

Rào cản tham gia thị trường quốc tế: trường hợp trái vải của tỉnh Bắc Giang*

LÊ VĂN HÙNG

Trong những năm gần đây, trái vải của tỉnh Bắc Giang đã có những bước tiến quan trọng. Từ chỗ chỉ tiêu thụ trong nước và thị trường Trung Quốc, trái vải đã được xuất khẩu tới khoảng 30 quốc gia khác nhau. Tuy nhiên, tỷ lệ xuất khẩu trái vải tới các nước phát triển vẫn chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ. Có nhiều nguyên nhân khác nhau dẫn tới tình trạng này như: trái vải chưa đáp ứng an toàn vệ sinh thực phẩm, thiếu các doanh nghiệp chế biến, công nghệ sau thu hoạch chế biến còn lạc hậu.

Từ khóa: trái vải, thị trường quốc tế, rào cản.

1. Giới thiệu

Về sản lượng sản xuất, Việt Nam là một trong ba quốc gia trồng vải lớn nhất trên thế giới, chỉ sau Trung Quốc và Ấn Độ (Thương vụ Việt Nam tại Úc, 2015). Tùy theo tình hình thời tiết, sản lượng trái vải hàng năm của Việt Nam có sự dao động khá lớn khi tổng sản lượng khoảng từ 200-250 nghìn tấn/năm tập trung chủ yếu tập trung tại hai tỉnh Bắc Giang và Hải Dương. Với diện tích trồng vải hơn 28 nghìn ha, cây vải đang tạo ra nhiều việc làm và thu nhập cho người nông dân của tỉnh Bắc Giang.

Nhờ chính sách mở cửa và các cam kết hội nhập, trái vải của Việt Nam đã được xuất khẩu tới khoảng 30 quốc gia trên thế giới. Giá trị xuất khẩu từ trái vải tỉnh Bắc Giang đã tăng từ 70 triệu USD năm 2017 lên 170,5 triệu USD năm 2018 (Ủy ban Nhân dân tỉnh Bắc Giang, 2018). Tuy nhiên, phần lớn trái vải được xuất khẩu là thị trường Trung Quốc, khối lượng xuất khẩu đi các nước phát triển chỉ chiếm tỷ lệ rất nhỏ. Trong khi, giá xuất khẩu đi các nước phát triển cao hơn hẳn so với giá xuất khẩu sang Trung Quốc.

Về mặt lý thuyết, để cải thiện năng lực cạnh tranh của một ngành, một lĩnh vực, hay thương hiệu được sản xuất, Flejterski (1984) và Adamkiewicz-Drwillo (2002)¹ cho rằng giá cả, chất lượng và tính đặc trưng của sản phẩm phải hấp dẫn được khách hàng hơn

những đối thủ cạnh tranh khác. Trong khi đó, các nghiên cứu của Krugman (1990), Krugman (1994), Krugman (2008), Ajitabh và Momaya (2004) cũng đã chỉ rõ, biểu hiện năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp, của sản phẩm còn thông qua sự chiếm lĩnh/tham gia vào thị trường, sự đa dạng về các sản phẩm, và tính hiệu quả trong sản xuất kinh doanh.

Cũng có một số nghiên cứu, báo cáo về trái vải của Bắc Giang trong những năm gần đây, như nghiên cứu của Nguyễn Thị Lan Phương (2010) đã kết luận rằng, chất lượng vải ở đây còn thấp do một số yếu tố chính như kỹ thuật chăm sóc, thu hoạch hay kỹ năng quản lý của người trồng vải còn hạn chế. Thanh Loan và cộng sự (2015) sử dụng số liệu khảo sát hộ trồng vải chỉ ra rằng, những hộ trồng vải tuân thủ quy trình sản xuất VietGAP tốt sẽ giúp trái vải có lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh cao hơn những hộ không tuân thủ quy trình này. Theo nghiên cứu của Đại sứ quán Việt Nam tại Úc (2017), trái vải của Việt Nam trái vụ với vải của Úc nên có thể bán với giá cao. Hơn nữa, vải của Việt Nam có lợi thế cạnh tranh hơn so với vải của những đối

Lê Văn Hùng, TS., Viện Kinh tế Việt Nam.

*Nghiên cứu này là sản phẩm thuộc đề tài "Cải thiện chuỗi giá trị nông nghiệp của Việt Nam: trường hợp ngành chè và trái vải trên thị trường quốc tế".

