

HIỆN TRẠNG VÀ TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN NGÀNH RAU QUẢ TRONG TÁI CƠ CẤU NGÀNH NÔNG NGHIỆP

TS NGUYỄN VĂN HÒA

Viện trưởng Viện Cây ăn quả miền Nam

Trong những năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu rau quả của nước ta tăng trưởng liên tục (bình quân khoảng 30%/năm), đặc biệt trong năm 2014 kim ngạch xuất khẩu tăng gần 35%, giá trị đạt hơn 1,4 tỷ USD. Bên cạnh thị trường xuất khẩu chính là Trung Quốc, chúng ta cũng đã từng bước mở rộng được thị trường xuất khẩu rau quả ra nhiều nước khác, trong đó có những thị trường khó tính như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc... Mặc dù đã đạt được những kết quả đáng khích lệ như đã nêu nhưng chúng ta vẫn còn nhiều hạn chế trong sản xuất, phát triển thị trường và tiêu thụ sản phẩm rau quả. Để ngành sản xuất rau quả phát triển bền vững trong giai đoạn tới, cần tổ chức sản xuất một cách bài bản, nghiêm túc và hiệu quả theo hướng sản xuất hàng hóa, ứng dụng công nghệ cao..., đặc biệt là tăng tính chuyên nghiệp, độc quyền sản phẩm và đa dạng giống mới.

Hiện trạng sản xuất, xuất khẩu rau quả Việt Nam

Việt Nam có tổng diện tích trồng cây ăn quả khoảng 874.000 ha, trong đó cây ăn quả nhiệt đới ở các tỉnh phía Nam chiếm 466.700 ha (Đồng bằng sông Cửu Long 288.500 ha, Đông Nam Bộ 178.200 ha) và là vùng sản xuất tập trung cây ăn quả theo hướng hàng hóa lớn, trong đó dẫn đầu là Tiền Giang (70.000 ha), Đồng Nai (≈ 50.000 ha), Vĩnh Long (≈ 40.000 ha), Bến Tre (≈ 30.000 ha)... Đây là vùng có chủng loại cây ăn quả rất đa dạng với nhiều giống nổi tiếng cả trong và ngoài nước, như xoài cát Hòa Lộc, bưởi (Da xanh, Năm roi), thanh long, sầu riêng Ri6, nhãn tiêu Da bò, chôm chôm nhãn, vú sữa Lò Rèn Vĩnh Kim...

Trong những năm qua, kim ngạch xuất khẩu rau quả tăng trưởng liên tục, nếu năm 1996 nước ta chỉ xuất được 90,2 triệu USD/năm thì đến 2008 đã vượt mốc 400 triệu USD, năm 2013 vượt mốc 1 tỷ USD

và năm 2014 đạt hơn 1,4 tỷ USD (Hiệp hội rau quả, 2014). Trong 3 năm gần đây kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng liên tục (với tỷ lệ bình quân 30%), có được thành công này là nhờ các nguyên nhân: (i) Nhiều doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực rau quả đã được thành lập; (ii) Nhiều mặt hàng mới được sản xuất, xuất khẩu; (iii) Mở cửa được nhiều thị trường tiêu thụ, trong đó có các thị trường khó tính như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Úc, New Zealand; (iv) Việc áp dụng tiến bộ khoa học và công nghệ để tăng năng suất, chất lượng sản phẩm và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm được tăng cường, diện tích sản xuất rau quả theo VietGAP, GlobalGAP không ngừng phát triển; (v) Doanh nghiệp đã đầu tư các nhà máy chế biến và xử lý rau quả, trang trại, nhà lưới, kho đóng gói, kho lạnh...; (vi) Sự liên kết sản xuất và tiêu thụ giữa người nông dân và doanh nghiệp được tăng cường và củng cố; (vii) Công tác xúc tiến thương mại của Nhà nước và doanh nghiệp được tăng cường (tổ

chức và tham gia hội chợ, đoàn khảo sát, diễn đàn doanh nghiệp, tìm thị trường, khách hàng, mặt hàng mới) và (viii) Sự hỗ trợ của Nhà nước trong việc giúp doanh nghiệp hội nhập với ngành rau quả thế giới.

