

Xuất khẩu hạt tiêu sang châu Âu

Mặc dù sản lượng hạt tiêu dự kiến sẽ tăng vào năm 2017, nhu cầu trên thế giới vẫn cao hơn mức cung. Các công ty châu Âu đang liên tục tìm kiếm các nguồn có thể cung ứng bền vững các sản phẩm hạt tiêu chất lượng tốt phù hợp với yêu cầu về an toàn thực phẩm, thậm chí còn tốt hơn nữa nếu tiêu có thể truy nguyên nguồn gốc. Các cơ hội kinh doanh cho các loại tiêu xay/nghiền cũng đang tăng lên.

1. Mô tả Sản phẩm

Hạt tiêu là những quả của cây Piper nigrum. Trên thị trường châu Âu, hạt tiêu được bán dưới dạng sấy khô nguyên hạt hoặc đã xay/nghiền nhuyễn.

Các loại tiêu phổ biến nhất trên thị trường châu Âu là:

- Tiêu đen: quả chín sấy khô
- Hạt tiêu trắng: hạt khô (đã loại bỏ vỏ)
- Các loại hạt tiêu khác trên thị trường châu Âu bao gồm hạt tiêu xanh và hạt tiêu hồng. Những loại tiêu này có thể được bán dưới dạng pha trộn với tiêu đen và tiêu trắng. Tiêu xanh cũng được bán như một món ăn cao cấp, được bảo quản trong nước muối hoặc giấm.

Tiêu được giao dịch theo hai mã HS khác nhau: tiêu nguyên hạt (HS 0904.1100) và tiêu nghiền hoặc tiêu xay (HS 0904.1200).

2. Điều gì làm cho châu Âu trở thành thị trường tiêu thụ hạt tiêu hấp dẫn?

- **Tiêu thụ tiêu tại châu Âu đang tăng lên**

Năm 2015, tổng lượng tiêu thụ hạt tiêu toàn cầu lên đến 422.000 tấn, trong đó châu Âu đã chiếm khoảng 21%, tức hơn 88.000 tấn.

Tiêu thụ hạt tiêu ở châu Âu đang gia tăng đều đặn, khoảng 1,5% đến 2% mỗi năm.

- **Giá cả trên toàn cầu cao**

Thị trường hạt tiêu toàn cầu đang chứng kiến một chu kỳ tăng giá chưa từng có. Vào năm 2006, lúc khởi đầu chu kỳ hiện tại, tiêu đen đã được giao dịch ở mức dưới 2.000 USD / tấn nhưng đến năm 2015, giá đã tăng lên 10.000 USD / tấn.

Sự phát triển giá cả này chủ yếu do sự tăng trưởng mức tiêu thụ nhưng sản xuất không theo kịp nhu cầu. Khối lượng tiêu dùng đang tăng lên đặc biệt mạnh mẽ ở các nước châu Á đang nổi lên như Ấn Độ và Trung Quốc trong khi mức tồn kho trên toàn cầu thấp. Hơn nữa, nguồn cung cấp hạt tiêu phù hợp với yêu cầu về an toàn thực phẩm ở châu Âu vẫn còn hạn chế. Điều này chủ yếu là do vấn nạn sử dụng thuốc trừ sâu ngày càng gia tăng trong hoạt động sản xuất hạt tiêu, nhất là hạt tiêu từ Việt Nam. Do vậy, tiêu đáp ứng được các yêu cầu an toàn thực phẩm này luôn được bán với giá cao.

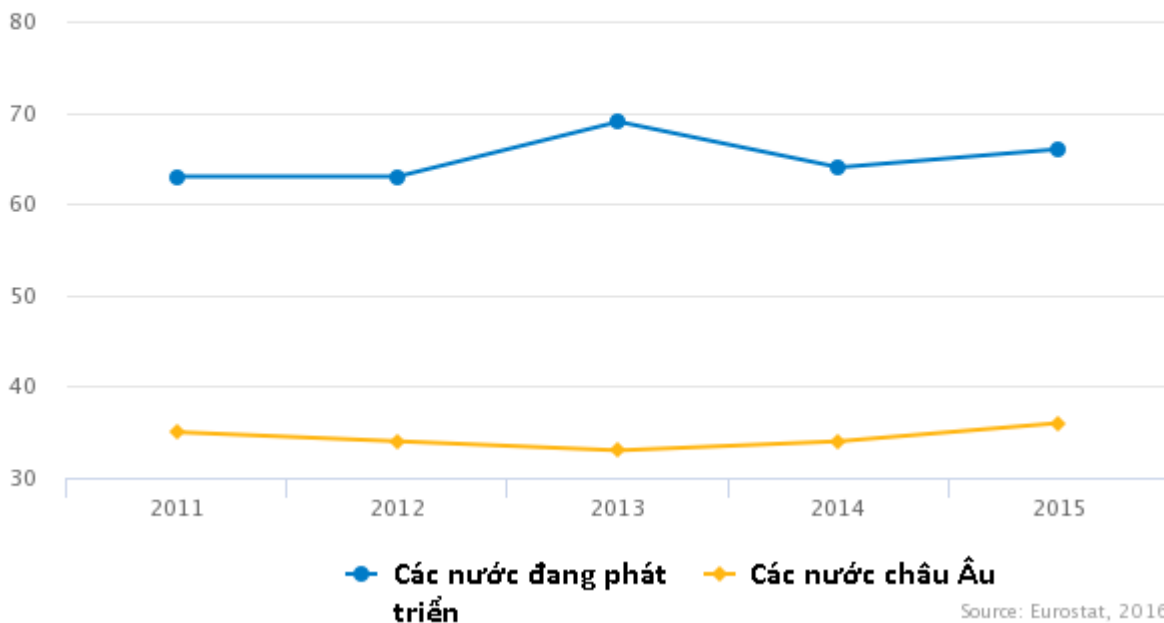
• **Nguồn cung ngày càng khan hiếm đang tạo ra nhiều cơ hội**

Sự khan hiếm nguồn cung ngày càng nghiêm trọng đã tạo ra nhiều cơ hội kinh doanh tại thị trường châu Âu, vì người mua đang đối mặt ngày nhiều khó khăn trong việc đảm bảo nguồn cung cấp đầy đủ.

