

# Những vấn đề đặt ra đối với sản phẩm điều ở vùng Tây Nguyên trong chuỗi giá trị toàn cầu<sup>1</sup>

BÙI QUANG TUẤN  
NGUYỄN ĐÌNH HÒA

**K**inh tế Tây Nguyên được đánh giá chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên thiên nhiên. Cách thức tăng trưởng này đặt ra nhiều thách thức về phát triển bền vững bởi nguồn tài nguyên chỉ có giới hạn. Bài viết này nghiên cứu thực trạng về sự tham gia của sản phẩm điều vùng Tây Nguyên vào chuỗi giá trị toàn cầu; qua đó, góp phần thảo luận và định hướng cho việc tái cấu trúc kinh tế Tây Nguyên theo hướng phát triển bền vững.

**Từ khóa:** kinh tế Tây Nguyên; sản phẩm điều; chuỗi giá trị.

## 1. Khung phân tích của vấn đề nghiên cứu

### 1.1. Khung khổ lý thuyết về chuỗi giá trị

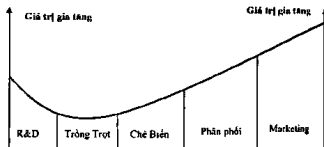
Khi nghiên cứu về chuỗi giá trị, nhìn chung, các nhà kinh tế học đều có chung quan niệm rằng: chuỗi giá trị là chuỗi các hoạt động cần thiết để một sản phẩm từ lúc còn là ý tưởng, thông qua các công đoạn sản xuất khác nhau cho đến phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng (Kaplinsky và Morris, 2001; Geffri và Korzeniewicz, 1994). Đối với các loại nông sản, chuỗi giá trị bắt đầu từ khâu R & D (đầu vào nông nghiệp, kỹ thuật sản xuất,...) đến sản xuất (trồng trọt), chuyển đổi (phân loại, chế biến, đóng gói), thương mại (vận chuyển, phân phối) để cuối cùng đưa sản phẩm đến người tiêu dùng.

Đối với mỗi sản phẩm, đều trải qua một chuỗi các hoạt động, mỗi công đoạn tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm và thông thường, công đoạn sau có giá trị gia tăng lớn hơn công đoạn trước (Kaplinsky và Morris, 2001). Hình 1 mô tả về chuỗi giá trị gia tăng của sản phẩm nông sản, trong mô hình này, khâu trồng trọt là công đoạn có giá trị gia tăng thấp nhất.

Cho đến nay có khá nhiều cách tiếp cận (như của FAO, GTZ,...) khi phân tích chuỗi giá trị đối với sản phẩm nông sản. Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng cách phân tích chuỗi giá trị nông sản của UNIDO (1999). Đây là cách phân tích chuỗi giá trị tổng hợp (integrated value chain analysis) khi xem xét tới các khía cạnh của sản phẩm: đầu vào và đầu ra cơ bản, năng lực và công nghệ chế biến,

khía cạnh kinh tế trong từng công đoạn (giá trị gia tăng), sử dụng tài nguyên và khía cạnh môi trường, môi trường kinh doanh,... Nói cách khác, cách tiếp cận của UNIDO xem xét khá nhiều khía cạnh của phát triển bền vững.

**HÌNH 1: Mô hình chuỗi giá trị gia tăng đối với sản phẩm nông sản**



Nguồn: Kaplinsky và Morris (2001).

Chuỗi giá trị sản phẩm nông sản bao gồm các tác nhân chính: người trồng trọt, người thu gom, người chế biến và người phân phối đến người tiêu dùng. Trong chuỗi giá trị không chỉ có các tác nhân trên, còn có sự tham gia của các tác nhân có tính chất hỗ trợ, tạo môi trường hoạt động.

## 1.2. Chuỗi giá trị toàn cầu của sản phẩm điều

Quả điều là loại thực phẩm có giá trị dinh dưỡng cao, trong đó, nhân hạt điều có

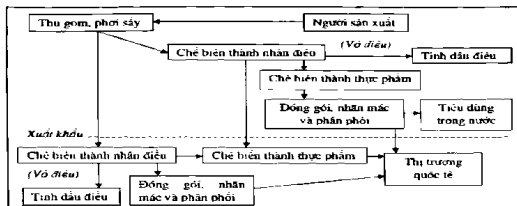
Bùi Quang Tuấn, PGS.TS., Viện Nghiên cứu phát triển bền vững Vùng; Nguyễn Đình Hòa, ThS., Viện Kinh tế Việt Nam.

1. Bài viết là một phần trong sản phẩm của Đề tài TN3/X01 (Chương trình Tây Nguyên 3).

giá trị kinh tế cao nhất trong các sản phẩm của cây điều và được sử dụng trong công nghiệp chế biến thực phẩm. Dầu vỏ

hạt điều được chiết xuất từ vỏ hạt điều trong quá trình chế biến tách nhân hạt điều.

**HÌNH 2: Các công đoạn trong chuỗi giá trị sản xuất sản phẩm điều toàn cầu**



*Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu.*

Chế biến điều thông thường gồm hai khâu là sơ chế và tinh chế. Hoạt động sơ chế gồm bóc vỏ hạt điều thô, bóc vỏ lụa của nhân điều, kèm theo đó là việc phơi, sấy. Tinh chế là quá trình chế biến sản phẩm sơ chế thành các sản phẩm có thể sử dụng, tiêu dùng ngay như điều nhân tẩm gia vị ăn ngay, hoặc làm thành bánh kẹo

Trong chế biến điều, tại một số nước (như Braxin, các nước Châu Phi), quả điều sau khi thu hoạch có thể được chế biến thành một số loại đồ uống. Tuy nhiên, việc chế biến sản phẩm điều thành đồ uống không phải là công đoạn phổ biến mà chủ yếu phục vụ nhu cầu, khẩu vị của một bộ phận dân cư tại vùng trồng điều.

Trong thời gian gần đây, tại các nước Ấn Độ, Việt Nam và Braxin... vỏ quả điều đã được sử dụng để chế biến thành các dung môi dùng trong công nghiệp. Việc chế biến tinh dầu điều chỉ là sản phẩm phụ của công đoạn chế biến.

