

PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ ĐIỀU Ở TỈNH BÌNH PHƯỚC

HOÀNG THỊ THU HUYỀN*
LÊ VĂN GIA NHỎ**

Nghiên cứu này được thực hiện tại tỉnh Bình Phước trong năm 2017 bằng phương pháp tiếp cận liên kết chuỗi giá trị (ValueLinks) của GTZ. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 kênh thị trường trong ngành hàng điều tỉnh Bình Phước, trong đó, 48% sản lượng điều được phân phối thông qua các kênh thị trường sử dụng nguồn nguyên liệu nội địa và phần còn lại (52%) qua các kênh sử dụng nguyên liệu nhập khẩu; kênh thị trường qua các trung gian (thương lái, đại lý) chiếm 98% sản lượng điều trong nước. Người trồng điều sẽ hưởng lợi (thu nhập cao) nếu ở trong kênh qua ít trung gian hơn. Phân tích hiệu quả tài chính chuỗi cho thấy chuỗi sử dụng nguyên liệu nhập khẩu có giá trị gia tăng ròng thấp hơn nhiều so với chuỗi nguyên liệu trong nước. Để hoàn thiện nâng cấp chuỗi, cần liên kết các tác nhân trong chuỗi giá trị một cách chặt chẽ hơn, giảm bớt các tác nhân trung gian tham gia, tăng nguồn cung cấp nguyên liệu trong nước, điều chỉnh chiến lược xuất khẩu và chế biến sản phẩm.

Từ khóa: chuỗi giá trị, điều, tỉnh Bình Phước

Nhận bài ngày: 29/6/2018; *đưa vào biên tập:* 2/7/2018; *phản biện:* 5/7/2018; *duyet đăng:* 4/9/2018

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Điều là một trong những cây trồng chủ lực ở các tỉnh Đông Nam Bộ và là một trong những nông sản xuất khẩu chủ

lực của Việt Nam. Tỉnh Bình Phước là một trong những tỉnh trồng điều lớn nhất nước với diện tích 143.200ha (năm 2016) (Cục Thống kê tỉnh Bình Phước, 2017), so với diện tích điều cả nước là 293.000ha (năm 2016) (Tổng cục Thống kê, 2017), chiếm 45,8% diện tích điều cả nước. Chính vì vậy

* Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.

** Viện Kỹ thuật Nông nghiệp miền Nam.

tỉnh Bình Phước được mệnh danh là “thủ phủ” của ngành sản xuất điều Việt Nam. Ngành điều trong thời gian qua có nhiều bước phát triển đáng kể, đặc biệt với việc áp dụng các tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất, góp phần đưa Việt Nam thành quốc gia sản xuất và xuất khẩu điều hàng đầu thế giới: năm 2016 ngành điều Việt Nam chiếm 58,5% giá trị và 57,5% sản lượng thương mại điều trên thế giới (tính toán theo www.trademap.org). Trong bối cảnh Việt Nam ngày càng thâm nhập sâu rộng hơn vào nền kinh tế thế giới, tính cạnh tranh và các yêu cầu về an toàn vệ sinh thực phẩm, truy xuất nguồn gốc ngày càng đòi hỏi gay gắt hơn, đặt ra yêu cầu mạnh mẽ về việc kinh doanh nông sản theo chuỗi giá trị sản phẩm. Vì vậy, việc phân tích chuỗi giá trị sản phẩm điều là một việc cần

thiết để làm cơ sở đề xuất các giải pháp phát triển ngành hàng điều tỉnh Bình Phước nói riêng và Việt Nam nói chung.