1. Tomasz Siudek, Aldona Zawojcka (2014).

thủ cạnh tranh chính của thị trường này như Trung Quốc, Thái Lan, Nam Phi ở một số khía cạnh như mẫu mã, chất lượng hương vị, cũng như mùa vụ khác nhau. Nghiên cứu niên vụ năm 2016, Do Thi My Hanh và cộng sự (2017) cho rằng, nhờ gia tăng số hộ sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, nhờ hợp tác giữa các chủ thể trong chuỗi cung ứng vải thiều, giá vải thiều đã tăng lên đáng kể so với những năm trước đó.

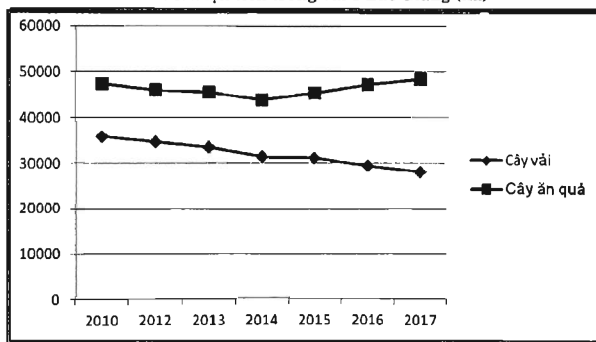
Sử dụng số liệu, tài liệu thứ cấp và kết quả khảo sát, phỏng vấn và thảo luận nhóm 150 hộ gia đình; 6 doanh nghiệp, HTX, thương lái và một số cơ quan quản lý nhà nước (Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Sở Công thương Bắc Giang, UBND huyện Lục Ngạn, UBND huyện Lục Nam, 4 xã tại 2 huyện), nghiên cứu này sẽ làm rõ những điểm hạn chế kim hãm trái vải của tỉnh Bắc Giang tham gia thị trường quốc tế,

đặc là thị trường các nước phát triển.

2. Thực trạng sản xuất và xuất khẩu trái vải của tỉnh Bắc Giang

Dù diện tích giảm khá nhiều trong những năm gần đây nhưng cây vải hiện vẫn là cây trồng chủ lực của tỉnh Bắc Giang, năm 2018 diện tích trồng vải chiếm hơn 58% tổng diện tích trồng cây ăn quả (so với 75,7% năm 2010). Phần diện tích trồng vải được chuyển đổi sang cây trồng khác do diện tích này không hiệu quả (năng suất thấp hoặc vải không ngon) so với một số loại quả khác (Kết quả khảo sát của đề tài, 2019). Tuy nhiên, kết quả thảo luận nhóm với cán bộ quản lý địa phương (như Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn, UBND huyện Lục Ngạn và Lục Nam), tỉnh và các huyện sẽ duy trì diện tích trồng vải ổn định như hiện nay và tiếp tục coi đây cây trọng điểm của nông dân trong tương lai.

HÌNH 1: Diện tích trồng vải ở Bắc Giang (ha)

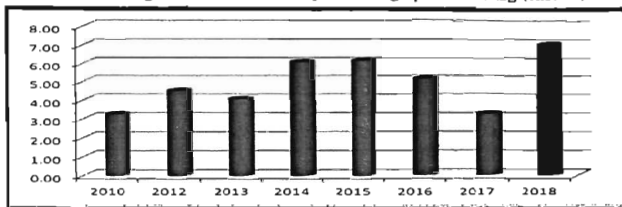


Nguồn: Cục Thống kê tỉnh Bắc Giang các năm 2016 và 2018.

Năng suất cây vải phụ thuộc rất nhiều vào thời tiết và kỹ thuật chăm sóc của người nông dân. Vì vậy, năng suất trái vải bình quân trồng tại Bắc Giang có sự dao động rất lớn. Thậm chí có những năm năng suất vải quả thu hoạch chỉ bằng một nửa so với năm có năng suất cao. Những

huyện có điều kiện thuận lợi nhất đối với vải thiều như huyện Lục Ngạn, Tân Yên thường có năng suất cao nhất. Ví dụ như năm 2017, năng suất thu hoạch trái vải của Lục Ngạn cao hơn huyện Hiệp Hòa 2 lần, của huyện Yên Dũng 1,9 lần; huyện Việt Yên 1,7 lần.

HÌNH 2: Năng suất trái vải bình quân trồng tại Bắc Giang (tấn/ha)



Nguồn: Cục Thống kê tỉnh Bắc Giang các năm 2016 và 2018.