Việt Nam đã xuất khẩu rau quả đến hơn 70 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới, trong đó 10 nước/ vùng lãnh thổ nhập khẩu trái cây quan trọng trong năm 2014 của Việt Nam là Trung Quốc (26,79%), Nhật Bản (4,97%), Hàn Quốc (3,89%), Hoa Kỳ (3,84%), Hà Lan (2,63%), Nga (2,5%), Đài Loan (2,21%), Thái Lan (2,07%), Malaysia (2,01%) và Singapore (1,72%). Điều đáng mừng là thị phần xuất khẩu sang các thị trường cao cấp tăng lên, nhờ vậy thị phần xuất khẩu sang Trung Quốc dù có giảm nhưng kim ngạch xuất khẩu của ngành rau quả vẫn cao.

Các số liệu thống kê cho thấy, Việt Nam có tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu rau quả trung bình 30%, đây là tín hiệu tích cực cần tiếp tục được giữ vững; việc tăng tỷ trọng xuất khẩu ở những thị trường chủ lực đóng vai trò rất quan trọng, bên cạnh đó việc mở rộng ngày càng nhiều thị trường hơn cũng góp phần rất lớn trong việc tăng kim ngạch xuất khẩu và giảm sự lệ thuộc vào một thị trường nào đó là rất cần thiết. Với các yếu tố hỗ trợ cho việc tăng kim ngạch xuất khẩu nêu trên cho thấy, ngành rau quả sẽ tiếp tục phát triển mạnh hơn nữa trong tương lai nếu được sự hỗ trợ của Nhà nước, sự hợp tác tích cực của doanh nghiệp, nhà khoa học và nhà nông.

Bên cạnh những kết quả đạt được, trong sản xuất, phát triển thị trường và tiêu thụ sản phẩm rau quả thời gian qua vẫn còn nhiều hạn chế. Nếu khắc phục được những khó khăn này, chúng ta có thể khai thác nhiều hơn nữa tiềm năng của ngành rau quả, đóng góp nhiều hơn cho đất nước và giải quyết tốt đời sống người nông dân. Những khó khăn có thể kể đến như sau:

Công tác quy hoạch vùng sản xuất chuyên canh, tập trung mới chỉ giới hạn ở một vài cây và một vài địa phương, chưa phát huy được sức mạnh thật sự của vùng chuyên canh và sự liên kết vùng sản xuất hàng hóa.

Tỷ lệ nông dân áp dụng thành công tiêu chuẩn GAP trong sản xuất rau quả còn thấp, rải rác, phân tán, dẫn đến chất lượng sản phẩm không đồng đều, số lượng ít, không rải vụ theo thời gian.



Giống thanh long LD5 do Viện Cây ăn quả miền Nam chọn tạo

Sự liên kết sản xuất giữa nông dân và doanh nghiệp còn mong manh, dễ đổ vỡ. Doanh nghiệp phải thu gom sản phẩm chưa rõ nguồn gốc, xuất xứ, chất lượng không đồng đều, rủi ro rất cao. Doanh nghiệp chưa đầu tư cho vùng nguyên liệu.

Chuỗi cung ứng còn qua nhiều khâu trung gian, dẫn đến giá trị sản phẩm ở trang trại rất thấp (giá rẻ), trong khi đó giá bán trên thị trường đôi khi lại quá cao, người nông dân không được hưởng lợi. Chuỗi giá trị chưa được cải thiện và kiểm soát để phân chia hợp lý lợi nhuận cho từng đối tượng trong chuỗi, giá trị gia tăng chưa cao.

Nhiều dịch bệnh xảy ra khắp nơi do việc thâm canh, tăng vụ, tăng năng suất, tăng diện tích ô ạt, tự phát, khó kiểm soát, do biến đổi khí hậu.

