớn hơn 2 ha thiếu lao động phải thuê lao động bên ngoài.

Kênh tiêu thụ sản phẩm của hộ gia đình sản xuất hồ tiêu hiện nay các hộ chủ yếu qua kênh thương lái hay doanh nghiệp thu mua đại lý. Việc mua bán hầu như không có hợp đồng cụ thể, được thực hiện chủ yếu bằng miệng. Điều này khiến người sản xuất khó nắm bắt các thông tin thị trường như tình hình cung cầu, sở thích thị hiếu của khách hàng. Thiếu sự phối hợp chặt chẽ giữa doanh nghiệp kinh doanh chế biến xuất khẩu và người sản xuất theo hợp đồng bảo đảm và có sự giám sát của chính quyền để hạn chế tối đa việc xuất khẩu hồ tiêu thô chưa qua chế biến. Bên cạnh đó, khó kiểm soát được chất lượng của hồ tiêu. Người nông dân vẫn còn tình trạng sử dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật không được phép. Do đó, khó bảo đảm lợi ích cho nhà sản xuất và doanh nghiệp.

Đa phần người nông dân thường tham khảo giá qua thương lái, một phần nhỏ tham khảo qua internet và báo chí. Giá hồ tiêu năm 2016 tương đối cao, tại thời điểm khảo sát vào tháng 12 đạt bình quân 135.000 đồng/kg [7]. Do đó, hồ tiêu là mặt hàng nông sản có giá trị kinh tế cao, đem lại nguồn thu nhập cho người nông dân.

Giá trị gia tăng thuần của hộ sản xuất đạt 86,2 triệu đồng/tấn, chiếm 71% tổng giá trị gia tăng thuần của chuỗi. Điều này cho thấy nông dân là người được hưởng lợi cao

nhất trong chuỗi giá trị.

Bảng 5. Giá bán, đầu mỗi tiêu thụ của nông hộ

Khoản mục/tác nhân	Thương lái	Công ty chế biến xuất khẩu
Sản lượng (tấn)	58.022	28.578
Tỷ lệ (%)	67	33
Giá bán (triệu đồng/tấn) (tháng 12/2016)	135	135
Giá bình quân (triệu đồng/ tấn)	135	
Tổng sản lượng (tấn)	86.600	

Dựa vào Bảng 3 cho thấy, nông dân là tác nhân có giá trị gia tăng thuần cao nhất trong chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên, tiếp đến là doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu,

đại lý thu gom. Tuy nhiên, xét về quy mô mỗi năm, hộ nông dân đạt khoảng 7,8 tấn/năm (bình quân 1 hộ nông dân khoảng 2 ha, năng suất 1 ha đạt 3,86 tấn). Do đó tổng lợi nhuận trong năm chỉ đạt 672,36 triệu đồng, chiếm 0,23% tổng lợi nhuận của toàn chuỗi. Hơn nữa, đây là tác nhân có chi phí tăng thêm lớn nhất trong chuỗi và chịu nhiều rủi ro nhất trong chuỗi như sâu bệnh, giá, thời tiết... Doanh nghiệp chế biến ở Tây Nguyên có công suất đạt khoảng 9.000 tấn/năm [12]. Do đó, lợi nhuận của tác nhân này chiếm 99,56% tổng lợi nhuận toàn chuỗi. Điều này chứng tỏ khâu chế biến có lợi nhuận cao nhất trong chuỗi. Chính vì thế, nên tập trung vào chế biến sản phẩm hồ tiêu để nâng cao giá trị gia tăng của toàn chuỗi.

Bảng 6. Phân phối lợi ích giữa các nhóm tác nhân trong 1 năm

Tác nhân	GTGT thuần (triệu đồng)	Tỷ lệ trong giá trị gia tăng thuần (%)	Giá bán (triệu đồng/tấn)	Quy mô/ năm (tấn)	Tổng GTGT thuần của tác nhân/năm (triệu đồng)	Tỷ lệ trong tổng GTGT thuần của tác nhân/năm (%)
Nông dân	86,2	71	135	7,8	672,36	0,23
Thương lái thu gom	4	3	140	150	600	0,21
Doanh nghiệp chế biến	32	26	174	9000	288.000	99,56
Tổng cộng	70,96	100		9158	289.272,4	100