2.1. Thực trạng tham gia thị trường quốc tế

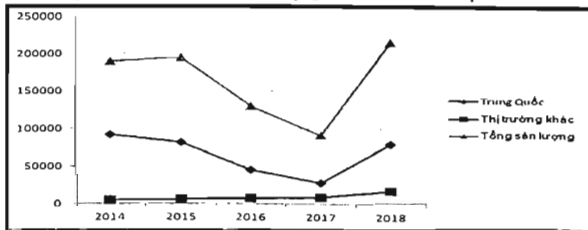
Trong 5 năm vừa qua, dù sụt giảm về tỷ lệ tiêu thụ nhưng Trung Quốc vẫn là thị trường xuất khẩu quan trọng nhất đối với trái vải của các hộ nông dân tỉnh Bắc Giang. Đóng góp từ thị trường Trung Quốc luôn chiếm phần lớn tỷ lệ khối lượng trái vải xuất khẩu. Năm 2014, Trung Quốc chiếm tới 95% tổng khối lượng sản lượng vải xuất khẩu, năm 2016 là 86% và đến năm 2018 giảm xuống 82,6%. Khối lượng xuất khẩu sang Trung Quốc có quan hệ khá chặt với sản lượng thu hoạch vải của Bắc Giang.

Thông qua các điểm cân ngay tại các huyện của tỉnh (chủ yếu tập trung tại huyện Lục Ngạn), các thương lái Trung Quốc (lúc cao điểm có khoảng trên 200 thương lái Trung Quốc) tới thu gom vải của Bắc Giang trong khoảng hơn 1 tháng rưỡi mùa vụ cao

điểm. Giá cả trên thị trường chủ yếu do các thương lái Trung Quốc đặt ra.

Nếu như những năm trước, các thương lái Trung Quốc thu gom trái vải chủ yếu chọn theo tiêu chí màu sắc (màu đỏ) và sự đồng đều về kích cỡ của quả vải, thì đến năm 2019, vải xuất khẩu đi Trung Quốc yêu cầu phải có mã vùng trồng và các cơ sở thu gom đóng hộp cũng phải được cấp phép dán nhãn. Hiện tại, tỉnh Bắc Giang cũng đã cấp phép 149 mã vùng trồng (cho 16.085 ha) và 86 cơ sở đóng góp đủ điều kiện xuất khẩu sang Trung Quốc (Kết quả khảo sát của đề tài, 2019). Đây là những tiêu chuẩn chưa quá khắt khe nên người dân và tỉnh Bắc Giang cơ bản vẫn đáp ứng được. Tuy nhiên, với xu hướng phát triển tăng nhanh, nhưng yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng tương tự các nước phát triển trong thời gian tới của người tiêu dùng Trung Quốc là khó tránh khỏi.

HÌNH 3: Khối lượng xuất khẩu so với sản lượng trái vải sản xuất tại tỉnh Bắc Giang (tấn)



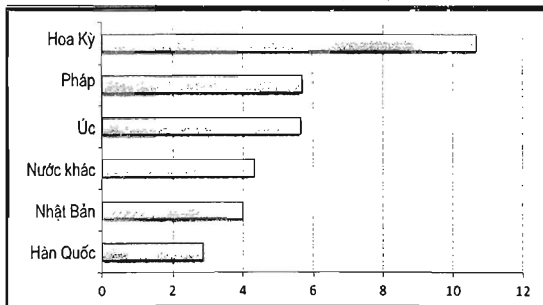
Nguồn: Sở Công thương và Cục Thống kê Bắc Giang qua các năm.

Xuất khẩu trái vải sang thị trường khác ngoài Trung Quốc (EU, Nhật, Hoa Kỳ, Úc, ASEAN...) dù có tốc độ tăng trưởng ngoạn mục (tăng bình quân 40%/năm trong 5 năm vừa qua), nhưng vẫn chiếm tỷ lệ khá nhỏ trong tổng khối lượng xuất khẩu. Năm 2014, tỷ trọng xuất khẩu thị trường ngoài Trung Quốc chiếm 2,6% tổng khối lượng xuất khẩu, năm 2016 tăng lên 5,6% và năm 2018 là 7,8%. Dù chiếm tỷ lệ nhỏ nhưng giá xuất khẩu sang thị trường khác cao hơn nhiều so với giá xuất khẩu chính ngạch sang Trung Quốc. Ví dụ như giá xuất khẩu đi Hoa Kỳ cao hơn khoảng trên 10 lần, đi Pháp cao hơn 5,7 lần, đi Úc cao hơn 5,6 lần... Tuy nhiên, để xuất khẩu trái vải tươi đến được các thị trường phát triển như Hoa Kỳ, EU, Úc, Nhật, các nhà xuất khẩu tại Việt Nam phải tuân thủ và đảm bảo các

tiêu chuẩn rất nghiêm ngặt về hóa chất, nấm bệnh, kích cỡ, màu sắc... của trái vải.