Trong chuỗi giá trị toàn cầu của sản phẩm điều, nhiều nước như Hà Lan và Đức không phải là nước chế biến sản phẩm, mà tham gia công đoạn phân phối từ các nước sản xuất và chế biến ra thị trường quốc tế. Theo số liệu của Hội đồng Điều thế giới, trong giai đoạn 2008 – 2013, khối lượng điều nhân được buôn bán, trung chuyển qua Hà Lan và Đức tương ứng

6%/năm (23.546 tấn) và 1% (4.192 tấn) tổng lượng điều xuất khẩu thế giới.

## **2. Thực trạng về sự tham gia của sản phẩm điều Tây Nguyên vào chuỗi giá trị toàn cầu**

### **2.1. Tổng quan ngành điều Việt Nam**

#### **2.1.1. Diện tích, sản lượng thu hoạch**

Tại Việt Nam, cây điều từng được xem là một trong những cây trồng phục vụ xóa đói giảm nghèo. Trong giai đoạn 2000-2006, diện tích cây điều có xu hướng tăng lên rõ rệt, từ mức 199,2 nghìn ha (năm 2000) tăng lên 439,9 nghìn ha (năm 2007). Tuy nhiên, từ năm 2007 trở lại đây, diện tích trồng điều giảm xuống hàng năm và đến năm 2012 chỉ còn 325,9 nghìn ha, tức là trong vòng 5 năm qua diện tích giảm 114 nghìn ha (hình 4).

Nếu như năm 2000, sản lượng điều thô của Việt Nam mới chỉ đạt 67,6 nghìn tấn, thì đến năm 2007 và cũng là năm từ trước đến nay có sản lượng điều thu hoạch lớn nhất với 312,4 nghìn tấn. Từ năm 2007 trở lại đây, sản lượng điều thu hoạch hàng năm chỉ đạt quanh con số 300 nghìn tấn. Trong những năm gần đây, năng suất điều nước ta có xu hướng giảm xuống, năm 2005 đạt trên 1 tấn mỗi ha thì hiện nay chỉ đạt khoảng 0,95 tấn. Với việc diện tích gieo trồng điều và năng suất thu hoạch đang có xu hướng giảm xuống sẽ đặt ra

thách thức về tự chủ nguồn nguyên liệu đối với phát triển ngành công nghiệp chế biến điều trong thời gian tới.

### 2.1.2. Xuất khẩu điều của Việt Nam

Từ năm 2006 đến nay, Việt Nam liên tục đứng đầu thế giới về xuất khẩu điều nhân. Theo số liệu thống kê của Hội đồng Điều thế giới, trong giai đoạn 2008 – 2013, hàng năm Việt Nam xuất khẩu đạt 173.594 tấn điều nhân, chiếm 41,6% tổng khối lượng xuất khẩu của thế giới; xếp sau là Ấn Độ với 119.718 tấn, chiếm 28,7%. Trong các năm 2004-2008, sản lượng điều thu hoạch (quy đổi ra điều nhân) của Việt Nam đạt 58.323 tấn/năm, trong khi xuất khẩu tới 116.243 tấn/năm; các con số này trong giai đoạn 2009 – 2013 lần lượt là 69.879 tấn/năm và 173.594 tấn/năm. So với khối lượng xuất khẩu, sản lượng điều thu hoạch trong nước chỉ chiếm khoảng 40%. Như vậy, sản lượng điều thu hoạch của Việt Nam chưa đáp ứng đủ nhu cầu chế biến xuất khẩu và hàng năm phải nhập khẩu từ 400.000 – 500.000 tấn.

### 2.1.3. Sự tham gia của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu của sản phẩm điều

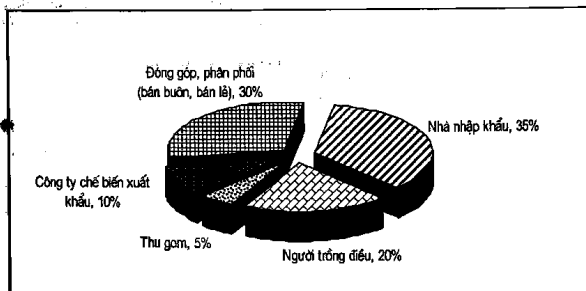
Hiện nay, sản phẩm điều của Việt Nam đã xuất khẩu tới trên 100 nước trên thế giới và đứng đầu thế giới về khối lượng xuất khẩu. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là Việt Nam tham gia

ở công đoạn nào trong chuỗi giá trị và giá trị gia tăng, lợi nhuận trong mỗi công đoạn ra sao.

Theo số liệu của Hiệp hội Điều Việt Nam, cho đến năm 2012, cả nước có khoảng 235 cơ sở chế biến hạt điều, song chỉ có 20 doanh nghiệp có mặt hàng chế biến sâu. Trong cơ cấu xuất khẩu, sản phẩm điều chủ yếu là nhân thô, sản phẩm chế biến sâu chỉ chiếm khoảng 5%. Trong khoảng 1,8 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu nhân điều của năm 2013, chỉ có khoảng 300 triệu USD (chỉ chiếm 16,67% tổng kim ngạch) là từ chế biến sâu như dầu hạt điều và các sản phẩm nhân điều ăn trực tiếp. Các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu tham gia vào công đoạn gia công cắt, tách vỏ, đóng gói để xuất khẩu điều nhân. Cho nên, dù Việt Nam nhập khẩu khoảng 50% sản lượng điều thô, nhưng thực chất chỉ là gia công và sơ chế phục vụ xuất khẩu.

Như vậy, trong chuỗi giá trị toàn cầu của sản phẩm điều, Việt Nam chủ yếu tham gia ở các công đoạn có giá trị gia tăng thấp. Các số liệu ở hình 3 cho thấy trong các công đoạn của chuỗi giá trị sản phẩm điều, các công đoạn có giá trị gia tăng cao là: chế biến sâu, bảo quản và thương mại/tiêu thụ. Do vậy, việc chỉ dừng lại ở công đoạn sơ chế để xuất khẩu, Việt Nam vẫn chỉ nhận được một phần nhỏ trong chuỗi giá trị của sản phẩm.

HÌNH 3: Giá trị gia tăng các công đoạn chuỗi giá trị sản phẩm điều tại Việt Nam



Nguồn: Dương Thị Ngọc Diệp (2012).

