ISSN 1859-3666

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

1. **Vũ Văn Hùng** - Nghiên cứu chuỗi giá trị chè ở Việt Nam thông qua trường hợp điển hình ở khu vực Hà Nội. ***Mã số: 127.1DEco.12*** 2

A Study on Tea Value Chain in Vietnam through a Typical Case in Hanoi Area

2. Lê Thanh Phương - Phân tích một số nhân tố tác động tới hiệu quả tài chính hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn tái cơ cấu. ***Mã số: 127.1FiBa.12*** 15

An Analysis on Factors Affecting Financial Efficiency of Vietnam's Commercial Banking System during the Restructuring Period

3. Nguyễn Tuấn Anh - Kiểm soát chuyển giá đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài trên địa bàn Thành phố Hà Nội. ***Mã số: 127.1TrEM.12*** 23

Controlling transfer pricing for enterprises with foreign direct investment in Hanoi City

QUẢN TRỊ KINH DOANH

4. Nguyễn Hoàng Việt và Nguyễn Thị Mỹ Nguyệt - Tác động của chiến lược cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp kinh doanh thực phẩm Việt Nam. ***Mã số: 127.2BMkt.21*** 33

Impacts of Competitive Strategies on Business Performance of Vietnam Food Companies

5. Nguyễn Thanh Hùng, Dương Thị Tuyết Anh và Lâm Thị Mỹ Lan - Tác động của thực tiễn quản trị nguồn nhân lực đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức: Trường hợp các doanh nghiệp chế biến thủy sản tại Đồng bằng Sông Cửu Long. ***Mã số: 127.2HRMg.21*** 41

Impact of Human Resource Management Practices on Job Satisfaction and Organizational Commitment: The Case of Seafood Processing Enterprises in Mekong River Delta

6. Nguyễn Thị Minh Hòa - Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ phù hợp của vị trí quy hoạch đối với cán bộ nữ: Nghiên cứu trường hợp tại thành phố Hồ Chí Minh. ***Mã số: 127.2HRMg.21*** 53

Factors Affecting the Relevance of Planning Position for Female Cadres: Case study in Ho Chi Minh City

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

7. Đoàn Thị Mỹ Hạnh - Thiết kế và thử nghiệm sản phẩm du lịch ẩm thực nông trại ở Bến Tre. ***Mã số: 127.3TRMg.32*** 65

Designing and Testing Farm Food Tourism Products in Ben Tre Province

NGHIÊN CỨU CHUỖI GIÁ TRỊ CHÈ Ở VIỆT NAM THÔNG QUA TRƯỜNG HỢP ĐIỂN HÌNH Ở KHU VỰC HÀ NỘI

Vũ Văn Hùng
Trường Đại học Thương mại
Email: hungvvu@tmu.edu.vn

Ngày nhận: *15/01/2019* ***Ngày nhận lại:*** *19/02/2012* ***Ngày duyệt đăng:*** *26/02/2019*

Cây chè chiếm một vị trí quan trọng trong cơ cấu nông nghiệp tại khu vực Hà Nội, có vai trò góp phần xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm cho lao động phổ thông, định canh - định cư cho các vùng ven đô của Hà Nội, góp phần trực tiếp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế vùng. Tiềm năng cây chè của vùng rất lớn nếu gia tăng được giá trị của các sản phẩm chè. Tuy nhiên, trên thực tế, hiện nay cây chè mới chỉ dừng lại ở vai trò là cây xóa đói giảm nghèo chứ chưa thật sự giúp người nông dân làm giàu. Để nâng cao giá trị sản phẩm chè cần phải sớm hoàn thiện chuỗi giá trị trong sản xuất. Bài nghiên cứu tập trung vào việc phân tích các khâu trong chuỗi sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè ở khu vực Hà Nội, rút ra các khâu trọng yếu cần tác động về khoa học công nghệ và chính sách phát triển để từ đó đề xuất được các giải pháp phát triển chuỗi giá trị ngành chè và nâng cao giá trị gia tăng của ngành chè ở khu vực Hà Nội.

Từ khóa*: ngành chè, giá trị gia tăng, chuỗi giá trị chè*

1. Giới thiệu

Giá trị gia tăng là một bộ phận của giá trị sản xuất, sau khi trừ đi phần chi phí trung gian, chỉ tiêu này phản ánh phần giá trị tăng thêm của kết quả sản xuất kinh doanh do chính bản thân doanh nghiệp tạo ra được trong một thời kỳ nhất định. Do vậy để tính giá trị tăng thêm thống kê phải xác định đúng chi phí trung gian. Trong đó, chi phí trung gian (IC: Intermediational Cost) là một bộ phận của chi phí sản xuất nói chung, nó được cấu thành trong giá trị sản phẩm và được thể hiện dưới dạng vật chất như nguyên, nhiên vật liệu, năng lượng và dưới dạng dịch vụ sản xuất.

Chuỗi giá trị bao gồm tất cả các hoạt động để sản xuất ra một sản phẩm hàng hóa (dịch vụ) và mang sản phẩm (dịch vụ) này đến người tiêu dùng cuối cùng. Chuỗi giá trị liên quan đến các tác nhân trực tiếp hoặc gián tiếp có liên quan đến các công đoạn sản xuất, chế biến và phân phối một sản phẩm. Chuỗi giá trị bao gồm các chức năng trực tiếp như sản xuất hàng hóa cơ bản, thu gom, chế biến, bán sỉ, bán lẻ, cũng như các chức năng hỗ trợ như cung cấp vật tư nguyên liệu đầu vào, dịch vụ

tài chính, đóng gói và tiếp thị (Sonja Vermeulen et al. 2008). Khái niệm chuỗi giá trị bao gồm cả các vấn đề về tổ chức và điều phối, chiến lược và mối quan hệ quyền lực của các tác nhân khác nhau trong chuỗi. Chuỗi giá trị còn gắn liền với các khía cạnh xã hội và môi trường. Việc thiết lập (hoặc sự hình thành) các chuỗi giá trị có thể gây sức ép đến nguồn tài nguyên thiên nhiên (như nước, đất đai), có thể làm thoái hóa đất, mất đa dạng sinh học hoặc gây ô nhiễm. Đồng thời, sự phát triển của chuỗi giá trị có thể ảnh hưởng đến các mối ràng buộc xã hội và tiêu chuẩn truyền thống.

Cây chè có vai trò góp phần xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm cho lao động phổ thông, góp phần trực tiếp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, ổn định chính trị, xã hội cho các tỉnh trung du miền núi phía Bắc nói chung và các vùng ven đô Hà Nội nói riêng. Ngành chè là một trong 10 ngành hàng nông sản xuất khẩu chiến lược của Việt Nam, từ năm 1999 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 43/1999/QĐ-TTg phê duyệt kế hoạch phát triển chè giai đoạn 2000 - 2010, từ đó ngành chè Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc, trở thành nước sản xuất chè lớn thứ 7 và xuất khẩu chè lớn thứ 5 toàn cầu, với 124.000 ha diện tích trồng chè và hơn 500 cơ sở sản xuất, chế biến, công suất đạt trên 500.000 tấn chè khô/năm. Riêng Hà Nội, cây chè hiện đang tăng dần cả về diện tích và sản lượng với khoảng 3.059 ha, chiếm 17% diện tích cây lâu năm và gần 2% diện tích đất sản xuất nông nghiệp của toàn vùng. Hiện tại, Hà Nội đang tích cực tổ chức lại ngành chè theo chuỗi giá trị trên từng địa bàn, tạo cơ hội cho ngành chè phát triển bền vững theo hướng nhanh chóng nâng cao giá trị gia tăng.