Theo các doanh nghiệp, dù nhu cầu của khách hàng và giá xuất khẩu tới thị trường các nước phát triển khá cao nhưng vẫn ít doanh nghiệp tham gia bởi rủi ro cũng rất lớn. Các nhà xuất khẩu phải cam kết với các nhà nhập khẩu tất cả hàng hóa phải đảm bảo an toàn và tiêu chuẩn kỹ thuật tới người tiêu dùng. Nếu có bất cứ phản hồi và kiểm tra ngẫu nhiên mà chất lượng trái vải không đạt tiêu chuẩn thì đều bị trả lại cả lô hàng. Chủ doanh nghiệp xuất khẩu sẽ phải chịu toàn bộ chi phí từ lưu kho, vận chuyển, chi phí kiểm tra mẫu, chi phí gửi trả hàng... Do đó, các nhà xuất khẩu phải kiểm duyệt và lựa chọn đầu vào rất chặt chẽ nhằm đáp ứng tiêu chuẩn của các thị trường này.

HÌNH 4: So sánh giá xuất khẩu trái vải tươi chính ngạch đến một số thị trường với Trung Quốc năm 2017 (số lần)



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan (2018).

So sánh giá bán lẻ trái vải tươi giữa thị trường nội địa và thị trường quốc tế có khoảng cách rất lớn về giá trị. Dù xuất khẩu lớn nhưng tiêu thụ nội địa hiện tại vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất (chiếm khoảng từ 55-60% trong những năm gần đây). Nếu gia tăng sự tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào thị trường quốc tế, giá trị gia tăng từ trái vải

của Bắc Giang sẽ cao hơn rất nhiều so với hiện tại.

Ở khía cạnh khác, dù giá xuất khẩu tới các thị trường khác cao hơn rất nhiều so với giá trái vải của Việt Nam sang Trung Quốc, nhưng so sánh giá bán lẻ tại Trung Quốc với các nước phát triển khác lại không quá chênh lệch. Trong khi đó, các kênh cung ứng trái

vải của Bắc Giang sang Trung Quốc đều qua các thương lái của họ và gần như không có thông tin về các nhà nhập khẩu, các hệ thống bán lẻ của họ. Năng lực kết nối và ký kết các hợp đồng tiêu thụ trực tiếp với các nhà phân phối, các hệ thống bán lẻ của Trung Quốc để xuất khẩu chính ngạch là rất ít. Hiện tại và tương lai, thị trường Trung Quốc sẽ vẫn tiếp

tục là thị trường rất quan trọng đối với người nông dân trồng vải tỉnh Bắc Giang. Vì vậy, các cơ quan quản lý địa phương, Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Bộ Công thương phân phối hợp nhằm tìm kiếm cơ hội hợp tác thông qua các hợp đồng chính thức với các nhà nhập khẩu, các hệ thống bán lẻ của Trung Quốc.

BẢNG 1: Giá bán lẻ trái vải tại một số thị trường trên thế giới

Thị trường	Nhà phân phối	Giá bán lẻ
Úc	Harris Farm Market	20 AUD/kg (tương đương khoảng 350.000đ/kg)
Anh	My Super Market	Hộp 12 quả (200g): 1,69 bảng; 8,45 bảng Anh/kg (tương đương khoảng 300.000 đ/kg)
Đức	Fresh Plaza	6,9-9,9 EUR/kg (tương đương khoảng 200.000-270.000 đ/kg)
Hòa Kỳ	Local Harvest	Hộp 5 pound: 79 USD/hộp (1 pound=gần 0,5 kg); 31,6 USD/kg (tương đương khoảng 660.000 đ/kg)
Trung Quốc	Cửa hàng bán lẻ	10-15 USD/kg (tương đương khoảng 200.000 -300.000đ/kg)
Nhật Bản	Các siêu thị bán lẻ	16 USD/set 5-6 quả (khoảng 100 gram) (tương đương khoảng 3.200.000 đ/kg)
Nhà bán lẻ online	Amazon.com	30,99 USD/2 pound (32USD/kg) (tương đương khoảng 672.000 đ/kg)
	BuyExoticFruits.com	29,99 USD/kg (chiết khấu 10% cho người có coupon) (tương đương khoảng 620.000 đ/kg)
Việt Nam	Hệ thống bán lẻ Big C	<i>Năm 2016:</i> Hà Nội - 27.900 đ/kg Đà Nẵng - 36.900 đ/kg TP. Hồ Chí Minh - 38.900 đ/kg

Nguồn: Thương vụ Việt Nam tại Úc (2015) và tổng hợp của tác giả giá bán ở Việt Nam 2016.

