

THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU TRÁI CÂY VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ

ThS. NGUYỄN QUỐC NGHI*

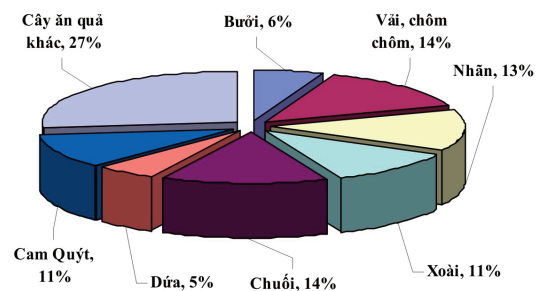
1. Đặt vấn đề

VN có các vùng sinh thái nông nghiệp tương đối đa dạng từ cận nhiệt đới ở miền Bắc sang khí hậu nhiệt đới ở miền Nam. Điều kiện tự nhiên và khí hậu đa dạng giúp cho VN có điều kiện để phát triển nhiều loại cây trái từ quả ôn đới như mận, đào đến quả cận nhiệt đới như vải thiều, hay quả nhiệt đới như măng cụt, sầu riêng. Trong những năm qua, cùng với sự phát triển của các vùng cây ăn trái thì thị trường tiêu thụ của các sản phẩm này không ngừng mở rộng xét trên cả thị trường nội địa và xuất khẩu. Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, hiện nay sản lượng trái cây thu hoạch trên cả nước mỗi năm đạt khoảng 7 đến 8 triệu tấn, trong đó có nhiều loại đặc sản nổi tiếng như nhãn lồng Hưng Yên, vải thiều, sầu riêng sữa hạt lép, xoài cát Hòa Lộc, bưởi Năm Roi, bưởi da xanh, thanh long... Tuy nhiên sức cạnh tranh trên thị trường của các sản phẩm này còn khá thấp, thực tế cho thấy có khoảng 90% sản lượng trái cây vẫn phải trông đợi vào thị trường tiêu thụ nội địa nên giá bán thấp, tỷ lệ trái cây xuất khẩu chỉ chiếm 10%, trong đó có khoảng 5% - 6% là trái cây tươi, vì thế giá trị kim ngạch xuất khẩu thu về không nhiều. Trước thực trạng trên, việc nâng cao giá trị và gia tăng kim ngạch xuất khẩu trái cây đang là vấn đề bức bách đặt ra.

2. Thực trạng xuất khẩu trái cây VN

Chương trình phát triển rau quả, trái cây đến năm 2010, tầm nhìn đến 2020 đã xác định VN sẽ có 3 vùng sản xuất trái cây lớn là Đồng bằng sông Cửu Long (380 ngàn ha), Đông Nam Bộ (150 ngàn ha) và miền núi phía Bắc (230 ngàn ha). Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, diện tích trồng rau quả VN là 1.685.000 ha, trong đó rau là 910.000 ha, cây ăn trái 775.000 ha. Sản lượng cây ăn trái mỗi năm đạt từ 7 - 8 triệu tấn, trong đó chuối được đánh giá là loại quả có sản lượng thu hoạch lớn nhất, sau đó đến cam, quýt,

nhãn, dứa, xoài, vải thiều, thanh long... Đặc biệt, từ năm 2010, khu vực ĐBSCL bắt đầu xây dựng vùng chuyên canh các loại cây ăn trái đặc sản với sản lượng khoảng 3 triệu tấn/năm, đảm bảo đủ tiêu chuẩn phục vụ xuất khẩu và tiêu dùng nội địa. Hiện những đặc sản ở vùng ĐBSCL như xoài cát Hòa Lộc, bưởi Năm Roi Vĩnh Long, vú sữa Lò Rèn Tiền Giang, chôm chôm chợ Lách Bến Tre, bưởi da xanh, quýt hồng, cam mật, nhãn tiêu da bò... đang được chú trọng đầu tư để đạt chuẩn Global GAP nhằm đáp ứng yêu cầu nhập khẩu của các thị trường khó tính.

