

Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ
 website: sj.ctu.edu.vn

PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ ỚT TỈNH ĐỒNG THÁP

Võ Thị Thanh Lộc¹, Nguyễn Thị Thu An³, Nguyễn Phú Sơn², Huỳnh Hữu Thọ¹,
 Trương Hồng Võ Tuấn Kiệt¹, Lâm Huôn¹ và Lê Trường Giang¹

¹ Viện Nghiên cứu Phát triển Đồng bằng sông Cửu Long, Trường Đại học Cần Thơ

² Trung tâm Dịch vụ và Chuyển giao Công nghệ, Trường Đại học Cần Thơ

³ Khoa Quản lý Công nghiệp, Trường Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ

Thông tin chung:

Ngày nhận: 04/12/2014

Ngày chấp nhận: 08/06/2015

Title:

Analysis of chili value chain in Dong Thap Province

Từ khóa:

Chuỗi giá trị, giá trị gia tăng và ớt

Keywords:

Chili, value-added, value chain

ABSTRACT

Dong Thap is a leading province of chili production in the Mekong Delta. Dong Thap chili is high competitive advantage in spicy quality compared to other regions; There are, however, many problems from production to distribution. The study applied the value chain approach of Kaplinsky & Morris (2001), the ValueLinks method of GTZ (2007), Marking value chains work better for the poor (M4P, 2008) and participation of chain actors. The research objectives include (1) assessment of production and distribution situation of chili in Dong Thap, (2) analysis of chili value chain, and (3) suggestion of strategic solutions for upgrading chili value chain. The solutions help facilitators at all levels to develop further policies and better measures to added value of chili product, such as improving chili variety, use of organic fertilizers and research on use of water from drying chili instead of plant protection chemicals; in the production stage, it is necessary to develop large scale production, improve product quality and business linkage; in the distribution stage it should increase high quality of frozen and dried chili for export as well as reduce dependence on the Chinese market.

TÓM TẮT

Đồng Tháp là tỉnh sản xuất ớt lớn nhất vùng Đồng bằng sông Cửu Long (2.677 ha). Ớt Đồng Tháp được sản xuất tập trung ở huyện Thanh Bình, là sản phẩm có lợi thế cạnh tranh cao về độ cay so với trồng ở các vùng khác. Tuy nhiên, còn rất nhiều vấn đề liên quan đến khâu sản xuất, chế biến và tiêu thụ ớt. Nghiên cứu dựa vào lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky & Morris (2001), phương pháp liên kết chuỗi giá trị của GTZ Eschborn (2007), nâng cao thị trường cho người nghèo (M4P, 2008) và sự tham gia của các tác nhân tham gia chuỗi. Mục tiêu nghiên cứu bao gồm (1) Đánh giá thực trạng sản xuất và tiêu thụ ớt tỉnh Đồng Tháp, (2) Phân tích chuỗi giá trị ớt và (3) Đề xuất các giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị ớt nhằm giúp các nhà hỗ trợ các cấp có đủ cơ sở xây dựng các chính sách và giải pháp phù hợp hơn để tăng giá trị gia tăng và phát triển bền vững chuỗi ngành hàng từ tập trung cải tạo giống, sử dụng phân hữu cơ và nghiên cứu nước sấy ớt sử dụng thay thuốc bảo vệ thực vật; Khâu sản xuất cần phát triển liên kết sản xuất qui mô lớn, nâng cao chất lượng và kết nối đầu ra; Khâu tiêu thụ cần tăng cường ớt cấp đông và sấy khô xuất khẩu chất lượng cao, giảm lệ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Ớt là một loại rau màu gia vị được trồng phổ biến ở Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), trong đó Đồng Tháp (ĐT) là tỉnh có diện tích trồng ớt lớn nhất. Năm 2013, diện tích trồng ớt của ĐT là 2.766 ha (chiếm hơn 50% diện tích trồng ớt ở ĐBSCL và sản lượng đạt 30.428 tấn (Niên giám thống kê tỉnh ĐT, 2013). Đồng Tháp có điều kiện tự nhiên phù hợp cho cây ớt phát triển và chất lượng cao, nhất là đất cồn ở huyện Thanh Bình (TB). Đó là lý do Ớt ĐT đã được Cục sở hữu trí tuệ chứng nhận nhãn hiệu tập thể “Ớt Thanh Bình” vì ớt sản xuất nơi đây có chất lượng tốt hơn các vùng khác về mùi vị và độ cay (UBND tỉnh ĐT, 2013). Ớt ĐT xuất khẩu 97,4% sản lượng, chủ yếu xuất sang thị trường Trung Quốc hơn 80% sản lượng ớt khô, tiêu thụ nội địa không đáng kể (2,6%). Năm 2013, tổng thu nhập ớt của ĐT là 2.128 tỷ đồng và tổng lợi nhuận là 394 tỷ đồng.

Mặc dù ớt phát triển rất tốt ở ĐT và có chất lượng cao vì có điều kiện tự nhiên và thổ nhưỡng phù hợp nhưng vẫn còn rất nhiều vấn đề trong sản xuất và tiêu thụ như thiếu thông tin thị trường, giá bán chưa ổn định, ớt chủ yếu xuất khẩu tiểu ngạch sang Trung Quốc dưới dạng phơi khô chưa đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, đây là thị trường lớn nhưng ẩn chứa nhiều rủi ro do giá bán không ổn định. Nông dân còn sản xuất nhỏ lẻ chưa đáp ứng nhu cầu thị trường về số lượng và chất lượng, chưa có sản phẩm ớt đạt tiêu chuẩn GAP (đang thực hiện mô hình sản xuất theo tiêu chuẩn GAP để đạt chuẩn chất lượng vào năm 2015), giá thấp vào vụ thuận, năng suất và sản lượng có xu hướng giảm do ảnh hưởng biến đổi khí hậu, sâu bệnh nhiều, thiếu hậu cần sơ chế và chế biến để nâng cao giá trị gia tăng của ớt. Vì vậy, việc phân tích chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp là rất cần thiết nhằm đánh giá

thực trạng sản xuất và tiêu thụ ớt tỉnh Đồng Tháp, hoạt động của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị ớt và đề xuất các giải pháp nâng cấp chuỗi, tăng giá trị gia tăng và cải thiện sinh kế hộ trồng ớt.

2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Phương pháp thu thập dữ liệu

Lược khảo tài liệu thứ cấp có liên quan đến sản xuất và tiêu thụ ớt ở ĐT và các tỉnh.

Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp:

Phòng vấn trực tiếp các tác nhân tham gia chuỗi (nông dân, thương lái, chủ vựa, công ty) bằng bản hỏi cấu trúc.

Phòng vấn người am hiểu (KIP) bao gồm nhà quản lý ngành nông nghiệp các cấp có liên quan đến sản xuất và tiêu thụ ớt bằng bản hỏi bán cấu trúc.

Thảo luận nhóm: hai nhóm nông dân trồng ớt và thương lái ớt bằng bản hỏi bán cấu trúc.

Hội thảo báo cáo kết quả nghiên cứu tại huyện Thanh Bình, tỉnh ĐT, thành phần bao gồm tất cả các tác nhân, nhà hỗ trợ chuỗi và khách mời có liên quan góp ý báo cáo phân tích chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp (Ngày 23/4/2014).

2.2 Vùng nghiên cứu và quan sát mẫu

Huyện Thanh Bình được chọn làm địa bàn nghiên cứu vì đây là huyện chuyên canh ớt, chiếm 65,8% diện tích và 82,2% sản lượng ớt toàn tỉnh. Hơn nữa, các tác nhân thuộc khâu thương mại ớt cũng tập trung ở huyện Thanh Bình. Tổng số quan sát mẫu là 189, bao gồm tác nhân tham gia chuỗi (nông dân, thương lái, chủ vựa, công ty), nhà hỗ trợ chuỗi (nhà quản lý các cấp liên quan đến ớt) và đại biểu tham dự hội thảo (Bảng 1).