2.2. Đánh giá yêu cầu của thị trường và năng lực đáp ứng

Số với thị trường nội địa, để thâm nhập vào thị trường quốc tế, đặc biệt là các nước phát triển, trái vải của Việt Nam cần phải thay đổi khá nhiều. Ngay cả thị trường Trung Quốc đã có sự thay đổi khá nhanh trong vài năm gần đây. Năm 2019, trái vải xuất khẩu sang Trung Quốc yêu cầu phải được cấp mã vùng sản xuất và các cơ sở đóng gói phải được cấp phép dán nhãn. Với tốc độ tăng trưởng thu nhập rất nhanh của người dân Trung Quốc hiện nay, nhu cầu tiêu dùng sạch gia tăng và những tiêu chuẩn khắt khe về an toàn chắc chắn họ sẽ áp dụng tương tự các nước phát triển khác.

Dù được trồng theo quy trình VietGAP khá nhiều, tuy nhiên, số diện tích trồng vải đạt tiêu chuẩn xuất đi các nước phát triển như EU, Nhật, Úc... vẫn không nhiều. Hầu hết vải trồng ra chưa đảm bảo đầy đủ các tiêu chuẩn về hóa chất, nấm bệnh. Do các hộ trồng quy mô nhỏ, diện tích trồng thường sát nhau, nhưng quy trình sản xuất giữa các hộ không tương đồng, nên chất lượng trái vải thường khó kiểm soát. Các doanh nghiệp rất sợ rủi ro hàng trả lại do không đạt tiêu chuẩn, bởi vì khi lấy mẫu xét nghiệm, họ cũng không hoàn toàn chắc chắn cả lô hàng đều đủ tiêu chuẩn. Do đó, dù có nhiều đơn hàng nhưng họ cũng không dám mở rộng về quy mô.

BẢNG 2: Yêu cầu của thị trường và năng lực đáp ứng hiện tại của trái vải tỉnh Bắc Giang

Mức độ yêu cầu và năng lực giải đáp	Mã vùng trồng/nguồn gốc xuất xứ	Tiêu chuẩn về VSATTP (hóa chất, vi khuẩn, nấm bệnh)	Kích cỡ/màu sắc
<i>Yêu cầu từ các nước phát triển (Hoa Kỳ, Nhật, EU, Úc...)</i>	Cao	Cao	Cao
Năng lực đáp ứng	Tốt	Yếu	Yếu
<i>Yêu cầu từ các nước đang phát triển (Trung Quốc)</i>	Trung bình	Thấp	Trung bình
Năng lực đáp ứng	Tốt	Tốt	Tốt
<i>Yêu cầu từ thị trường nội địa</i>	Thấp	Thấp	Không
Năng lực đáp ứng	Tốt	Tốt	Tốt

Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài (2019).

3. Những tín hiệu tích cực trong sản xuất tiêu thụ

Trong vài năm gần đây, dù diện tích trồng giảm nhưng trái vải của Bắc Giang đang có những thay đổi theo hướng bền vững từ khâu sản xuất tới khâu tiêu thụ. Dù chưa tạo ra bước ngoặt lớn nhưng sự chuyển biến này là tiền đề quan trọng để người nông dân, doanh nghiệp và các cơ quan quản lý địa phương dần hoàn thiện hơn. Các điểm tích cực cụ thể:

Diện tích trồng vải được cấp chứng chỉ thực hành nông nghiệp tốt (VietGAP, GlobalGAP) ngày càng gia tăng. Trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng đối với các sản phẩm nông nghiệp sản xuất theo hướng xanh, sạch ngày càng tăng, việc các hộ nông dân chuyển đổi cách thức sản xuất từ truyền thống sang sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP là tín hiệu khá tích cực.

Nếu như năm 2014, diện tích trồng vải sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP chỉ là 26,6% và GlobalGAP 0,003% thì đến năm 2018, tỷ lệ diện tích trồng theo tiêu chuẩn VietGAP và GlobalGAP đã tăng lên tương ứng là 48% và 2,6%. Bên cạnh các quy định và khuyến cáo sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, thuốc diệt cỏ, sản xuất theo tiêu chuẩn thực hành nông nghiệp tốt giúp các hộ gia đình sử dụng thuốc trừ sâu ít hơn và gần như không sử dụng thuốc diệt cỏ trong quá trình chăm sóc cây vải.