Mặc dù giá hạt tiêu toàn cầu gia tăng, thị trường châu Âu vẫn tương đối ổn định. Điều này là do giá tiêu chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng chi phí thực phẩm có sử dụng loại gia vị này.

Các dữ liệu về nhập khẩu của châu Âu cho thấy giá trị nhập khẩu đã tăng khoảng chừng 20% mỗi năm từ năm 2011 đến 2015, trong khi khối lượng nhập khẩu đã ổn định. Vào năm 2015, 64% lượng hàng nhập khẩu có nguồn gốc từ các nước đang phát triển. Xin lưu ý là Hình 1 dưới đây không gộp hàng nhập khẩu từ các nước không phải là châu Âu hoặc các nước đang phát triển. Vào năm 2015, khối lượng này chỉ chiếm 0,83% tổng lượng nhập khẩu của châu Âu.

**Hình 1: Nhập khẩu tiêu vào châu Âu
2011 - 2015, 1.000 tấn**



Do nguồn cung cấp khan hiếm, sự cạnh tranh ngày càng gia tăng, người mua châu Âu đang gặp khó khăn trong việc đảm bảo nguồn cung ứng đầy đủ. Điều này mở ra thêm cơ hội cho các nhà xuất khẩu tiêu. Người mua ngày càng mong muốn đầu tư vào các mối quan hệ hợp tác lâu dài với các nhà cung cấp của họ để đảm bảo nguồn hàng đầy đủ. Người mua cũng đang tích cực tìm kiếm nhà cung cấp mới có thể đáp ứng các yêu cầu liệt kê dưới đây và cũng sẵn sàng trả giá cao hơn cho các nhà cung cấp có thể:

- + Giao hàng ổn định cả về số lượng lẫn chất lượng
- + Tuân thủ thời hạn giao hàng
- + Tuân thủ các yêu cầu về an toàn thực phẩm

Các tầng lớp trung lưu ngày càng tăng ở các nền kinh tế đang nổi có thể tiêu thụ nhiều hạt tiêu hơn trong các bữa ăn, do đó áp lực đẩy giá lên có thể tiếp tục, nhất là vì các nhà cung cấp không thể dễ dàng đẩy mạnh sản xuất hạt tiêu do khó trồng.

- **Vai trò mạnh mẽ của các nhà chế biến tiêu ở châu Âu**

Do không thể phát triển trồng tiêu ở châu Âu, tất cả các nguồn cung cấp châu Âu đều phải dựa vào nhập khẩu. Lượng tái xuất khẩu hạt tiêu châu Âu chiếm 35% tổng lượng nhập khẩu của châu Âu vào năm 2015.

Các nhà xuất khẩu châu Âu (tái xuất) đã nâng cao thêm giá trị để tái xuất bằng cách chế biến sâu hơn. Hiện nay, quá trình chế biến và xử lý nhiệt, chẳng hạn như tiệt trùng bằng hơi nước, chủ yếu là do các nhà gia công chế biến châu Âu thực hiện. Tuy nhiên, ngày càng có nhiều công đoạn xử lý được thực hiện ở các nước xuất xứ, đã tạo cơ hội cho bạn, nếu bạn có thể tuân thủ các yêu cầu của người mua ở châu Âu, nhất là việc xử lý nhiệt đang trở thành yêu cầu quan trọng của người mua. Các nhà chế biến châu Âu lại tập trung vào các hoạt động cải tiến sau đó như: pha trộn hoặc phát triển các vị mới, hoặc tăng cường hợp tác với các nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển. Sự hợp tác này có thể bao gồm việc chuyên giao kiến thức và các nguồn lực hoặc các công ty châu Âu thành lập các công ty ở các nước đang phát triển.

Lưu ý:

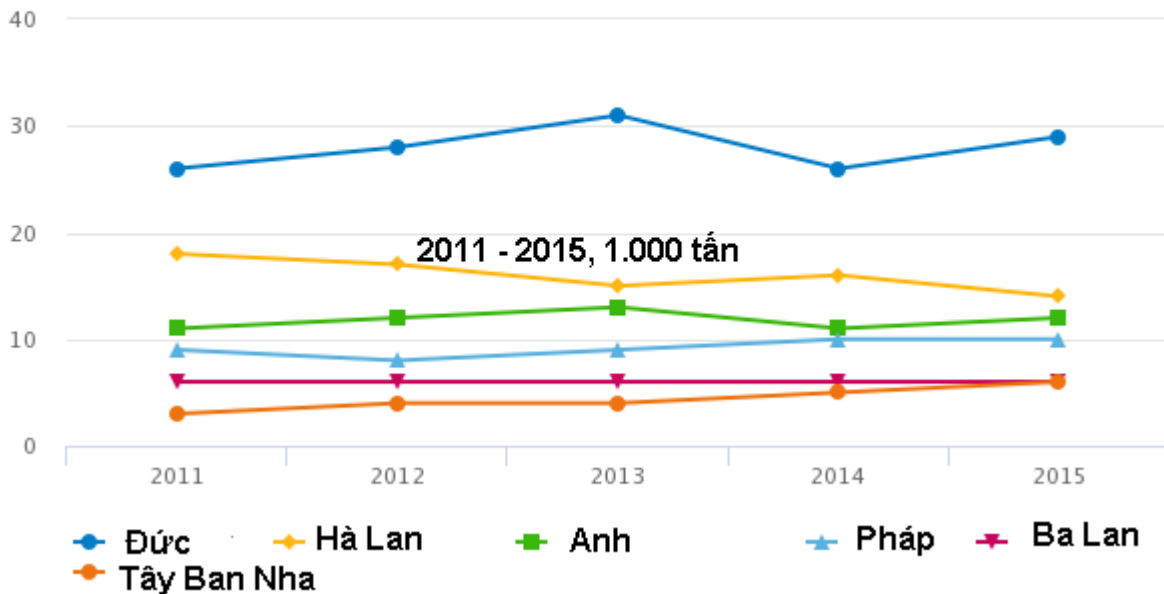
- + Hãy khai phá các cơ hội được làm việc cùng với các nhà chế biến châu Âu, đặc biệt là các cơ sở lớn có quy mô và nguồn lực để đầu tư. Bạn có thể tìm thấy những nhà chế biến này trong danh sách thành viên của các hiệp hội gia vị quốc gia ở châu Âu. Hãy truy cập mục thành viên của Hiệp hội Gia vị châu Âu (ESA) để có được thông tin tổng quan về các hiệp hội.