Bảng 1: Cơ cấu quan sát mẫu chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp

STT	Đối tượng	Số quan sát mẫu*	Phương pháp
1	Nông dân	62	Phương pháp phi ngẫu nhiên có điều kiện*
2	Thương lái	17	Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)
3	Chủ vựa	9	Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)
4	Công ty	8	Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)
6	Nhà hỗ trợ	13	Phòng vấn KIP
7	Hội thảo	80	Tổ chức sáng 23/4/2014 tại huyện Thanh Bình, thành phần đã được mô tả ở mục 2.1
Tổng cộng		189	

(* Những hộ có trồng và bán ớt ít nhất 5 năm được phỏng vấn

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

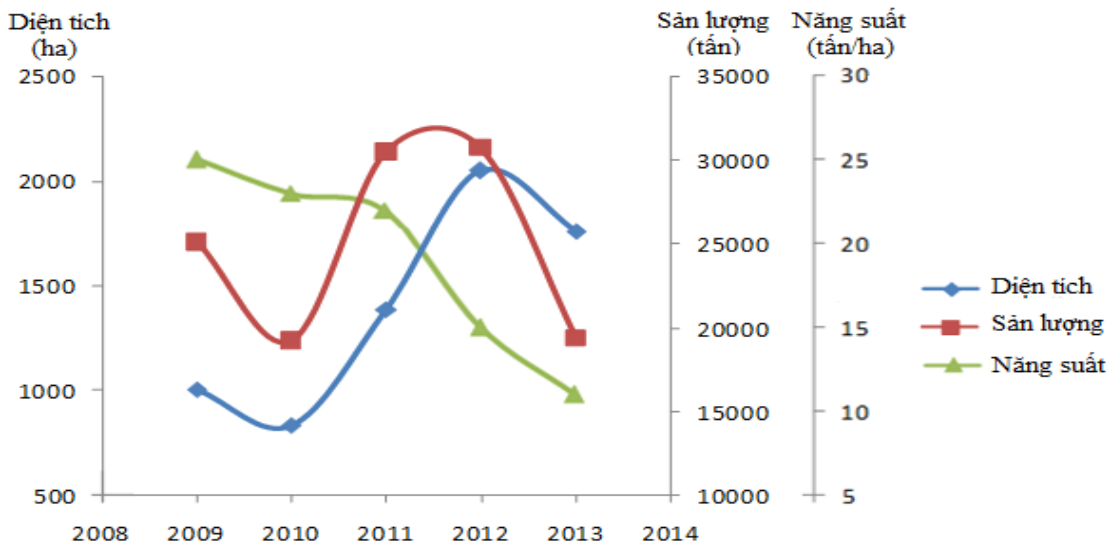
3.1 Tình hình sản xuất và tiêu thụ ớt tỉnh Đồng Tháp

3.1.1 Tình hình sản xuất ớt

Ớt là cây trồng truyền thống của tỉnh Đồng Tháp (ĐT) nói chung và của huyện Thanh Bình nói riêng. Giống ớt được trồng ở Đồng Tháp chủ yếu là ớt chỉ thiên. Diện tích trồng ớt của tỉnh năm 2013 là 2.766 ha (giảm 3,7% so với năm 2012) và năng suất trung bình 11 tấn/ha (giảm 26,7% so với năm 2012). Tương tự, diện tích trồng ớt tại huyện Thanh Bình năm 2013 là 1.763 ha (chiếm 63,7% diện tích trồng ớt của tỉnh) nhưng diện tích, năng suất và sản lượng ớt của huyện năm 2013 đều giảm so với năm 2012 và so với các năm trước. Theo kết quả phỏng vấn nhà hỗ trợ chính quyền địa phương các cấp và các tác nhân tham gia chuỗi thì nguyên nhân giảm diện tích và sản lượng ớt là do tình hình thời tiết bất lợi (ảnh hưởng biến đổi khí hậu) dẫn đến dịch bệnh xuất hiện thường xuyên trên cây ớt,

đặc biệt là bọ trĩ, bệnh thán thư, bệnh khảm và bệnh héo xanh. Dịch bệnh gây thiệt hại lớn về năng suất và chất lượng ớt, đến nay chưa có một quy trình quản lý dịch bệnh trên ớt hiệu quả, nông dân sử dụng thuốc hóa học là giải pháp phổ biến. Hơn nữa, do thâm canh liên tục nhiều vụ, đất đai bị bạc màu trong khi nông dân không có tập quán sử dụng phân hữu cơ. Điều này dẫn đến độ phì tự nhiên của đất giảm làm hạn chế năng suất của ớt.

Trong giai đoạn 2009-2013, mặc dù diện tích trồng ớt của tỉnh ĐT không ổn định nhưng bình quân diện tích tăng 15%/năm, trong khi đó năng suất giảm bình quân 19%/năm dẫn đến sản lượng giảm trung bình 6%/năm (Hình 1). Theo số liệu khảo sát năm 2014, giá bán ớt của nông dân năm 2012 và năm 2013 khá cao (từ 19.000 – 21.000 đồng/kg, tăng 17% so với các năm trước) và đầu năm 2014 giá ớt có xu hướng tăng cao (trung bình từ 22.000-25.000đ/kg) do lượng cung giảm và cầu thị trường có xu hướng tăng.



Hình 1: Xu hướng phát triển diện tích, năng suất và sản lượng ớt tỉnh Đồng Tháp, giai đoạn 2009 – 2013 (NGTK tỉnh Đồng Tháp 2013)

Mô tả nông hộ trồng ớt

Diện tích trồng: Theo kết quả điều tra năm 2014, diện tích trồng ớt trung bình/hộ là 4.700 m² (thấp nhất 1.000 m², cao nhất 13.000 m²). Trong đó có 29% số hộ tăng diện tích trồng ớt so với 4 năm trước từ thuê, mua đất thêm hoặc chuyển đổi từ mô hình sản xuất khác sang trồng ớt.

Mùa vụ, giống và kỹ thuật canh tác: Ớt được trồng một vụ chính trong năm, các giống ớt được trồng phổ biến trong các năm qua là Tên lửa 106, Chánh Phong, Hai mũi tên đỏ Indo, Sen Hồng,

Trang nông, Đồng tiền vàng. Phương tiện vận chuyển nguyên vật liệu đầu vào cho quá trình sản xuất của nông dân là xe honda (68%) hoặc xe đạp (6%) hoặc đại lý giao đến tận nơi cho nông dân (26%). Trong kỹ thuật canh tác, 98% nông dân trồng ớt theo tập quán truyền thống và chỉ 2% trồng ớt theo qui trình organic (hữu cơ). Khâu trồng và thu hoạch được thực hiện hoàn toàn bằng lao động chân tay; khâu làm đất có 75% nông dân thực hiện bằng cơ giới hóa (thuê máy xới) và 44% nông dân thực hiện bằng tay (thuê lao động làm).

Huyện Thanh Bình có nhiều điểm thu mua ớt với quy mô lớn do đây là vùng nguyên liệu lớn nhất tỉnh Đ.T. Vào thời điểm chính vụ, các điểm thu mua sản lượng lên đến 120 tấn/ngày, do vậy đã hình thành các dịch vụ nghề ớt như: hái ớt trái, thu mua ớt, vận chuyển, lật cuống ớt, phơi ớt (sấy ớt), phân loại ớt. Điều này đã tạo được việc làm cho nhiều lao động địa phương trong vùng chuyên ớt (trung bình lực lượng lao động cần khoảng 1.566 người/ngày cho đây chuyên mua ớt vào thời điểm chính vụ).

Thuận lợi và khó khăn của nông hộ sản xuất ớt

Thuận lợi:

– Nông dân có kinh nghiệm trong trồng ớt (31% số hộ); chọn giống và chăm sóc theo ý mình (13%); được tập huấn kỹ thuật (9%); giao thông thuận lợi cho việc mua bán (24%); thu nhập ổn định cho hộ (13%); dễ thuê mướn lao động (9%).

– Thuận lợi về điều kiện tự nhiên và thủy lợi như có đê bao, chủ động nước tưới (24%); dễ trồng, đất đai, điều kiện tự nhiên phù hợp (18%).

– Dễ tiêu thụ do có nhiều người thu mua (24%); được thương lái, chủ vựa cung cấp giống (15%).

Khó khăn:

– Thời tiết thay đổi thất thường (mưa, sương muối, nắng), sâu bệnh trên ớt nhiều và khó trị (93% số hộ); thiếu kỹ thuật sản xuất (25%); đất đai bị suy thoái, kém màu mỡ (11%); nước bị ô nhiễm, nguồn nước giếng bị nhiễm phèn (7%); chất lượng phân bón, giống bị giảm (5%).