Giá bán và lợi nhuận sản xuất là động lực quan trọng giúp các hộ trồng tham gia sản xuất theo các tiêu chuẩn này. Bên cạnh giá bán cao hơn, tỷ suất lợi nhuận/giá bán đối với diện tích trồng theo các loại chứng chỉ này cũng cao hơn hẳn so với những diện tích không trồng theo chứng chỉ (Kết quả khảo sát hộ trồng vải tại Bắc Giang, 2019). Sử dụng phương pháp tính tỷ lệ chi phí tài nguyên (RCR) và Ma trận phân tích chính sách (PAM) đối với các hộ trồng vải ở Bắc Giang, nghiên cứu của Thanh Loan và cộng sự (2015) cũng cho thấy, những hộ trồng vải tuân thủ quy trình sản xuất VietGAP tốt sẽ giúp trái vải có lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh cao hơn những hộ không tuân thủ quy trình này.

Xây dựng và bảo vệ thương hiệu sản phẩm. Hiện tại, trái vải đã được cấp văn bằng bảo hộ tại các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam. Cụ thể, vải thiếu Lục Ngạn đã được cấp văn bằng bảo hộ tại 8 quốc gia gồm: Lào, Campuchia, Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, Xingapo, Ôxtrâyli và Hoa Kỳ. Một phần diện tích/sản lượng vải được dán tem nhãn thương hiệu, có QR code truy cứu thông tin và tem truy xuất nguồn gốc (xuất khẩu đi Hoa Kỳ) và gần 60% diện tích trồng vải của Bắc Giang đã được cấp mã vùng trồng xuất khẩu đi thị trường Trung Quốc. Thương hiệu sản phẩm và nguồn gốc xuất xứ là dấu hiệu quan trọng nhất giúp người tiêu dùng quảng bá

sản phẩm và phát triển thị trường mạnh hơn đối với trái vải của Việt Nam.

Đa dạng sản phẩm và thị trường xuất khẩu. Về sản phẩm sau thu hoạch, trước đây, trái vải chỉ được bán trái vải tươi và vài sấy khô thì hiện tại có khoảng 10 sản phẩm được chế biến từ quả vải như vải cùi đông lạnh, vải hộp ngâm đường, nước vải cô đặc, nước ép hương vải, mứt vải... Việc đa dạng hóa sản phẩm giúp tính sử dụng tối ưu các loại vải có chất lượng khác nhau. Quan trọng hơn, chế biến cũng giúp kéo dài thời gian tiêu thụ và đáp ứng nhu cầu của nhiều loại khách hàng, nhiều thị trường khác nhau. Về thị trường xuất khẩu. Nhờ các hiệp định thương mại và ký kết thỏa thuận với nhiều quốc gia khác nhau, trái vải của Việt Nam từ chỗ chỉ tiêu thụ tại thị trường nội địa và thị trường Trung Quốc, đến năm 2018, trái vải của Việt Nam đã có mặt ở gần 30 quốc gia trên thế giới (UBND tỉnh Bắc Giang, 2018). Trong đó, trái vải đã tham gia được các thị trường có các điều kiện tiêu chuẩn khắt khe hàng đầu thế giới như Nhật, EU, Hoa Kỳ. Dù thị phần chưa lớn nhưng đây cũng là dấu hiệu tích cực ban đầu để các doanh nghiệp, hộ nông dân của Bắc Giang có chiến lược rõ ràng và cụ thể hơn trong giai đoạn tới để tham gia những thị trường này.

4. Các điểm hạn chế tham gia thị trường quốc tế

4.1. Rào cản khâu sản xuất

Quy mô và tổ chức sản xuất. Do quy mô diện tích của các hộ trồng vải tại Bắc Giang khá nhỏ (bình quân chỉ từ 0,5 đến 0,6 ha/hộ) nên việc ứng dụng các phương tiện tiên tiến và khoa học công nghệ tương đối khó khăn. Sau khoảng 30 năm sản xuất, các hộ nông dân về cơ bản chủ yếu tích lũy được kinh nghiệm chăm sóc và ứng dụng một số công cụ cơ giới hóa chỉ ở cấp quy mô hộ gia đình; sản xuất chưa tận dụng được lợi thế theo quy mô.

Dù quy mô sản xuất nhỏ nhưng liên kết sản xuất giữa các hộ cũng rất hạn chế. Kết

quả điều tra hộ gia đình trồng vải tại Lục Ngạn và Lộc Nam (hai huyện có diện tích trồng vải lớn nhất tỉnh) cho thấy có gần 90% hộ nông dân không có liên kết sản xuất nào (cả liên kết với các hộ khác cũng như với doanh nghiệp chế biến tiêu thụ). Thiếu liên kết sẽ rất khó giúp các hộ áp dụng các tiêu chuẩn sản xuất sạch cũng như áp dụng khoa học công nghệ sản xuất tiên tiến.