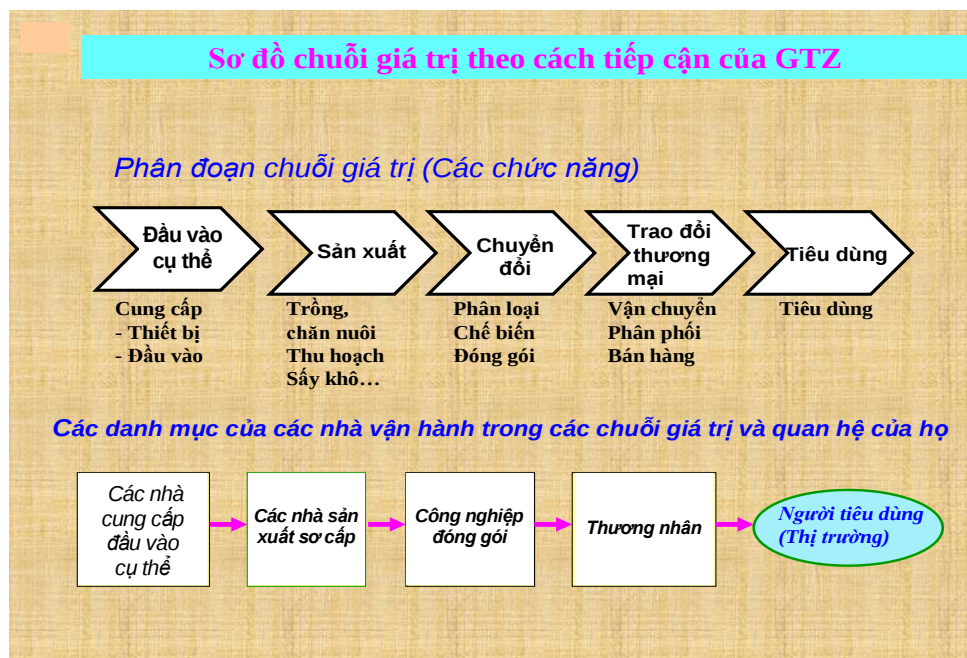
1. GIỚI THIỆU VỀ NGHIÊN CỨU

1.1. Phương pháp tiếp cận

Các phương pháp tiếp cận trong chuỗi giá trị: 1) Tiếp cận Filière (kênh, chuỗi); 2) Khung phân tích của Porter; 3) Tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu; 4) Tiếp cận liên kết chuỗi giá trị của GTZ.

Với cách tiếp cận liên kết chuỗi giá trị (ValueLinks) của GTZ (GTZ, 2007) thì chuỗi giá trị là một loạt các hoạt động kinh doanh (hay chức năng) có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp các giá trị đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó, đến sơ chế, chuyển đổi, marketing, cuối cùng là bán sản phẩm

Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị



Nguồn: GTZ, Eschborn, 2007.

đó cho người tiêu dùng. Hay nói cách khác, chuỗi giá trị là một loạt quá trình mà các doanh nghiệp thực hiện các chức năng chủ yếu của mình để sản xuất, chế biến và phân phối một sản phẩm cụ thể. Theo thứ tự các chức năng và các nhà vận hành, chuỗi giá trị sẽ bao gồm một loạt các đường dẫn trong chuỗi (hay còn gọi là khâu) (xem Hình 1).

Đặc điểm của cách tiếp cận này là: (1) Tập trung vào các quan hệ kỹ thuật, định lượng và vật chất; (2) Sơ đồ hóa các dòng chảy hàng hóa vật chất; (3) Xác định các tác nhân và hoạt động của họ; (4) Phân tích các quan hệ quản trị và điều phối chuỗi; (5) Áp dụng cho chuỗi giá trị có quy mô nhỏ (địa phương, tỉnh, vùng).

Từ đây cho thấy tiếp cận theo liên kết chuỗi giá trị của GTZ là tương đối phù hợp cho phân tích chuỗi giá trị điều của tỉnh Bình Phước.

1.2. Phương pháp nghiên cứu

Chọn mẫu khảo sát

Chọn mẫu khảo sát theo phương pháp ngẫu nhiên có phân lớp (cluster randomized sampling). Với hoạt động kinh doanh nông sản theo chuỗi thì đầu mỗi ban đầu cần xuất phát từ người sản xuất, do đó đề tài chọn đối tượng khảo sát là các hộ gia đình trồng điều tại huyện Bù Gia Mập, huyện có diện tích trồng điều lớn nhất tỉnh Bình Phước. Đề tài không chọn mẫu phân tầng đến cấp xã vì diện tích trồng điều của một số hộ gia đình khá lớn, không nằm trên địa bàn 1 xã. Đối tượng khảo sát gồm người cung cấp

nguyên liệu đầu vào, người thu mua, cơ sở chế biến, doanh nghiệp xuất khẩu (tập trung tại thị xã Phước Long). Tổng số mẫu khảo sát là 113 trường hợp, bao gồm 62 hộ trồng điều, 9 hộ thương lái thu gom, 8 đại lý thu mua, 18 doanh nghiệp chế biến và 6 cơ sở kinh doanh giống điều và vật tư nông nghiệp (phân bón, thuốc bảo vệ thực vật).

Phương pháp phân tích

Phân tích hiệu quả tài chính cho từng tác nhân tham gia và toàn bộ chuỗi giá trị điều tỉnh Bình Phước.

1.3. Giới hạn nghiên cứu

Giới hạn về không gian: Các tác nhân sản xuất (nông dân trồng điều) và thương lái, đại lý thu mua được khảo sát ở huyện Bù Gia Mập; doanh nghiệp chế biến xuất khẩu được khảo sát chủ yếu ở thị trấn Phước Long, nơi tập trung nhà máy chế biến kinh doanh điều xuất khẩu nhiều nhất tỉnh Bình Phước.

