

Trong các mặt hàng nông sản xuất khẩu, mặt hàng điều chiếm một vị trí khá quan trọng, kim ngạch xuất khẩu hàng năm trên 100 triệu USD, xếp thứ ba trên thế giới về sản lượng và đứng thứ 2 thế giới về xuất khẩu. Kế hoạch của ngành điều đến năm 2005 là nâng sản lượng điều thô lên 230.000 tấn, xuất khẩu 45.000 tấn hạt điều nhân, kim ngạch 220 triệu USD năm. Để đạt được chỉ tiêu này cần phải giải quyết mâu thuẫn giữa đầu tư sản xuất - chế biến - tiêu thụ.

1. Về sản xuất hạt điều

Trong một thời gian dài nghề trồng điều phát triển một cách tự phát lại không được quy hoạch. Sản lượng điều thu hoạch niên vụ 1998 vào khoảng 100.000 tấn, niên vụ 1999 chỉ còn 70.000 tấn, đáp ứng chưa được 30% nhu cầu của các nhà máy chế biến. Vụ điều năm 2000 sản lượng lên đến 160.000 tấn và là sản lượng cao nhất từ trước đến nay. Nhưng nhìn chung năng suất điều ở Việt Nam còn quá thấp, bình quân chung cả nước khoảng 7 tạ/ha.

Nguyên nhân do đâu? Khách quan cũng có như thời tiết thất thường, sâu bệnh nhưng chính những yếu tố chủ quan đã tác động lâu dài và trực tiếp nhất. Đó là giống điều lâu nay đem trồng không được tuyển chọn qua các cơ quan chuyên ngành, hoàn toàn do nông dân tự chọn, nguồn dinh dưỡng từ đất đã cạn kiệt sau nhiều năm thu hoạch nhưng không được bồi dưỡng, làm cỏ, cải tạo. Hậu quả là nhiều diện tích cho năng suất thấp, thậm chí cây điều thoái hóa, không ra quả. Do vậy Nhà nước cần hỗ trợ nông dân qua công tác khuyến nông và tín dụng nông nghiệp; mặt khác cần đầu tư bằng vốn ngân sách, xây dựng các hệ thống trang trại thí nghiệm, chọn giống, nhân giống, phổ biến kỹ thuật cho các vùng sinh thái - sản xuất điều khác nhau. Đây là yếu tố hàng đầu giúp nông dân nâng cao năng suất vườn điều.

2. Về chế biến

Ngành chế biến điều phát triển nhanh nên từ năm 1996 trở lại đây Việt Nam hầu như không còn xuất khẩu hạt điều thô, chỉ xuất khẩu nhân điều. Xuất khẩu nhân điều cũng mang lại giá trị kim ngạch xuất khẩu

và hiệu quả kinh tế cao hơn là xuất khẩu hạt điều thô. Tuy nhiên mâu thuẫn lớn hiện nay là nguyên liệu không đáp ứng được yêu cầu phát triển của chế biến điều của Việt Nam vì:

+ Chiến lược phát triển điều thực ra mới chỉ được Nhà nước ban hành theo quyết định số 120/1999/QĐ-TTg ngày 7.5.1999 về việc phê duyệt đề án phát triển điều đến năm 2010.

+ Mức độ cơ giới hóa trong quy trình công nghệ chế biến điều còn thấp, các nhà máy mới chỉ thu được sản phẩm chính để xuất khẩu là nhân điều, chưa áp dụng được "quy trình chế biến không phế liệu" để thu hoạch sản phẩm chính và các sản

tâm lý tranh mua tranh bán giữa các nhà máy chế biến trong nước làm cho cơ sở điều ngày càng cao hơn.

Dự báo thị trường và tiếp thị sản phẩm điều hiện nay còn yếu kém. Các đơn vị kinh doanh hạt điều mới chỉ chủ yếu bán buôn sản phẩm theo đơn đặt hàng của các công ty nước ngoài; chưa chủ động tìm kiếm các thị trường tiếp cận đến khâu tiêu dùng cuối cùng để nâng cao giá trị xuất khẩu.