Vấn đề an toàn và đáp ứng tiêu chuẩn của các thị trường. Dù tỉnh Bắc Giang đang rất cố gắng gia tăng diện tích trồng vải theo các tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap. Tuy nhiên, không có nhiều hộ đáp ứng được các yêu cầu về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật (Đại sứ quán Việt Nam tại Úc, 2017). Trong khi đó, muốn xuất khẩu vào những thị trường phát triển thì tiêu chuẩn dư lượng thuốc bảo vệ thực vật là tiêu chuẩn quan trọng hàng đầu buộc phải đáp ứng.

4.2. Rào cản khâu thu hoạch/chế biến

Thiếu các doanh nghiệp chế biến/xuất khẩu có năng lực tham gia vào chuỗi sản phẩm. Hiện tại, đã có một số doanh nghiệp tham gia chế biến xuất khẩu trái vải (như Công ty cổ phần xuất nhập khẩu Toàn Cầu, Công ty cổ phần xuất nhập khẩu VIFOCO, Công ty Hùng Thảo, Phong Tiệm Sơn, Đồng Giao...). Tuy nhiên, sản lượng thu gom, chế biến và tiêu thụ từ các doanh nghiệp vẫn chiếm tỷ lệ khá nhỏ. Để vươn ra thị trường quốc tế, chỉ những doanh nghiệp họ mới đủ năng lực xây dựng thương hiệu và tham gia thị trường quốc tế (đặc biệt là các thị trường phát triển) bởi họ có khả năng tổ chức sản xuất (chiếu xạ, bảo quản, sơ chế, tìm kiếm hợp đồng...). Tuy nhiên, các doanh nghiệp cho rằng họ đang gặp khá nhiều khó khăn trong việc đưa trái vải đi các nước phát triển như quy chuẩn sản xuất trái vải đầu vào, hạ tầng dịch vụ hỗ trợ, công nghệ xử lý sau thu hoạch, vốn đầu tư kho lạnh (Kết quả khảo sát của Đề tài, 2019). Trước đó, Do Thị My Hanh và cộng sự (2017) cho rằng vẫn có nhiều vấn đề tồn tại trong việc phối hợp, điều phối giữa các bên liên quan trong

chuỗi như thiếu các doanh nghiệp kinh doanh nông nghiệp tham gia tiếp thị sản phẩm, quy mô sản xuất nhỏ lẻ, các hợp tác xã hoạt động thiếu hiệu quả.

Các dịch vụ hỗ trợ sau thu hoạch còn yếu

Đối với các sản phẩm trái cây, kho lạnh tập trung là dịch vụ quan trọng giúp khâu bảo quản và giảm chi phí cho các doanh nghiệp chế biến. Bên cạnh đó, kho lạnh giúp kéo dài thời gian và giảm lượng cung trái vải quá lớn cùng một thời điểm. Theo Carrier Transicold, India & South Asia chuyên hoạt động trong lĩnh vực logistics cho cho thấy, chuỗi cung ứng lạnh giúp bảo tồn giá trị cho hàng trái cây ở Ấn Độ và giúp nông sản “được mùa” mà không “mất giá”, giảm tổn thất sau thu hoạch còn dưới 10% (Vietnam Logistic Review, 2017). Trong khi đó, do dịch vụ sau thu hoạch kém, tỷ lệ trái vải hỏng của nông dân tỉnh Bắc Giang vẫn khá cao (15%) và hiện tại trên địa bàn tỉnh chưa có dịch vụ logistics về lĩnh vực này. Bên cạnh sản lượng vải hàng trăm nghìn tấn, Bắc Giang và những tỉnh lân cận còn nhiều diện tích cây ăn quả khác (cam, táo, nhãn...) và rau củ khác. Do đó, nhu cầu về dịch vụ logistics (từ kho lạnh tới vận tải lạnh) là yếu tố quan trọng giúp cải thiện chất lượng sản phẩm và giá trị gia tăng.

Về dịch vụ chiếu xạ và xét nghiệm các chất theo yêu cầu của các nhà nhập khẩu (các nước phát triển), các doanh nghiệp chế biến tại Bắc Giang cho rằng họ vẫn mất khá nhiều thời gian và chi phí để thực hiện các thủ tục này. Nhiều đơn hàng các doanh nghiệp buộc phải chuyển mẫu xét nghiệm vào Thành phố Hồ Chí Minh theo (do khách hàng họ chỉ định và không chấp nhận trung tâm xét nghiệm tại Hà Nội).