Đức, Hà Lan và Pháp là những quốc gia mục tiêu đáng quan tâm. Hình 2 và 3 cung cấp một cái nhìn tổng quan về các nhà nhập khẩu hạt tiêu hàng đầu ở châu Âu và mức tiêu thụ của họ (lưu ý rằng lượng tiêu thụ được tính bằng cách lấy lượng hàng nhập khẩu trừ đi lượng xuất khẩu).

Lượng nhập khẩu và xuất khẩu thực tế có thể khác biệt do sự thay đổi về mức tồn kho hoặc các giao dịch không đăng ký.

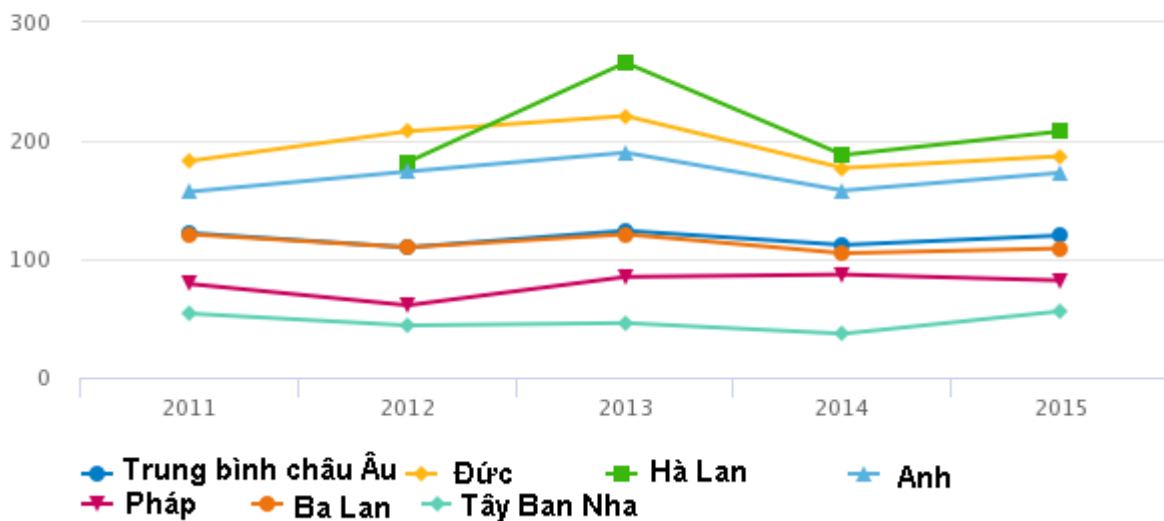
Đức, Hà Lan và Pháp có tỷ lệ nhập khẩu từ các nước đang phát triển cao hơn so với mức trung bình của toàn châu Âu (64%). Các thị trường hấp dẫn khác với lượng hàng nhập khẩu đang tăng lên hoặc mức tiêu thụ bình quân đầu người cao bao gồm Anh, Tây Ban Nha và các nước Đông Âu nhỏ hơn.

Hình 2: Các nước nhập khẩu hạt tiêu hàng đầu châu Âu



Source: Eurostat, 2016

Hình 3: Tiêu thụ hạt tiêu trên mỗi đầu người
2011 - 2015, gram



Source: Eurostat, 2016

- Một số diễn biến quan trọng tại các thị trường chính:

Những cơ hội tốt tại thị trường Đức, vốn là nước nhập khẩu và buôn bán hạt tiêu lớn nhất ở châu Âu. Năm 2015, 84% khối lượng tiêu nhập khẩu của Đức là từ các nước đang phát triển. Mức tiêu thụ hạt tiêu trên mỗi đầu người cũng khá cao tại Đức.

Mặc dù lượng tiêu nhập khẩu vào Hà Lan giảm khoảng 7% mỗi năm, nhưng nước này vẫn là nơi nhập khẩu và giao dịch lớn. Tỷ trọng nhập khẩu từ các nước đang phát triển

cũng cao (87% vào năm 2015). Hà Lan cũng là nước có mức tiêu thụ bình quân đầu người cao nhất trong số các nước nhập khẩu hàng đầu.

Pháp cũng là một thị trường quan trọng đối với các nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển. Vào năm 2015, 70% lượng hàng nhập khẩu của Pháp bắt nguồn từ các nước đang phát triển. Nước này cũng là nguồn tái xuất khẩu hạt tiêu quan trọng.

Mức tiêu thụ bình quân đầu người ở Anh cao hơn mức trung bình của toàn châu Âu. Nhập khẩu tiêu từ các nước đang phát triển đã tăng 6% mỗi năm trong suốt thời kỳ 2011 - 2015, cao hơn mức trung bình của toàn châu Âu.

Tây Ban Nha là nước nhập khẩu nhỏ hơn nhưng ngày càng trở thành một nơi buôn bán hạt tiêu quan trọng. Trong 5 năm qua, nhập khẩu hạt tiêu từ các nước đang phát triển tăng 8% mỗi năm, và tái xuất khẩu thậm chí đã tăng còn nhanh hơn nữa (khoảng 39% mỗi năm).

Ba Lan là nước nhập khẩu hạt tiêu ổn định, mặc dù hầu hết nguồn cung cấp của nước này có xuất xứ từ các nhà xuất khẩu châu Âu. Nhập khẩu của Ba Lan từ các nước đang phát triển giảm 5% mỗi năm trong 5 năm qua. Nước này đang là nước tái xuất khẩu hạt tiêu cho các nước Đông Âu khác, như Ukraine, Nga và Belarus.

Cũng còn có một số nước nhập khẩu tương đối nhỏ đang phát triển nhanh chóng và đang ngày càng nhập khẩu hạt tiêu trực tiếp từ các nước đang phát triển. Ví dụ như Áo (tăng trưởng trung bình 13% mỗi năm trong 5 năm qua), Latvia (tăng 19% trong 5 năm qua) và Hungary (tăng 23% trong 5 năm gần đây).