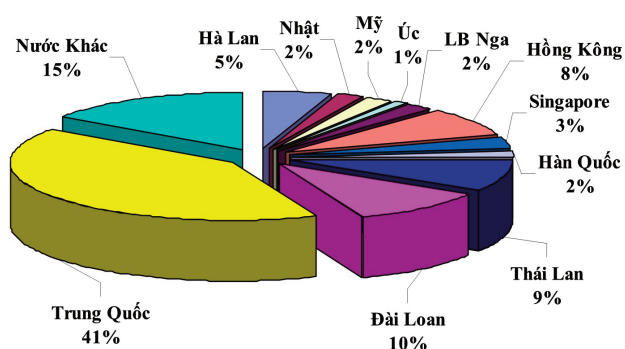


Hình 1. Chủng loại cây ăn quả VN năm 2008

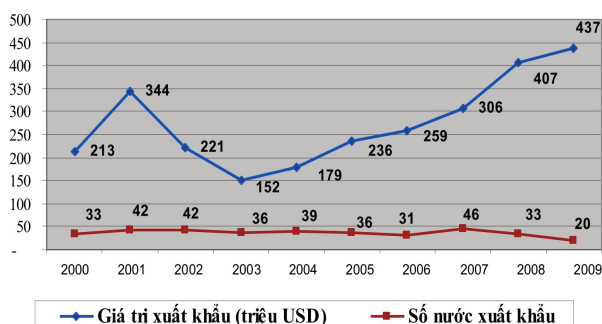
Hiện tại, sản phẩm trái cây VN chủ yếu được tiêu thụ dạng tươi ở thị trường nội địa. Tại thị trường trong nước, tuy trái cây VN rất đa dạng và phong phú cả về số lượng và chất lượng nhưng nhiều loại trái cây nhập khẩu từ Thái Lan (xoài xanh, sầu riêng, măng cụt,...), từ Australia, Chi Lê, Mỹ (nhô, táo,...) vẫn được tiêu thụ mạnh hơn do có lợi thế về hình thức mẫu mã cũng như thời gian bảo quản. Hiện nay, sản lượng trái cây VN xuất khẩu vẫn còn rất khiêm tốn so với tiềm năng của quốc gia, chỉ chiếm khoảng 10% tổng sản lượng hàng năm. Trái cây VN đã xuất khẩu trên 50 quốc gia và vùng lãnh thổ nhưng nhiều nhất vẫn ở các thị trường như Trung Quốc, Đài Loan, Thái Lan, Hồng Kông, Hà Lan, EU, Nhật, Mỹ, Nga, Hàn Quốc, Trung Đông.

*: Trường Đại học Cần Thơ

Trong đó, Trung Quốc là thị trường tiềm năng, hiện cũng là thị trường tiêu thụ quả lớn nhất của VN. Sau khi Trung Quốc ký hiệp định ưu đãi thuế quan cho rau quả với Thái Lan, xuất khẩu rau quả VN thua kém vì mức thuế cao hơn. Năm 2004 sau khi gia nhập WTO, Trung Quốc quy định mặt hàng rau quả tươi nhập khẩu phải có hạn ngạch và đáp ứng yêu cầu về kiểm dịch thực phẩm... nên đã ảnh hưởng nhiều đến xuất khẩu quả từ VN. Năm 2008, Trung Quốc chiếm 41% giá trị kim ngạch xuất khẩu trái cây VN, tiếp đến là Đài Loan, Thái Lan, Hồng Kông.