Cơ sở lý thuyết về mô hình nghiên cứu chuỗi giá trị Chè

Khái niệm chuỗi giá trị chè

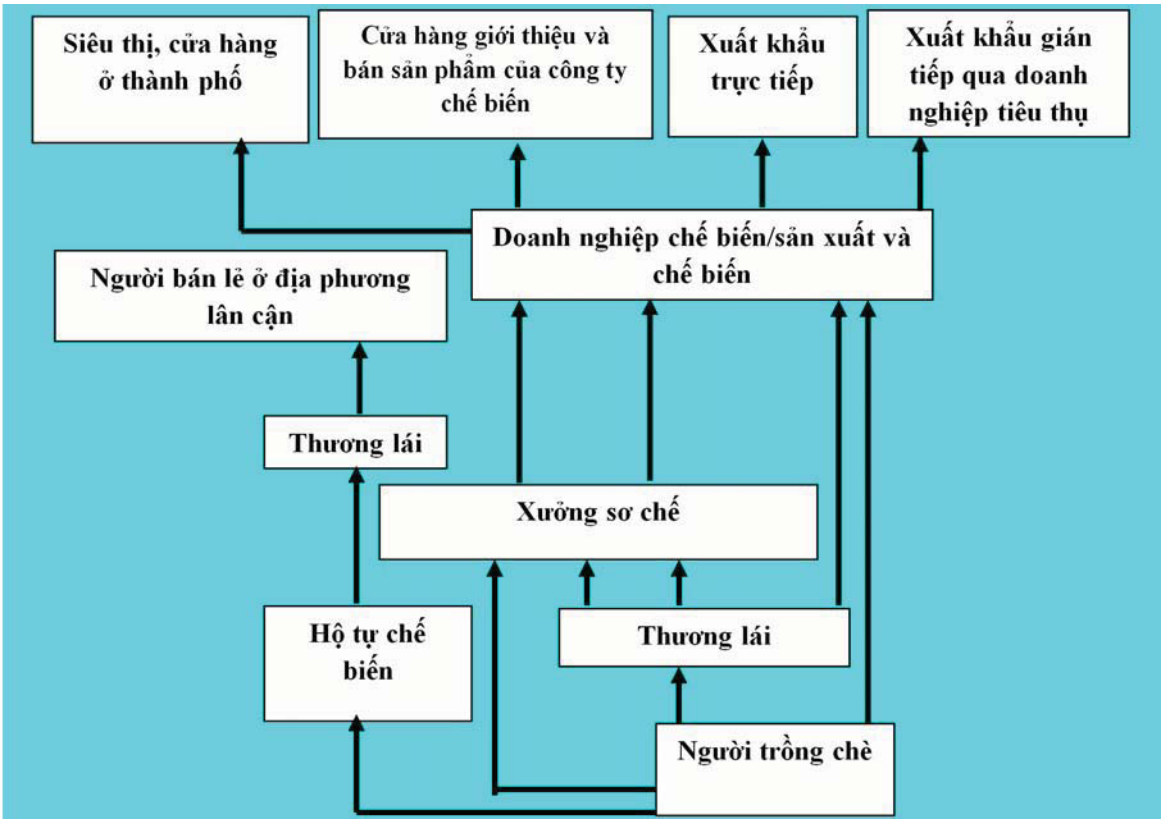
Chuỗi giá trị chè liên quan đến các tác nhân trực tiếp như nhà cung ứng vật tư đầu vào, người sản xuất, đại lý thu gom, nhà chế biến, nhà bán sỉ, xuất khẩu và các tác nhân gián tiếp như các cơ quan tổ chức cung cấp dịch vụ công và khu vực tư nhân.

Chuỗi giá trị chè là một chu trình được bắt đầu từ công đoạn cung cấp vật tư đầu vào cho sản xuất, tiếp đến là quá trình sử dụng các nguồn lực để tạo ra sản phẩm chè và các công đoạn chế biến sâu, chiến lược marketing để lưu thông trên thị trường, đưa sản phẩm chè hàng hóa đến giá trị lớn nhất. Như vậy, chuỗi giá trị chè bao gồm chuỗi giá trị sản xuất chè, chuỗi giá trị chế biến chè, chuỗi giá trị tiêu thụ chè.

Đặc trưng chuỗi giá trị chè

Chuỗi giá trị có liên quan đến nhiều hoạt động cần thiết để đưa một sản phẩm (hoặc một dịch vụ) từ ý tưởng, qua các giai đoạn sản xuất khác nhau đến tay người tiêu dùng cuối cùng và xử lý sau khi sử dụng. Hơn nữa, một chuỗi giá trị tồn tại khi tất cả các bên tham gia chuỗi hoạt động nhằm tối đa hóa việc gia tăng giá trị trong chuỗi. Phân tích chuỗi giá trị nhằm hiểu được các yếu tố khác nhau tạo ra động lực phát triển, khả năng cạnh tranh trong cùng ngành và xác định những cơ hội và hạn chế trong việc tăng lợi ích cho các bên hoạt động trong ngành.

Nhìn chung, chuỗi giá trị ngành chè là chuỗi giá trị phức tạp, liên quan tới các công đoạn từ khâu chế biến và sản xuất chè lá cho đến chế biến và bán chè khô. Mỗi công đoạn nắm giữ những vai trò quan trọng trong sự phát triển của cả ngành hàng chè Việt Nam. Mỗi công đoạn của chuỗi giá trị đều có các tác nhân riêng, mỗi tác nhân lại có vai trò nhất



Sơ đồ 1: *Mô hình chuỗi giá trị chè được sử dụng trong nghiên cứu*

định, tương tác với nhau trong bản thân các công đoạn đó.

2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu bao gồm:

Phương pháp thông tin thứ cấp: các tài liệu, báo cáo, nghiên cứu, số liệu thống kê được tác giả mô tả thu thập để tiến hành xử lý, phân tích và so sánh với các kết quả khảo sát thực địa bao gồm việc thu thập tài liệu, số liệu về thực trạng sản xuất, chế biến, xuất khẩu và tiêu thụ; Thu thập tài liệu, số liệu về thực trạng sản xuất, chế biến, xuất khẩu và tiêu thụ nội địa; Thu thập thông tin thị trường chè thế giới; Vị thế và thị phần chè Việt Nam trên thế giới…