3. Các xu hướng quan trọng nhất trên thị trường tiêu của châu Âu

- **Kỳ vọng của người mua đang thay đổi**

Sự khan hiếm nguồn cung ngày càng nghiêm trọng trên thị trường hạt tiêu đang khiến những người mua có các kỳ vọng khác nhau đối với các nguồn cung ứng.

Trong quá khứ, hương vị là mấu chốt đối với người mua châu Âu. Họ sử dụng hạt tiêu từ một nguồn cụ thể để bảo đảm một hương vị nhất quán và chất lượng. Đặc điểm nguồn gốc và hương vị cũng được sử dụng trong việc tiếp thị hạt tiêu.

Trong thị trường hiện nay, các vấn đề khác đã trở nên quan trọng hơn so với hồ sơ hương vị. Đặc biệt là khi hạt tiêu được sử dụng để pha trộn, không được quảng bá về một nguồn gốc cụ thể nào.

Người mua sẽ chuyển sang các nguồn gốc mới nếu các nhà sản xuất có thể cam kết trên các khía cạnh sau:

- + **Cung ứng liên tục:** cần biết rằng người mua dựa vào bạn để nhận được các mức cung ứng cụ thể.
- + **Chất lượng:** bạn cần cho người mua biết rằng bạn hiểu các vấn đề về chất lượng.
- + **Tuân thủ các giới hạn về thuốc trừ sâu theo luật pháp châu Âu:** đặc biệt ở Việt Nam, phần lớn sản lượng không tuân thủ luật pháp châu Âu về thuốc trừ sâu. Nhiều nhà cung cấp nhỏ hoạt động trong chuỗi cung ứng này và không có sự minh bạch và khả năng truy xuất nguồn gốc tới nơi trồng.

- + Khả năng truy xuất nguồn gốc: Vấn đề này sẽ trở nên quan trọng hơn trong tương lai. Trước hết, yêu cầu này đến từ những người mua ở châu Âu, vốn muốn kiểm soát chặt chẽ hơn chuỗi cung ứng. Kế đến, người tiêu dùng cũng ngày càng quan tâm đến việc tìm hiểu sản phẩm của họ đến từ đâu. Các ví dụ minh họa đó là việc dán nhãn mác các sản phẩm bằng mã QR hoặc kể về những người nông dân trồng tiêu. Công ty FARMLINK của Campuchia có thêm các mã truy nguyên cho hạt tiêu của công ty để khách hàng có thể tìm ra những người nông dân sản xuất hạt tiêu này. Để đảm bảo khả năng truy xuất nguồn gốc, người mua sẵn sàng thuy mua trực tiếp từ người sản xuất.

- **Các nguồn cung ứng hạt tiêu mới nổi**

Sự khan hiếm nguồn cung trên toàn cầu về hạt tiêu và giá cả tăng cao đã mở ra cơ hội cho các nguồn sản xuất hạt tiêu mới. Một số quốc gia đã tham gia vào thị trường toàn cầu.

Campuchia và Lào là những nguồn sản xuất mới đầy hứa hẹn. Phần lớn sản lượng của Campuchia được xuất khẩu chủ yếu sang Việt Nam. Một số nước châu Phi như Ethiopia và Madagascar đã bắt đầu sản xuất trên quy mô nhỏ.

Nếu bạn đã xuất khẩu hạt tiêu sang châu Âu, những nhà cung cấp mới này có thể trở thành một mối đe dọa cạnh tranh.

Nếu bạn đã sản xuất hạt tiêu để cung ứng cho thị trường châu Âu, hãy theo dõi các diễn tiến của các nguồn cung cấp mới nhằm dự đoán các nguồn cạnh tranh. Phải luôn cập nhật thông tin qua các báo cáo thị trường và sản lượng tiêu, ví dụ như từ Hiệp hội Gia vị châu Âu, McCormick hoặc Nedspice. Bạn cũng có thể yêu cầu người mua hàng của bạn cung cấp thông tin này.

Nếu bạn là một nhà sản xuất mới, hãy chứng minh cho người mua tiềm năng của bạn rằng bạn có thể cung cấp liên tục hạt tiêu chất lượng cao, phù hợp với các yêu cầu về an toàn thực phẩm.

- **Nâng cao nhận thức về tính bền vững**

Việc tạo nguồn cung bền vững là vấn đề then chốt ở thị trường châu Âu và sự nhận thức về tính bền vững đang ngày càng gia tăng. Là một nhà cung cấp, bạn sẽ phải đối mặt với các yêu cầu ngày càng tăng của người mua về tính bền vững.

Việc sử dụng các hệ thống tự chứng thực dự kiến sẽ phát triển. Bạn tự đánh giá sự tuân thủ của bạn với bộ qui tắc bền vững của người mua.

Bạn cũng có thể chứng nhận sản phẩm của bạn theo các tiêu chuẩn bền vững, chẳng hạn như các sản phẩm hữu cơ hoặc Rainforest Alliance.

Các sản phẩm được chứng nhận có một thị trường ngách ở châu Âu. Hầu hết người mua trong thị trường chính thường không muốn chi trả nhiều hơn cho tính bền vững, như nhà nhập khẩu nhắm vào các chuỗi bán lẻ quy mô lớn.

Mặc dù tổng dung lượng thị trường tương đối nhỏ, nhu cầu về các sản phẩm được chứng nhận ngày càng tăng cao. Ví dụ, thị trường cho các sản phẩm thực phẩm hữu cơ

đang tăng nhanh, đặc biệt là ở Thụy Điển (39% vào năm 2014), Đan Mạch (8,3%) và Đức (10%).

Các tiêu chuẩn bền vững chính trên thị trường châu Âu đối với tiêu là:

Hữu cơ và Fairtrade: luôn tìm được thị trường ở châu Âu. Nhiều nhà bán lẻ lớn và các cửa hàng đặc sản ở châu Âu đã bao gồm hạt tiêu hữu cơ trong chào bán các sản phẩm của họ. Các siêu thị lớn cũng bán các cối xay tiêu Fairtrade, như cối xay tiêu Bart's Organic và Fairtrade.