Rau quả chủ yếu tiêu thụ tươi, nhưng tỷ lệ thất thoát sau thu hoạch hiện nay còn quá cao (25-30%), do việc canh tác trước thu hoạch của người dân còn lạm dụng nhiều phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, việc đóng gói, vận chuyển của doanh nghiệp nhiều nơi còn quá thô sơ, lạc hậu, không đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm, sản phẩm chế biến chưa nhiều.

Tiến bộ kỹ thuật trong xử lý ra hoa được người dân áp dụng rất tốt, nhưng việc xử lý ra hoa nghịch vụ còn mang tính tự phát, dẫn đến được mùa nhưng mất giá, sản xuất thiếu định hướng. Tuy đã thành lập Ban chỉ đạo sản xuất rải vụ nhưng việc vận hành còn chậm, mang tính địa phương và chưa đi vào thực tiễn sản xuất, chưa có giải pháp thích hợp để vận hành mang tính liên kết vùng, bền vững, không thể điều tiết sản xuất.



Chôm chôm nhãn

Nước ta có nhiều chủng loại quả rất ngon, có thương hiệu, rất nổi tiếng trong nước, nhưng chưa được thị trường thế giới biết đến do công tác tiếp thị chưa đủ. Thông tin thị trường chưa được nghiên cứu kỹ, chưa cập nhật về chủng loại, thị trường, thời gian cung ứng, đối thủ cạnh tranh trên thế giới... đặc biệt là ở mức độ nông hộ, người dân hoàn toàn thiếu thông tin thị trường. Chính vì vậy việc điều tiết sản xuất gặp nhiều khó khăn và thiếu tính định hướng.

Tái cơ cấu ngành nông nghiệp và những việc cần cải thiện trong sản xuất rau quả

Ngày 10.6.2013, Thủ tướng Chính phủ đã ra Quyết định số 899/QĐ-TTg phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp, trong đó xác định rõ mục tiêu, quan điểm, nội dung, giải pháp cụ thể để phát triển toàn diện ngành nông nghiệp nước ta trong giai đoạn mới theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững. Thực hiện Quyết định này, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã triển khai nhiều hoạt động và bước đầu đã cho thấy có nhiều kết quả tốt, giúp tăng giá trị gia tăng sản xuất nông nghiệp, góp phần cải thiện đời sống người dân và góp phần đáng kể vào việc xây dựng nông thôn mới.

Để ngành sản xuất rau quả phát triển tốt, tăng trưởng bền vững trong giai đoạn tới, chúng ta cần tổ chức sản xuất một cách bài bản, nghiêm túc và hiệu quả theo hướng sản xuất hàng hóa, ứng dụng công nghệ cao, đảm bảo chất lượng cao, đồng đều, liên tục trong năm, giảm chi phí đầu vào và tăng giá trị gia tăng trên đơn vị sản xuất, nhất là tăng tính chuyên nghiệp, độc quyền sản phẩm và đa dạng giống mới.

Tận dụng lợi thế giống ngon có sẵn: nước ta có nhiều giống rau quả địa phương rất ngon đã được thị trường trong nước công nhận, các giống này đã được cơ quan quản lý công nhận cây đầu dòng, vườn cây đầu dòng phục vụ công tác giống rất tốt, tuy nhiên nhiều chủng loại vẫn chưa mở rộng diện tích trồng như xoài cát Hòa Lộc, bưởi Da xanh, sầu riêng Ri6... Vì diện tích sản xuất nhỏ nên sản lượng không đủ cung cấp cho thị trường, do đó việc quy hoạch và phát triển sản phẩm chủ lực đóng vai trò quan trọng, công tác giống tốt phải đi song hành thì việc tạo sản lượng lớn của cùng một loại giống chất lượng cao sẽ giúp phát triển thương hiệu và giữ thương hiệu cho cả thị trường trong và ngoài nước.