Hình 2. Thị phần xuất khẩu trái cây năm 2008



Hình 3. Số nước và kim ngạch xuất khẩu rau quả VN [1] (2000-2009)

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Về giá trị xuất khẩu, năm 2001 là năm xuất khẩu rau quả đạt giá trị cao, với 344,3 triệu USD, sau đó sụt giảm vào năm 2002 (221,2 triệu USD, giảm 36% so với năm 2001) và tiếp tục giảm mạnh năm 2003 (151,5 triệu USD, giảm 31% so với năm 2002, 56% so với năm 2001), từ năm 2003 giá trị xuất khẩu rau quả liên tục tăng, đạt 437 triệu USD năm 2009 (tăng 7,8% so với năm 2008). Trong giai đoạn từ 2004 đến 2008, lượng quả xuất khẩu (chính ngạch) đạt bình quân 260 nghìn tấn/năm, kim ngạch xuất khẩu 75 triệu USD/năm.

Các loại trái cây xuất khẩu chủ lực của VN là thanh long, dưa, vải, chuối, nhãn, chôm chôm, xoài, dứa, bưởi, sầu riêng, vú sữa, chanh... Trong đó, thanh long là mặt hàng quả tươi xuất khẩu chủ lực của nước ta, kim ngạch xuất khẩu hàng năm đều có mức tăng trưởng tương đối tốt. Các thị trường xuất khẩu chính của thanh long VN là Trung Quốc và các nước Đông Nam Á. Đối với các sản phẩm trái cây còn lại như: dưa, nhãn, mít, chôm chôm,... thị trường xuất khẩu cũng khá đa dạng.

Bảng 1. Thị trường xuất khẩu theo các mặt hàng trái cây VN

Stt	Mặt hàng	Thị trường xuất khẩu
1	Thanh long	Trung Quốc, Thái Lan, Hồng Kông, Đài Loan, Singapore, EU, Canada, Malaysia, Indonesia...
2	Dứa	EU, Malaysia, Nhật, Trung Quốc, Nga
3	Nhãn	Hàn Quốc, Pháp, Trung Quốc...
4	Mít	Anh, Malaysia, Mỹ, Pháp, Trung Quốc, Singapore...
5	Chôm chôm	Canada, Hà Lan, Trung Quốc, Campuchia...
6	Một số loại trái cây khác	Trung Quốc, Đài Loan, Malaysia, Canada, Mỹ, Nhật, Pháp, Singapore...

3. Thuận lợi và khó khăn đối với trái cây VN trong quá trình xuất khẩu

Ngành sản xuất trái cây VN hiện nay có một số điều kiện thuận lợi như nhu cầu tiêu thụ trái cây, nhất là các loại trái cây nhiệt đới của thế giới ngày càng tăng. VN đã gia nhập WTO và đã ký các hiệp định thương mại song phương và đa phương với các nước. Nhà nước đã có những chính sách đúng đắn về quy hoạch các vùng sản xuất chuyên canh cây ăn trái, khuyến khích nhà vườn thực hiện GAP trong sản xuất, đã ban hành các tiêu chuẩn Việt GAP, bước đầu thực hiện Eurep GAP và Global GAP. Một số HTX sản xuất trái cây cũng đã được cấp chứng nhận Việt GAP (HTX Hòa Lộc với xoài cát Hòa Lộc, HTX nông nghiệp Quyết Thắng với khóm Queen Tân Phước), Eurep GAP (cho thanh long) và Global GAP (HTX vú sữa Lò rèn Vĩnh Kim), một số doanh nghiệp chế biến và kinh doanh trái cây đã được cấp chứng nhận HACCP, ISO. Nhà nước cũng đã có chính sách khuyến khích ứng dụng các công nghệ sau thu hoạch cho trái cây và khuyến khích tăng cường các hoạt động tiếp thị, tìm kiếm và mở rộng thị trường cho trái cây VN.

Tuy kim ngạch xuất khẩu trái cây VN ngày càng tăng và thị trường ngày càng mở rộng nhưng thực tế cho thấy quá trình xuất khẩu vẫn còn rất nhiều khó khăn, có thể đề cập một số khó khăn chính như sau:

- Khả năng đáp ứng các đơn đặt hàng lớn còn rất hạn chế.