Theo Hiệp hội cây điều Việt Nam thì diễn biến thị trường từ tháng 6.2000 đến nay thì giá điều xuất khẩu có chiều hướng hạ. Vụ điều năm 2000 được mùa, và nếu tính cả phần điều nguyên liệu nhập khẩu tổng hợp đưa vào chế biến khoảng 160.000 tấn. Tuy sản lượng có tăng nhưng giá xuất khẩu bình quân lại giảm từ 5,5 USD/kg (6 tháng đầu năm 2000) còn 4,75 USD/kg (quý 3/2000) trong khi thị trường truyền thống của Việt Nam là Trung Quốc đang bị cạnh tranh quyết liệt của 2 nước thành viên Asean là Thái Lan và Myanma.

Vấn đề đặt ra là để nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm điều xuất khẩu là phải gắn vùng nguyên liệu với thị trường theo quy hoạch

của đề án phát triển cây điều đến năm 2010 theo quyết định 120/TTg phải đẩy mạnh đầu tư nhằm tạo sự đồng bộ hoàn chỉnh hệ thống cơ sở hạ tầng, áp dụng các tiến bộ kỹ thuật, chọn các giống điều có năng suất cao phù hợp với thổ nhưỡng và khí hậu của Việt Nam, phát triển các dịch vụ sau thu hoạch như thu mua, bảo quản chế biến. Phải căn cứ vào thị trường để quy hoạch sản xuất, bên cạnh việc mở rộng thị trường, một điều không kém quan trọng là phải giữ cho được khách hàng truyền thống.

Để giải quyết bài toán mở rộng thị trường xuất khẩu, Hiệp hội cây điều Việt Nam đang chuẩn bị nhiều phương án tích cực như phổ biến và chuyển giao công nghệ mới cho các nhà máy trong Hiệp hội nhằm nâng cao chất lượng cây điều, định lại tiêu chuẩn phân hạng điều nhân; có chiến lược liên kết giữa các nhà máy nhỏ. Hiệp hội cũng đang triển khai các biện pháp để đảm bảo đầu vào như đầu tư giống mới, cơ sở hạ tầng cũng như giải quyết đầu ra cho sản phẩm, phấn đấu đến năm 2005 đạt kim ngạch xuất khẩu 220 triệu USD■

NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH SẢN PHẨM ĐIỀU TRÊN THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ

Thạc sĩ HUỖNH TẤN DĨNH

phẩm phụ, nên đạt hiệu quả kinh tế thấp. Vì vậy các nhà máy chế biến chưa thể nâng cao được giá thu mua hạt điều thô của nông dân, một yếu tố quan trọng để kích thích nông dân mở rộng diện tích trồng điều.

Vấn đề cần giải quyết là Nhà nước cần phải có kế hoạch cân đối lại giữa công suất chế biến và nguồn nguyên liệu; mở rộng sản xuất nguyên liệu, hạn chế thành lập các xí nghiệp chế biến mới, mạnh dạn thay đổi công nghệ, nâng cao hoạt động điều phối giữa các xí nghiệp chế biến hạt điều thông qua vai trò của Hiệp hội Cây điều Việt Nam.

3. Về thị trường

Cần đổi mới phương pháp dự báo về sản xuất - chế biến - tiêu thụ sản phẩm điều, nâng cao chất lượng dự báo, khắc phục các tồn tại mà biểu hiện rõ nhất là số liệu dự báo thường sai số rất lớn so với thực tế. Bài học vụ điều năm 1999 vẫn còn đó vì giá điều nguyên liệu tăng chóng mặt có lúc lên đến 16.000 đ/kg vì không dự báo được sản lượng điều giảm từ 30-40% do thời tiết không thuận lợi trong lúc giá điều xuất khẩu trên thị trường quốc tế lại tăng cao, cộng với