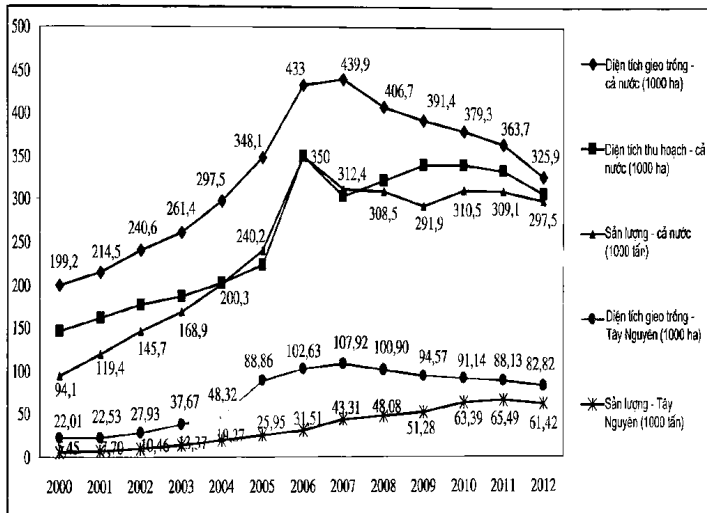
## 2.2. Sự tham gia của sản phẩm điều Tây Nguyên vào chuỗi giá trị sản xuất toàn cầu

### 2.2.1. Thực trạng về công đoạn trồng trọt trong chuỗi giá trị

Cây điều vùng Tây Nguyên chủ yếu được trồng ở các tỉnh Đắk Lắk, Gia Lai, Lâm Đồng. Những năm gần đây, diện tích trồng cây

điều trên địa bàn Tây Nguyên đã giảm xuống từ 107.923 ha (năm 2007) xuống còn 82.821 ha (năm 2012), trong đó, Đắk Lắk là tỉnh giảm nhiều nhất với 18.825 ha (giảm 40% so với năm 2007). Trong hơn chục năm qua, diện tích và sản lượng điều của vùng Tây Nguyên chiếm tương ứng 20% và 13,5% so với cả nước (hình 4).

HÌNH 4: Các số liệu về diện tích, sản lượng điều của cả nước và vùng Tây Nguyên



Nguồn: Tổng cục Thống kê và Niên giám thống kê của các tỉnh Tây Nguyên.

Bảng 1 cho thấy lợi nhuận trên mỗi ha chỉ đạt 4,5 triệu đồng/ha trong 1 năm, thấp hơn so với cây sắn (6,5 triệu đồng/ha) chỉ canh tác trong 6 tháng. Lợi nhuận thu được từ mỗi ha của cây điều chỉ bằng 50% so với tổng thu. Các chi phí trong bảng 1 mỗi chỉ là cho đầu tư chăm sóc cây điều để thu hoạch. Các chi phí về đầu tư để trồng và thiết kế cơ bản của vườn điều (trồng mới) theo định mức kinh tế kỹ

thuật của tỉnh Gia Lai (theo giá năm 2013) vào khoảng 12 triệu đồng/ha. Với lợi nhuận hàng năm 4,5 triệu đồng/ha và năng suất cây điều của tỉnh Gia Lai cũng như vùng Tây Nguyên vào khoảng 7-8/tạ/ha, lợi nhuận của người trồng điều thu được trong năm chỉ đạt xấp xỉ 6 triệu/tấn điều. Điều đó cho thấy, người trồng điều thực ra chỉ bỏ công làm lãi, lợi nhuận từ việc trồng điều chưa cao.

**BẢNG 1: Hiệu quả kinh tế của một số cây trồng trên địa bàn tỉnh Gia Lai (năm 2012)**

| Hang mục                        | Đơn vị tính | Mía  | Sắn | Thuốc lá | Bông | Tiền | Điều | Ngô | Lúa miến |
|---------------------------------|-------------|------|-----|----------|------|------|------|-----|----------|
| 1. Giá trị sản lượng            | Triệu đồng  | 16,1 | 9,6 | 36       | 9    | 70   | 9    | 8   | 9,6      |
| 2. Tổng chi phí                 | Triệu đồng  | 10,2 | 3,1 | 29,8     | 5,5  | 31,6 | 4,5  | 4   | 3,1      |
| - Chi phí lao động              | Triệu đồng  | 5,7  | 2,1 | 12       | 2,6  | 8,4  | 1,7  | 1,6 | 2,1      |
| - Chi phí vận chuyển + Chi khác |             | 4,5  | 1   | 17,8     | 2,9  | 23,2 | 2,8  | 2,4 | 1        |
| 3. Thu nhập                     | Triệu đồng  | 11,6 | 8,6 | 18,2     | 6,1  | 46,8 | 6,2  | 5,6 | 8,5      |
| 4. Lợi nhuận                    | Triệu đồng  | 5,9  | 6,5 | 6,2      | 3,5  | 38,4 | 4,5  | 4   | 6,5      |

*Nguồn:* Quy hoạch trồng trọt tỉnh Gia Lai đến năm 2015 và tầm nhìn đến năm 2020.

Trong chuỗi giá trị sản xuất, R & D là một trong những công đoạn có giá trị gia tăng cao. Số liệu trong bảng 1 cho thấy trong cơ cấu giá thành của trồng điều, chi phí về vật tư nông nghiệp chiếm tới 62,2%; con số này đối với các cây trồng khác như tiêu với 73,4% và ngô là 60%... Trong trồng trọt của Việt Nam nói chung, các loại vật tư nông nghiệp dựa nhiều vào nhập khẩu. Theo số liệu Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, trong tổng giá trị nhập khẩu toàn ngành nông nghiệp năm 2013 là 18,84 tỷ USD (tương đương khoảng 70,5% giá trị sản xuất của ngành trồng trọt), nhập khẩu vật tư nông nghiệp tiêu tốn tới 12,4 tỷ USD (chiếm 65,8% tổng giá trị nhập khẩu). Việc các đầu vào thiết yếu của sản xuất nông nghiệp từ nhập khẩu hàm ý phần giá trị gia tăng do phía nước ngoài hưởng, người nông dân chỉ tham gia với tư cách là “gia công” và theo đó chỉ còn biết tìm giá trị duy nhất là hủy diệt tài nguyên.

#### **2.2.2. Thực trạng về công đoạn thu gom hạt điều**

Trên địa bàn Tây Nguyên, đối tượng thu mua quả điều khá đa dạng gồm các cơ sở thu mua nông sản có đăng ký kinh doanh, các đại lý, các hộ tiểu thương... Số liệu thống kê của Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Gia Lai cho thấy các cơ sở thu gom không chỉ

mua điều, mà còn mua các nông sản khác như cà phê, tiêu, ngô, và họ thường là những người thu mua mang tính thời vụ.