Phương pháp điều tra xã hội học: Điều tra thu thập thông tin bao gồm việc phỏng vấn đại diện của các nhóm tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị của sản phẩm. Việc chọn điểm điều tra, khảo sát, số lượng mẫu chọn theo phương pháp ngẫu nhiên hệ thống, đại diện cho từng nhân tố tham gia trong chuỗi giá trị ngành chè. Tuy nhiên, đối tượng có tính đồng nhất khá cao (về chức năng, đặc điểm, địa bàn, tập quán...) do đó số lượng mẫu chính đại diện cho từng nhóm tác nhân như sau: Hộ gia đình sản xuất (đại diện cho tác nhân sản xuất): Chọn điều tra đại diện cho từng nhóm và từng địa bàn; Hộ gia đình, chế biến, cơ sở chế biến nhỏ lẻ (đại diện cho tác nhân chế biến nhỏ lẻ): Chọn điều tra đại diện cho từng nhóm và từng địa bàn; Các đại lý thu gom chè tươi (đại diện tác nhân thu mua nguyên liệu không liên kết); Các đại lý thu

gom chè khô; Quán trà, siêu thị (đại diện tác nhân tiêu thụ nội địa); Các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, kinh doanh chè (đại diện cho tác nhân chế biến các loại chè, tiêu thụ nội địa và xuất khẩu): chọn đại diện các cơ sở chế biến, kinh doanh điển hình. Ngoài ra, thu thập số liệu tại các đơn vị quản lý liên quan tại địa phương (Sở Nông nghiệp và PTNT, Sở Công Thương…), Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các Viện nghiên cứu, Hiệp hội… Việc thu thập số liệu thứ cấp cho giai đoạn 2013 - 2018, điều tra trực tiếp trong năm 2018 với số lượng mẫu điều tra là 250 mẫu dành cho đối tượng khảo sát là các hộ gia đình sản xuất và chế biến chè; doanh nghiệp sản xuất kinh doanh; hợp tác xã; các đại lý thu gom, siêu thị, cửa hàng; cơ quan đơn vị quản lý liên quan đến ngành chè. Việc điều tra được tiến hành tại các quận và huyện của thành phố Hà Nội trong đó tập trung vào những vùng sản xuất chè trọng điểm của thành phố như huyện Ba Vì, Sóc Sơn, Quốc Oai, Chương Mỹ. Việc xử lý số liệu được xử lý, nhập và sử dụng bằng phần mềm SPSS.

Phương pháp phân tích SWOT: Phương pháp phân tích SWOT chuỗi giá trị ngành chè và thông tin thu thập được từ tài liệu, phiếu điều tra để đánh giá về thực trạng chuỗi giá trị sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè với điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức và trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp nâng cao giá trị gia tăng chè tại khu vực Hà Nội.

3. Tổng quan về ngành Chè Việt Nam và ngành chè ở Hà Nội

Tổng quan về ngành Chè Việt Nam

Do địa hình nước ta trải dài trên nhiều vùng địa lý khác nhau, cùng nhiều vùng khí hậu khác nhau, trong đó có một số vùng thuộc vùng núi cao nguyên phù hợp cho việc trồng chè với diện tích lớn mang lại giá trị kinh tế cao. Chè được trồng chủ yếu ở vùng Trung du miền núi phía Bắc và Tây Nguyên, đây là vùng chiếm đa số về diện tích chè của cả nước. Tiếp đó các vùng Đồng bằng sông Hồng, Duyên Hải Bắc Trung Bộ, Duyên Hải Nam Trung Bộ. Tốc độ phát triển sản xuất chè cả nước những năm gần đây tăng mạnh. Giai đoạn 2006 - 2010, diện tích trồng chè cả nước tăng với tốc độ bình quân 1,15%/năm, sản lượng tăng mạnh với tốc độ 7,92%/năm. Đến năm 2017 cây chè đã phát triển khắp 3 miền Bắc, Trung, Nam trên 4 vùng sinh thái gồm: Đồng bằng sông Hồng, Trung du và miền núi phía Bắc, Bắc trung bộ và duyên hải miền Trung, Tây Nguyên với hơn 30 tỉnh sản xuất chè. Trong đó, diện tích trồng theo số liệu thống kê tới năm 2017 tập trung ở 14 tỉnh trung du miền núi phía Bắc với diện tích 92,2 nghìn ha chiếm 72% diện tích cả nước. Một số tỉnh có diện tích trồng chè lớn điển hình như: Hà Giang 15,4%, Tuyên Quang 6,5%, Yên Bái 9,1%, Thái Nguyên 14,9%, Phú Thọ 12,5%. Chỉ riêng 5 tỉnh này diện tích trồng chè đã chiếm 58,4% diện tích trồng chè toàn quốc. Ở vùng Tây Nguyên sản xuất chè chủ yếu tập trung tại Lâm Đồng 22 nghìn ha chiếm 17,1% diện tích chè cả nước. Lâm Đồng là địa phương có tốc độ phát triển diện tích chè trong những năm qua rất nhanh. Hiện nay, mức tiêu thụ của thị trường trong nước vào khoảng 30.000 tấn/năm, chiếm trên khoảng 20 - 30% tổng sản lượng chè các loại, chủ yếu là chè xanh và chè ướp hương. Ngoài ra, còn một số lượng chè nhập khẩu đáng kể với nhiều mẫu mã, chất lượng khác nhau như Lipton, Dimah... được tiêu thụ khá rộng rãi trong các nhà hàng, khách sạn và những người có thu nhập khá hoặc lớp trẻ đô thị.

Theo Hiệp hội chè Việt Nam hiện nay cả nước có trên 257 doanh nghiệp chế biến chè công nghiệp, với tổng công suất chế biến 5.204 tấn chè búp tươi/ngày. Theo số liệu

thống kê, năm 2013 sản lượng chè toàn quốc là 921,7 ngàn tấn búp tươi thì khả năng chế biến của các doanh nghiệp chế biến chè đạt trên 160% mà chưa tính các cơ sở chế biến ở hộ gia đình nhỏ lẻ không đăng ký. Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 6 tháng đầu năm 2018, xuất khẩu chè ước đạt 58.000 tấn, tương đương 94 triệu USD, giảm 8,7% về lượng và 3,4% về giá trị so với cùng kỳ năm 2017. Các thị trường chính của chè Việt Nam tiếp tục là Pakistan, Đài Loan, Nga, Trung Quốc. Nhìn chung, chè Việt Nam có năng lực cạnh tranh do giá thấp, cung ứng kịp thời, đều đặn và ổn định về chất lượng. Điểm nổi bật của ngành chè Việt Nam đó là thương hiệu chè Việt đã được đăng ký và bảo hộ tại 70 thị trường quốc gia và khu vực. Một số thị trường lớn tiêu thụ chè Việt Nam như Đài Loan, Inđônêxia, Nga, Trung Quốc, Pakistan… Với trên 160 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu chè, Việt Nam đã xuất khẩu nhiều loại sản phẩm chè, trong đó chè đen chiếm chủ yếu (khoảng 80% tổng sản lượng xuất khẩu), còn lại là chè xanh và các loại sản phẩm khác từ chè.

Tổng quan về ngành Chè tại địa bàn Hà Nội

Hà Nội có diện tích chè khá lớn, khoảng 3.059 ha, chiếm 17% diện tích cây lâu năm và gần 2% diện tích đất sản xuất nông nghiệp. Phân bổ tập trung chủ yếu ở các huyện: Ba Vì, Quốc Oai, Sóc Sơn, Chương Mỹ. Từ khi thực hiện đề án "Phát triển sản xuất và tiêu thụ chè an toàn thành phố Hà Nội" giai đoạn 2012 - 2016, Hà Nội đã trồng mới và trồng thay thế được 182 ha chè tại vùng đồi gò và vùng bán sơn địa các xã: Trần Phú, huyện Chương Mỹ; xã Yên Bài, Ba Trại, Thuần Mỹ, Cẩm Linh, huyện Ba Vì; Bắc Sơn, huyện Sóc Sơn; Hòa Thạch, huyện Quốc Oai bằng những giống chè mới có năng suất, chất lượng tốt như: LDP1, LDP2, Phúc Vân Tiên.