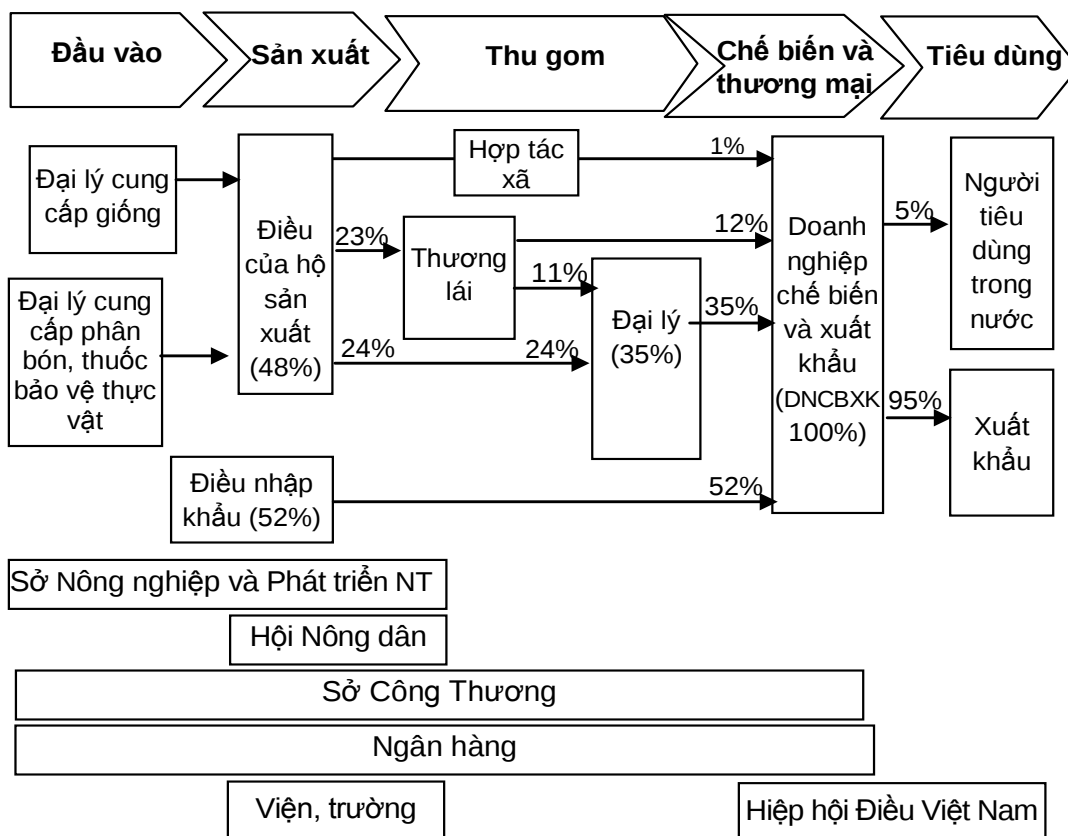
Giới hạn về sản phẩm: Nghiên cứu chỉ tập trung vào sản phẩm điều là hạt điều thô và nhân điều trắng xuất khẩu, chưa phân tích kinh tế chuỗi đối với các sản phẩm chế biến sâu (như điều rang muối, điều rang củi, các sản phẩm bánh kẹo nhân điều...).

2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

2.1. Sơ đồ chuỗi giá trị điều tỉnh Bình Phước

Kết quả khảo sát và tính toán đã cho ra sơ đồ chuỗi giá trị điều tỉnh Bình Phước như Hình 2.

Hình 2. Các tác nhân trong chuỗi giá trị điều tỉnh Bình Phước



Các kênh chính bao gồm:

Kênh 1: Người trồng điều => Thương lái => Đại lý => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng

Kênh 2: Người trồng điều => Thương lái => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng

Kênh 3: Người trồng điều => Đại lý => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng

Kênh 4: Người trồng điều => Hợp tác xã => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng

Kênh 5: Điều nhập khẩu => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng

Trong 5 kênh này, 11% sản lượng điều chế biến (tương ứng 23% sản lượng điều trong tỉnh) được phân phối qua kênh 1; 12% (tương ứng 25%) phân phối qua kênh 2; 24% (tương ứng 50%) phân phối qua kênh 3; và gần 1% (tương ứng 2%) phân phối qua kênh 4. Kênh 4 là kênh mới xuất hiện trong thời gian gần đây (khi tỉnh Bình Phước có các dự án hỗ trợ chứng nhận điều đạt tiêu chuẩn GlobalGAP và chứng nhận sản xuất kinh doanh theo tiêu chuẩn thương mại công bằng (Fair Trade) thông qua các hợp tác xã trong Liên hiệp Hợp tác xã điều tỉnh Bình Phước), nên sản lượng kênh 4 còn hạn chế. Riêng

kênh 5, là kênh nhập khẩu điều từ nước ngoài về để chế biến xuất khẩu, chiếm tới 52% sản lượng điều chế biến.

Như vậy, đối với các kênh sử dụng nguyên liệu điều trong tỉnh Bình Phước thì đại đa số hạt điều (47%/48%) từ khâu sản xuất đến nhà máy chế biến đều qua thương lái, đại lý, chỉ có 1% là qua các hợp tác xã. Qua khảo sát thì thương lái thu gom điều là trung gian giữa người nông dân và doanh nghiệp nhưng không có văn bản hay thỏa thuận có đầy đủ giá trị pháp lý. Đại lý thu mua thì đa phần cũng thực hiện việc thu mua tự do (gọi là “đại lý” nhưng thực tế chỉ có một số rất ít là đại lý của nhà máy chế biến). Sản lượng điều tươi của các hộ nông dân thuộc các hợp tác xã chiếm tỷ trọng quá nhỏ. Từ đây có thể thấy một mối liên kết lỏng lẻo giữa các tác nhân tham gia chuỗi và hướng sản xuất theo chuỗi qua kênh hợp tác xã ở tỉnh Bình Phước còn chưa phát triển.