Rainforest Alliance (RA): hạt tiêu được RA chứng nhận đã được giới thiệu trên thị trường châu Âu vào năm 2013. Các động lực lớn nhất về tiêu được RA chứng nhận là các thành viên của Sáng kiến Gia vị Bền vững, như Euroma, Olam và Nedspice. Các thành viên này đã đầu tư đào tạo nông dân và các nhà xuất khẩu ở các nước xuất xứ để đáp ứng các yêu cầu của Rainforest Alliance.

Lưu ý:

- + Hãy tìm hiểu xem người mua trông mong những gì từ bạn về tính bền vững. Luôn kiểm tra xem họ có quan tâm đến các thành phần nguyên liệu được chứng nhận hay không. Các công ty châu Âu có những định nghĩa, mức độ ưu tiên và mức độ kỳ vọng khác nhau liên quan đến tính bền vững. Một số công ty có thể muốn bạn tuân thủ bộ quy tắc ứng xử hoặc quy tắc bền vững, trong khi một số công ty khác lại quan tâm đến các chứng nhận sản phẩm.
- + Nếu bạn đang xem xét việc chứng nhận cho hạt tiêu của bạn, hãy xác định xem việc này có khả thi hay không. Bạn có thể tìm được đủ người mua sản phẩm của bạn để bù đắp các khoản đầu tư của bạn không? Bạn có thể tìm kiếm người mua trên mạng internet, chẳng hạn như danh sách các nhà nhập khẩu châu Âu về các sản phẩm hữu cơ trên trang web của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC). Bạn cũng có thể tìm kiếm các đơn vị triển lãm tại BioFach - hội chợ thương mại hữu cơ quan trọng nhất ở châu Âu.
- + Hãy tìm kiếm các đối tác tiềm năng để xúc tiến kế hoạch bền vững của bạn. Bạn có thể sử dụng các chương trình và trợ cấp sẵn có từ các tổ chức chính phủ hoặc phi chính phủ ở các nước phát triển để đầu tư vào kế hoạch bền vững của mình. Để biết thêm thông tin, hãy tham khảo các trang web như Sáng kiến Gia vị Bền vững, Cơ quan Doanh nghiệp Hà Lan, Bộ Hợp tác Kinh tế và Phát triển Đức hoặc Cordaid.

4. Các tiêu chuẩn phải tuân thủ để được phép tiêu thụ trên thị trường châu Âu

Bạn chỉ có thể xuất khẩu hạt tiêu sang châu Âu nếu bạn tuân thủ các yêu cầu của người mua đối với gia vị và thảo mộc.

- **Yêu cầu pháp lý**

Nếu bạn không tuân thủ các yêu cầu pháp lý của châu Âu, sản phẩm của bạn có thể bị từ chối tại biên giới hoặc bị rút khỏi thị trường. Do nguồn cung hạt tiêu phù hợp với các yêu cầu về an toàn thực phẩm còn hạn hẹp nên sự tuân thủ này là vấn đề then chốt

và thậm chí có thể khiến cho sản phẩm của bạn cao giá hơn nhiều. Khi xuất khẩu sang châu Âu, bạn phải tuân thủ các yêu cầu ràng buộc về mặt pháp lý sau đây:

- + An toàn thực phẩm: khả năng truy xuất nguồn gốc, vệ sinh và kiểm soát sự lây nhiễm độc tố Mycotoxins theo quy định của Luật Thực phẩm Chung: đối với tiêu, mức tối đa cho độc tố Mycotoxins được ấn định cho aflatoxin (từ 5,0 μg / kg đối với aflatoxin B1 đến 10 μg / kg đối với tổng hàm lượng aflatoxin B1, B2 , G1 và G2). Đối với ochratoxin, giới hạn tối đa là 15 μg / kg.
- + Mức dư lượng thuốc trừ sâu tối đa: đây là một trong những vấn đề chính đối với hạt tiêu xuất khẩu, đặc biệt là ở hạt tiêu Việt Nam.
- + Lây nhiễm vi khuẩn: sự hiện diện của salmonella là nguyên nhân chính của việc cấm tiêu thụ hạt tiêu trên thị trường châu Âu.
- + Phụ gia thực phẩm và pha trộn: các loại gia vị và các gia vị pha trộn bị các cơ quan chức năng từ chối do có chứa các chất không được công bố, không được phép hoặc mức độ tạp chất quá cao.
- + Mức tối đa về hydrocarbon thơm đa vòng (PAHs): Sự nhiễm bẩn PAHs là kết quả của việc sấy khô không tốt.
- + Chiếu xạ: được phép chiếu xạ, nhưng ít được sử dụng, vì người tiêu dùng không phải lúc nào cũng chấp nhận cách xử lý này. Hãy thảo luận phương án chiếu xạ này với người mua của bạn.

Người mua ở châu Âu ngày càng yêu cầu các nhà cung cấp của họ sử dụng cách khử trùng bằng hơi nước để chống lại sự nhiễm bẩn vi khuẩn trong hạt tiêu. Vì tiêu đen dễ bị lây nhiễm hơn nên việc khử trùng bằng hơi nước đặc biệt quan trọng đối với loại hạt tiêu này. Bạn có thể nhận được mức giá cao đáng kể nếu bạn có thể cung cấp hạt tiêu được khử trùng tại nguồn. Tuy nhiên, việc đầu tư vào các thiết bị cần thiết có thể rất tốn kém, lên tới 1 triệu euro.

Việc khử trùng bằng hơi nước có thể gây tổn hại cho hạt tiêu vì ảnh hưởng đến hương vị của hạt tiêu. Các nghiên cứu đang được tiến hành để tìm các phương pháp thay thế cho cách khử trùng bằng hơi nước. Hiện nay, đây vẫn là phương pháp rẻ nhất và an toàn nhất để chống lại lây nhiễm vi sinh vật.

Hãy tuân thủ các yêu cầu về an toàn thực phẩm trong suốt quá trình sấy, bảo quản, chế biến (như sàng, trộn, xay hoặc nghiền), đóng gói và vận chuyển. Nếu không, việc khử trùng bằng hơi nước sẽ không còn tác dụng.

Bạn cũng cần phải ngăn ngừa nhiễm bẩn chất độc mycotoxin và các chất bẩn khác vì quá trình khử trùng bằng hơi nước không thể loại trừ hết những chất này.

Luôn cập nhật về sự phát triển của các phương pháp khử trùng bằng cách tham khảo các nguồn trực tuyến, chẳng hạn như GreenFoodDec.