Hình thức thu gom chủ yếu là thu mua quả điều tươi từ người nông dân và bán lại cho các nhà máy chế biến. Với những đặc điểm này và thực tế khảo sát tại các cơ sở thu mua cho thấy, công đoạn thu mua không có gia công hay sơ chế để tạo ra giá trị gia tăng. Các cơ sở thu mua chỉ thu gom và bán lại để hưởng chênh lệch giá và do đó, hiệu quả kinh tế của họ phụ thuộc vào số lượng hạt điều thu mua, phương pháp tổ chức thu mua và phương tiện vận chuyển. Theo kết quả tại tỉnh Gia Lai, những người thu gom điều thường có lợi nhuận khoảng từ 300 đồng/kg điều thô.

Đối với các cơ sở thu mua, lượng tiền mặt cần thiết để mua hết điều nguyên liệu cho nông dân làm ra vào chính vụ rất lớn. Hiện nay, giá thu mua xấp xỉ 20.000 đồng/kg và với sản lượng điều thu hoạch tại Gia Lai khoảng 14.000 tấn, các cơ sở chế biến cần tới 300 tỷ đồng trong khoảng thời gian 1 – 2 tháng để thu mua hết điều trong dân. Đây là vấn đề lớn đối với các cơ sở thu mua điều, chưa kể các khoản tiền khác. Do đó, các cơ sở thu mua chỉ thực hiện vai trò trung gian cung ứng từ người nông dân đến các cơ sở chế biến để hưởng chênh lệch giá, chứ không

thực hiện các công đoạn để tăng thêm giá trị (ví dụ phơi sấy, bóc vỏ,...).

### **2.2.3. Chế biến và tiêu thụ điều nhân**

#### **• Thực trạng về tham gia vào chuỗi giá trị**

Cho đến nay chưa có số liệu thống kê đầy đủ về số doanh nghiệp và công suất chế biến để đánh giá về sự tham gia của vùng Tây Nguyên vào chuỗi giá trị của sản phẩm điều. Mặc dù vậy, thực trạng tham gia của Gia Lai - tỉnh có diện tích và sản lượng điều tương đương như các tỉnh khác ở trên địa bàn và là tỉnh duy nhất trong vùng có doanh nghiệp FDI về chế biến điều - phần nào hình dung được sự tham gia của Tây Nguyên vào lĩnh vực này.

Trên địa bàn tỉnh Gia Lai hiện có ba công ty chế biến điều, bao gồm: Công ty TNHH Olam Việt Nam, các nhà máy chế biến của Công ty cổ phần Long Sơn, Công ty Hoàng Sang (công suất 300 tấn/năm và chủ yếu chế biến nhân điều để xuất khẩu).

**Công ty TNHH Olam Việt Nam:** thuộc Tập đoàn Olam International (trụ sở tại Singapore), hoạt động trong lĩnh vực chế biến, buôn bán các mặt hàng nông sản. Tại Tây Nguyên, công ty Olam kinh doanh các sản phẩm: cà phê, điều, hồ tiêu,... chế biến và xuất khẩu đi các nước. Đối với sản phẩm điều, Công ty Olam Việt Nam có 3 chi nhánh đặt tại Pleiku, Quy Nhơn và Biên Hòa. Nguyên liệu điều cho nhà máy của Olam tại Gia Lai bao gồm: điều được thu hoạch tại tỉnh và hạt điều thô từ nhập khẩu. Trong năm 2013, sản lượng điều dùng làm dầu và của chi nhánh tại Gia Lai đạt 16.000 tấn điều thô, trong đó 5000 tấn là từ Gia Lai (chiếm 31,25%), còn lại nhập khẩu từ Châu Phi và Campuchia. Chỉ tính riêng năng lực chế biến của công ty Olam, sản lượng điều thu hoạch của toàn tỉnh Gia Lai (năm 2012: 13.392 tấn) chưa đáp ứng đủ nguyên liệu cho công ty này. Hạt điều thô sau khi chế biến thành điều nhân tại Gia Lai được Olam vận chuyển về thành phố Hồ Chí Minh để xuất khẩu. Theo báo cáo của Chi nhánh, việc chế biến từ điều thô sang sản phẩm điều nhân chủ yếu là sử dụng lao động,

chỉ 1/4 sản lượng điều thô (quy đổi từ các công đoạn) là sử dụng máy móc. Trong tổng chi phí sản xuất: điện chiếm 1%, dầu diesel chiếm 0,05%, còn lại là chi phí lao động.

**Công ty cổ phần Long Sơn:** có trụ sở tại thành phố Hồ Chí Minh, chuyên về kinh doanh các sản phẩm trong ngành điều. Hiện nay, công ty có 13 nhà máy ở các tỉnh; tại tỉnh Gia Lai, Công ty Long Sơn có 2 chi nhánh là Nhà máy Krongpa và Nhà máy Ayunpa. Đối với Nhà máy Krongpa, sản lượng hạt điều thô chế biến trong năm 2013 đạt 6000 tấn từ thu mua tại Gia Lai và nhập khẩu từ Campuchia. Cả hai nhà máy đều của Long Sơn tại Gia Lai, sau khi chế biến đến công đoạn điều nhân được vận chuyển về thành phố Hồ Chí Minh, một phần dùng để chế biến ra các loại thực phẩm và còn lại là xuất khẩu. Điều nhân chủ yếu (95% sản lượng) được Công ty Long Sơn xuất khẩu ra thị trường quốc tế. Công ty Hạt Việt (công ty con của Công ty Long Sơn) thực hiện việc chế biến sâu nhân điều thành hàng tiêu dùng và phân phối khu vực miền Nam. Công ty Long Sơn có chi nhánh tại Hà Nội để phân phối tại khu vực phía Bắc về các sản phẩm điều rang muối,

**Nhận xét về công đoạn chế biến điều trên địa bàn Tây Nguyên:** qua khảo sát với các công ty Olam Việt Nam và công ty Long Sơn có thể rút ra một số nhận xét sau: với năng lực chế biến của Olam 16.000 tấn; công ty Long Sơn (2 nhà máy): 12.000 tấn; tổng công suất chế biến của các đơn vị này khoảng 28.000 tấn, bằng 45,6% sản lượng điều thu hoạch hàng năm của cả vùng. Tuy nhiên, sản phẩm điều mới chỉ chế biến đến điều nhân để phục vụ xuất khẩu. Việc chế biến từ điều nhân sang các loại thực phẩm, như công ty Long Sơn, lại không diễn ra trên bản vùng Tây Nguyên. Sản lượng điều thu hoạch trên địa bàn chưa đáp ứng đủ nhu cầu nguyên liệu cho các nhà máy chế biến và phải nhập khẩu. Việc tiêu thụ sản lượng điều của vùng Tây Nguyên cũng như nhập khẩu về để chế biến thành điều nhân và chuyển ra khỏi vùng Tây Nguyên chỉ là để khai thác lao động giá rẻ.