Bên cạnh đó, kênh sử dụng nguyên liệu điều nhập khẩu chiếm đến 52% sản lượng điều chế biến, cho thấy sản lượng điều trong tỉnh chưa đáp ứng được công suất chế biến của các nhà máy chế biến. Điều này tương đối phù hợp với thông tin từ các cơ quan quản lý của tỉnh, thậm chí theo Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp Bình Phước (2017), với công suất hiện nay, nguyên liệu tại tỉnh Bình Phước chỉ đáp ứng được khoảng 25% công suất

chế biến của các nhà máy. Từ đó đặt ra một câu hỏi về sự rủi ro khi đầu tư quá mức vào chế biến nhân điều xuất khẩu, trong khi nguyên liệu lại phụ thuộc vào nhập khẩu. Thực tế thời gian gần đây, giá điều thô nhập khẩu không ngừng tăng, nguồn cung ngày một khó khăn hơn, càng gây thêm quan ngại cho tương lai của ngành điều tỉnh Bình Phước.

2.2. Phân tích hiệu quả tài chính chuỗi giá trị điều tỉnh Bình Phước

Trong chuỗi giá trị điều tỉnh Bình Phước, sản phẩm được tính ở đầu của chuỗi xuất phát (hộ trồng điều) là sản phẩm điều tươi, và tính theo giá bán tại điểm nhà hộ nông dân; sản phẩm cuối chuỗi là điều nhân xuất khẩu. Các sản phẩm chế biến sâu như điều nhân rang muối, hay bánh kẹo có nhân điều... không được đề cập trong nghiên cứu này. Trong 5 kênh thị trường thì chỉ có 4 kênh 1, 2, 3 và 5 được chọn để phân tích (vì kênh 4 chỉ chiếm 1% lượng điều chế biến).

Nguyên tắc tính toán là tổng giá trị sản phẩm đầu ra của tác nhân trước là chi phí trung gian của tác nhân liền kề trong chuỗi giá trị; các giá trị được tính toán từ 1 đơn vị sản phẩm (tấn) ở khâu sản xuất.

Tổng giá trị sản phẩm = Chi phí trung gian + Giá trị gia tăng

Chi phí trung gian = Nguyên liệu đầu vào + Nhiên liệu

Giá trị gia tăng = Chi phí tăng thêm + Giá trị giá tăng ròng (lợi nhuận ròng)

Bảng 1. Hiệu quả tài chính của các tác nhân kênh xuất khẩu, 2016

Đơn vị tính: 1.000 đồng

Khoản mục	Người trồng điều	Thương lái	Đại lý	Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu	Tổng
Kênh 1: Người trồng điều - Thương lái - Đại lý - Công ty chế biến xuất khẩu					
Giá bán (1.000 đ/tấn)	28.667	29.424	34.829	45.921	
Chi phí trung gian (1.000 đ/tấn)	3.982	28.667	29.424	34.829	
Giá trị gia tăng (1.000 đ/tấn)	24.685	757	5405	11.092	41.939
Tỷ lệ giá trị gia tăng	58,9%	1,8%	12,9%	26,4%	100%
Chi phí tăng thêm (1.000 đ/tấn)	7.230	455	673	4.218	
Giá trị gia tăng ròng (1.000 đ/tấn)	17.455	302	4.732	6.874	29.363
Tỷ lệ giá trị gia tăng ròng	59,4%	1,0%	16,1%	23,4%	100,0%
Kênh 2: Người trồng điều - Thương lái - Công ty chế biến xuất khẩu					
Giá bán (1.000 đ/tấn)	28.667	29.610		45.921	
Chi phí trung gian (1.000 đ/tấn)	3.982	28.667		29.610	
Giá trị gia tăng (1.000 đ/tấn)	24.685	943		16.311	41.939
Tỷ lệ giá trị gia tăng	58,9%	2,2%		38,9%	100,0%
Chi phí tăng thêm (1.000 đ/tấn)	7.230	455		4.218	
Giá trị gia tăng ròng (1.000 đ/tấn)	17.455	488		12.093	30.036
Tỷ lệ giá trị gia tăng ròng	58,1%	1,6%		40,3%	100%
Kênh 3: Người trồng điều - Đại lý - Công ty chế biến xuất khẩu					
Giá bán (1.000 đ/tấn)	30.455		34.829	45.921	
Chi phí trung gian (1.000 đ/tấn)	3.982		30455	34.829	
Giá trị gia tăng (1.000 đ/tấn)	26.473		4.374	11.092	41.939
Tỷ lệ giá trị gia tăng	63,1%		10,4%	26,4%	100,0%
Chi phí tăng thêm (1.000 đ/tấn)	7.230		673	4.218	
Giá trị gia tăng ròng (1.000 đ/tấn)	19.243		3.701	6.874	29.817
Tỷ lệ giá trị gia tăng ròng	64,5%		12,4%	23,1%	100,0%
Kênh 5: Nhập khẩu - Công ty chế biến xuất khẩu					
Giá bán (1.000 đ/tấn)				42.677	
Chi phí trung gian (1.000 đ/tấn)				34.139	
Giá trị gia tăng (1.000 đ/tấn)				8.538	8.538
Tỷ lệ giá trị gia tăng				100.0%	100,0%
Chi phí tăng thêm (1.000 đ/tấn)				4218	
Giá trị gia tăng ròng (1.000 đ/tấn)				4.320	4.320
Tỷ lệ giá trị gia tăng ròng				100.0%	100,0%