Tổ chức liên kết sản xuất GAP, hữu cơ: chúng ta đã có nhiều mô hình sản xuất đạt tiêu chuẩn GAP, góp phần rất lớn trong sản xuất an toàn. Đây là mô hình sản xuất bền vững trong tương lai, nó gắn liền với hợp tác xã, tổ hợp tác kiểu mới, cắt bỏ được các khâu trung gian trong chuỗi cung ứng, giúp tăng giá trị cho từng nhân tố trong chuỗi, làm tăng giá trị gia tăng cho từng mặt hàng, giảm thiểu dịch hại tấn công và phát triển thành dịch. Tuy nhiên, những mô hình này mới được thực hiện ở quy mô nhỏ, rải rác, sản lượng ít, chỉ có trong một giai đoạn nhất định trong năm và chưa liên kết được với nhau và với doanh nghiệp lớn, nên việc buôn bán chưa tăng lợi nhuận và bền vững như mong muốn. Việc liên kết vùng cho từng sản phẩm mang tính cách mạng cho sản xuất nông nghiệp nếu được quy hoạch và thực hiện nghiêm túc, có cơ chế phân chia lợi nhuận hợp lý, trong đó hai thành tố quan trọng nhất trong liên kết này là doanh nghiệp và nhóm nông dân sản xuất theo tiêu chuẩn nhất định theo hướng chất lượng cao (GAP, sản xuất hữu cơ). Mô hình sản xuất thành công ở Đài Loan, Hàn Quốc và Nhật Bản cho thấy rất rõ điều này. Nhà nước cần tạo điều kiện để các vùng sản xuất xây dựng nhiều hợp tác xã sản xuất và tiếp thị sản phẩm của mình, ngành nông nghiệp địa phương cần tổ chức thi đua giữa các hợp tác xã và chọn, khen thưởng các hợp tác xã mạnh nhất, giỏi nhất, hiệu quả nhất, lấy đó làm mô hình cho những hợp tác xã khác học tập.

Sản xuất rải vụ gắn với liên kết lớn: với điều kiện nhiệt đới và các biện pháp kỹ thuật đã được nghiên cứu và ứng dụng vào sản xuất, nhiều cây ăn quả nổi tiếng của ta đã có thể sản xuất, cho sản phẩm quanh năm như thanh long, xoài, bưởi, cam, chôm chôm, nhãn, sầu riêng..., điều mà không phải



Vú sữa Lò Rèn Vĩnh Kim

nước nào cũng làm được. Như vậy, nước ta có điều kiện cạnh tranh rất lớn trên thị trường thế giới nếu chúng ta tổ chức sản xuất rải vụ một cách hợp lý. Để làm được điều này, phải thực hiện tốt việc quy hoạch vùng sản xuất tập trung, liên kết sản xuất giữa các địa phương với nhau thành vùng sản xuất hàng hóa có định hướng, có điều tiết và quản lý tốt. Ở đây, vai trò của nhạc trưởng có ý nghĩa quyết định sự thành bại của liên kết sản xuất và điều tiết rải vụ, nhạc trưởng phải điều tiết được tất cả các địa phương trong vùng cho sản phẩm đó. Phải có cơ chế liên kết và chia sẻ lợi nhuận hợp lý, minh bạch cho từng thành viên; việc bảo hiểm trong sản xuất cũng góp phần tạo sự thành công, nhất là trong giai đoạn đầu còn khó khăn; việc nghiên cứu tìm hiểu và nắm vững thị trường, đối tác, đối thủ, nhu cầu theo thời gian đóng vai trò quan trọng trong điều tiết sản xuất rải vụ một cách hợp lý, hiệu quả, giảm thiểu rủi ro.