Câu hỏi đặt ra là tại sao các doanh nghiệp chế biến điều, dù mới chỉ với mức sản lượng nhất định được chế biến đến các loại thực phẩm, nhưng lại không diễn ra trên địa bàn Tây Nguyên? Những vấn đề sau đây có thể được xem như là những trở ngại để vùng Tây Nguyên tham gia vào các công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn:

*Quy mô thị trường thấp và thiếu các phụ gia, phụ kiện.* Vùng Tây Nguyên có quy mô dân số thấp và lại là vùng nghèo nên mức tiêu thụ thấp. Quy mô dân số của 5 tỉnh vùng Tây Nguyên năm 2005 là 4768,2 nghìn người và 2012 là 5379,6 nghìn người; trong khi đó, con số này của thành phố Hồ Chí Minh tương ứng là 6230,9 nghìn người và 7681,7 nghìn người; tức là dân số của vùng Tây Nguyên mới chỉ bằng 70-80% dân số của thành phố Hồ Chí Minh. Để chế biến từ điều nhân thành các sản phẩm điều phục vụ tiêu dùng như điều rang muối, điều tẩm nước cốt dừa, tẩm socola... cần có các loại phụ gia tương ứng. Hơn nữa, các doanh nghiệp chế biến sản phẩm điều ở dạng thực phẩm cần các vật liệu đóng gói đảm bảo về số lượng, chất lượng và chi phí phù hợp. Trên thực tế, vùng Tây Nguyên hiện vẫn thiếu các doanh nghiệp cung cấp các phụ kiện như các loại bao bì phục vụ cho tiêu thụ và các công ty chế biến sản phẩm điều phải mua ở thành phố Hồ Chí Minh. Quy mô thị trường tiêu thụ của vùng Tây Nguyên thấp và các phụ gia, phụ kiện cho việc chế biến và đóng gói không sẵn có nên việc chế biến điều nhân thành các sản phẩm tiêu dùng tới thị trường tiêu thụ trở nên tốn kém hoặc đắt hơn tại Hồ Chí Minh nên các doanh nghiệp ít lựa chọn vùng Tây Nguyên cho việc đặt các nhà máy chế biến điều thành các loại đồ ăn.

*Yếu tố vốn và công nghệ.* Các doanh nghiệp chế biến sản phẩm điều muốn tham gia và thực hiện được ở công đoạn cao hơn của chuỗi, cần có yếu tố vốn và công nghệ. Các công đoạn từ bóc vỏ điều thô đến vỏ lụa thành điều nhân và phân loại sản phẩm hiện nay chủ yếu làm bằng thủ công, tận dụng lao động giá rẻ. Công đoạn bóc vỏ lụa nếu thực hiện bằng lao động

thủ công dễ làm vỡ hạt điều, kéo theo đó điều nhân có giá bán thấp hơn. Các máy móc thiết bị mới chỉ phục vụ cho công đoạn phun sương, làm ẩm hạt điều thô và công đoạn sấy khô nhân điều. Để nhập khẩu công nghệ chế biến hiện đại cần có vốn đầu tư, nhưng hầu hết các doanh nghiệp đều thiếu vốn. Theo tính toán của các công ty Olam và công ty Long Sơn, tham gia chế biến sâu các sản phẩm hạt điều, thời gian từ khi đưa sản phẩm ra thị trường đến lúc thu tiền về có khi mất cả năm. Điều này không phải doanh nghiệp nào cũng đủ khả năng chịu đựng khi mà nguồn vốn phụ thuộc vào ngân hàng. Các doanh nghiệp vay tiền trong thời hạn 3-6 tháng nên chỉ kịp mua nguyên liệu, sơ chế và xuất khẩu ngay để nhanh chóng thu hồi vốn nhằm trả nợ ngân hàng trước khi tiếp tục một đợt vay mới.

*Thiếu lao động có kỹ năng.* Việc chế biến điều chủ yếu là sử dụng lao động, song các doanh nghiệp đang khó khăn, trở ngại do nguồn cung thiếu ổn định. Chẳng hạn, nhà máy Long Sơn-Krong Pa muốn mở rộng sản xuất, nhưng với sản phẩm điều sơ chế mang tính thời vụ, nên khó tuyển lao động vào những lúc cao điểm. Việc chế biến điều ở công đoạn cao hơn đòi hỏi lao động phải có kỹ năng, trình độ cao hơn. Tuy nhiên, tại vùng Tây Nguyên chất lượng nguồn nhân lực đang là rào cản để các doanh nghiệp tham gia vào các công đoạn chế biến cao hơn. Thực trạng này có thể thấy rõ qua trường hợp sau đây: công ty Olam, dù chỉ sơ chế sản phẩm điều trên địa bàn Gia Lai, muốn tuyển lao động có chuyên môn về điện máy, kỹ sư cơ khí... nhưng không tuyển được lao động tại vùng Tây Nguyên và tìm kiếm lao động từ thành phố Hồ Chí Minh.