– Nông dân thiếu vốn sản xuất (7%); ngại sử dụng phân hữu cơ sinh học, chủ yếu sử dụng phân hóa học nên giá thành sản xuất ớt cao (4%); sản xuất năng suất ngày càng giảm (11%); Giá cả lao động trong khâu thu hoạch ớt có xu hướng gia tăng (3%); đại lý BTTV bán thuốc không đúng chất lượng, cung cấp thuốc không chính hãng, hiệu quả phòng trừ sâu bệnh thấp làm giá thành sản xuất của nông dân cao (4%).

– Giá đầu ra không ổn định (49%); thiếu thông tin thị trường và chưa có công ty bao tiêu sản phẩm (25%); bị thương lái ép giá (5%).

3.1.2 Tình hình tiêu thụ ớt

a. Nông dân:

Trong tiêu thụ, chỉ có 7% nông dân phân loại ớt trước khi bán để bán được giá cao hơn. Ớt tươi thu hoạch sẽ được bán trong ngày. Ngoài ra, có 15% nông dân phơi ớt để trữ lại khi giá ớt tươi trên thị

trường giảm mạnh, tỷ trọng ớt phơi của nông hộ trung bình khoảng 35% sản lượng thu hoạch; thời gian dự trữ ớt khô trung bình 23 ngày sau đó xuất bán. Trong khâu phơi, nông dân gặp khó khăn do không có sân phơi, phơi không đủ nắng sẽ không bảo quản ớt khô được lâu. Về kênh tiêu thụ, 85,5% nông dân bán ớt cho thương lái, 14,5% bán ớt cho chủ vựa. Giá bán chủ yếu được người mua quyết định (67% ý kiến), trường hợp nông dân và người bán thỏa thuận giá chiếm 33% ý kiến.

Giá bán và thị trường đầu ra không ổn định là rủi ro lớn nhất trong tiêu thụ ớt và người sản xuất gần như chưa quản lý được rủi ro này mà phụ thuộc rất lớn vào người mua, đặc biệt là thị trường xuất khẩu. Ngoài ra, trong tiêu thụ nông dân còn gặp rủi ro do yêu cầu chất lượng cao mà nông dân không đáp ứng được; tuy nhiên rủi ro này không đáng kể vì dù ớt có chất lượng như thế nào nông dân vẫn bán được nhưng với mức giá thấp hơn.

b. Thương lái, chủ vựa ớt:

Qua khảo sát, có 46% thương lái chỉ thu mua ớt tươi, 54% thương lái mua ớt tươi và ớt khô. Ớt Đ.T được thu mua bởi thương lái và chủ vựa trong và ngoài tỉnh Đ.T như Tiền Giang. Ngược lại, thương lái và chủ vựa ở Đ.T còn mua ớt ở các tỉnh khác như An Giang, Tiền Giang, Tây Ninh, Vĩnh Long, Trà Vinh và Sóc Trăng.

Chủ vựa mua ớt chủ yếu từ thương lái trong và ngoài tỉnh và một phần được thu mua trực tiếp từ nông dân. Sản lượng ớt tươi (bao gồm cả ớt khô quy đổi thành ớt tươi) chủ vựa thu mua năm 2013 trung bình 5.686 tấn/năm/vựa (từ 519 đến 23.710 tấn) và sản lượng ớt tươi chủ vựa bán trung bình là 5.555 tấn/năm/vựa (hao hụt 2,3%).

Qua khảo sát cho thấy, 77% thương lái và 86% chủ vựa có phơi, sấy ớt để bán theo yêu cầu của thị trường; hoặc ớt khô có giá bán cao và dự trữ được lâu; hoặc ớt trái nhỏ không bán tươi được nên phơi khô; hoặc khi thị trường tiêu thụ kém, Trung Quốc không nhập hàng nên thương lái, chủ vựa

Thuận lợi và khó khăn trong khâu tiêu thụ của thương lái và chủ vựa

Thuận lợi:

– Có kinh nghiệm trong kinh doanh (30%), có uy tín trong kinh doanh (15%), giao dịch mua bán dễ dàng (55%), nguồn nguyên liệu ớt tại chỗ lớn, cung cấp được liên tục, ngoài ra có thể thu mua ớt ở các tỉnh khác như An Giang, Tiền Giang, Tây Ninh (65%),

- Giao thông thuận tiện trong việc thu mua (20%) và nguồn lao động của địa phương dồi dào, dễ thuê mướn lao động (20%).

- Định hướng được nông dân trồng theo những giống ớt thương lái, chủ vựa thu mua (15%).

Khó khăn:

- Thương lái, chủ vựa gặp nhiều khó khăn do thị trường không ổn định về số lượng và giá cả (55%) do lệ thuộc thị trường Trung Quốc; bị thương lái Trung Quốc ép giá (40%).

- Thiếu vốn kinh doanh (35%).

- Chất lượng ớt không đồng đều do nông dân chưa làm theo quy trình canh tác hiệu quả, nông dân tự trộn 2-3 loại giống lại để gieo trồng (25%); ảnh hưởng của thời tiết, đất đai cũng làm giảm chất lượng ớt (25%).

c. Công ty xuất khẩu và chế biến ớt:

Hiện tại, ĐT có 16 cơ sở thu mua và chế biến ớt (muối ớt, bột ớt và tương ớt), trong đó có 6 cơ sở sản xuất qui mô lớn có kho đông lạnh và cấp đông để xuất khẩu ớt tươi (20%) và ớt khô (80% sang Trung Quốc). Thông tin về yêu cầu thị trường xuất khẩu qua khảo sát 8 công ty/cơ sở chế biến sản phẩm giá trị gia tăng từ ớt của ĐT với các sản phẩm như: ớt bột, ớt khô đóng gói (bán cho siêu thị, đang trong thời gian giới thiệu sản phẩm), muối ớt (bán tại cơ sở hoặc tiêu thụ qua các đại lý), tương ớt (bán cho siêu thị, tại chợ địa phương, hội chợ) như sau:

- Mức độ trang bị máy móc thiết bị của công ty/cơ sở chế biến chưa đồng đều, có công ty đã đầu tư máy sấy nhiệt lạnh để sấy ớt khô hoặc từ ớt khô đóng gói hoặc xay thành ớt bột để tiêu thụ. Mặc dù công ty đầu tư máy móc thiết bị hiện đại nhưng công suất còn thấp, chi phí đầu tư cao (máy sấy 500 triệu đồng với công suất sấy 500 kg/m² 15 tiếng).

- Cơ sở chế biến muối ớt của huyện đã đăng ký nhãn hiệu muối ớt Ngọc Yên cho sản phẩm (năm 2009), sản lượng chế biến năm 2013 đạt 500 tấn muối ớt. Cơ sở cũng đầu tư máy móc thiết bị để xay ớt khô nhưng các công đoạn trong khâu chế biến còn làm bằng thủ công, công suất thấp nên cung chưa đáp ứng nhu cầu thị trường; chưa phân phối sản phẩm vào siêu thị hoặc xuất khẩu do cách đàm phán về nhãn hiệu và cách thanh toán. Muối ớt Ngọc Yên chủ yếu tiêu thụ nội địa, đặc biệt là thị trường các tỉnh phía Bắc.

- Cơ sở chế biến tương ớt năm 2013 đạt sản lượng gần 2 tấn tương ớt. Cơ sở đã đăng ký nhãn

hiệu tương ớt An An cho sản phẩm (năm 2013). Quy trình sản xuất tương ớt cũng đơn giản và chủ yếu thực hiện thủ công. Hiện tại, cơ sở chỉ có 2 máy xay ớt tươi (dùng máy xay thịt với chi phí đầu tư 800 ngàn đồng/máy để xay ớt nên năng suất thấp), cơ sở rất cần được đầu tư hỗ trợ máy xay ớt chuyên dùng, công suất 600 kg/ngày.

Ngoài ra, thông tin của công ty TNHH Quân Quân thị TP.HCM có hơn 10 công ty xuất khẩu ớt tươi qui mô vừa và lớn (trung bình từ 600 tấn/tháng trở lên). Nguồn nguyên liệu của các công ty này từ các chủ vựa có kho đông lạnh và cấp đông từ 100 m² trở lên thuộc các tỉnh Tiền Giang, Đà Lạt và Tây Ninh. Trong đó, ớt Tây Ninh trồng mật độ thưa, ớt đẹp nên giá cao hơn ớt ở ĐBSCL. Ớt ĐT được chủ Vựa Tiền Giang mua tươi về đông lạnh và cấp đông cung cấp cho các công ty ở TP.HCM nhưng tỷ trọng còn thấp (3,2% tổng lượng ớt của ĐT). Thị trường xuất khẩu ớt tươi hiện nay chủ yếu là các nước Đông Nam Á như Thái Lan, Hàn Quốc, Campuchia, Singapore, Malaysia và Đài Loan, chưa xuất khẩu được sang các thị trường khó tính như Nhật, EU và Mỹ, các thị trường này đang có nhu cầu đặt hàng với giá cao nhưng sản xuất ớt ở ĐBSCL nói chung và ĐT nói riêng chưa đạt chất lượng, còn dư lượng thuốc BVTV cao, chưa sản xuất tập trung qui mô lớn, size ớt chưa đạt, cần lớn hơn và đẹp hơn.