Bức tranh chung của ngành sản xuất trái cây VN là sản xuất nhỏ lẻ, manh mún, chưa được quy hoạch hợp lý và đầu tư đúng mức để hình thành vùng chuyên canh diện tích lớn, áp dụng cùng một quy trình sản xuất, sản lượng lớn và liên tục, chất lượng đồng đều. Trái cây thu hoạch chủ yếu bằng biện pháp thủ công, tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch từ 20-25%.

- Hầu hết trái cây VN đều xuất khẩu dưới nhãn mác của nước ngoài.

Cụ thể khoảng 90% lượng trái cây VN xuất khẩu phải mang thương hiệu các nước như Thái Lan, Trung Quốc. Ngay cả thị trường trong nước, hình ảnh trái cây VN vẫn chưa “thuyết phục” người tiêu dùng, xu thế của thị trường nội địa vẫn ưa chuộng tiêu dùng trái cây có thương hiệu nước ngoài.

- Giá thành sản phẩm cao, giảm khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Có thể minh chứng bằng ví dụ: Bưởi 5 roi có diện tích tổng cộng là 16.000 ha, 8.000 ha của Mỹ Hòa (Bình Minh) tỉnh Vĩnh Long và 8.000 ha của các vùng phụ lân cận như: Cầu Kè (Trà Vinh), Tam Bình (Vĩnh Long), Phú Hữu (Hậu Giang), Kế Sách (Sóc Trăng). Sản lượng trung bình: 250 tấn/năm nhưng đa phần chỉ là sản phẩm tiêu thụ trong nước, tỉ lệ bưởi đạt xuất khẩu chỉ khoảng 20% trên tổng sản lượng. Nhưng thị trường xuất khẩu hiện nay rất bấp bênh do giá thành sản phẩm của chúng ta cao hơn rất nhiều so với bưởi của Trung Quốc. Hàng hóa chỉ bán ra nước ngoài khi thời vụ bưởi ở Trung Quốc hết hàng.

- Chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm chưa được đảm bảo.

Theo kết quả điều tra của Cục Bảo vệ thực vật, vùng trồng cây ăn trái khu vực Đồng bằng sông Cửu Long mỗi vụ sản xuất nông dân sử dụng trung bình khoảng 10 lần thuốc bảo vệ thực vật, một số sử dụng tới 30-40 lần. Kết quả điều tra 3.350 nông dân các tỉnh của chương trình huấn luyện nông dân sử dụng an toàn và hiệu quả thuốc bảo vệ thực vật trên cây ăn trái cho thấy, hầu như nông dân chưa thực sự hiểu sử dụng an toàn, hiệu quả thuốc bảo vệ thực

vật và nguyên tắc 4 đúng trong sử dụng thuốc, nông dân mua thuốc chỉ quan tâm đến yếu tố trừ dịch hại mà ít quan tâm đến độc tính của thuốc. Hiện nay, tiêu chuẩn để có thể xuất khẩu trái cây sang thị trường châu Âu là Global GAP, đây là hạn chế rất lớn, nhiều khu vực trái cây chưa có sản xuất theo quy trình Global GAP rộng rãi, chỉ mới tiến hành ở một số nơi nhưng vẫn chưa mang tính phong trào.

- Thương hiệu chưa được đầu tư đúng mức

Phần lớn trái cây VN được đánh giá là mẫu mã, bao bì không đẹp, không bắt mắt, chất lượng bao bì không được đảm bảo. Chúng ta có rất nhiều chủng loại trái cây rất ngon và rất đặc trưng nhưng số lượng trái cây VN đã có thương hiệu trên thị trường trong nước và quốc tế “đếm chưa đến đầu ngón tay”. Việc không chú trọng đầu tư mẫu mã hàng hóa, bao bì và thương hiệu sản phẩm đã làm cho giá trị trái cây VN giảm sút rất nhiều trên thị trường trong và ngoài nước.