*Thiếu thị trường tiêu thụ, phân phối sản phẩm ở nước ngoài do quy mô, năng lực của các doanh nghiệp còn hạn chế.* Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, việc sản xuất không nhất thiết phụ thuộc vào quy mô của thị trường nội địa, mà có thể tận dụng thị trường thế giới. Với lợi thế về lao động giá rẻ và điều nhân được chế biến trong nước, các doanh nghiệp có thể chế biến nhân điều thành các

loại đồ ăn phục vụ tiêu dung cuối cùng để xuất khẩu sang các nước. Olam international là tập đoàn kinh doanh toàn cầu; hoạt động tại 65 quốc gia, phân phối tới 13.800 công ty, đại lý trên khắp thế giới về các mặt hàng nông sản<sup>2</sup>. Theo đó, công ty Olam Việt Nam với lợi thế của Tập đoàn mà có mạng lưới ở khắp toàn cầu. Đối với Olam international, việc chế biến sản phẩm điều ở Việt Nam chỉ là một mắt xích trong chuỗi cung ứng. Các sản phẩm này được các công ty khác của Olam international phân phối tại nhiều nước trên thế giới, ít qua các đối tác trung gian. Trong khi đó, công ty Long Sơn, các sản phẩm về thực chất chỉ là mua điều thô sau đó thực hiện công đoạn chế biến đến điều nhân và xuất khẩu; chưa đủ năng lực để vươn ra toàn cầu do thiếu hệ thống các chi nhánh, thông tin thị trường. Quy mô hoạt động của Long Sơn, mặc dù có thể lớn, nhưng so với Olam thì vẫn còn khiêm tốn.

Như vậy, vấn đề đối với ngành điều cả nước chứ không riêng vùng Tây Nguyên là thiếu các doanh nghiệp Việt Nam kinh doanh toàn cầu để làm các cơ sở tiêu thụ, kết nối phân phối các sản phẩm đi các nước; qua đó, các doanh nghiệp sản xuất mới tham gia được công đoạn chế biến sâu sản phẩm điều. Nói cách khác, trong ngành điều muốn vươn ra thị trường thế giới, cần những doanh nghiệp quy mô lớn.

*Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ cho tiêu thụ, xuất khẩu sản phẩm điều.* Hệ thống cơ sở hạ tầng để vận chuyển nhân điều từ vùng Tây Nguyên tới các cảng chưa thuận lợi. Chẳng hạn như đối với tỉnh Gia Lai, nhân điều chủ yếu vận chuyển về thành phố Hồ Chí Minh để xuất khẩu nhưng tuyến Quốc lộ 14, là con đường giao thông huyết mạch nối các tỉnh Tây Nguyên với nhau và Đông Nam Bộ đang xuống cấp và làn đường hẹp gây cản trở cho các xe container chở hàng. Khi nhân điều được vận chuyển về Hồ Chí Minh, hơn 80% lượng hàng hóa phải thông qua cảng Cát Lái, song cảng này thường xuyên xảy ra tình trạng ùn tắc. Tình trạng này khiến các công ty xuất khẩu mất rất nhiều thời gian chờ làm thủ tục

hải quan xuất hàng. Hơn nữa, chương trình thông quan điện tử mới được áp dụng tại cảng quá chậm khiến hàng ùn ứ và khách hàng phải chờ đợi rất lâu để được thông qua.

*Cung cấp thông tin thị trường xuất khẩu.* Khảo sát tại tỉnh Gia Lai cũng như tham khảo các báo cáo tổng kết của các tỉnh còn lại trên địa bàn Tây Nguyên cho thấy Sở Công Thương là đơn vị có vai trò quan trọng trong việc cung cấp các thông tin về thị trường tiêu thụ; song cơ quan này chỉ cung cấp một số công ty tham gia một số hội chợ triển lãm để giới thiệu sản phẩm, nhưng chủ yếu là với cà phê. Hiệp hội Điều là đơn vị gần gũi với các doanh nghiệp chế biến điều, nhưng hiện nay mới chủ yếu cung cấp các thông tin, hỗ trợ kết nối cho việc mua điều thô. Khảo sát tại các doanh nghiệp thu mua điều và các doanh nghiệp chế biến điều tại tỉnh Gia Lai cũng cho thấy, các doanh nghiệp không đánh giá cao việc hỗ trợ của các cơ quan chức năng có liên quan về các thông tin thị trường tiêu thụ sản phẩm. Việc thiếu thông tin về thị trường tiêu thụ, đặc biệt là thị trường tiêu dùng cuối cùng, thường dẫn đến các doanh nghiệp bán điều nhân cho các đối tác trung gian ở nước ngoài và điều này cũng hạn chế các doanh nghiệp tham gia vào các công đoạn chế biến sâu và phân phối trong chuỗi giá trị.

• *Giá trị gia tăng trong công đoạn chế biến nhân điều*

Do sản lượng điều thu hoạch trên địa bàn Tây Nguyên cũng như trong nước không đáp ứng đủ nhu cầu nguyên liệu cho các nhà máy chế biến, nên hàng năm các cơ sở chế biến phải nhập khẩu điều thô từ Châu Phi, Campuchia. Việc phải nhập khẩu điều thô kéo theo chi phí gia tăng dẫn đến lợi nhuận thấp.

Đối với chế biến điều nhân hiện nay, các doanh nghiệp thường sử dụng công nghệ sản xuất thâm dụng lao động. Chẳng hạn, công ty Công ty Olam chỉ 1/4 khối lượng điều thô được bóc vỏ bằng máy, còn lại là dùng bằng lao

---

2. <http://olamgroup.com/>

động thủ công; trong khi đó, Long Sơn-Krong Pa việc bóc vỏ thực hiện 100% là lao động thủ công. Mô hình sản xuất này có ưu điểm là vốn đầu tư thấp, sử dụng nhiều lao động nông nhàn, song năng suất thấp.

**BẢNG 1: Giá trị gia tăng trong công đoạn chế biến điều**

|                       | Sản lượng điều nhân qua các năm (tấn) |       |       |       |       |       | Giá trị gia tăng bình quân/tấn điều nhân |
|-----------------------|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------------------------------------|
|                       | 2008                                  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  |                                          |
| Công ty Olam          | 1.089                                 | 1.139 | 1.041 | 1.266 | 2.231 | 2.400 | 100 USD (lợi nhuận bằng 7% doanh thu)    |
| Nhà máy điều Krong Pa | 1.181                                 | 924   | 1.146 | 1.308 | 1.160 | 1.300 | 87 USD (lợi nhuận bằng 6,5% doanh thu)   |

*Nguồn: Khảo sát tại Công ty Olam và Nhà máy điều Krong Pa.*

Khảo sát tại Gia Lai cho thấy việc chế biến sản phẩm điều ít gây ô nhiễm môi trường, tiêu tốn năng lượng so với một số loại nông sản khác mà Tây Nguyên có lợi thế (chế biến sản ô nhiễm mùi do lên men trong quá trình chế biến, tiêu tốn nước,...). Lý do là bởi các công đoạn trong chế biến điều chủ yếu sử dụng lao động, các phế phẩm trong quá trình chế biến được tận dụng ở mức tối đa và thậm chí sử dụng ánh nắng mặt trời để phơi sấy.