Yêu cầu của thị trường xuất khẩu

- Trung Quốc: Nhập khẩu chủ yếu là ớt khô (do thương lái, chủ vựa ở ĐT trực tiếp mua bán).

- Hàn Quốc, Thái Lan và các thị trường khác: Nhập khẩu chủ yếu ớt tươi hoặc ớt đông lạnh và cấp đông thông qua công ty xuất khẩu ớt ở TP.HCM. Một vài chủ vựa lớn ở ĐT có kho đông lạnh và cấp đông ớt cũng tham gia xuất khẩu trực tiếp.

Tiêu chuẩn ớt của người nhập khẩu cũng khác nhau, cụ thể như sau:

- Đối với ớt khô: Phần lớn người nhập khẩu ưa chuộng ớt có màu đỏ cam, khô, giòn, không lẫn tạp chất. Trong khi đó, Hàn Quốc yêu cầu ớt có màu nâu (màu cánh dán) nhưng ớt khô của Việt Nam có màu sậm nên Hàn Quốc mua ớt tươi hoặc ớt đông lạnh và cấp đông của Việt Nam để tự sấy và chế biến.

- Đối với ớt tươi: Thị trường yêu cầu ớt trái to, bóng, cứng trái, màu sáng đẹp, cuống xanh, không bị bông cuống (bị đốm đen). Thị trường Hàn Quốc yêu cầu ớt tươi dài không quá 5 cm, ớt có

màu đỏ bordeaux; thị trường Malaysia, Singapore yêu cầu ớt tươi dài 5-6 cm, ớt có màu vàng cam.

– Ngoài ra, thị trường Malaysia, Singapore có đặt hàng chủ vừa cung cấp ớt theo tiêu chuẩn GAP, trái đồng đều với giá gấp 5-10 lần ớt thường nhưng chủ vừa chưa thể đáp ứng yêu cầu này do sản lượng đặt hàng ít, đòi hỏi nhiều nhân lực trong sản xuất, tính cam kết của nông dân chưa cao, nông dân chưa chung thủy khi cung cấp theo hợp đồng.

3.1.3 Hỗ trợ chuỗi giá trị ớt

Đối với nông dân:

Qua phỏng vấn các nhà hỗ trợ, nông dân, thương lái và chủ vừa cho thấy các hỗ trợ của chính quyền địa phương các cấp và 76% nông dân nhận được các hỗ trợ từ các cơ quan ban ngành và các tác nhân khác trong chuỗi như sau:

– *Sở nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Phòng nông nghiệp, Cán bộ khuyến nông, chính quyền địa phương* hỗ trợ chủ yếu là tập huấn kỹ thuật trồng ớt, cách bón phân, phòng và trị bệnh cho cây ớt,... Ngoài ra, nông dân còn được hỗ trợ đào tạo nghề theo chương trình 1956, được Phòng nông nghiệp huyện hỗ trợ 200.000 đồng/1.000 m² đất sản xuất, được địa phương tạo điều kiện về mặt thủy lợi để sản xuất ớt. Nông dân còn nhận được sự hỗ trợ từ Viện, Trường về kỹ thuật sản xuất ớt theo tiêu chuẩn VietGap.

– *Sở Khoa học và Công nghệ* hỗ trợ tập huấn nâng cao nhận thức nông dân về sản xuất tốt góp phần bảo vệ nhãn hiệu cho cộng đồng các hộ sản xuất, kinh doanh ớt. Hỗ trợ đăng ký và được Cục Sở hữu trí tuệ cấp giấy chứng nhận nhãn hiệu tập thể “Ớt Thanh Bình”.

– *Nhân viên công ty bảo vệ thực vật (BVTV)* tổ chức hội thảo để giới thiệu giống ớt, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật; hướng dẫn kỹ thuật canh tác, bón phân, xây dựng mô hình mẫu sử dụng phân bón và cho nông dân tham quan mô hình.

– *Đại lý bán thuốc BVTV* hỗ trợ cung cấp giống, vật tư nông nghiệp đến cuối vụ thanh toán và người mua phải chi thêm tiền lời khoảng 2,5% - 3%/tháng trên tổng số tiền mua hàng. Ngoài ra, đại lý cũng tổ chức hội thảo, cho nông dân tham quan mô hình trồng ớt hiệu quả.

– *Hỗ trợ của tác nhân khác trong chuỗi:* 15% nông dân được hỗ trợ từ thương lái, chủ vừa. Thương lái, chủ vừa hỗ trợ cho nông dân bằng cách cung cấp giống đến cuối vụ thu mua rồi trừ tiền, cho nông dân mượn 1-3 triệu đồng vốn sản xuất

không tính lãi hoặc ứng trước 5 triệu đồng/1.000 m² trước khi thu mua cho nông dân.

– *Tổ chức tín dụng:* 33% nông dân được vay vốn từ Ngân hàng nông nghiệp và Phát triển nông thôn hoặc Ngân hàng chính sách xã hội hoặc Quỹ tín dụng với số tiền vay trung bình khoảng 43 triệu đồng/hộ, lãi suất trung bình 1,3%/tháng. Có 62% vốn vay được nông dân sử dụng với mục đích mua vật tư đầu vào để sản xuất (giống, phân và thuốc BVTV), 8% để làm đất, khâu thu hoạch và phần còn lại sử dụng cho các mục đích chi tiêu trong gia đình.

– *Hỗ trợ từ Trường Đại học Cần Thơ:* Huyện Thanh Bình đang kết hợp với Trường Đại học Cần Thơ nghiên cứu đề tài: "Xây dựng quy trình sản xuất ớt để nâng cao năng suất, chất lượng và đạt chứng nhận VIETGAP tại huyện Thanh Bình, tỉnh Đồng Tháp". Chủ nhiệm đề tài: PGS.TS. TRẦN THỊ BA, Khoa Nông nghiệp - Sinh học Ứng dụng, Đại học Cần Thơ. Thời gian thực hiện: 24 tháng (từ tháng 11/2013 đến tháng 10/2015).

Đối với thương lái, chủ vừa:

– Hỗ trợ từ ngân hàng: thương lái và chủ vừa được vay vốn kinh doanh.

– Hỗ trợ từ sở Công Thương:

Xây dựng “*Mô hình thí điểm doanh nghiệp – hộ kinh doanh – nông dân về tiêu thụ ớt và cung ứng vật tư nông nghiệp*” nhằm giúp nông dân giảm giá thành sản xuất; liên kết trong sản xuất và tiêu thụ; đảm bảo đầu ra ổn định; nâng cao chất lượng và giá trị ớt, nâng cao thu nhập cho nông dân.

Tạo cầu nối cho một doanh nghiệp Ấn Độ và cơ sở Dũng ớt để tìm cơ hội xuất khẩu ớt sang Ấn Độ (năm 2013).

3.1.4 Công nghệ sau thu hoạch và tồn trữ ớt

– Đối với ớt tươi: Thương lái, chủ vừa sơ chế ớt tươi bằng cách thuê lao động để phân loại ớt để ớt giữ màu đẹp, loại bỏ ớt hư và đóng vào rổ theo quy cách (4 kg hoặc 7 kg). Thời gian thu mua và bán ớt tươi thường diễn ra trong ngày, lâu nhất là 7 ngày.

– Đối với ớt đông lạnh và cấp đông: Ớt tươi được lật cuống rồi đóng rổ để đông lạnh và cấp đông trong bọc nhựa có trọng lượng theo yêu cầu thị trường. Sau đó, ớt sẽ được đưa vào kho lạnh dự trữ (sớm nhất là 1 ngày, lâu nhất là 1 tháng tùy theo đơn đặt hàng). Tuy nhiên, chủ vừa sẽ ước tính sản lượng theo nhu cầu thị trường để thu mua, trữ hàng và thường hàng đông lạnh, cấp đông sẽ được chủ vừa bán trong 1 tháng.