4. Một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu trái cây VN

Nhìn chung, nhu cầu nhập khẩu trái cây của các thị trường trên thế giới là rất lớn. Để trái cây VN thực sự phát huy được tiềm năng, thế mạnh của mình, đáp ứng nhu cầu xuất khẩu, đóng góp vào sự tăng trưởng và phát triển của đất nước, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp sau:

Thứ nhất, rà soát lại quy hoạch phát triển vùng cây ăn trái. Năm 2007, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã phê duyệt quy hoạch phát triển cây ăn trái đến năm 2010, tầm nhìn 2020. Theo quy hoạch này, diện tích cây ăn trái nước ta đạt 1 triệu ha vào năm 2010. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn yêu cầu mỗi tỉnh cần quy hoạch 1 đến 3 loại trái cây chủ lực của địa phương, đến nay một số tỉnh đã tiến hành quy hoạch như: Tiền Giang, Bến Tre. Tuy nhiên, việc quy hoạch cây ăn trái khó hơn quy hoạch cây trồng khác do đặc điểm sinh thái của mỗi vùng miền, vì thế việc triển khai quy hoạch vẫn còn nhiều khó khăn. Cho đến nay, diện tích sản xuất trái cây xuất khẩu vẫn còn manh mún, nhỏ lẻ, việc tiếp tục rà soát lại quy hoạch từng vùng cây ăn trái của cả nước là rất cần thiết, đặc biệt là các vùng sản xuất cây ăn trái xuất khẩu để đảm bảo sản lượng xuất khẩu đáp ứng được những đơn đặt hàng lớn.

Thứ hai, xây dựng các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật. Tiếp tục rà soát, sửa đổi, bổ sung, chuyển một số tiêu chuẩn ngành đã hủy bỏ theo luật tiêu

chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật thành tiêu chuẩn quốc gia và phát triển thành quy chuẩn kỹ thuật đối với các cây ăn quả phổ biến trong sản xuất. Xây dựng quy chuẩn kỹ thuật về vệ sinh an toàn đối với quả. Triển khai các đơn vị chứng nhận hợp chuẩn và hợp quy.

Thứ ba, đầu tư xây dựng thương hiệu trái cây VN. Trái cây VN không hề thua kém trái cây của Trung Quốc, Thái Lan hay Mỹ về chất lượng, sự phong phú, đa dạng của sản phẩm. Vì thế, khâu còn lại rất cần được quan tâm đó là chế biến, bảo quản, mầu mã, bao bì và đánh bóng tên tuổi. Để thương hiệu trái cây VN phát triển mạnh trên thị trường quốc tế, chúng ta cần quan tâm đúng mức đến công nghệ cho khâu chế biến, bảo quản, tính thẩm mỹ, tính văn hóa nghệ thuật trong thiết kế mầu mã, bao bì. Và cuối cùng là đầu tư quảng bá, khuếch trương sản phẩm thông qua sử dụng các công cụ quảng cáo tích hợp.

Thứ tư, đẩy mạnh ứng dụng tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất. Tăng cường mối liên kết “4 nhà” trong triển khai ứng dụng tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất cây ăn trái. Đẩy mạnh công tác khuyến nông chuyển giao tiến bộ kỹ thuật mới đến nông dân trồng cây ăn quả, cần tập trung vào những kết quả nghiên cứu đã được công nhận là tiến bộ kỹ thuật, tập trung vào việc tổ chức tập huấn về Việt GAP, Global GAP. Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh cây ăn quả cần dành một tỷ lệ vốn hợp lý cho công tác khuyến nông đối với người sản xuất trong vùng nguyên liệu xuất khẩu.