Bên cạnh đó, cũng phát triển chăm sóc, thâm canh chè an toàn được 345 ha tại các xã Trần Phú - huyện Chương Mỹ; Yên Bài, Ba Trại, Thuần Mỹ, Cẩm Linh, huyện Ba Vì; Bắc Sơn, huyện Sóc Sơn; Hòa Thạch, Hòa Phú, Long Phú - huyện Quốc Oai. Trong đó 110 ha chè sản xuất theo VietGAP. Đồng thời, áp dụng tiến bộ kỹ thuật, đưa cơ giới vào sản xuất, chế biến chè được 100 ha. Nâng cao trình độ quản lý, thâm canh sản xuất chè cho cán bộ, nông dân tại các vùng trồng chè thông qua các lớp đào tạo, tập huấn kỹ thuật. Đào tạo, tập huấn trực tiếp trên nương đồi; tổ chức cho cán bộ, nông dân đi thăm quan học tập những mô hình tiêu biểu; đào tạo chuyên sâu tại các cơ sở chuyên sâu về chè như Viện Khoa học kỹ thuật nông lâm nghiệp miền núi phía Bắc…

4. Thực trạng chuỗi giá trị Chè của khu vực Hà Nội

4.1. Thực trạng chuỗi giá trị sản xuất chè

Về chuỗi năng suất chè: Kết quả điều tra chuỗi sản xuất chè toàn chu kỳ từ khi trồng mới đến hết chu kỳ kinh doanh (tính bình quân 25 năm): năm thứ 15 và năm thứ 16 là năm sung sức nhất của vườn chè, năng suất đạt cao nhất ở năm thứ 15 là 18,98 tấn búp tươi/ha, tiếp đến là năm thứ 16 là 18,03 tấn búp tươi/ha, năng suất chè cao dần từ năm thứ 3 đến năm thứ 15 và thấp dần từ năm thứ 16 đến năm thứ 25.

Về chuỗi giá trị sản xuất chè toàn chu kỳ: kết quả điều tra bình quân toàn vùng cho thấy các chỉ tiêu trong chuỗi giá trị sản xuất chè toàn chu trình biến thiên theo quy luật và phụ thuộc vào số năm của cây chè.

Về doanh thu: doanh thu 1 ha chè toàn chu trình đạt cao nhất ở năm thứ 15 (120,89 triệu đồng/ha) và năm thứ 16 (114,85 triệu đồng/ha), cao dần từ năm thứ 3 đến năm thứ 15 và giảm dần từ năm thứ 16 đến năm thứ 25.

Về giá trị gia tăng cũng tăng giảm theo quy luật của doanh thu, giá trị gia tăng của 1 ha chè toàn chu trình đạt cao nhất ở năm thứ 15 (91,67 triệu đồng/ha) và năm thứ 16 (85 triệu đồng/ha), cao dần từ năm thứ 3 đến năm thứ 15 và giảm dần từ năm thứ 16 đến năm thứ 25.

Về chi phí trung gian, tăng giảm theo xu thế gần giống với doanh thu, cao nhất ở năm thứ 4 (36,5 triệu đồng/ha), năm thứ 5 (29,52 triệu đồng/ha), tiếp đó giảm dần đến năm thứ 9 và tăng dần từ năm thứ 10 đến năm thứ 15, tăng đến cao nhất ở năm thứ 15 (29,22 triệu đồng/ha) và năm thứ 16 (29,85 triệu đồng/ha), sau đó lại thấp dần từ năm thứ 17 đến năm thứ 25.

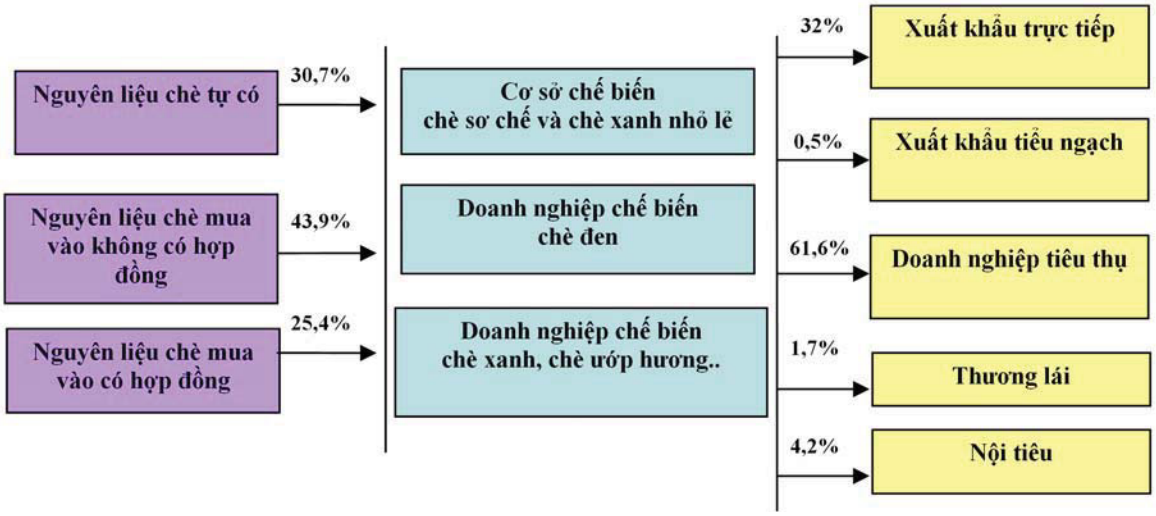
Về lợi nhuận, từ năm thứ 6 trở đi cây chè bắt đầu cho lợi nhuận, tăng dần từ năm thứ 6 và đạt đỉnh cao ở năm thứ 15 là năm tuổi chè sung sức nhất, lợi nhuận đạt 81,42 triệu đồng/ha, lợi nhuận giảm dần từ năm thứ 16 đến năm thứ 25.

Nhìn chung, do chè không đòi hỏi nhiều về nguyên liệu chè búp tươi do đó hầu hết diện tích trồng chè ở những vùng trọng điểm của Hà nội đều là giống già cỗi cho năng suất và chất lượng thấp và từ đó giá bán không cao. Ngoài ra, các hộ sản xuất chè do những thói quen trồng chè truyền thống nên chậm áp dụng quy trình sản xuất chè an toàn, sản xuất chè theo VietGAP…

4.2. Thực trạng chuỗi giá trị chế biến chè

Hiện tại ở địa bàn Hà Nội có hai chủ thể chế biến chè là doanh nghiệp chế biến và hộ nông dân chế biến nhỏ lẻ tại nhà. Đối với doanh nghiệp chế biến chè hiện nay có một vấn đề bất cập đó là do các nhà máy được cấp phép tràn lan nên công suất chế biến chè hiện gấp đôi sản lượng nguyên liệu. Hiện các doanh nghiệp chế biến chè công nghiệp với tổng công suất chế biến 5.204 tấn chè búp tươi/ngày, so với sản lượng chè hiện có, khả năng chế biến của các doanh nghiệp chế biến chè hiện nay vượt trên 160% mà chưa tính các cơ sở chế biến ở hộ gia đình nhỏ lẻ không có giấy phép đăng ký kinh doanh. Như vậy, sự phát triển nhanh chóng số lượng nhà máy chế biến chè làm cho năng lực chế biến lớn hơn rất nhiều so với khả năng đáp ứng nguyên liệu, dẫn đến tình trạng tranh mua tranh bán nguyên liệu chè búp tươi đang diễn ra gay gắt hiện nay.