Nguồn: Kết quả điều tra năm 2016

4. Đề xuất giải pháp nâng cao giá trị gia tăng của chuỗi giá trị hồ tiêu

4.1. Tác nhân sản xuất

- Kiểm soát chất lượng

Hồ tiêu là mặt hàng nông sản đem lại giá trị kinh tế cao cho hộ sản xuất. Do đó, diện tích hồ tiêu ngày càng được mở rộng, người dân lạm dụng thuốc bảo vệ thực vật để tăng năng suất và trừ dịch bệnh. Tuy nhiên, điều này cũng dẫn đến việc tồn đọng thuốc vượt quá cho phép trong sản phẩm hồ tiêu. Sản phẩm hồ tiêu chủ yếu phục vụ xuất khẩu, đa số các nước đều sử dụng rào cản kỹ thuật đối với sản phẩm hồ tiêu như Mỹ, Ca-na-đa, các nước thuộc châu Âu... Do đó, nếu sản phẩm hồ tiêu không đạt yêu cầu về chất lượng sẽ bị từ chối. Từ đầu 2015 đến giữa năm nay, có 17 lô hàng xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam bị phát hiện chứa dư lượng của 9 loại thuốc bảo vệ thực vật vượt mức quy định và cảnh báo về 3 chất có tần suất xuất hiện cao khác [11]. Chính vì thế, các hộ nông dân cần hạn chế sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, chỉ sử dụng danh mục thuốc được phép. Bên cạnh đó, các hộ nông dân cần liên kết với nhau thành tổ, nhóm sản xuất, để mua các yếu tố đầu vào như phân bón, thuốc bảo vệ thực vật đúng nguồn gốc, đảm bảo chất lượng; đầu tư cơ sở hạ tầng như máy tách cành, thiết bị phơi, sấy và nhà kho bảo quản đạt yêu cầu.

- Tăng cường giáo dục bằng khuyến nông, truyền thông: canh tác hữu cơ, sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật sinh học

Hộ sản xuất cũng cần tự tìm hiểu và học hỏi kinh nghiệm của các hộ sản xuất khác về thông tin trồng, chăm sóc và thu hoạch hồ tiêu. Bên cạnh đó, nông dân cần tham gia đầy đủ các lớp tập huấn được tổ chức bởi các cơ quan khuyến nông, sở nông nghiệp, các công ty phân bón và thuốc bảo vệ thực vật.

4.2. Tác nhân chế biến

- Đầu tư công nghệ chế biến tiêu trắng và tiêu đỏ

Tiêu trắng, tiêu đỏ là sản phẩm tiêu được chế biến. Thị trường thế giới luôn có nhu cầu cao với hai mặt hàng này.

Trong ngành công nghiệp hồ tiêu Việt Nam, tiêu trắng, tiêu đỏ luôn là mặt hàng xuất khẩu mang lại giá trị kinh tế cao so với các loại tiêu khác. Tuy nhiên, vì nhiều lý do, tỷ trọng xuất khẩu tiêu trắng của Việt Nam còn khá khiêm tốn, chiếm khoảng 5% – 25% trong tổng khối lượng hồ tiêu xuất khẩu cả nước, phần lớn là xuất khẩu tiêu đen. Giá tiêu trắng xuất khẩu bình quân trong tháng 2/2016 đạt 12.264 USD/tấn, trong khi giá tiêu đen chỉ có 8.034 USD/ tấn. Do đó, tiêu trắng là sản phẩm tiêu đem lại giá trị kinh tế tương đối cao. Bên cạnh đó, giá tiêu đỏ cao gấp 3-4 lần tiêu đen, nhưng sản lượng rất ít, chỉ tiêu dùng trong nước. Tuy nhiên, chi phí đầu tư chế biến tiêu trắng và tiêu đỏ rất lớn, cần phải đầu tư tập trung chế biến công nghiệp công nghệ cao (lập khu công nghệ mini ở địa phương, cho chế biến tập trung, dùng công nghệ cao để xử lý nước thải). Đồng thời, hai loại tiêu này yêu cầu chất lượng tiêu đầu vào rất cao, phải đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, không được sử dụng hóa chất để xử lý.

- Phát triển các mô hình liên kết nông dân - doanh nghiệp để kiểm soát chuỗi và sản xuất theo yêu cầu thị trường giảm rủi ro trong thương mại

Chất lượng hồ tiêu do người nông dân sản xuất đóng vai trò vô cùng quan trọng, ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm hồ tiêu xuất khẩu. Chính vì thế, cần hình thành và phát triển mô hình liên kết giữa tác nhân sản xuất và tác nhân chế biến xuất khẩu, đảm bảo có nguồn cung sản phẩm đảm bảo yêu cầu chất lượng. Bên cạnh đó, việc ký kết hợp đồng mua bán sẽ khuyến khích người nông dân yên tâm sản xuất, sử dụng các yếu tố đầu vào đạt tiêu chuẩn, đồng thời hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ quan nhà nước truy được nguồn gốc của sản phẩm tiêu. Giá bán là yếu tố rất quan trọng tác động đến lợi nhuận của nông dân và doanh nghiệp, do đó cần đảm bảo sản xuất vừa đủ theo yêu cầu thị trường, hạn chế cung lớn hơn cầu - sản xuất quá nhiều so với nhu cầu thị trường.