• Các yêu cầu bổ sung

Hãy xem xét tuân thủ các yêu cầu không ghi trong luật pháp sau đây để dễ dàng tiếp cận thị trường. Khi tuân thủ các yêu cầu này, bạn có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh cho công ty hoặc sản phẩm của bạn. Người mua ở châu Âu có thể sử dụng điều này làm

tiêu chí lựa chọn:

- + Chứng nhận an toàn thực phẩm: Các hệ thống quản lý an toàn thực phẩm quan trọng nhất ở châu Âu là Hiệp hội Bán lẻ Anh (BRC), Tiêu chuẩn Quốc tế (IFS Food), Chứng nhận Hệ thống An toàn Thực phẩm (FSSC22000) và Chương trình Thực phẩm Chất lượng An toàn (SQF). Các hệ thống này được nhiều nhà bán lẻ lớn chấp nhận, nhưng một số người mua có thể thích một hệ thống khác hơn.
- + Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR): Các công ty có các yêu cầu khác nhau về CSR, chẳng hạn như ký kết bộ quy tắc ứng xử hoặc tuân theo các tiêu chuẩn chung như: Trao đổi Dữ liệu Đạo đức Nhà cung ứng SEDEX, Sáng kiến Thương mại Đạo đức (ETI) của, hoặc bộ quy tắc ứng xử BSCI.

• Yêu cầu đối với thị trường ngách

Việc tuân thủ các tiêu chuẩn sau đây có thể là cần thiết trong việc tiếp cận các phân khúc thị trường và người mua chuyên biệt ở châu Âu:

- + Chứng nhận sản phẩm bền vững: các hệ thống chứng nhận phổ biến nhất là hữu cơ, Fairtrade và Rainforest Alliance.
- + Tự xác minh: các nhà cung cấp đánh giá sự tuân thủ của mình với bộ quy tắc bền vững của người mua. Ví dụ như Bộ Quy tắc Nông nghiệp Bền vững của Unilever (SAC) hoặc Điều lệ Sinh kế của Olam.

• Các yêu cầu chất lượng

Chất lượng sản phẩm là một vấn đề then chốt đối với người mua ở châu Âu. Bạn cần phải tuân thủ qui định chất lượng (Quality Minima Document - QMD) của Hiệp hội Gia vị châu Âu (ESA).

QMD đang được sử dụng để hướng dẫn cho các hiệp hội gia vị từng quốc gia ở châu Âu và cho hầu hết các công ty chính trên thị trường. Nó quy định các yêu cầu pháp lý của châu Âu đối với hạt tiêu chưa chế biến, cũng như các yêu cầu bổ sung của người mua không được quy định trong luật. Tài liệu này không bao gồm tiêu xay hoặc nghiền.

Bảng 1: Các yêu cầu về sản phẩm dựa trên QMD của ESA

	Tro (tối đa)	Tro acid không tan (tối đa)	Độ ẩm (tối đa)	Dầu dễ bay hơi (tối thiểu)
Tiêu đen	7%	1,5%	12%	2,0 ml/100 gr

Tiêu trắng	3,5%	0,3%	12%	1,5 ml/100 gr
------------	------	------	-----	---------------

Tại nước sản xuất, hạt tiêu được phân loại theo tiêu chuẩn quốc gia. Cộng đồng Hộ tiêu Quốc tế (IPC) cung cấp tổng quan về chất lượng và phẩm cấp hạt tiêu.

• Yêu cầu dán nhãn mác

Cần chú ý thêm đến việc dán nhãn mác cho sản phẩm của bạn vì điều này rất quan trọng đối với người mua ở châu Âu. Đối với hạt tiêu khối lượng lớn, nhãn sản phẩm của bạn phải bao gồm:

- + Tên sản phẩm
- + Các chi tiết của nhà sản xuất (tên và địa chỉ)
- + Số lô hàng
- + Ngày sản xuất
- + Ngày hết hạn
- + Trọng lượng sản phẩm
- + Các thông tin khác mà nước xuất khẩu và nước nhập khẩu yêu cầu: ví dụ như mã vạch, mã số nhà sản xuất và/hoặc nhà đóng gói, tất cả các thông tin bổ sung có thể được sử dụng để truy xuất nguồn gốc sản phẩm..

• Yêu cầu về bao bì

Tiêu (nguyên hạt và bột) nên được đóng gói trong bao mới khô và sạch bằng:

- + Đay, giấy hoặc vải túi
- + Bao poly dệt có các lớp lót bên trong bằng vật liệu dùng cho thực phẩm
- + Túi poly hoặc bao HDPE dùng cho thực phẩm

Tiêu xay phải được đóng gói trong túi polypropylene, không được sử dụng túi polythene vì sẽ làm mất hương vị.

Hãy nhớ:

- + Luôn luôn hỏi người mua về các yêu cầu đóng gói cụ thể của họ
- + Bảo quản hạt tiêu đã đóng gói ở nơi khô ráo, thoáng mát để tránh giảm chất lượng.
- + Nếu bạn cung cấp hạt tiêu đã được chứng nhận hữu cơ, hãy tách riêng loại tiêu này ra khỏi hạt tiêu chưa được chứng nhận.

5. Cạnh tranh trong thị trường hạt tiêu châu Âu

Các nước sản xuất hạt tiêu

Năm 2015 sản lượng hạt tiêu toàn cầu đạt trên 404.000 tấn (theo báo cáo thường niên của Cộng đồng Tiêu Quốc tế IPC), trong đó tiêu đen chiếm khoảng 79%.

Trong năm 2016, mức dự trữ tiêu toàn cầu vẫn ở mức thấp. Sản lượng năm 2016 của Indonesia thấp hơn một chút so với năm 2015. Sản lượng của Việt Nam và Ấn Độ trong năm 2016 dự kiến cao hơn so với năm 2015. Sản lượng ở Braxin vẫn ổn định.