– Đối với ớt khô: Thương lái, chủ vừa thuê lao động để lựa loại bỏ ớt hư, lật cuống rồi thuê khoán lao động để phơi ớt hoặc sử dụng lò sấy truyền thống hoặc công nghệ sấy ớt nhiệt lạnh để làm khô ớt (lượng sấy ớt theo công nghệ này không đáng kể vì công suất thấp). Sau khi phơi hoặc sấy khô, ớt khô sẽ được lựa lại một lần nữa để loại bỏ ớt bị gãy đầu, bẻ. Ớt khô được thương lái, chủ vừa xuất bán trung bình trong 29 ngày kể từ khi mua (dự trữ lâu nhất là 100 ngày).

Nhìn chung, khâu sơ chế của thương lái, chủ vừa đều thực hiện thủ công, sử dụng nhiều lao động, chưa quan tâm đến vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm. Ớt được sấy bằng lò sấy truyền thống hoặc công nghệ hiện đại sẽ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm, ớt sạch nhưng chi phí đầu tư cao nên chỉ một số ít thương lái, chủ vừa đầu tư. Hơn nữa, ớt sấy có màu đậm hơn, màu không đẹp bằng ớt khô phơi nắng, tuy nhiên điều này không ảnh hưởng đến việc tiêu thụ cũng như giá bán.

Khó khăn trong bảo quản, dự trữ và giải pháp

Phần lớn thương lái, chủ vừa chỉ trữ lại ớt khô. Tuy nhiên, ớt khô trữ lâu ớt sẽ bị đổi màu và bị ẩm mốc. Ngoài ra, tồn trữ là ớt khô sẽ bị hao hụt tự nhiên do tồn trữ hoặc hao hụt do chuột phá hoặc bị mất cắp. Trong khi đó, vận chuyển ớt tươi nếu gặp thời tiết mưa nhiều ớt dễ bị hư, hoặc xe bị hư hỏng máy móc trên đường vận chuyển làm kéo dài thời gian vận chuyển nên chất lượng ớt bị giảm. Giải pháp để hạn chế khó khăn trên được thương lái, chủ vừa áp dụng là phơi ớt thật khô, bảo quản kỹ, xuất bán trước tháng 12 âm lịch để tránh mùa gió có không khí ẩm. Riêng ớt đông lạnh và ớt cấp đông gặp khó khăn nếu bị cúp điện lâu ớt sẽ bị dập và hư.

3.2 Phân tích chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp

3.2.1 Sơ đồ chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp

Chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp bao gồm 6 chức năng từ khâu cung cấp đầu vào (người cung cấp hạt giống, vật tư nông nghiệp), khâu sản xuất (nông dân, hợp tác xã), khâu thu gom (thương lái,

chủ vừa), khâu chế biến (công ty, cơ sở chế biến), khâu thương mại (công ty xuất khẩu, đại lý, người bán sỉ, người bán lẻ) và khâu tiêu dùng. Năm 2013, diện tích trồng ớt của toàn tỉnh khoảng 2.766 ha, sản lượng đạt 30.428 tấn, trong đó xuất khẩu 97,4% và 2,6% được tiêu thụ nội địa (Hình 2).

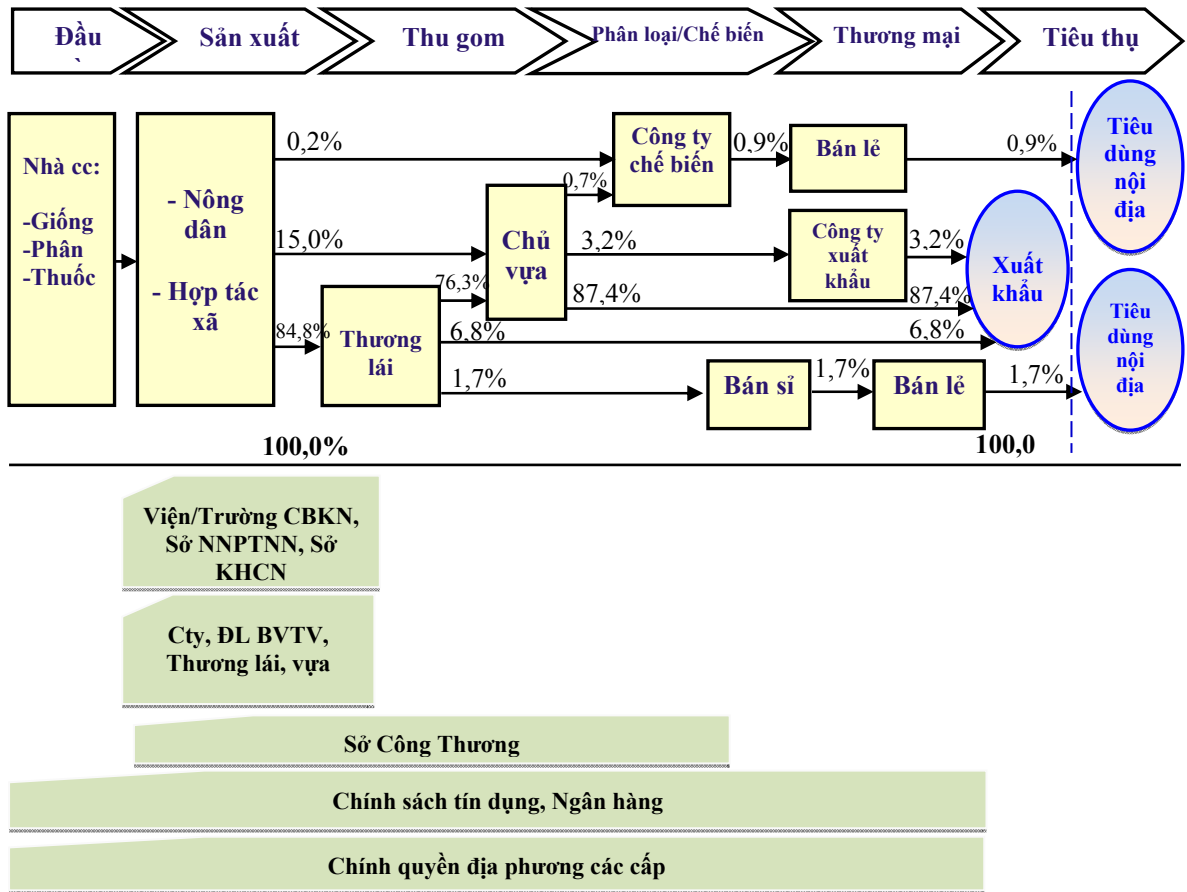
– Nông dân mua đầu vào sản xuất (giống, phân và thuốc BVTV) từ các công ty giống, đại lý bán thuốc bảo vệ thực vật hoặc được cung cấp từ thương lái và chủ vừa (thương lái/ chủ vừa đầu tư giống và vật tư nông nghiệp cho nông dân và thu mua sản phẩm).

– Sau khi thu hoạch ớt, nông dân bán 84,8% sản lượng ớt cho thương lái (100% thương lái thu mua ớt tại nhà nông hộ) và 15% cho các chủ vừa (đa số nông dân chờ đến vừa bán); và một phần nhỏ sản lượng (0,18%) bán trực tiếp cho cơ sở chế biến tương ớt, muối ớt.

– Thương lái trực tiếp xuất khẩu 6,8% sản lượng ớt của toàn chuỗi. Chủ vừa xuất khẩu đến 87,4% sản lượng ớt, 3,2% được bán cho công ty chuyên xuất khẩu ớt tươi, một lượng nhỏ ớt được chủ vừa bán cho cơ sở chế biến (0,7%).