Quả điều sau khi thu hoạch, các đại lý thu mua bán lại cho các nhà máy chế biến điều. Tại đây, phần lớp vỏ ngoài cùng của quả điều được cắt bỏ và lớp vỏ này được dùng để làm chất đốt ở các công đoạn sấy khô nhân điều. Hạt điều thô được trải qua công đoạn xử lý nhiệt bằng phơi nắng, hoặc sấy bằng nhiệt. Vỏ hạt điều thô được sử dụng như một phụ phẩm để ép tinh dầu điều, và bã ép được dùng làm nhiên liệu chất đốt cho các lò sấy. Tinh dầu điều cũng có thể được sử dụng một phần trong công đoạn làm ẩm hạt điều thô.

Theo khảo sát tại các công ty Olam, Long Sơn và đánh giá của họ về chế biến nhân điều, nước sạch được sử dụng ở giai đoạn làm sạch điều thô nhưng không đáng kể và các chi phí xăng dầu, điện chỉ chiếm một phần nhỏ trong chi phí sản xuất (đối với Công ty Olam, hai khoản này chưa đến 2%).

Những rào cản về môi trường hoạt động và bản thân năng lực của các doanh nghiệp như đã nêu góp phần làm cho doanh nghiệp chế biến điều của Tây Nguyên đạt giá trị gia tăng chưa cao.

### **3. Kết luận và một số đề xuất chính sách**

#### **3.1. Kết luận**

Với việc nhân điều của Tây Nguyên xuất khẩu ra thị trường thế giới chứng tỏ đã tham gia được vào chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên, sự tham gia này chủ yếu ở công đoạn trồng trọt và gia công sản phẩm, các công đoạn có giá trị gia tăng cao lại diễn ra ngoài địa bàn Tây Nguyên. Đối với các công đoạn trồng trọt và sơ chế sản phẩm điều, nhìn chung giá trị gia tăng chưa cao. Năng suất của cây điều Tây Nguyên còn thấp và có xu hướng giảm xuống. Trong sản xuất và chế biến, lượng sản phẩm thô, sơ chế còn chiếm tỷ trọng khá lớn và công đoạn chế biến chủ yếu là để tận dụng lao động giá rẻ.

Nguyên nhân của thực trạng trên đây là do: *Thứ nhất*, tư duy của các tác nhân về quản lý nhà nước và quản trị kinh doanh theo mô hình chuỗi còn nhiều hạn chế. *Thứ hai*, các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu còn hạn chế về năng lực; những người trồng điều sản xuất chủ yếu dựa vào kinh nghiệm; đối với các doanh nghiệp quy mô còn hạn chế, thiếu mạng lưới kinh doanh toàn cầu. *Thứ ba*, một số chính sách chưa phù hợp hoặc vẫn còn nhiều bất cập, do vậy người trồng điều và doanh nghiệp chế biến khó tiếp cận được vốn, kỹ thuật. *Thứ tư*, vai trò mờ nhạt của các tác nhân hỗ trợ, đó là

các hỗ trợ về công tác khuyến nông, chuyển giao tiến bộ kỹ thuật cho người nông dân và cung cấp thông tin thị trường cho nông dân, doanh nghiệp chế biến.

### 3.2. Đề xuất chính sách

Trong thời gian tới, diện tích trồng điều có nguy cơ bị thu hẹp do quỹ đất hạn chế và phải cạnh tranh với các loại cây trồng khác, các lợi thế về lao động giá rẻ cũng không duy trì được lâu khi giá cả nhân công ngày càng tăng. Vì vậy, quá trình tái cơ cấu kinh tế Tây Nguyên cần hướng tới việc nâng cao giá trị gia tăng và tham gia vào các công đoạn có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu của sản phẩm điều, theo đó, cần tập trung giải quyết những vấn đề sau:

- *Thúc đẩy nghiên cứu, chuyển giao, ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật đối với sản phẩm điều.* Để cây điều phát triển, cần có sự thay đổi tư duy và nhận thức của các tác nhân trong chuỗi, nhất là công đoạn R & D và trồng trọt, để có chính sách phù hợp. Đẩy mạnh thực hiện phát triển giống điều, tập huấn kỹ thuật canh tác, chăm sóc cho người trồng điều. Việc thúc đẩy nghiên cứu về các loại giống điều có năng suất, chất lượng cao và các đầu vào sản xuất nông nghiệp, không chỉ có tác dụng hỗ trợ cho những người trồng điều, mà cũng là một cách tham gia vào công đoạn có giá trị gia tăng cao. Các nhà máy chế biến điều trên địa bàn Tây Nguyên chủ yếu tận dụng lao động giá rẻ, thuê công nhân thời vụ và trả công tính theo sản phẩm nên ảnh hưởng tới chất lượng điều nhân. Việc thuê công nhân theo thời vụ cũng dẫn đến khả năng không ổn định được lao động. Vì vậy, về phía các doanh nghiệp chế biến điều cũng cần nhận thức được các lợi thế về lao động giá rẻ sẽ ngày càng giảm dần, nên cần tăng cường đầu tư phát triển với công nghệ tiên tiến, đa dạng hóa sản phẩm... để tham gia vào các công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn. Về phía Nhà nước, cần có các chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sử dụng công nghệ hiện đại nhằm tạo sản phẩm chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu cao của thị trường thế giới.

- *Giải quyết các vướng mắc trong việc tiếp cận với nguồn vốn.* Vấn đề đối với người trồng điều là vốn để cải tạo, trồng mới các vườn điều và đầu tư chăm sóc nhằm tạo ra các sản phẩm đáp ứng đòi hỏi của thị trường quốc tế. Trong chuỗi giá trị của sản phẩm điều, trồng trọt là công đoạn có giá trị gia tăng thấp và chịu nhiều rủi ro do đặc thù của sản xuất nông nghiệp, nên ít nhà đầu tư tham gia vào khâu này. Ngay cả khâu chế biến sản phẩm điều, các nhà máy chế biến cũng thiếu vốn khi cần lượng vốn lớn để thu mua điều thô, chứ chưa nói tới cho việc đầu tư vào đổi mới công nghệ. Hiện nay các cơ chế chính sách, khuyến khích phát triển ngành điều mới chỉ có vận dụng trong các chính sách phát triển nông nghiệp nói chung, ngành điều đang cần có những chính sách cụ thể về vốn đầu tư, vốn vay cho trồng và chế biến điều. Do vậy, vai trò của nhà nước không chỉ trong việc để nông dân tiếp cận với nguồn vốn, mà cần tới các chính sách hỗ trợ để giảm chi phí các đầu vào sản xuất, thuận lợi trong việc tiếp cận các đầu vào sản xuất nông nghiệp có chất lượng, các dịch vụ hỗ trợ về khuyến nông và các chính sách khuyến khích ứng dụng công nghệ hiện đại vào chế biến điều.