Ghi chú: Tính hiệu quả tài chính cho 1 tấn nguyên liệu điều hạt tươi.

Nguồn: Tổng hợp khảo sát 2017.

Chi phí tăng thêm = Chi lao động + Bao bì + Lãi vay + Thuế (lệ phí) + Khấu hao + Chi phí khác (nếu có)

Xem Bảng 1.

Đối với kênh 1: Đây là kênh mà sản phẩm (điều hạt tươi) đi qua 4 tác nhân là người trồng điều, thương lái, đại lý và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Kênh này tạo ra 29.363 triệu đồng giá trị gia tăng ròng. Trong đó, tác nhân người trồng điều đóng góp 58,9% giá trị gia tăng của kênh, và nhận được 54,9% giá trị gia tăng ròng (lợi nhuận ròng), tác nhân thương lái đóng góp 1,8% giá trị gia tăng và nhận 1% giá trị gia tăng ròng, tác nhân đại lý đóng góp 12,9% giá trị gia tăng, và nhận 16,1% giá trị gia tăng ròng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đóng góp 26,4% giá trị gia tăng và nhận 23,4% giá trị gia tăng ròng.

Đối với kênh 2: Đây là kênh mà sản phẩm (điều hạt tươi) đi qua 3 tác nhân: người trồng điều, thương lái và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Kênh này tạo ra 30.036 triệu đồng giá trị gia tăng ròng. Trong đó, tác nhân người trồng điều đóng góp 58,9% giá trị gia tăng của kênh, và nhận được 58,1% giá trị gia tăng ròng (lợi nhuận ròng), tác nhân thương lái đóng góp 2,2% giá trị gia tăng và nhận 1,6% giá trị gia tăng ròng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đóng góp 38,9% giá trị gia tăng ròng và nhận 40,3% giá trị gia tăng ròng.

Đối với kênh 3: Đây là kênh mà sản phẩm (điều hạt tươi) đi qua 3 tác

nhân: người trồng điều, đại lý và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Kênh này tạo ra giá trị gia tăng ròng là 29.817 triệu đồng. Trong đó, tác nhân người trồng điều đóng góp 63,1% giá trị gia tăng của kênh, và nhận được 64,5% giá trị gia tăng ròng (lợi nhuận ròng), tác nhân đại lý đóng góp 10,4% giá trị gia tăng và nhận 12,4% giá trị gia tăng ròng, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu đóng góp 24,6% giá trị gia tăng và nhận 23,1% giá trị gia tăng ròng.

Đối với kênh 5: Kênh này là kênh mà doanh nghiệp nhập khẩu điều nguyên liệu về chế biến xuất khẩu, tạo ra giá trị gia tăng là 8.538 triệu đồng, và giá trị gia tăng ròng là 4.320 triệu đồng.

Phân tích hiệu quả tài chính chuỗi của 3 kênh sử dụng nguyên liệu trong nước cho thấy giá trị gia tăng ròng (hay tổng lợi nhuận ròng của các tác nhân) do 3 kênh tạo ra là tương đương nhau (kênh 1 là 29.363 triệu đồng, kênh 2 là 30.036 triệu đồng, kênh 3 là 29.817 triệu đồng). Sự phân bổ lợi nhuận giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị tương đối hợp lý. Các tác nhân có đóng góp nhiều trong việc tạo ra giá trị gia tăng của chuỗi thì cũng nhận được sự phân bổ lợi nhuận (giá trị gia tăng ròng) cao. Tuy nhiên, việc phân tích hiệu quả tài chính chuỗi cho thấy các chuỗi (hay kênh thị trường) ngắn (qua ít tác nhân trung gian) thì người sản xuất sẽ có thu nhập cao hơn. Kênh 3 có giá trị gia tăng ròng 64,5% trong khi kênh 1 giá trị gia tăng

ròng thấp hơn, còn 59,4%. Hơn nữa, kênh thị trường qua nhiều trung gian hay qua ít trung gian lại hầu như không ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp chế biến xuất khẩu (kênh 1 có giá trị gia tăng ròng là 23,4% so với kênh 3 giá trị gia tăng ròng là 23,1%). Đây có thể là cơ sở cho việc hợp tác liên kết người sản xuất thành những đầu mối cung cấp nguyên liệu lớn đến trực tiếp các đại lý hay nhà máy chế biến, hoặc liên kết giữa người sản xuất và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu để tăng thu nhập cho hộ trồng điều.