4.3. Tác nhân hỗ trợ

- Quy hoạch diện tích trồng tiêu

Tiêu là mặt hàng nông sản có giá bán cao, thu nhập thuần

từ trồng tiêu tương đối cao cho người nông dân so với các loại sản phẩm khác. Do đó, tình trạng trồng tiêu ồ ạt đã làm phá vỡ quy hoạch các loại cây trồng của các địa phương. Tiêu biểu như Đắk Lắk, là một trong bảy tỉnh có diện tích hồ tiêu lớn nhất nước, theo quy hoạch đến năm 2020, diện tích cây tiêu trên địa bàn tỉnh là 15 nghìn ha, nhưng đến 2015 diện tích đã tăng hơn 16 nghìn ha. Quy hoạch trồng hồ tiêu của Gia Lai là 6.000 ha nhưng đến năm 2015 đã lên đến 13.109 ha [1]. Chính vì thế đã xảy ra hiện tượng không chú trọng đến việc cải tạo đất, xử lý mầm bệnh hoặc trồng trên vùng đất không phù hợp; sử dụng phân hóa học với liều lượng cao, ít quan tâm đến phân hữu cơ và chế phẩm sinh học cho cây tiêu... Đây là những nguyên nhân dẫn đến dịch bệnh trên cây tiêu phát triển mạnh, nhất là các loại nấm bệnh chết nhanh, chết chậm, gây hại bộ rễ đã hủy diệt hàng loạt các vườn tiêu. Do đó, các địa phương cần quy hoạch diện tích đất phù hợp với trồng tiêu, đảm bảo đủ nước tưới. Đồng thời, cần tuyên truyền hộ nông dân chuyển đổi cây trồng đối với diện tích đất không phù hợp, tư vấn kiến thức trồng tiêu và những vấn đề xảy ra do trồng vượt quá quy hoạch.

- Tổ chức các lớp tập huấn, hỗ trợ sản xuất, tuyên truyền về các mô hình trồng tiêu sạch

Các cơ quan khuyến nông, sở nông nghiệp tỉnh cần tăng cường tổ chức các lớp tập huấn, hướng dẫn canh tác, chăm sóc và thu hoạch tiêu đảm bảo quy trình khoa học. Đồng thời, kiểm soát chặt chẽ các cơ sở bán phân bón, thuốc bảo vệ thực vật có nguồn gốc, các thuốc được phép sử dụng. Bên cạnh đó, cần tổ chức các lớp tham quan mô hình trồng tiêu sạch, trồng tiêu theo chuẩn VietGap để người nông dân được học hỏi, tìm hiểu.

- Hình thành các trung tâm nghiên cứu giống và kiểm soát dịch bệnh

Hiện nay, diện tích tiêu ở các tỉnh Tây Nguyên chủ yếu đã già cỗi, có khoảng 50% diện tích hồ tiêu của Đắk Nông, Đắk Lắk, Gia Lai là trên 15 năm. Trừ những vườn canh tác tốt ở Eak Túr có năng suất đạt 8-9 tấn/ha, thì phần lớn diện tích trồng hồ tiêu của các hộ đều già cỗi. Chính vì thế, năng suất không cao, đạt bình quân dưới 2 tấn/ha [5]. Do đó, cần tư vấn tái canh hồ tiêu, cải tạo đất và sử dụng giống mới có hiệu quả. Chính vì thế, tuy đã có một số trung tâm nghiên cứu giống cây trồng trên địa bàn Tây Nguyên nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu của người dân. Đa số hộ sản xuất vẫn mua giống từ cơ sở bên ngoài và không được hướng dẫn quy trình kỹ thuật hợp lý. Cần nghiên cứu phát triển giống chọn lọc, thích hợp cho từng vùng địa phương, phù hợp với đất nước và thời tiết của từng vùng. Bên cạnh đó, cần có nhân viên kỹ thuật hỗ trợ người nông dân trong quá trình làm đất, trồng và chăm sóc hồ tiêu và kiểm soát dịch bệnh. Ở Tây Nguyên, vào mùa mưa thì dịch bệnh phát triển khá mạnh, đặc biệt là bệnh chết nhanh, chết chậm và tuyến trùng.