- *Cải thiện, nâng cao chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm của sản phẩm điều.* Với các yêu cầu ngày càng cao về tiêu chuẩn, hàng rào kỹ thuật đối với các mặt hàng nông sản, việc cạnh tranh và tham gia vào chuỗi sản giá trị toàn cầu ngày càng phải thể hiện ở năng suất, chất lượng. Các khách hàng quốc tế, ngoài các yêu cầu về chất lượng đối với sản phẩm, còn đặt ra các yêu cầu về bảo vệ môi trường, ít tiêu tốn các loại tài nguyên trong quá trình sản xuất. Global GAP, ISO, UTZ Certified, 4C... là các bộ tiêu chuẩn sản xuất nông nghiệp tốt, bền vững, có trách nhiệm với các yêu cầu: sản phẩm an toàn, giảm thiểu tối đa tác động xấu lên môi trường, đảm bảo về lao động... Chẳng hạn, công ty Olam Việt Nam khi xuất khẩu sản phẩm điều sang các thị trường Mỹ và Âu phải đáp ứng các tiêu chuẩn: HACCP (tiêu

chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm), BRC (tỷ lệ hóa chất trong sản phẩm),... Do vậy, để phù hợp và đáp ứng được các tiêu chuẩn của các nhà nhập khẩu đối với sản phẩm điều, vai trò của nhà nước ở đây là: ban hành các quy định, giám sát và hỗ trợ các công đoạn sản xuất và chế biến theo các nguyên tắc phát triển bền vững.

- *Phát triển công nghiệp hỗ trợ, hệ thống dịch vụ logistics.* Như phân trên đã đề cập, một trong những nguyên nhân làm cho các doanh nghiệp ít lựa chọn Tây Nguyên là do thiếu các đầu vào, các dịch vụ hỗ trợ cho việc chế biến sâu sản phẩm điều, chẳng hạn như thiếu các phụ gia, các loại bao bì đóng gói và hệ thống phân phối sản phẩm. Ngay như sản phẩm được sơ chế là điều nhân, khi xuất khẩu ra thị trường thế giới cũng gặp những khó khăn về hệ thống giao thông đường bộ, hạ tầng cảng biển,... Hạ tầng giao thông chưa phát triển cũng là một trong những nguyên nhân khiến các doanh nghiệp chế biến chưa đầu tư công nghệ hiện đại. Do đó, để vùng Tây Nguyên có thể tham gia vào các công đoạn chế biến sâu cần chú ý cải thiện hệ thống dịch vụ logistic, giảm chi phí các dịch vụ vận tải.

- *Kết nối, xây dựng mạng lưới phân phối với các nhà sản xuất và người tiêu dùng cuối cùng.* Việc thiếu mạng lưới phân phối (như so sánh Olam và công ty Long Sơn), các doanh nghiệp có thực hiện chế biến sâu các sản phẩm điều cũng khó tìm được thị trường tiêu thụ sản phẩm. Vì vậy, về phía các doanh nghiệp cần chủ động nghiên cứu đặc điểm về khẩu vị (chất béo, chất ngọt...) của từng loại thị trường để có các sản phẩm phù hợp; tiếp cận phân phối qua các tập đoàn phân phối thế giới như Metro Cash & Carry,... Về phía nhà nước cần tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm và giúp doanh nghiệp khẳng định thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm điều trên các thị trường lớn có tầm quan trọng như EU, Mỹ...; có chiến lược hỗ trợ doanh nghiệp xúc tiến thương mại sản

phẩm điều sang các thị trường tiềm năng. Đồng thời, xây dựng hệ thống thu thập, xử lý và dự báo về thông tin thị trường đối với từng loại sản phẩm điều, nhu cầu và thị hiếu tiêu dùng của các thị trường.

- *Tăng cường công tác quản lý quy hoạch và liên kết các tác nhân trong chuỗi.* Quy hoạch và kế hoạch quản lý nhà nước cho cây điều trong nhiều năm thả nổi, việc trồng điều do dân tự lo là chính, do đó khi gặp khó khăn dân tự ý phá bỏ nên giảm sút về diện tích và sản lượng. Việc liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi sản phẩm điều của vùng Tây Nguyên còn lỏng lẻo, nhất là doanh nghiệp với người trồng điều. Điều này đã hạn chế tới khâu trồng trọt khó tham gia sâu hơn vào chuỗi, trong khi phía doanh nghiệp thiếu chủ động nguồn nguyên liệu để chế biến. Cho nên, về phía doanh nghiệp chế biến điều cần nhận thức rằng việc cạnh tranh ngày càng gay gắt đối với nguồn nguyên liệu điều thô từ nhập khẩu để tăng cường liên kết với người trồng điều trong nước./

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đoàn Xuân Thủy (2011), *Chính sách hỗ trợ sản xuất nông nghiệp ở Việt Nam hiện nay*, Nhà Chính trị quốc gia, Hà Nội.
2. Mai Thị Thanh Xuân (2006), *Công nghiệp chế biến với việc nâng cao giá trị hàng nông sản xuất khẩu ở Việt Nam*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 341(10/2006).
3. Dương Thị Ngọc Diệp (2012), *The utilization of cashew apples in VietNam*, Nong Lam University, Hochiminh city, Vietnam.
4. Lê Thanh Loan, Dang Hai Phuong, Vo Hung (2006), *Cashew nuts supply chains in Vietnam: A case study in Dak Nong and Binh Phuoc provinces, Vietnam*, prepared for Workshop on "Markets for Agroforestry Tree Products", on 15-18 August, 2006 in Chiang Mai, Thailand.
5. Raphael Kaplinsky and Mike Morris (2001), *A handbook for value chain research*.
6. United Nations Industrial Development Organization - UNIDO (1999), *Agro-value chain analysis and development*.