Hầu hết các doanh nghiệp chế biến xuất nhập khẩu chè đều tuân theo một quy trình chế biến chặt chẽ từ khâu nguyên liệu đầu vào đến thành phẩm, tuân thủ theo các quy định về tiêu chuẩn chất lượng quốc tế để có sản phẩm đạt yêu cầu khắt khe của các đơn đặt hàng ngoài nước. Bộ máy nhân sự của doanh nghiệp được tổ chức mang tính hệ thống với các phòng ban, bộ phận kỹ thuật, giám sát, sản xuất, kế toán, hành chính nhân sự, thu mua và kinh doanh tiếp thị. Quy mô lao động của các cơ sở, doanh nghiệp chế biến xuất nhập khẩu chè thay đổi từ vài chục tới hàng nghìn người được ký hợp đồng lao động và hưởng đầy đủ các chính sách hỗ trợ khác theo luật định. Mỗi doanh nghiệp có hệ thống nhà xưởng rộng lên tới vài ngàn m2, dây chuyền máy móc tương đối hiện đại, hệ thống kho chứa dự trữ và bảo quản sản phẩm ở quy mô hàng ngàn tấn. Trong thời gian vừa qua, để nâng cao chất lượng chè xuất khẩu, nhiều doanh nghiệp xuất khẩu chè lớn đã đầu tư hàng trăm tỷ đồng vào hệ thống sân phơi, nhà xưởng, dây chuyền chế biến, sàng phân loại, hệ thống bắn mầu, máy sấy... theo công nghệ hiện đại. Trong đó phải kể đến diện tích vùng nguyên liệu chè tự có của một phần không nhỏ doanh nghiệp lên đến vài trăm ha, đáp ứng được khoảng 30% nguyên liệu đầu vào cho chế biến, còn lại 70%



Nguồn: Kết quả điều tra xã hội học

Sơ đồ 2: *Sơ đồ chuỗi giá trị đối với cơ sở chế biến chè*

nguyên liệu phải mua của các hộ trồng chè tự do chất lượng thấp và không đồng đều.

Xu hướng của các doanh nghiệp chế biến hiện nay là tự xây dựng cho mình vùng sản xuất nguyên liệu để thuận tiện trong việc quản lý chất lượng đầu vào và giảm chi phí trung gian. Tuy nhiên theo kết quả điều tra, sản lượng chè tự có của các doanh nghiệp chế biến chỉ đáp ứng được 30,7%, nhu cầu còn lại 69,3% phải mua tự do trên thị trường với giá cả bấp bênh, chất lượng thấp và không đồng đều. Đa số cơ sở, doanh nghiệp chế biến chè được điều tra có quy mô vừa và nhỏ. Một số doanh nghiệp được cổ phần hóa từ các doanh nghiệp nhà nước, hoạt động dưới hình thức công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên hoặc công ty cổ phần, một số hoạt động dưới dạng hợp tác xã hoặc được thành lập dưới dạng xí nghiệp trực thuộc tổng công ty, đa phần là các cơ sở chế biến quy mô hộ nhỏ lẻ. Nguyên liệu đầu vào của các cơ sở này là chè búp tươi hoặc chè sơ chế, sau đó được phân loại và chế biến, đóng gói. Đối với từng loại chè thành phẩm, chuỗi giá trị chế biến chè sẽ khác nhau:

4.3. Thực trạng chuỗi giá trị tiêu thụ chè

Hiện tại các kênh liên kết tiêu thụ chè ở địa bàn Hà Nội gồm hai kênh chính là kênh liên kết bao gồm: thông qua hộ gia đình nhận khoán và kênh giao dịch hoàn toàn dựa vào thị trường.

Đối với kênh thông qua hộ gia đình nhận khoán

- *Đối với các hộ gia đình nhận khoán*: Theo hợp đồng giao đất, các hộ có quyền sử dụng đất, nhưng không có quyền sở hữu đất đó. Các hộ có thể nhượng quyền sử dụng đất, nhưng không dùng nó để thế chấp vay vốn ngân hàng được. Các hộ chỉ được trồng chè trên diện tích được giao, mà không được trồng các loại cây khác, đồng thời phải bán toàn bộ chè cho doanh nghiệp nhà nước. So với các hộ tự do và hộ hợp tác xã thì các hộ nhận khoán thường có quy mô sản xuất, trình độ văn hóa, trình độ thâm canh cao hơn do được đào tạo và hướng dẫn kỹ thuật bởi cán bộ kỹ thuật của nông trường trước đây, đồng thời họ có điều kiện về vốn, được nông trường ứng vật tư nên ít phải vay vốn ngân hàng. Toàn bộ khâu chế biến và tiêu thụ sản

phẩm trong kênh này đều do doanh nghiệp nhà nước lo, người sản xuất chủ yếu tập trung vào việc làm thế nào sản xuất ra sản phẩm với năng suất và chất lượng cao. Chè được sản xuất theo kênh này chủ yếu phục vụ cho nhu cầu xuất khẩu, phần tiêu thụ trong nước rất ít. Các hộ phải bán chè cho nông trường với mức giá không được quy định rõ trong hợp đồng giao đất, trong khi giá chè trên thị trường thường xuyên có sự biến động, nhưng đổi lại họ được hưởng một số lợi ích khác như hỗ trợ kỹ thuật, cung cấp vật tư trả chậm, lương hưu, chăm sóc sức khỏe, học hành của con cái... Do vậy, liên kết này tương đối ổn định. Tuy nhiên, nó có xu hướng suy yếu khi giá cả trên thị trường thay đổi theo chiều hướng không có lợi cho các hộ hoặc chất lượng sản phẩm của các hộ quá thấp không đáp ứng được tiêu chuẩn của nông trường. Trong cả hai trường hợp các hộ hoặc là bán chè tươi cho người thu gom hoặc là tự chế biến để tiêu thụ ra bên ngoài nhằm tăng thu nhập.

- Nông dân hợp đồng

Nông dân có đất ký hợp đồng với các doanh nghiệp, thỏa thuận trong liên kết này tương đối đa dạng. Có trường hợp công ty cung ứng vật tư đầu vào, hướng dẫn quy trình kỹ thuật và thu mua chè của nông dân theo giá thỏa thuận từ đầu vụ. Có trường hợp công ty chỉ ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm cho nông dân theo giá thỏa thuận và không cung cấp dịch vụ đầu vào. Các dịch vụ đầu vào thường do nông dân tự lo hoặc được sự hỗ trợ của các tổ chức quần chúng và chính quyền địa phương. Sự liên kết này bền chặt khi giá thu mua của công ty bằng hoặc cao hơn so với giá thị trường. Các hợp đồng rất dễ bị phá vỡ, nhất là khi giá chè ngoài thị trường cao hơn giá thu mua của công ty. Ngoài ra, rất khó xử lý những trường hợp phá vỡ hợp đồng. Như vậy, có thể thấy tác nhân đóng vai trò chính trong chuỗi liên kết này là những doanh nghiệp chế biến lớn như các doanh nghiệp Nhà nước, công ty liên doanh, công ty trách nhiệm hữu hạn, VINATEA. Các hộ nông trường viên và hộ hợp đồng có sử dụng đất của công ty có vai trò rất hạn chế. Các hộ hợp đồng tự do có vai trò nhất định, nhưng chưa rõ nét.