3.2.2 Kênh thị trường chuỗi giá trị ớt

Chuỗi giá trị ớt ĐT được phân phối qua 8 kênh thị trường, trong đó có 3 kênh tiêu thụ nội địa với tổng sản lượng ớt là 2,6% (0,9% lượng ớt tươi được chế biến và tiêu thụ dưới dạng sản phẩm giá trị gia tăng như muối ớt, bột ớt và tương ớt qua 2 kênh tiêu thụ (qua chủ vừa 0,7% và kênh mua trực tiếp từ nông dân 0,2%) và 1,7% tiêu thụ ớt tươi tiêu thụ qua chợ đầu mối, sau đó phân phối qua người bán lẻ. Mặc dù, kênh tiêu dùng nội địa chiếm tỷ trọng rất nhỏ (2,6%) nhưng tạo ra sản phẩm giá trị gia tăng nên cần được quan tâm hỗ trợ để nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm ớt. Ngoài ra, chuỗi giá trị ớt ĐT còn qua 5 kênh xuất khẩu với tổng sản lượng ớt chiếm 97,4%, trong đó kênh 2 là kênh quan trọng nhất vì có lượng ớt được xuất khẩu chiếm 87,4% sản lượng ớt, vì vậy kênh này sử dụng để phân tích kinh tế chuỗi và đề xuất các giải pháp nâng cấp chuỗi (Hình 2).



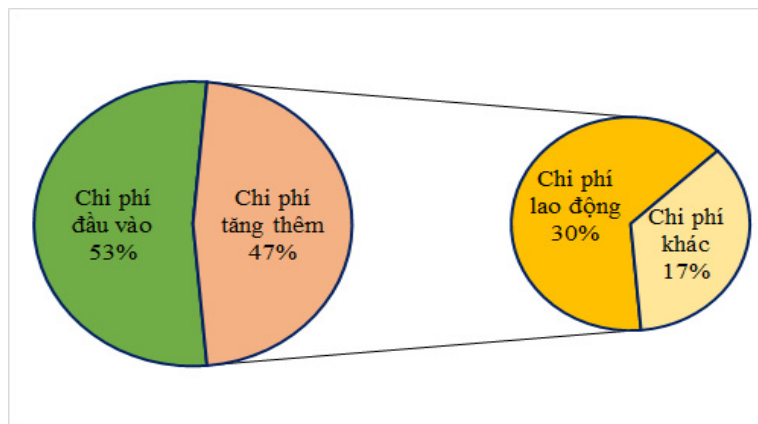
Hình 2: Sơ đồ chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp năm 2013

Nguồn: Số liệu khảo sát, 2014

3.2.3 Phân tích giá trị gia tăng chuỗi giá trị ớt

Năm 2013, chi phí sản xuất ớt tươi của nông dân trung bình là 11.383 đồng/kg, trong đó chi phí đầu vào (giống, phân bón, thuốc hóa học) chiếm

khoảng 53% và chi phí tăng thêm chiếm 47%. Trong chi phí tăng thêm, chi phí thuê lao động chiếm 30% và các chi phí khác như lãi vay ngân hàng, khấu hao, vận chuyển, hao hụt... chiếm 17% tổng chi phí (Hình 3).



Hình 3: Cơ cấu chi phí sản xuất ớt tươi của nông dân

Bảng 2 và 3 dưới đây phân tích chi tiết giá trị gia tăng thuần theo 5 kênh thị trường xuất khẩu và phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp. Tất cả các chỉ tiêu được sử dụng trong

phân tích kinh tế chuỗi dưới đây đều được quy đổi ra ớt tươi (tỷ lệ qui đổi: trung bình 3,5 kg ớt tươi = 1 kg ớt khô).

Bảng 2: Phân tích giá trị gia tăng thuần theo kênh xuất khẩu

ĐVT: Đồng/kg

Chỉ tiêu	Nông dân	Thương lái	Chủ vựa	Công ty xuất khẩu	Tổng
Kênh 1: Nông dân ⇨ Thương lái ⇨ Chủ vựa ⇨ Công ty xuất khẩu ⇨ Xuất khẩu					
Giá bán	22.085	24.256	27.500	30.800	
Chi phí đầu vào	6.006	22.085	23.899	27.500	
Chi phí tăng thêm	5.302	1.189	2.857	2.800	
Giá trị gia tăng thuần	10.777	982	744	500	13.003
% Giá trị gia tăng thuần	82,9	7,6	5,7	3,8	
Kênh 2: Nông dân ⇨ Thương lái ⇨ Chủ vựa ⇨ Xuất khẩu					
Giá bán	22.085	24.256	28.750		
Chi phí đầu vào	6.006	22.085	23.899		
Chi phí tăng thêm	5.302	1.189	3.951		
Giá trị gia tăng thuần	10.777	982	900		12.659
% Giá trị gia tăng thuần	85,1	7,8	7,1		
Kênh 3: Nông dân ⇨ Thương lái ⇨ Xuất khẩu					
Giá bán	22.085	24.752			
Chi phí đầu vào	6.006	22.085			
Chi phí tăng thêm	5.302	1.489			
Giá trị gia tăng thuần	10.777	1.178			11.955
% Giá trị gia tăng thuần	90,1	9,9			
Kênh 4: Nông dân ⇨ Chủ vựa ⇨ Công ty xuất khẩu ⇨ Xuất khẩu					
Giá bán	22.585		27.500	30.800	
Chi phí đầu vào	6.006		22.585	27.500	
Chi phí tăng thêm	5.452		2.857	2.800	
Giá trị gia tăng thuần	11.127		2.058	500	13.685
% Giá trị gia tăng thuần	81,3		15,0	3,7	
Kênh 5: Nông dân ⇨ Chủ vựa ⇨ Xuất khẩu					
Giá bán	22.585		28.750		
Chi phí đầu vào	6.006		22.585		
Chi phí tăng thêm	5.452		3.951		
Giá trị gia tăng thuần	11.127		2.214		13.341
% Giá trị gia tăng thuần	83,4		16,6		

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2014

Ghi chú: Những chỉ tiêu trên được tính trên 1 kg ớt tươi

Kết quả phân tích Bảng 2 cho thấy:

– Trong cả 5 kênh thị trường, giá trị gia tăng thuần (lợi nhuận/kg) của nông dân là cao nhất (chiếm trên 80% tổng lợi nhuận/kg của toàn chuỗi). Tuy nhiên, do sản lượng ớt tiêu thụ/năm của mỗi hộ trồng ớt tương đối thấp (trung bình 6,6 tấn/hộ/năm) nên lợi nhuận/hộ/năm là thấp nhất

sau công ty chế biến (chỉ chiếm 1,2% # 73,1 triệu đồng/hộ/năm).

– Nông dân bán ớt qua thương lái ở kênh 1, 2, 3 và bán qua chủ vựa ở kênh 4, 5. Nông dân bán ớt cho chủ vựa phần lớn phải chờ đến vựa nên chi phí tăng thêm khoảng 150 đồng/kg và giá bán cao hơn 500 đồng/kg so với bán cho thương lái, như vậy

nông dân tiết kiệm được 350 đồng/kg. Tuy nhiên, hiện tại lượng ớt nông dân bán trực tiếp cho chủ vựa không nhiều (15%). Vì vậy, nông dân cần liên kết ngang, tăng số lượng và chất lượng để bán trực tiếp cho chủ vựa để tăng lợi nhuận.

3.2.4 Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị ớt

Bảng 3 phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp với tổng sản lượng ớt của tỉnh năm 2013 đạt 30.428 tấn, trong đó xuất khẩu 29.637 tấn, tiêu dùng nội địa 791 tấn.

Bảng 3: Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp

Chỉ tiêu	Nông dân	Thương lái	Chủ vựa	Công ty XK	Tổng
1. Sản lượng (tấn)	30.428	25.803	27.781	974	
2. Giá bán (đ/kg)	22.160	24.297	28.706	30.800	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	11.074	998	1.110	500	13.682
<i>% Lợi nhuận</i>	80,9	7,3	8,1	3,7	100,0
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đồng)	337,0	25,8	30,8	0,5	394,0
<i>% Tổng lợi nhuận</i>	85,5	6,5	7,8	0,1	100,0
5. Tổng thu nhập (tỉ đồng)	674,3	626,9	797,5	30,0	2.128,7
<i>% Tổng thu nhập</i>	31,7	29,5	37,5	1,4	100,0
6. Sản lượng TB/chủ thể/năm (tấn)	6,6	997,0	1.852,0	107,9	
7. Lợi nhuận TB/chủ thể/năm (tr.đ)	73,1	995,0	2.055,8	54,0	
<i>% Lợi nhuận/chủ thể/năm</i>	2,3	31,3	64,7	1,7	100,0

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2014

Kết quả Bảng 3 cho thấy: Năm 2013, tổng doanh thu ớt của tỉnh ĐT khoảng 2.128,7 tỷ đồng (cao nhất là doanh thu của chủ vựa chiếm 37,5%, kế đến là nông dân 31,7%). Sau khi trừ đi chi phí thì tổng lợi nhuận toàn chuỗi đạt 394 tỷ đồng, trong đó nông dân chiếm cao nhất 85,5%; tuy nhiên, lợi nhuận/hộ/năm là thấp nhất do lượng bán của 1 hộ trong năm thấp hơn nhiều so với thương lái và chủ vựa. Mặc dù, tổng lợi nhuận của chủ vựa trong năm chỉ chiếm có 7,8% nhưng lợi nhuận/vựa/năm là hơn 2 tỷ đồng. Tương tự, lợi nhuận/thương lái/năm là 995 triệu đồng, trong khi nông dân đạt lợi nhuận là 73,1 triệu đồng/hộ/năm.