Nếu so với sản xuất từ nguyên liệu trong nước, thì nhập khẩu điều chế biến xuất khẩu chỉ mang lại giá trị gia tăng ròng cho ngành hàng điều tỉnh Bình Phước khoảng 14-15% so với điều nội địa (kênh 5 giá trị gia tăng ròng là 4.320 triệu đồng so với kênh 1 là 29,363 triệu đồng, kênh 2 là 30,036 triệu đồng, kênh 3 là 29.817 triệu đồng). Trong bối cảnh sản lượng điều tỉnh Bình Phước không đáp ứng nhu cầu chế biến và xuất khẩu, thì việc nhập khẩu điều thô để phục vụ chế biến xuất khẩu là cần thiết. Tuy nhiên, xa hơn cần tập trung vào những sản phẩm chế biến sâu (các sản phẩm điều ăn trực tiếp) từ nguyên liệu trong nước và nguyên liệu điều nhân nhập khẩu, để tạo ra giá trị gia tăng cao hơn và tránh những rủi ro vì phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu điều thô nhập khẩu. Đó là chưa kể đến việc nhập khẩu điều thô về chế biến còn phải giải quyết vấn đề ô nhiễm môi trường.

2.3. Phân tích thuận lợi, khó khăn của chuỗi giá trị điều tỉnh Bình Phước

2.3.1. Thuận lợi

+ Điểm mạnh

- Đất đai, khí hậu phù hợp cho phát triển điều, nhất là tỉnh Bình Phước được xem là thủ phủ của điều ở Việt Nam, và năng suất điều được xem là cao ở những tỉnh có trồng điều.

- Sau nhiều năm phấn đấu, hạt điều tỉnh Bình Phước đã có chứng nhận chỉ dẫn địa lý. Điều này sẽ giúp ngành điều Bình Phước có nhiều cơ hội phát triển sản phẩm hàng hóa có truy xuất nguồn gốc để có thể đưa sản phẩm điều vào những thị trường có yêu cầu cao.

- Đã tổ chức sản xuất theo hướng sản xuất sạch hơn, có chứng nhận của các tổ chức quốc tế về sản phẩm, như chứng nhận theo tiêu chuẩn thương mại công bằng.

- Đã xây dựng các hợp tác xã và Liên hiệp Hợp tác xã trong sản xuất và liên kết tiêu thụ sản phẩm điều hạt (thành lập tháng 8/2016), quy mô diện tích 2.905ha với 679 thành viên (Liên minh Hợp tác xã Bình Phước, 2017) và đã liên kết với 3 doanh nghiệp chế biến xuất khẩu để thu mua sản phẩm được cấp chứng nhận tiêu chuẩn thương mại công bằng và tiêu chuẩn hữu cơ (organic).

- Công nghệ chế biến được đánh giá là tiên tiến nhất ở các quốc gia có xuất khẩu hạt điều

+ Cơ hội

- Việt Nam thuộc nhóm quốc gia xuất khẩu điều nhân hàng đầu thế giới, nên được nhiều nhà nhập khẩu biết đến.

- Nhà nước có những quan tâm về xúc tiến thương mại, đầu tư về giống, kỹ thuật canh tác để cải thiện năng suất điều với các chương trình về giống và áp dụng các quy trình thâm canh để ổn định tăng năng suất theo hướng sản xuất an toàn vệ sinh thực phẩm.

- Có các hỗ trợ về thông tin thị trường, xúc tiến thương mại của Hiệp hội Điều Việt Nam.

- Điều được xác định là sản phẩm quốc gia nên có chương trình hỗ trợ phát triển ngành hàng điều.

- Thị trường xuất khẩu điều của Việt Nam có mức tăng trưởng tốt trong thời gian qua.

- Hiệp hội điều cấp quốc gia và cấp tỉnh (Hiệp hội điều tỉnh Bình Phước) bước đầu đã quan tâm chia sẻ thông tin, khuyến nghị thành viên chấp hành tốt chủ trương, chính sách của nhà nước và các cam kết quốc tế.

2.3.2. *Khó khăn*

+ Điểm yếu

- Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là điều nhân, chưa có sản phẩm chế biến sâu. Các sản phẩm chế biến sâu chủ yếu là tiêu dùng trong nước.

- Nhập khẩu hạt điều còn nhiều bất cập, nhất là chất lượng điều nhập khẩu. Mặt khác, các doanh nghiệp Việt Nam chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc nhập khẩu (hợp đồng, thanh toán quốc tế,

tranh chấp quốc tế), nhất là nhập khẩu điều từ các quốc gia Châu Phi.

+ Sản phẩm chế biến sâu cho tiêu dùng chưa nhiều. Theo nhận định của Sở Công Thương tỉnh Bình Phước (2017) thì sản phẩm chế biến từ hạt điều Bình Phước chưa đa dạng và tỷ lệ sản phẩm nhân hạt điều còn chiếm tỷ trọng cao. Trong khi đó, các sản phẩm điều chế biến cho tiêu dùng trong nước được tiêu thụ ít và chế biến cho xuất khẩu gần như bằng không.