Mặc dù Việt Nam vẫn là nguồn cung cấp hạt tiêu chính cho châu Âu nhưng các chuyên gia trong ngành cho biết việc thu mua hạt tiêu từ Việt Nam đang trở nên khó khăn hơn. Việt Nam đang gặp vấn đề tuân thủ pháp luật châu Âu về mức dư lượng thuốc trừ sâu: phần lớn sản lượng tiêu Việt Nam không đáp ứng yêu cầu. Thiếu minh bạch cũng là một yếu tố góp phần vì có rất nhiều nhà cung ứng hạt tiêu nhỏ trong chuỗi giá trị. Một số người mua đang ngày càng tìm mua từ các nguồn khác để giảm phụ thuộc vào Việt Nam.

Hiệp hội Gia vị châu Âu dự đoán sản lượng toàn cầu sẽ tăng vào năm 2017, vì sản lượng vụ mới ở Việt Nam, Campuchia và Braxin sẽ bắt đầu được đưa ra thị trường.

Các nguồn cung ứng hiện tại gồm Brazil và Ấn Độ đã thực hiện trồng vụ mới. Việc này dự kiến sẽ giúp làm giảm căng thẳng phần nào tình hình cung ứng nhưng sẽ phải mất 2-3 năm mới có kết quả thực sự.

Cung ứng hạt tiêu từ các nước đang phát triển

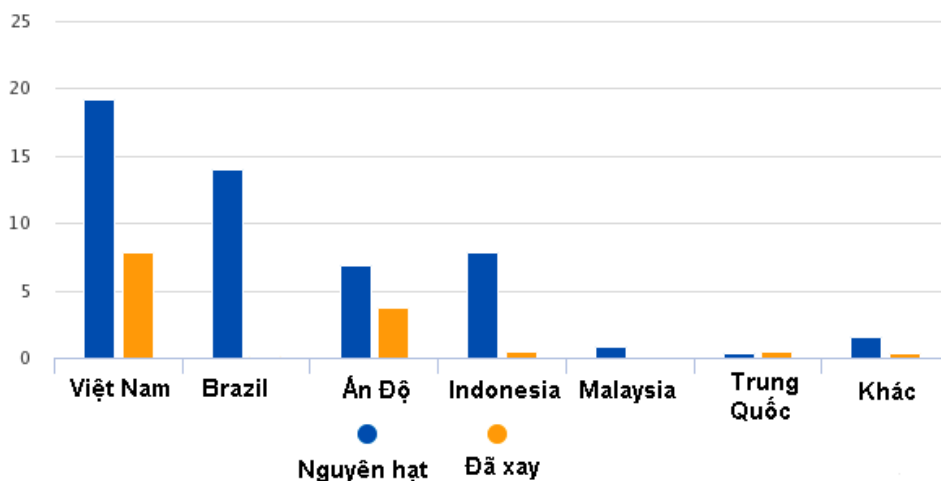
Hình 4 dưới đây cho thấy tổng quan về các nguồn cung ứng hạt tiêu chính cho châu Âu (không bao gồm Na Uy, Thụy Sĩ và Iceland vì thiếu dữ liệu).

Năm 2015, các nước đang phát triển xuất khẩu 65.600 tấn sang châu Âu, trị giá 582 triệu euro. Gần 80% lượng hàng nhập khẩu này là tiêu nguyên hạt, được xay hoặc nghiền ở châu Âu.

Việc gia tăng nhập khẩu tiêu xay của châu Âu tạo cơ hội nâng cao giá trị tại nguồn

Tiêu xay đang đưa ra nhiều cơ hội gia tăng giá trị cho các nước cung ứng tiêu. Những

Hình 4: Các nguồn cung ứng tiêu cho châu Âu
2015 - 1.000 tấn



Nguồn: Eurostat, 2016

cơ hội này đang ngày càng nhiều hơn, miễn là bạn có thể đáp ứng các yêu cầu chất lượng và của người mua. Các nước châu Âu đang thu mua ngày càng nhiều hạt tiêu xay trực tiếp từ các nước đang phát triển. Trong 5 năm qua, khối lượng nhập khẩu này đã tăng 8% mỗi năm. Đồng thời, nhập khẩu tiêu nguyên hạt từ các nước đang phát triển vẫn ổn định.

Việt Nam và Ấn Độ hiện là các nước đang phát triển cung cấp số lượng lớn tiêu xay cho châu Âu. Cả hai nước đang ngày càng tập trung vào xuất khẩu hạt tiêu xay. Từ năm 2011 đến năm 2015, nhập khẩu hạt tiêu của châu Âu từ Việt Nam tăng 4% mỗi năm, và từ Ấn Độ tăng 17% mỗi năm.

Xuất khẩu hạt tiêu xay từ các nước cung cấp nhỏ hơn cũng đang tăng lên, chẳng hạn như: Brazil (tăng 23%) Trung Quốc (tăng 22%) Indonesia (tăng 9%) Sri Lanka (tăng 114%). Tổng lượng xuất khẩu của các nước này chiếm khoảng 9% lượng tiêu nhập khẩu của châu Âu.

Lưu ý:

- + Luôn cập nhật về diễn biến thị trường và theo dõi các đối thủ cạnh tranh lớn nhất của bạn. Nên tham khảo thông tin từ nhiều nguồn khác nhau. Các ước tính và dự báo về vụ mùa chỉ có giá trị trong 4-6 tháng và có thể không chính xác. Hơn nữa, dự báo sản xuất và điều kiện thị trường có thể thay đổi rất nhanh.
- + Hãy tìm các báo cáo về vụ mùa trên mạng internet để biết thêm thông tin, ví dụ từ McCormick và Nedspice, hoặc các nguồn công khai như Business Standard. Bạn cũng có thể đến tham dự các sự kiện như hội nghị hay hội chợ thương mại để được chia sẻ thông tin bởi các thành viên trong ngành.
- + Hãy nghiên cứu lịch thu hoạch hạt tiêu trắng và đen do Nedspice cung cấp để biết các thời kỳ thu hoạch khác nhau tại các nước sản xuất lớn. Các thời kỳ thu hoạch của các nước sản xuất hạt tiêu khác nhau rất nhiều, có thể ảnh hưởng đến vị thế cạnh tranh của bạn suốt cả năm.
- + Truy cập trang web của Tổ chức Nông Lương LHQ (FAOSTAT) để biết các dữ liệu về sản xuất hạt tiêu.
- + Nên lưu ý rằng nếu bạn sản xuất tiêu xay, bạn đang cạnh tranh trực tiếp với các nhà chế biến châu Âu. Người mua hàng của bạn có thể yêu cầu bạn cung cấp dịch vụ giống như các nhà tái xuất khẩu châu Âu.