4 GIẢI PHÁP NÂNG CẤP CHUỖI GIÁ TRỊ ỚT TỈNH ĐỒNG THÁP

Qua phân tích chuỗi giá trị ớt tỉnh ĐT, nhóm nghiên cứu đề xuất giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị ớt tỉnh ĐT trong thời gian tới theo các kênh thị trường chủ lực cho xuất khẩu như trong hình 4.

Mục tiêu nâng cấp: Tăng xuất khẩu ớt tươi đông lạnh và cấp đông lên 30-40% (hiện tại 17,4%) nhằm giảm cung ớt khô sang thị trường Trung

Quốc bằng cách các chủ vựa ĐT tự xuất khẩu hoặc liên kết đầu ra với các công ty ở TP.HCM, cơ sở đông lạnh và cấp đông ớt xuất khẩu tỉnh Tiền Giang; Tăng xuất khẩu ớt khô bằng hợp đồng trực tiếp với công ty CB nông sản Việt Đức tại ĐT (sấy theo quy trình công nghệ Việt Đức, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm).

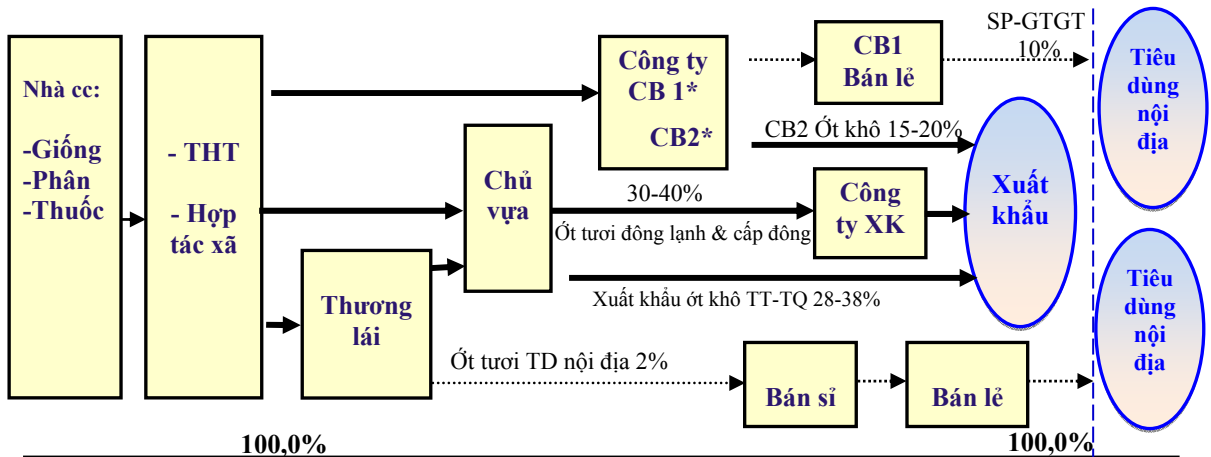
Để đạt được mục tiêu trên, hướng giải pháp cho các khâu trong chuỗi như sau:

Khâu đầu vào:

- **Giống:** Cải tạo giống hoặc thay đổi giống theo nhu cầu thị trường (công ty đầu tư vùng nguyên liệu có hỗ trợ giống theo nhu cầu thị trường; hoặc sản xuất theo giống các công ty xuất ớt yêu cầu.

- **Phân bón:** Cần bón bổ sung phân hữu cơ để cải tạo đất.

Thuốc BVTV: Tuyệt đối không sử dụng thuốc BVTV không được phép sử dụng. Về lâu dài, thực hiện hướng nghiên cứu sấy dùng nước sấy ớt xịt lại trên cây ớt để phòng sâu bệnh.



Hình 4: Sơ đồ chuỗi giá trị tiềm năng sản phẩm ớt tỉnh Đồng Tháp

*Công ty CB1: Các cơ sở chế biến các sản phẩm GTGT; *Công ty CB2: Công ty CBNS Việt Đức

Khâu sản xuất:

- Tập huấn “1 ngày” cho toàn bộ tác nhân tham gia chuỗi ớt và nhà hỗ chuỗi các cấp kiến thức về thị trường nói chung, ớt nói riêng và phát triển bền vững nông nghiệp dựa trên cách tiếp cận chuỗi giá trị (tập huấn kiến thức theo chuỗi nhằm thay đổi tư duy trong sản xuất và quản lý theo cách tiếp cận chuỗi giá trị).

- Thành lập và tổ chức liên kết ngang các mô hình THT và HTX sản xuất ớt qui mô lớn, cùng quy trình kỹ thuật và đạt chuẩn chất lượng để đáp ứng nhu cầu thị trường về số lượng và chất lượng; trồng với mật độ phù hợp để tăng kích cỡ trái, màu đẹp.

- Hỗ trợ chứng nhận và tái chứng nhận trồng theo tiêu chuẩn GAP.

- Phát triển liên kết dọc nối kết các chủ vựa trong và ngoài tỉnh, công ty xuất khẩu để dự báo quy hoạch sản xuất phù hợp cho từng năm nhằm giữ giá ổn định, tránh cung lớn hơn cầu về ớt cũng như giảm bớt lệ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

Khâu tiêu thụ:

- **Thương lái:** vẫn giữ vai trò vệ tinh cho Chủ vựa và Công ty CB2 (Cty sấy ớt) nhưng hoạt động phơi ớt sẽ được hạn chế và biến mất trong hoạt động chuỗi về lâu dài.

Chủ Vựa:

Gia tăng xuất khẩu trực tiếp ớt tươi đông lạnh và ớt tươi cấp đông cho Chủ Vựa lớn ở Tiền Giang hoặc công ty XK ở TP.HCM.

Giám xuất khẩu ớt khô sang Trung Quốc từ 80% hiện tại xuống còn 38% trong tương lai (điều này chỉ thực hiện được khi xuất khẩu lượng ớt tươi đông lạnh và cấp đông nhiều hơn).

- Công ty chế biến:

Công ty CB1: Các sản phẩm giá trị gia tăng cần tăng cường đạt chuẩn, đưa vào siêu thị và xuất khẩu; Cần được hỗ trợ vay vốn ưu đãi mua máy móc chế biến thay cho việc làm thủ công.

Công ty CB2: đây là Công ty chế biến nông sản Việt Đức cần được tích cực hỗ trợ để sớm đi vào hoạt động để tăng giá trị xuất khẩu và giá trị gia tăng toàn chuỗi về sản phẩm ớt sấy khô trong hiện tại và tương lai. Nếu nhà máy sớm hoạt động thì sự thay đổi chuỗi giá trị ớt sẽ nâng cấp rất tốt do thị trường phát triển và tiêu thụ một lượng lớn nguyên liệu ớt trong tương lai.

5 KẾT LUẬN

ĐT là tỉnh có diện tích trồng ớt lớn nhất ĐBSCL (2.766 ha năm 2013), ớt được trồng nhiều nhất tại huyện Thanh Bình (1.763 ha) do đất còn phù hợp với phát triển cây ớt. Tỉnh ĐT đã có nhãn hiệu tập thể “Ớt Thanh Bình” đã được Cục SHTT cấp giấy chứng nhận. Tuy nhiên, trong 5 năm qua (2009-2013), năng suất và sản lượng ớt liên tục giảm do biến đổi khí hậu làm hư trái và sâu bệnh nhiều và do giảm độ màu mỡ của đất do nông dân không có thói quen sử dụng phân hữu cơ.