+ Thách thức

- Biến đổi khí hậu (mưa, nắng thất thường, nắng nóng) ảnh hưởng đến năng suất, sản lượng điều.

- Sự cạnh tranh ngày càng mạnh từ các quốc gia như Ấn Độ, Trung Quốc và các nước Châu Phi về nguyên liệu điều cho chế biến xuất khẩu.

3. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Nghiên cứu về chuỗi sản phẩm điều Bình Phước cho thấy hiện có 5 kênh thị trường trong ngành hàng điều Bình Phước bao gồm: (1) Người trồng điều => Thương lái => Đại lý => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng; (2) Người trồng điều => Thương lái => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng; (3) Người trồng điều => Đại lý => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng; (4) Người trồng điều => Hợp tác xã => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng; (5) Điều nhập khẩu => Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu => Tiêu dùng. Trong đó, kênh 5 sử dụng

điều nhập khẩu chiếm tới 52% sản lượng ngành hàng điều Bình Phước. Đối với các kênh thị trường nguyên liệu trong nước thì 3 kênh 1, 2, 3 chiếm 98% sản lượng, kênh 4 với tác nhân Hợp tác xã mới chỉ chiếm 2% sản lượng. Mối liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi còn tương đối lỏng lẻo. Kênh thị trường qua hợp tác xã, một hướng phát triển được cho là phù hợp với xu hướng kinh doanh theo chuỗi giá trị hiện nay còn quá khiêm tốn.

Việc phân tích kinh tế chuỗi cho thấy sự phân bổ lợi nhuận giữa các tác nhân trong chuỗi tương đối hợp lý. Các tác nhân có đóng góp nhiều trong việc tạo ra giá trị gia tăng của chuỗi thì nhận được sự phân bổ lợi nhuận (giá trị gia tăng ròng) cao. Các kênh phân phối qua ít tác nhân trung gian thì tác nhân sản xuất (người trồng điều) sẽ có thu nhập cao hơn so với các kênh phân phối qua nhiều tác nhân trung gian, trong khi không ảnh hưởng đến lợi nhuận của tác nhân chế biến xuất khẩu. Bên cạnh đó, các kênh sử dụng nguyên liệu điều trong nước có tổng giá trị gia tăng ròng (lợi nhuận) cao hơn nhiều so với kênh sử dụng điều nguyên liệu nhập khẩu để chế biến xuất khẩu.

Bước đầu đã hình thành liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị với các sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế như tiêu chuẩn thương mại công bằng, tiêu chuẩn điều hữu cơ, tuy nhiên quy mô còn hạn chế (2% sản lượng điều của tỉnh).

Từ việc phân tích hiệu quả tài chính chuỗi và phân tích những thuận lợi, khó khăn của chuỗi, để hoàn thiện nâng cấp chuỗi, cần sự liên kết các tác nhân trong chuỗi giá trị một cách chặt chẽ hơn, giảm bớt các tác nhân trung gian tham gia, tăng nguồn cung cấp nguyên liệu trong nước, điều chỉnh chiến lược xuất khẩu và chế biến sản phẩm. Một số giải pháp cụ thể như sau:

- Ổn định và tăng năng suất điều hạt

Việc mở rộng diện tích điều hiện nay là không khả thi bởi sự cạnh tranh của các cây trồng khác như hồ tiêu, cà phê, cao su và cây ăn trái. Do đó để tăng sản lượng thì chỉ có thể tăng năng suất điều thông qua áp dụng khoa học kỹ thuật, như: tuyển chọn các giống cây đầu dòng năng suất cao hoặc nhập khẩu giống; chuyển giao các tiến bộ kỹ thuật trong thâm canh, tăng năng suất điều; hỗ trợ nông dân phòng tránh sâu bệnh trên điều để đảm bảo năng suất hàng năm.

- Chế biến sâu sản phẩm điều

Kết quả khảo sát và phân tích chuỗi giá trị điều Bình Phước cho thấy sản phẩm chế biến sâu chiếm tỷ lệ thấp, do đó để nâng cao giá trị gia tăng cho chuỗi giá trị điều Bình Phước thì cần đầu tư chế biến sâu nhiều dòng sản phẩm có chất lượng cao, đảm bảo nguồn gốc xuất xứ và tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm của các thị trường nhập khẩu quốc tế như các tiêu chuẩn của Fair Trade, FSMA...).

- Nhập khẩu điều cho chế biến trong nước

Kết quả phân tích cho thấy kênh phân phối là điều nguyên liệu nhập khẩu cũng đem lại lợi nhuận cho doanh nghiệp xuất khẩu, giải quyết được sự thiếu hụt điều nguyên liệu trong nước, giải quyết được việc làm ở các doanh nghiệp. Tuy nhiên, về lâu dài nên thay đổi chiến lược nhập khẩu, giảm nhập khẩu điều thô, tăng nhập khẩu điều nhân để chế biến các sản phẩm giá trị gia tăng (chế biến sâu), giải pháp này cần kết hợp với giải pháp về chế biến sâu sản phẩm điều (giải pháp 2) và giải pháp ổn định và tăng năng suất điều trong nước (giải pháp 1).