Xây dựng và giữ vững thương hiệu mạnh đại diện cho quốc gia: việc thống nhất xây dựng thương hiệu mạnh, mang tính quốc gia cho từng sản phẩm chủ lực là rất cần thiết vì hiện nay trên cùng một chủng loại quả, ví dụ thanh long, nước ta có quá nhiều doanh nghiệp tham gia đóng gói và xuất khẩu, xây dựng nhiều thương hiệu khác nhau, nhưng chưa đại diện cho quốc gia, nên các doanh nghiệp tự cạnh tranh, tự giảm giá để xuất khẩu, những doanh nghiệp nhỏ bị bóp chết, trong khi đó doanh nghiệp thu mua nước ngoài được lợi. Trong khi đó ở nước ngoài, một doanh nghiệp/hiệp hội đại diện xuất khẩu chỉ một hoặc hai sản phẩm chủ lực và là đầu mối duy nhất, độc quyền cho sản phẩm đó, những doanh nghiệp khác làm vệ tinh cho doanh nghiệp đại diện. Chính vì vậy, tất cả các nhà nhập khẩu đều phải lệ thuộc vào

doanh nghiệp/hiệp hội này. Để nâng cao hơn nữa sức cạnh tranh của rau quả Việt Nam trên thị trường thế giới trong thời gian tới, chúng ta cần phải thực hiện tốt công tác xây dựng và phát triển thương hiệu, trong đó cần chú ý đến cơ chế chia sẻ quyền lợi hợp lý của các thành phần tham gia trong suốt chuỗi.

Tổ chức sản xuất và tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi: đây là vấn đề rất quan trọng, giúp giảm các công đoạn không cần thiết trong chuỗi cung ứng và tăng giá trị gia tăng cho sản phẩm trong suốt tất cả các khâu từ sản xuất đến đóng gói, tiêu thụ trong chuỗi giá trị, như vậy lợi nhuận đến tay người sản xuất cũng tăng lên.

Giống mới và công tác bảo hộ giống: với lợi thế về khí hậu và thổ nhưỡng, nước ta có chủng loại cây ăn quả đa dạng với nhiều sản phẩm nổi tiếng cả trong và ngoài nước, tuy nhiên các giống này còn có những hạn chế khi đưa vào sản xuất quy mô hàng hóa như năng suất chưa cao, chất lượng còn thấp (không đẹp, kích cỡ không đều, vị không đặc trưng)... Do vậy cần phải đẩy mạnh hơn nữa công tác nghiên cứu chọn tạo giống mới, đặc biệt cần phải có các chương trình đầu tư dài hạn (ít nhất 10 năm) cho nghiên cứu chọn tạo giống cây ăn quả vì đây là những đối tượng dài ngày. Cần kết hợp tốt phương pháp chọn giống truyền thống với phương pháp hiện đại (chuyển gen, nuôi cấy mô...) để rút ngắn được thời gian, kinh phí và nhanh chóng tạo ra những giống mới có giá trị kinh tế cao...

Bên cạnh việc nghiên cứu chọn tạo giống mới đáp ứng tốt yêu cầu sản xuất, kinh doanh, chúng ta cần phải làm tốt công tác bảo hộ giống mới ở cả trong nước và quốc tế. Điều này không chỉ góp phần mang lại hiệu quả thiết thực cho nhà chọn giống, giảm thiểu tình trạng mất giống, ăn cắp bản quyền giống mà còn tăng hiệu quả sản xuất, tăng tính cạnh tranh nhờ độc quyền trong sản xuất và cung ứng sản phẩm. Một ví dụ điển hình là giống Kiwi "Hayward" được phát triển và thương mại hóa ở New Zealand trước khi bảo hộ giống. Kết quả giống "Hayward" được trồng rộng khắp thế giới mà không có bất cứ lợi tức nào cho người đã nghiên cứu và phát triển giống đó. Còn giống Kiwi "Hort16A" tên thương mại là "ZESPRI™Gold", sau khi được bảo hộ đã thu được lợi nhuận xấp xỉ 4 tỷ đô la New Zealand từ khi giống này được đưa ra thương mại hóa, gấp gần 4 lần việc xuất khẩu rau quả của Việt Nam trong một năm.