Các hộ trồng ớt ở ĐT có nhiều kinh nghiệm trong sản xuất, có khả năng tiếp cận kỹ thuật tốt do có được trình độ học vấn tương đối cao. Thu nhập của các nông hộ trồng ớt tương đối đa dạng từ lúa

và hoa màu khác nhưng nguồn thu chính vẫn từ cây Ớt. Về vốn sản xuất, cả nông dân, thương lái, chủ vựa và công ty đều cần sự hỗ trợ của chính quyền địa phương các cấp để tiếp cận nguồn vốn vay chính thức với lãi suất ưu đãi để phát triển sản xuất kinh doanh.

Năm 2013, tổng sản lượng Ớt của ĐT là 30.428 tấn, tổng doanh thu Ớt đạt 2.128 tỷ đồng và tổng lợi nhuận là 394 tỷ đồng. Trong đó, lợi nhuận trong khâu sản xuất của toàn bộ nông dân trồng Ớt là cao nhất (85,5% tổng lợi nhuận toàn chuỗi), tuy nhiên lợi nhuận trung bình/hộ/năm là thấp nhất sau người bán lẻ (chiếm 1,2%) do lượng bán trung bình/hộ/năm không nhiều (6,6 tấn/hộ/năm). Ngược lại, tổng lợi nhuận của chủ Vựa chỉ chiếm 7,8% trong toàn chuỗi nhưng lợi nhuận trung bình gần 4,8 tỷ đồng/vựa/năm.

Tiêu thụ Ớt không ổn định về giá và sản lượng do Ớt phụ thuộc hơn 80% vào thị trường Trung Quốc. Thị trường tiềm năng xuất khẩu Ớt tươi còn rất cao (EU, Mỹ và Nhật) nhưng do sản phẩm Ớt của ĐT chưa đạt chuẩn về dư lượng thuốc BVTV, màu sắc và kích cỡ Ớt.

Trong phân tích kênh thị trường thì kênh xuất khẩu là kênh chủ lực để nâng cấp chuỗi giá trị Ớt tỉnh ĐT. Giải pháp chủ yếu để phát triển kênh thị trường này là tăng cường liên kết dọc để nâng cao tỷ trọng xuất Ớt tươi đông lạnh và cấp đông qua các công ty TP.HCM; phát triển liên kết ngang để sản xuất Ớt tập trung quy mô lớn, chất lượng đạt chuẩn VietGAP và GlobalGAP và đạt kích cỡ để đáp ứng nhu cầu thị trường về số lượng và chất lượng, phát triển bền vững chuỗi ngành hàng.

6 ĐỀ XUẤT

Để đạt được mục tiêu nâng cấp chuỗi giá trị Ớt theo kênh thị trường tiềm năng (Hình 4). Nhóm nghiên cứu có một số đề xuất như sau:

6.1 Đề xuất đối với nông dân

Phát triển liên kết ngang và kết nối thị trường (liên kết dọc: công ty) để sản xuất đáp ứng yêu cầu thị trường về số lượng và chất lượng.

Áp dụng các qui trình sản xuất nông nghiệp tốt như VietGAP và GlobalGAP với qui mô lớn, sản phẩm đạt chuẩn xuất khẩu đáp ứng yêu cầu thị trường về số lượng.

Nông dân cũng như THT và HTX nên tập dần việc sản xuất và kinh doanh theo hợp đồng, cần nâng cao năng lực ký kết và thương lượng hợp

đồng, và tránh xảy ra trường hợp bội tính với người mua, để tạo thị trường tiêu thụ ổn định.

6.2 Đề xuất đối với thương lái và chủ vựa

Thương lái: Bảo đảm cung cấp sản phẩm sạch, chất lượng theo yêu cầu thị trường có giá trị gia tăng cao. Ớt cần được sấy theo quy trình khép kín của công nghệ sấy thuộc công ty chế biến nông sản Việt Đức.

Chủ vựa: Nâng cấp kho đông lạnh và cấp đông Ớt tươi để trữ Ớt cung cấp theo đặt hàng của chủ Vựa ngoài tỉnh, của công ty xuất khẩu ở TP.HCM hoặc xuất khẩu trực tiếp.

6.3 Đề xuất đối với công ty

Cần đầu tư và phát triển vùng nguyên liệu theo yêu cầu thị trường, cùng với THT và HTX chia sẻ trong sản xuất và tiêu thụ (phát triển liên kết sản xuất tiêu thụ). Cung cấp giống và quy trình kỹ thuật cũng như phí chứng nhận chất lượng để sản phẩm Ớt đáp ứng nhu cầu thị trường về số lượng và chất lượng.

Đối với công ty tiềm năng (công ty chế biến nông sản Việt Đức) cần hoàn thiện cơ sở hạ tầng của nhà máy để sớm đi vào hoạt động; từng bước tiếp cận yêu cầu thị trường, đăng ký nhãn hiệu và xuất khẩu Ớt khô sang thị trường Châu Âu với công nghệ sấy hiện đại. Về lâu dài cũng đầu tư vùng nguyên liệu nhằm đáp ứng nhu cầu của công ty và thị trường.

6.4 Đề xuất đối với tỉnh Đồng Tháp

Hỗ trợ từng bước thành lập các liên kết ngang (THT, HTX) và sản xuất Ớt theo tiêu chuẩn GAP. Hỗ trợ phí chứng nhận và tái chứng nhận và phát triển THT và HTX sản xuất Ớt theo tiêu chuẩn GAP.

Hỗ trợ Nhà máy CBNS Việt Đức sớm đi vào hoạt động. Nhà máy hoạt động giúp giải quyết đầu ra Ớt khô xuất khẩu sang thị trường Châu Âu với giá trị gia tăng cao qua chế biến; góp phần tăng nguồn cung Ớt và giá trị gia tăng toàn chuỗi.

Hỗ trợ nghiên cứu rải vụ trái với các tỉnh có trồng Ớt khác.

Tỉnh cần thành lập tổ chuyên môn để dự báo nhu cầu thị trường các sản phẩm chủ lực của tỉnh (có quan tâm liên kết vùng) nói chung và sản phẩm Ớt nói riêng để quy hoạch sản xuất cho phù hợp.

Các đối tượng là cán bộ quản lý có liên quan đến nông nghiệp thuộc các cấp của tỉnh (cả tỉnh, huyện và xã) cùng tất cả các tác nhân tham gia

chuỗi ớt cần được bố trí tập huấn lớp “1 ngày” về kiến thức thị trường và sản xuất và tiêu thụ theo cách tiếp cận chuỗi giá trị.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GTZ Eschborn (2007). Phương pháp luận để thúc đẩy chuỗi giá trị. Cẩm nang ValueLinks
2. Kaplinsky and Morris (2001). A handbook for value chain research. The Institute of Development Studies, University of Sussex. Brighton, United Kingdom.
3. M4P (2008): Marking value chains work better for the poor: A toolbook for practitioners of value chain analysis. A publication financed by the UK department for international development (DFID).
4. Niên giám tổng kê tỉnh ĐT (2013). Số liệu thống kê các ngành tỉnh Đồng Tháp năm 2013.
5. Sở Công Thương Đồng Tháp (2013a). Báo cáo tổng kết mô hình DN- HKD- ND về tiêu thụ ớt và cung ứng vật tư nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp.
6. Sở Công Thương Đồng Tháp (2013b). Báo cáo tổng kết tình hình hoạt động năm 2013 và kế hoạch năm 2014 của ngành Công Thương.
7. Sở NN-PTNT Đồng Tháp (2013a). Báo cáo tổng kết phát triển kinh tế nông nghiệp và nông thôn tỉnh Đồng Tháp năm 2013.
8. Sở NN-PTNT Đồng Tháp (2013b). Sơ kết đánh giá các mô hình liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản năm 2013 và công tác triển khai năm 2014.
9. Sở NN-PTNT Đồng Tháp (2013, 2014). Báo cáo sơ kết đánh giá các mô hình liên kết sản xuất, tiêu thụ, nông sản – thủy sản năm 2013 và công tác triển khai năm 2014. Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Đồng Tháp.
10. UBND huyện Thanh Bình (2013). Báo cáo đánh giá kết quả hoạt động ngành nông nghiệp và PTNT năm 2013, kế hoạch sản xuất năm 2014 của Huyện TB, tỉnh ĐT.
11. UBND tỉnh ĐT (2013). Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Tháp: Kế hoạch phát triển thương hiệu tập thể ớt trái Thanh Bình năm 2013.
12. UBND tỉnh ĐT (2014). Dự án đầu tư nhà máy chế biến Nông sản Việt Đức (VIET DUC FOOD TECHNOLOGY), tháng 3/2014.