Thứ năm, phát triển thị trường trái cây VN xuất khẩu. Nhà nước có các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm thị trường xuất khẩu các sản phẩm quả như: Ký kết các hiệp định thương mại đa phương và song phương với các nước trên thế giới, hình thành trực sản xuất – tiêu thụ trong điều kiện hội nhập, tạo điều kiện để các chủ doanh nghiệp tiếp xúc với nhiều đối tác nước ngoài tìm kiếm thị trường tiêu thụ. Khuyến khích mọi tổ chức, thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại, đặc biệt là xuất khẩu thông qua các hình thức hỗ trợ xúc tiến thương mại, tìm kiếm và mở rộng thị trường. Xây dựng và thực hiện các chính sách xuất khẩu các sản phẩm quả. Miễn giảm thuế trong các khâu chế biến, xuất khẩu. Để khuyến khích xuất khẩu vào những thị trường mới nên áp dụng mức thuế VAT ở mức 0%.

Thứ sáu, đẩy mạnh xuất khẩu trái cây tại chỗ. Trong thời gian qua, mô hình du lịch sinh thái, du

lich miệt vườn VN ngày càng phát triển. Lượng khách du lịch quốc tế đến tham quan và thưởng thức trái cây VN ngày càng nhiều. Với đặc điểm phong phú và đa dạng của các loại trái cây, nhiều du khách quốc tế đã đánh giá rất cao về chất lượng và chủng loại của trái cây VN, một số du khách còn sử dụng trái cây làm quà lưu niệm cho những chuyến tham quan miệt vườn. Chính vì thế, việc phát triển loại hình du lịch sinh thái, du lịch miệt vườn gắn kết với thúc đẩy xuất khẩu trái cây tại chỗ không những sẽ giúp trái cây VN tiêu thụ nhanh tại thị trường nội địa mà còn làm cho hình ảnh trái cây VN ngày càng gần gũi với bạn bè quốc tế.

VN – Vương quốc trái cây, đây không phải là điều quá sức mong đợi của người VN. Chúng ta đã có những điều kiện cần, đó là sự ưu đãi của thiên nhiên về tính phong phú và đa dạng của các loại cây ăn quả. Vì thế, việc còn lại là điều kiện đủ, đó là một thương hiệu quốc gia về trái cây, điều đó chỉ có thể đạt được khi chúng ta trở thành một cường quốc về xuất khẩu trái cây trên thế giới. Và để đạt được điều đó, trái cây VN rất cần có sự chung tay của Nhà nước, nhà doanh nghiệp, nhà khoa học, nhà nông và các tác nhân khác có liên quan nhằm tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc trong quá trình sản xuất và tiêu thụ, đặc biệt là khâu xuất khẩu. Với những giải pháp nêu trên, tác giả kỳ vọng, việc xuất khẩu trái cây VN sẽ được đẩy mạnh trong thời gian tới và ước mơ về một VN – Vương quốc trái cây sẽ không còn xa đối với người dân VN■

CHÚ THÍCH

[1] Số liệu này là giá trị xuất khẩu chung của rau và quả, hiện nay chưa thể tách số liệu giá trị xuất khẩu cụ thể cho từng loại quả để có thể dự báo chính xác thị trường, thời điểm tiêu thụ,... cho từng loại trái cây nhằm bố trí quy hoạch cho phù hợp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Bá Bổng (2010), “Phát triển cây ăn trái – vấn đề cần quan tâm”, *Kỷ yếu Festival trái cây VN 2010*, NXB Thông tấn.
2. Nguyễn Thành Biên (2010), “Trái cây VN trước vận hội mới”, *Kỷ yếu Festival trái cây VN 2010*, NXB Thông tấn.
3. Phạm Văn Dư (2010), “Hiện trạng và giải pháp phát triển sản xuất, tiêu thụ cây ăn quả VN trong thời gian tới”, *Kỷ yếu Festival trái cây VN 2010*, NXB Thông tấn.
4. Phạm Hoàng Ngân (2010), “Toàn cảnh thị trường đầu tư và phát triển – Thị phần và thương hiệu trái cây Việt”, *Kỷ yếu hội thảo “Liên kết 4 nhà – Giải pháp cơ bản để nâng cao giá trị trái cây VN”*.