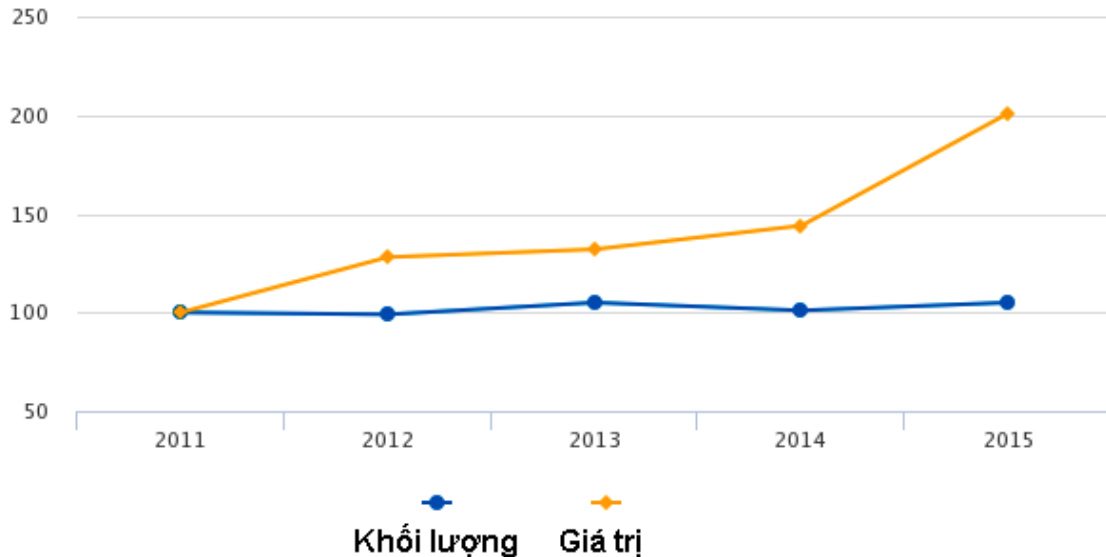
6. Giá cả tiêu

Giá hạt tiêu đã tăng đáng kể trong những năm gần đây.

Hình 5 cho thấy vào năm 2015, các nhà nhập khẩu châu Âu đã trả gần gấp đôi để mua tiêu so với 5 năm trước đó.

Hình 5: Xu hướng nhập khẩu tiêu tại châu Âu

2011-2015



Nguồn: Eurostat, 2016

Sự gia tăng giá cả này là kết quả của nhiều yếu tố:

- + Nhu cầu toàn cầu gia tăng (đặc biệt là ở Ấn Độ và Trung Quốc)
- + Tổ chức và nắm giữ quyền lực tốt hơn của các nhà xuất khẩu và nông dân ở các quốc gia sản xuất tiêu.
- + Mức tồn kho toàn cầu suy giảm
- + Thông tin cập nhật về giá cả luôn phong phú
- + Gia tăng đầu cơ

Trong 6 tháng cuối năm 2016, giá hạt tiêu giảm xuống còn khoảng 11.000 USD / tấn đối với tiêu trắng và 7.500 USD / tấn đối với tiêu đen. Cộng đồng Hộ tiêu Quốc tế (IPC) cho rằng giá cả đang giảm đi ở nhiều nước sản xuất tiêu. Các chuyên gia hạt tiêu không dự báo giá hạt tiêu đen sẽ giảm dưới mức 7.000 USD / tấn trong cả ngắn và dài hạn.

Giá cá tiêu ở Ấn Độ vẫn mạnh và cao nhất trên toàn cầu, vào khoảng 10.300 USD / tấn. Việt Nam từng là nguồn cung cấp hạt tiêu rẻ nhất, nhưng giá cả đã gia tăng. Các công ty Việt Nam đã cố gắng thắt chặt nguồn cung bằng cách giữ tồn trữ tiêu.

Hạt tiêu phù hợp với các quy định của châu Âu về thuốc trừ sâu luôn được chào bán giá cao, ước tính từ khoảng 200-300 USD / tấn đến 2.000 USD / tấn.

Trong khu vực bán lẻ, giá hạt tiêu được chứng nhận bền vững cao hơn đáng kể so với hạt tiêu thông thường. Ví dụ, hạt tiêu hữu cơ có thể đạt mức cao hơn đến 20-40%.

Lưu ý:

- + Đảm bảo rằng giá cả của bạn phản ánh đúng chất lượng sản phẩm của bạn.
- + Hãy cập nhật giá tiêu bằng cách truy cập các trang web như Commodity Online và Community Pepper Community (IPC). Bạn cũng có thể ghé thăm các trang web của các hiệp hội gia vị quốc gia về tiêu, như Hiệp hội Hồ tiêu Việt Nam và Hội đồng Gia vị Ấn Độ.
- + Kiểm tra các báo cáo về thị trường và vụ mùa để phân tích giá cả, ví dụ các ấn phẩm do McCormick và Nedspice xuất bản, hoặc các nguồn công khai như Business Standard.

Hình 6: Cơ cấu giá tiêu bán trong khu gia vị và thảo mộc của các siêu thị

Nguồn: ProFound



Hình 6 cho thấy cơ cấu giá của hạt tiêu. Biên lợi nhuận thực tế có thể khác biệt vì chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố, chẳng hạn như:

- + Nước xuất xứ
- + Tình hình thu hoạch hiện tại và dự kiến trong tương lai
- + Chất lượng nguyên liệu thô
- + Mức độ chế biến
- + Mức cầu
- + Xu hướng giá cả

Ngoài ra, biên lợi nhuận và lợi tức có thể cao hơn ở các nước như Việt Nam. Các nhà cung cấp Việt Nam được tổ chức và có thể giữ hạt tiêu lại trong kho.

Tuy nhiên, còn có nhiều vấn đề ở đất nước này như sử dụng thuốc trừ sâu và thiếu khả năng truy nguyên nguồn gốc. Nông dân ở Indonesia và Sri Lanka cũng trở nên chuyên nghiệp hơn. Họ đang gia tăng quy mô hoạt động nhờ các điều kiện thị trường thuận lợi.