- Qua các hợp tác xã hoặc tổ, nhóm nông dân

Các hợp tác xã tiến hành các hoạt động hỗ trợ xã viên như tưới tiêu, làm đất, điện sinh hoạt, mua phân bón trả chậm cho nông dân, cung cấp tín dụng lãi suất thấp, tập huấn kỹ thuật, cung cấp thông tin về thị trường và tranh thủ nguồn lực hỗ trợ của các cá nhân, và tổ chức trong và ngoài nước. Việc tiêu thụ sản phẩm cho xã viên được tiến hành theo phương thức là hợp tác xã ký hợp đồng với khách mua trước, sau đó huy động chè khô từ các thành viên. Khách mua bán cho các điểm bán lẻ hoặc cho các công ty để đóng gói xuất khẩu. Tuy nhiên, lượng sản phẩm tiêu thụ qua hợp tác xã còn rất hạn chế. Qua nghiên cứu có thể thấy một số mặt tồn tại làm hạn chế sự phát triển của các hợp tác xã hiện nay là: lãnh đạo hợp tác xã chính là những người nông dân được bầu ra, mặc dù đã được đào tạo, tập huấn, tham quan trao đổi kinh nghiệm, nhưng do trình độ văn hóa thấp, không có nhiều điều kiện để tiếp xúc rộng rãi với nhiều đối tượng nên năng lực quản lý, điều hành, khai thác thị trường còn yếu. Vốn của hợp tác xã còn rất ít, chủ yếu là từ nguồn đóng góp lệ phí của các thành viên và hỗ trợ từ bên ngoài. Các xã viên sản xuất riêng theo quy mô gia đình, có hộ có phương tiện chế biến, có hộ không có, việc áp dụng các quy trình kỹ thuật trong sản xuất và chế biến không đồng đều, nên chất lượng sản phẩm không đồng nhất khi bán theo hợp đồng. Lợi ích trước mắt khi tham gia hợp tác

xã của các thành viên chưa thực sự đáng kể, trong khi với sự giúp đỡ của các tổ chức đoàn thể và chính quyền địa phương, xã viên hợp tác xã vẫn có thể vay vốn với lãi suất thấp, tiếp cận thông tin thị trường và mua vật tư trả chậm. Do vậy, những ràng buộc của xã viên khi thực hiện hợp đồng còn lỏng lẻo, dẫn đến tình trạng đôi khi hợp tác xã phải phá vỡ hợp đồng, đặc biệt khi giá thị trường cao hơn giá trong hợp đồng. Bên cạnh những hợp tác xã chính quy còn có các hình thức liên kết, hợp tác phi chính quy dưới các hình thức tổ, nhóm, câu lạc bộ. Các hình thức này được thành lập chủ yếu là do có sự hỗ trợ của các chương trình dự án với mục tiêu giúp nông dân sản xuất chè an toàn và chè hữu cơ, qua đó sẽ xây dựng thương hiệu và phát triển với quy mô lớn hơn.

Đối với kênh giao dịch hoàn toàn dựa vào thị trường

Thông qua các hộ trang trại

Các hộ trang trại thường có trình độ văn hóa, trình độ thâm canh, vốn sản xuất, năng lực tiếp cận thị trường cao hơn nhóm hộ HTX và nhóm hộ tự do. Các hộ rất năng động, nhanh nhạy với những biến động của thị trường, tích cực cập nhập thông tin, tiến bộ khoa học kỹ thuật, chủ động tiến hành các thí nghiệm nhằm nâng cao năng suất, chất lượng chè. Hầu hết các hộ đều có phương tiện chế biến, tuy vẫn còn đơn giản. Sản phẩm chè tươi thu hoạch chủ yếu được giữ lại để chế biến. Đôi khi, họ cũng mua chè tươi từ các hộ khác về chế biến. Họ chỉ bán chè tươi khi thấy được giá hoặc bán phần chè tươi có phẩm chất thấp cho người thu gom hoặc cơ sở chế biến. Sản phẩm chế biến xong được bán cho người bán buôn, rồi từ người bán buôn đi bán lẻ hoặc bán cho công ty để đóng gói xuất khẩu. Các hộ có điều kiện kinh tế nên thường giữ chè sau khi đã chế biến trong một thời gian nhất định và chỉ bán khi thấy giá cao. Như vậy, trong kênh này chúng ta thấy các hộ trang trại đóng vai trò rất tích cực và quan trọng. Xu hướng cho thấy các hộ này một mặt mở rộng quy mô sản xuất, một mặt đóng vai trò là nhân tố tích cực trong việc liên kết các hộ trong sản xuất và kinh doanh.

Kênh tiêu thụ qua hộ sản xuất nhỏ

Đây là những hộ có quy mô sản xuất nhỏ nhất, trình độ văn hóa thấp nhất trong các nhóm hộ, thường xuyên thiếu vốn sản xuất, nhiều hộ có điều kiện sống khó khăn. Do đó, dù có sự giúp đỡ của chính quyền, các tổ chức quần chúng... các hộ này được tập huấn kỹ thuật nhưng việc tiếp thu và áp dụng kiến thức có phần hạn chế, sản xuất chủ yếu theo kinh nghiệm truyền thống và tận dụng khai thác sự màu mỡ của đất. Điều đó làm đất nghèo dần và năng suất chất lượng chè bị giảm sút. Ngoài ra, họ cũng được vay vốn với lãi suất thấp, không phải thế chấp, nhưng sử dụng vốn không hiệu quả.

Ít hộ có điều kiện để mua máy móc chế biến thành chè khô. Các hộ chủ yếu là đi thuê chế biến hoặc chế biến theo phương pháp thủ công. Chất lượng chè chế biến thấp và không đồng đều do kỹ thuật chế biến và chất lượng nguyên liệu đầu vào thấp. Ngay cả khi chè được chế biến họ cũng không có điều kiện để bảo quản và giữ chè trong một thời gian dài chờ đến khi được giá mới bán. Họ thường bán chè tươi ngay sau khi thu hoạch hoặc phải bán ngay sau khi chế biến thành chè khô với mức giá rất thấp. Chè chủ yếu bán chè cho người thu gom, sau đó người thu gom sẽ bán lại cho các cơ sở chế biến đối với trường hợp chè tươi và người mua buôn đối với trường hợp chè khô. Họ hầu như rất ít nhận được những thông tin sát thực về giá cả thị trường, thậm chí biết là giá bán thấp phải chịu thiệt, nhưng vẫn phải bán để trang trải những khoản chi

trong gia định. Do vậy, trên thị trường họ dường như là người chấp nhận giá. Có thể nói, các giao dịch mua bán trong kênh hoàn toàn phụ thuộc vào thị trường, chứ không liên quan tới sự hợp tác cụ thể nào, chỉ trừ một số trường hợp, một số hộ chuyên sản xuất chè đặc sản theo thoả thuận với người mua gom ở địa phương hoặc thành phố lớn. Việc giao dịch này không bằng hợp đồng, mà chủ yếu dựa trên uy tín và sự quen biết nên cũng dễ gặp rủi ro.