- Mở rộng liên kết sản xuất theo chuỗi

Kết quả phân tích chuỗi cho thấy chuỗi giá trị ngành điều qua ít trung gian thì người trồng điều sẽ nhận được phần lợi nhuận cao hơn, do đó mở rộng liên kết sản xuất và tiêu thụ thông qua hợp tác xã hoặc liên hiệp hợp tác xã điều sẽ có lợi cho người trồng điều, là tác nhân đầu tiên của chuỗi giá trị sản phẩm điều. Do vậy, mở rộng quy mô sản xuất và tiêu thụ của Liên hiệp Hợp tác xã điều tỉnh Bình Phước sẽ góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho ngành điều, cũng như gia tăng thu nhập cho hộ trồng điều. Việc mở rộng quy mô liên kết này trên cơ sở quy hoạch chung của ngành điều và trên cơ sở thành lập thêm các tổ hợp tác hoặc hợp tác xã sản xuất điều theo tiêu chuẩn thương mại công bằng, hữu cơ liên kết tiêu thụ với doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thông qua Liên hiệp Hợp tác xã điều tỉnh Bình Phước.

- Hỗ trợ ngành điều

Để thực hiện được các giải pháp nêu trên thì cần có các giải pháp hỗ trợ sau đây:

- . Tiếp tục các chương trình về giống và áp dụng các quy trình thâm canh để ổn định tăng năng suất theo hướng sản xuất an toàn vệ sinh thực phẩm.

- . Xây dựng quy trình sản xuất đạt tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm từ khâu sản xuất đến chế biến sản phẩm điều.

- . Tiếp tục hỗ trợ và củng cố Liên hiệp Hợp tác xã Điều Bình Phước để duy trì và mở rộng liên kết sản xuất và tiêu thụ hạt điều đạt chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm.

- . Hỗ trợ vốn đầu tư cho các doanh nghiệp trong việc đầu tư, nâng cấp trang thiết bị và công nghệ chế biến sâu các sản phẩm điều.

- . Hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu về thông tin thị trường, thông tin khách hàng và tư vấn pháp lý trong quá trình xuất khẩu cũng như việc nhập khẩu hạt điều thô. Tổ chức các lớp tập huấn về pháp lý trong kinh doanh xuất nhập khẩu cho các doanh nghiệp có nhu cầu.

Hạn chế của nghiên cứu và kiến nghị

Mặc dù nghiên cứu đã phân tích được chuỗi giá trị điều ở tỉnh Bình Phước - một chuỗi khá quan trọng trong nền nông nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, do hạn chế về mặt thời gian cũng như nguồn lực, nghiên cứu chưa xem xét được hết các kênh trong chuỗi giá trị điều, nhất là các kênh chế biến sâu

sản phẩm điều tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Hơn nữa, các sản phẩm chế biến từ phụ phẩm điều như vỏ hạt, vỏ lụa, quả điều... cũng chưa được đưa vào phân tích trong chuỗi giá trị. Vì thế các kết luận của nghiên cứu chủ yếu dựa vào phân tích chuỗi giá trị điều xuất khẩu nhân trắng nguyên liệu, và do đó gợi ý giải pháp chưa thật sự toàn diện.

Để có các kết luận đầy đủ, bao quát,

toàn diện hơn, trong các nghiên cứu tiếp theo cần khảo sát toàn diện các kênh và các tác nhân tham gia trong chuỗi điều ở Bình Phước. Ngoài ra, đối với kênh trong nước, nên khảo sát thêm hệ thống phân phối-tiêu thụ ở TPHCM và các địa phương tiêu thụ nhiều sản phẩm chế biến từ hạt điều; đối với kênh xuất khẩu cũng nên khảo sát thêm hệ thống tiêu thụ ở nước ngoài. □

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Cục Thống kê tỉnh Bình Phước. 2017. *Niên giám thống kê tỉnh Bình Phước năm 2016*.
2. GTZ. 2007. *Cẩm nang ValueLinks - Phương pháp luận thúc đẩy liên kết chuỗi giá trị*.
3. Liên minh Hợp tác xã tỉnh Bình Phước. 2017. *Liên kết trong sản xuất và chế biến để nâng cao giá trị hạt điều*. Bài tham luận tại Hội nghị khách hàng Quốc tế ngành điều Bình Phước năm 2017.
4. Sở Công Thương tỉnh Bình Phước. 2017. *Báo cáo chuyên đề: Quy hoạch phát triển vùng nguyên liệu, chất lượng cây giống và quy trình canh tác trên cây điều của tỉnh*. Báo cáo tại Hội nghị khách hàng Quốc tế ngành điều Bình Phước năm 2017.
5. Tổng cục Thống kê. 2017. *Niên giám thống kê 2016*. Hà Nội: Nxb. Thống kê.
6. Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp Bình Phước. 2017. *Báo cáo hoạt động doanh nghiệp điều Bình Phước*.
7. www.trademap.org.