5. Kết luận

Bài viết áp dụng phương pháp nghiên cứu của GTZ (2007) và M4P (2008) để mô tả sơ đồ và phân tích kinh tế

chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên. Nghiên cứu đã chỉ ra các tác nhân chính trong chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên gồm: nông dân, thương lái và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đã phân tích giá trị gia tăng thuần của từng tác nhân và toàn chuỗi theo hai kênh thị trường. Kết quả đã chỉ ra lợi nhuận toàn chuỗi giá trị hồ tiêu không có tác nhân trung gian cao hơn chuỗi giá trị có tác nhân trung gian. Nông dân là người có chi phí tăng thêm cao nhất nhưng giá trị gia tăng thuần mỗi năm chỉ chiếm khoảng 0,23% tổng giá trị gia tăng thuần của chuỗi. Trong khi đó, tác nhân chế biến có giá trị gia tăng thuần cao nhất, chiếm 99,56% tổng lợi nhuận toàn chuỗi. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp đối với tác nhân sản xuất, chế biến và tác nhân thúc đẩy, hỗ trợ chuỗi nhằm phát triển bền vững và nâng cao giá trị gia tăng toàn chuỗi giá trị hồ tiêu Tây Nguyên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Báo Nhân dân, *Phát triển bền vững cây hồ tiêu ở Tây Nguyên*, 2015, <http://www.nhandan.com.vn/kinhte/tin-tuc/item/27151702-phat-trien-ben-vung-cay-ho-tieu-o-tay-nguyen.html>.
- [2] Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, *Diện tích thu hoạch, sản lượng và năng suất hồ tiêu*, 2015, <http://fsiu.mard.gov.vn/data/trongtrot.htm>
- [3] Cục Hải quan tỉnh Bình Dương, *Xuất khẩu hồ tiêu tăng mạnh cả về lượng và kim ngạch*, 2017, https://haiquanbinhduong.gov.vn/SitePages/noidung/tintuc/View_All.aspx?ItemID=13816&ChuyenMuc=TSK
- [4] GTZ, *ValueLinks Manual, The methodology of value chain promotion*, 2007, http://www2.giz.de/wbf/4tdx9kw63gma/ValueLinks_Manual.pdf.
- [5] Hiệp hội Hồ tiêu Việt Nam, *Kết quả khảo sát vụ hồ tiêu 2016 tại Bình Phước, Đắk Nông, Đắk Lắk và Gia Lai*, 2016, <http://www.peppervietnam.com/hoat-dong/phat-trien-nganh-hang/ket-qua-khao-sat-vu-ho-tieu-2016-tai-binh-phuoc--dak-nong--dak-lak-va-gia-lai-483311>.
- [6] Hoàng Thiên Nga & Lê Hường, *Tây Nguyên: Bần khoản mùa tiêu chín*, 2016, <http://www.peppervietnam.com/tin-tuc/tin-trong-nuoc/tay-nguyen--ban-khoan-mua-tieu-chin-633332>
- [7] Hồng Vũ, *Giá tiêu đen tăng nhẹ 5.000 đồng/kg trong tháng 12*, 2016, <http://vietnambiz.vn/gia-tieu-den-tang-nhe-5000-dongkg-trong-thang-12-11229.html>
- [8] Kho bạc Nhà nước, *Tỷ giá hạch toán tháng 12/2016*, 2016, http://www.mof.gov.vn/webcenter/portal/btc/r/dn/tght/tght_chitiet?dDocName=MOFUCM092998&_afLoop=16067135962864604#!%40%40%3F_afLoop%3D16067135962864604%26dDocName%3DMOFUCM092998%26_adf.ctrl-state%3D1dmjm054kb_113.
- [9] M4P, *Making markets work better for the poor*, 2008 A publication financed by the UK Department for International Development (DFID), http://aciarc.gov.au/files/node/14580/making_value_chains_work_better_for_the_poor_a_to_14413.pdf.
- [10] Mai Trinh, *Xuất khẩu hồ tiêu sẽ vọt và trong năm 2017*, 2017, <http://www.baomoi.com/xuat-khau-ho-tieu-se-vat-va-trong-nam-2017/c/21509415.epi>.
- [11] Minh Nguyễn, *Bàn giải pháp nâng cao giá trị hồ tiêu Việt Nam*, 2016, <http://baogialai.com.vn/channel/8208/201608/ban-giai-phap-nang-cao-gia-tri-ho-tieu-viet-nam-2446814/>.
- [12] Minh Thuận, *Nông sản vùng Tây Nguyên: Vẫn còn yếu về khâu chế biến*, 2015, <http://baodaklak.vn/channel/3483/201508/nong-san-vung-tay-nguyen-van-con-yeu-ve-khau-che-bien-2405751/>.
- [13] Nguyễn Mai Oanh, *Sự phát triển của ngành hồ tiêu Việt Nam*, 2016, https://drive.google.com/file/d/0B66ek9Nguyễn_Mai_Oanh,2016V3xbqXRFiSbHZmeWd4aHM/view.
- [14] Tổng cục thống kê, 2015. Diện tích, sản lượng và năng suất hồ tiêu. Truy cập từ <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=717>