4.4. Đánh giá thực trạng chuỗi giá trị chè tại khu vực Hà Nội

a. Những kết quả đạt được

Nhìn chung, hệ thống các cơ sở chế biến chè ở khu vực Hà Nội tương đối đa dạng và phong phú với công nghệ đơn giản, không đòi hỏi vốn đầu tư cao. Nhiều hộ dân vừa sản xuất vừa đầu tư công nghệ chế biến chè xanh để có giá trị gia tăng cao hơn. Chính vì vậy chế biến chè không cần qua khâu thu mua chè tươi trung gian giảm được chi phí trung gian trong chuỗi giá trị ngành chè. Việc sản xuất chè có giá trị gia tăng ổn định, thị trường tiêu thụ phong phú, xuất khẩu chè liên tục tăng cao trong những năm gần đây, tuy nhiên đây vẫn là mặt hàng có thị trường xuất khẩu nhỏ hẹp. Từ chè xanh có thể chế biến được nhiều loại chè đặc sản khác như chè ướp hương… làm phong phú thêm các sản phẩm chế biến từ chè xanh. Đây là yếu tố làm tăng giá trị gia tăng ngành chè. Đồng thời, các yêu cầu nguyên liệu chế biến chè đòi hỏi chất lượng không cao, bất cứ chè được trồng từ giống nào cũng có thể chế biến chè được, đây cũng là lợi thế lớn của ngành chè ở Hà Nội để tạo ra những sản phẩm từ phổ thông đến đặc sản phục vụ nhu cầu đa dạng của khách hàng.

b. Những hạn chế và nguyên nhân

Tuy nhiên, do chè không đòi hỏi nhiều về nguyên liệu chè búp tươi do đó hầu hết diện tích trồng chè ở những vùng trọng điểm chế biến chè xanh đều là giống già cỗi cho năng suất và chất lượng thấp, từ đó giá bán không cao. Việc chuyển đổi diện tích chè sang giống mới có năng suất chất lượng cao hơn đòi hỏi thời gian và vốn đầu tư lớn, đây là khó khăn không nhỏ cho nỗ lực nâng cao giá trị gia tăng ngành chè ở Hà Nội. Hiện tại, do hệ thống chế biến chè phát triển rất khó kiểm soát vì quy mô hộ nhỏ lẻ cũng có thể đầu tư nên khó kiểm soát được chất lượng chè thành phẩm và đặc biệt hầu hết các cơ sở chế biến chè mới chỉ hoạt động dưới 50% công suất, hơn nữa giá cả vật tư nông nghiệp tăng cao trong khi giá chè không tăng, thậm chí giảm đặc biệt đối với chè xuất khẩu. Việc thiếu nguyên liệu chế biến sẽ dẫn đến các cơ sở chế biến mua nguyên liệu chè đầu vào một cách thiếu kiểm soát dẫn đến giảm giá trị sản phẩm bán ra do chất lượng nguyên liệu không đảm bảo. Đặc biệt do thừa công suất nên nhiều doanh nghiệp đã nhập chè sơ chế của các tỉnh lân cận, đây là nguyên nhân làm tăng chi phí trung gian, phức tạp thêm chuỗi giá trị ngành chè và khó kiểm soát chất lượng chè đầu vào. Thêm vào đó, việc một số tư thương thu gom chè phẩm cấp thấp để xuất khẩu tiểu ngạch sang Trung Quốc trong thời gian qua gây ảnh hượng nặng nề đến thương hiệu chè Việt Nam. Xuất khẩu khó khăn, giá thấp sẽ ảnh hưởng ngược đến giá bán chè và gây khó khăn trong việc nâng cao giá trị gia tăng cho ngành chè tại khu vực Hà Nội. Riêng đối với khâu tiêu thụ chè vì hầu hết chè được tiêu thụ dưới dạng chè thô, không được đóng gói bảo quản đạt chuẩn nên công nghệ bảo quản chè như đóng gói chân không, kho bảo quản đạt tiêu chuẩn... không được đầu tư thỏa đáng, chỉ tận dụng những công nghệ thông thường như túi nilon, túi chống ẩm… Hơn nữa, công tác quảng cáo và marketing sản phẩm chè đòi

hỏi đối tượng tiêu thụ phải có trình độ và đặc biệt sản phẩm chè phải có thương hiệu, đóng gói bao bì có nguồn gốc xuất xứ đầy đủ. Hiện nay chủ yếu đối tượng tiêu thụ chè không có đủ kiến thức về thương mại và marketing sản phẩm. Chè chủ yếu được bán dưới dạng thô, được các đại lý gắn nhãn mác thủ công không rõ xuất xứ, các cơ sở chế biến không đủ mạnh để hình thành mạng lưới tiêu thụ rộng khắp cũng là nguyên nhân ảnh hưởng đến giá trị gia tăng ngành chè xanh.

5. Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chuỗi giá trị chè tại khu vực Hà Nội

Nhóm giải pháp tổ chức sản xuất

Tổ chức sản xuất theo chuỗi là tiền đề cho việc tổ chức bảo vệ thực vật tập trung, khắc phục mất an toàn thực phẩm do không có tổ chức kiểm tra giám sát người trồng chè, xây dựng xưởng chế biến quy mô hộ gia đình và liên hộ. Tổ chức lại các hộ trồng chè sản xuất theo hình thức tập thể (tổ hợp tác, hợ tác xã...), xây dựng vùng chè có thương hiệu chất lượng cao thay vì tình trạng sản xuất nhỏ lẻ, chất lượng không đồng đều như hiện nay. Các hình thức tổ chức hợp tác xã, đội sản xuất, tổ hợp tác… nên được Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp cùng các địa phương nghiên cứu đưa vào áp dụng trên thực tế để thúc đẩy việc nâng cao giá trị gia tăng nói chung cho cây chè, mang lại lợi ích cho người trồng chè. Các chính sách hỗ trợ hướng vào các hình thức tập thể như vậy cũng sẽ là động lực quan trọng để khuyến khích người sản xuất vừa giúp xây dựng những vùng nguyên liệu tốt cho sự phát triển chung của cả ngành chè. Công tác tổ chức sản xuất cũng thống nhất đầu tư đồng bộ với hệ thống chế biến phù hợp với vùng nguyên liệu có đăng ký quản lý để thuận tiện quản lý chất lượng chè xanh tránh tình trạng chế biến quy mô hộ như hiện nay.

Định hướng quy hoạch lại phân định rõ ràng và phù hợp khu vực trồng và khu vực chế biến chè hướng đến 2 loại thị trường riêng biệt để một mặt duy trì được thị trường nội địa với yêu cầu về chất lượng, mẫu mã… ở mức trung bình và những người trồng chè phục vụ tiêu thụ ở thị trường này sẽ phải chấp nhận lợi ích thu được tương tự như hiện nay tương xứng với công sức và đầu tư bỏ ra. Mặt khác, với những vùng có thể trồng và phát triển những loại chè đặc sản… thì cần chuyển sang quy trình sản xuất sạch đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm và định hướng tiêu thụ ở những thị trường cao cấp. Việc chuyển đổi này đi kèm với kỹ thuật như giống, quy trình công nghệ, vốn và đặc biệt phải gắn với các nghiên cứu ứng dụng cụ thể để đảm bảo các giống chè là phù hợp với từng vùng đất và khả năng đầu tư công nghệ, vật tư nông nghiệp.

Đánh giá, tổng kết một số mô hình phát triển chè bền vững và có giá trị gia tăng cao. Chỉ đạo các địa phương, các doanh nghiệp tổ chức bảo vệ thực vật tập trung cho toàn vùng chè. Chỉ đạo xây dựng mô hình chè an toàn tại các vùng chè để từng bước nhân rộng. Tổ chức xây dựng, ban hành và phổ biến tài liệu về sản xuất chè an toàn và phát triển bền vững. Rà soát các tiêu chuẩn, quy chuẩn liên quan đến SX và chế biến chè phù hợp với trình độ phát triển của lực lượng SX và nhu cầu thị trường chè. Đồng thời, củng cố và phát huy vai trò của Hiệp hội chè Việt Nam và các Chi hội trên địa bàn Hà Nội, hướng các hoạt động giảm thiểu cạnh tranh nội bộ ngành, tập trung cạnh tranh với các ngành khác và quốc tế, phổ biến kinh nghiệm và khoa học công nghệ, tham gia các dịch vụ công cho toàn ngành và từng vùng…

Nhóm giải pháp gắn kết sản xuất với chế biến và tiêu thụ

Sản xuất chè tại các vùng chè công nghiệp cần áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001-2000, từng bước áp dụng tiêu chuẩn HCCP chè an toàn. Trong quá trình sản xuất, kinh doanh yêu cầu có sự liên kết với các doanh nghiệp, tổ chức, trong đó các doanh nghiệp trực tiếp quản lý quy trình kỹ thuật, thực hiện cung ứng giống, vật tư cho các vùng chè và có tổ chuyên phòng trừ sâu bệnh và kiểm soát chất lượng sản phẩm. Vùng chè trồng mới phải được đơn vị chuyên ngành về chè tư vấn, hướng dẫn ngay từ đầu về quy trình kỹ thuật trồng, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản và định hướng tiêu thụ sản phẩm.

Xây dựng và tăng cường mối liên kết giữa doanh nghiệp với người trồng chè từ khâu sản xuất đến tiêu thụ. Tạo điều kiện để người trồng chè tham gia chuỗi sản xuất và chuỗi giá trị ngành chè. Doanh nghiệp đóng vai trò chủ đạo trong hướng dẫn, quản lý, giám sát quy trình kỹ thuật, bao tiêu sản phẩm. Khuyến khích, kêu gọi đầu tư để hình thành các nhà máy, cơ sở chế biến các sản phẩm cao cấp từ chè với công nghệ hiện đại, gắn kết chặt chẽ giữa người trồng chè bán sản phẩm đầu ra với khối lượng ổn định, giá cả hợp lý, có hiệu quả và đảm bảo hài hòa lợi ích cho các bên. Xây dựng và củng cố mô hình liên kết 4 nhà là giải pháp để sản xuất và giúp tiêu thụ sản phẩm bền vững. Tăng cường mô hình liên kết ngang giữa các hộ trồng thành hợp tác xã, phường chè, đội chè hay nhóm liên minh để thuận lợi trong quá trình sản xuất và tiêu thụ. Nâng cao vai trò, trách nhiệm của các đơn vị kinh doanh chè và chính quyền địa phương trên địa bàn trong liên kết với nông dân, hợp tác xã, xây dựng phát triển bền vững các vùng nguyên liệu trên địa bàn Hà Nội

Kết luận

Phân tích chuỗi giá trị chè tại khu vực Hà Nội cho thấy thực trạng các thành tố trong chuỗi giá trị còn nhiều tồn tại như hạn chế về kỹ thuật mới trong canh tác chè do những thói quen trồng chè truyền thống, chậm áp dụng quy trình sản xuất chè an toàn, Hệ thống chế biến chè phát triển khó kiểm soát do quy mô hộ nhỏ lẻ cũng có thể đầu tư nên khó kiểm soát được chất lượng chè thành phẩm; Phần lớn các doanh nghiệp chế biến chè chưa có đủ điều kiện đầu tư vùng nguyên liệu chè cho riêng mình là một khó khăn lớn đối với các doanh nghiệp trong việc ổn định nguồn cung nguyên liệu cả về sản lượng và chất lượng; Xuất hiện thêm nhiều đối tượng thu gom chè sơ chế (thương lái, đại lý…) làm tăng chi phí trung gian. Riêng đối với khâu tiêu thụ chè, vì hầu hết chè được tiêu thụ dưới dạng chè thô, không được đóng gói bảo quản đạt chuẩn và thường được bán dưới dạng thô, được các đại lý gắn nhãn mác thủ công không rõ xuất xứ, các cơ sở chế biến không đủ mạnh để hình thành mạng lưới tiêu thụ rộng khắp dẫn đến ảnh hưởng đến giá trị gia tăng ngành cho chuỗi giá trị chè. Do vậy, bài viết tập trung vào việc đánh giá thực trạng chuỗi giá trị ngành chè ở khu vực Hà Nội và đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển chuỗi gía trị ngành chè cũng như nâng cao giá trị gia tăng của ngành chè tại khu vực Hà Nội.◆

Tài liệu tham khảo:

1. Viện Chính sách và Chiến lược phát triển NNNT (2013), *Phân tích chuỗi giá trị, lý thuyết và kinh nghiệm từ Nghiên cứu Ngành chè Việt Nam*, Bộ Nông nghiệp và PTNT.

2. Viện Chính sách và Chiến lược phát triển NNNT (2014), *Chuỗi giá trị chè: Phân tích chi phí, lợi nhuận của các tác nhân trong chuỗi giá trị*, Bộ Nông nghiệp và PTNT.

3. Nguyễn Văn Minh (2004), *Xác định ngưỡng đánh giá chất lượng đất trong sản xuất chè bền vững*, Tạp chí Khoa học đất, số 20/2004.

4. Nguyễn Văn Tạo (2005), *Sản xuất và tiêu thụ chè của Việt Nam trong những năm đổi mới*, Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, số 1/2005.

5. Tài liệu Hội thảo *Phát triển chuỗi giá trị chè chất lượng cao và bền vững đến 2020 tỉnh Hà Giang*, Sở Nông nghiệp và PTNT Hà Giang, 2014.

6. Asian Vegetable Reseach and Development Center, Vegetable production training manual, AVRDC 2005, pp 447.

7. Atlas(2007), *R - Handbook of Microbiological Media*, Fourth Edition, pp 1370, Cole-Parmer's.

8. D. Michael, Krutilla V. John (2009), *Multiple use management: The economics of puplic forestlands*, Resources for the Future, Washington DC.

9. Hill P (1999), *Ecological farming: Principles, techniques that work and farmer innovators in the Philippinnes*, Misereor - Agtalon, Philipppinnes.

10. Nordhaus D. William (1998), *Economics and Policy Inssues in climate change*. Resources for the Future, Washington DC.

11. Rob A. Swinkels, Sara J. Scherr (1991), *Economic analysis of agroforestry technologies: An annotated bibliography*, ICRAF 1991.

Summary

Tea occupies an important position in the agricultural structure in Hanoi, plays a role in hunger alleviation and poverty reduction, job creation for unskilled workers, sedentarization – settling in agriculture for suburban areas of Hanoi, contributing directly to promoting regional economic growth. Potential of tea plants in the region is very high if the value of tea products is increased. However, in reality, tea trees are currently only in the role of poverty alleviation, not really helping farmers get rich. In order to improve the value of tea products, it is necessary to complete the value chain in production. The paper focuses on analyzing the stages in tea production, processing and consumption chain in Hanoi area, identifying key stages that need scientific, technological and development policy supports, from then, proposing solutions to develop the value chain of tea industry and improve its added value in Hanoi.