Công nghệ chế biến, xử lý sau thu hoạch hạn chế. Hiện tại, các doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ nông dân trồng vải đang gặp khó khăn về công nghệ xử lý vào bảo quản sau thu hoạch. Vì vậy, vải thu hoạch đều phải bán trong ngày (thu hoạch từ sáng sớm và bán cho thương lái vào đầu buổi sáng). Do

thiếu nguồn kinh phí, tỉnh mới chỉ hỗ trợ kinh phí và phương pháp làm lò sấy (nhưng chưa thực sự thành công), việc hỗ trợ công nghệ xử lý bảo quản sau thu hoạch mới chỉ là ý tưởng nghiên cứu và hỗ trợ tìm kiếm công nghệ bảo quản.

Thiếu khu, cụm tập trung chuyên cho các doanh nghiệp, cơ sở thu gom, chế biến sản xuất rau, củ, quả. Hiện tại, có khá nhiều cơ sở thu gom, sản xuất nước đá, hộp xốp nằm rải rác ở nhiều địa bàn khác nhau cũng như mua bán tập trung tại tuyến đường giao thông chính gây khó khăn cho cả người nông dân và doanh nghiệp. Bên cạnh đó, việc quy hoạch đầu tư xây dựng hạ tầng cũng khá khó khăn và không tạo ra được các mối liên kết, hợp tác nhằm tạo ra lợi thế theo quy mô.

4.3. Rào cản khâu tiêu thụ

Xây dựng thương hiệu. Dù là quốc gia sản xuất trái vải đứng thứ ba thế giới nhưng thương hiệu sản phẩm trái vải của Việt Nam rất ít được biết đến trên thế giới. Do trái vải của Việt Nam xuất khẩu đi các nước chủ yếu dưới dạng vải tươi nguyên liệu và các nhà phân phối, bán lẻ sẽ xử lý, đóng gói theo nhãn mác của họ. Ngay thị trường Trung Quốc, trái vải của Bắc Giang xuất khẩu đều chỉ được đóng hộp vận chuyển qua biên giới, phần xử lý, đóng gói và phân phối đi tiêu thụ phía Việt Nam đều không tham gia, thậm chí ít có thông tin về sản phẩm của mình đi tiếp đến tỉnh, thành phố nào của Trung Quốc hay họ tiếp tục xuất khẩu sang nước thứ 3 nào khác.

Xúc tiến, giới thiệu sản phẩm. Hàng năm, Sở Công thương tỉnh Bắc Giang đều hỗ trợ tổ chức xúc tiến thương mại tại Trung Quốc (Quảng Tây, Côn Minh, tỉnh Vân Nam và TP. Nam Ninh) và ở một số địa phương trong nước (TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng). Tuy nhiên, do nguồn kinh phí hạn hẹp, tỉnh chưa tổ chức xúc tiến tại một số thị trường tiềm năng khác như Pháp, Nhật... (Kết quả khảo sát của Đề tài, 2019). Hàng năm, Pháp nhập khẩu hàng chục

nghìn tấn vải từ Madagasca, trong khi mùa vụ của họ thường trái với Việt Nam (của Việt Nam vào tháng 6 tháng 7 nhưng của họ mùa thu hoạch vào tháng 12 và tháng 1).

5. Kết luận

Những năm gần đây, dù đã có nhiều thay đổi tích cực trong sản xuất và phát triển thị trường tiêu thụ, nhưng trái vải của tỉnh Bắc Giang vẫn đang tồn tại nhiều điểm hạn chế làm cản trở tham gia thị trường quốc tế. Việc đa dạng thị trường xuất khẩu, đặc biệt là tham gia thị trường các nước phát triển không những giúp giảm rủi ro trong quá trình tiêu thụ, mà quan trọng hơn, xuất khẩu đi nhóm thị trường này có giá bán cao hơn hẳn so với thị trường nội địa. Để gia nhập những thị trường này, trái vải của Việt Nam cần thỏa mãn các điều kiện và yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật rất khắt khe. Xuất khẩu đi thị trường Trung Quốc gần đây cũng bắt đầu gia tăng các điều kiện và yêu cầu đối với trái cây nhập khẩu.

So với những yêu cầu tiêu chuẩn và điều kiện của các thị trường quốc tế, đặc biệt là thị trường các nước phát triển, trái vải của Bắc Giang vẫn đang mắc phải những điểm hạn chế chính: (i) quy trình sản xuất theo các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, sản xuất sạch tiêu chuẩn cao chiếm tỷ lệ rất nhỏ, hầu hết chưa đạt dù tỷ lệ diện tích sản xuất theo quy trình VietGAP, GlobalGAP gia tăng khá nhanh; (ii) thiếu các doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia khâu chế biến, xuất khẩu; (iii) thiếu các dịch vụ hỗ trợ sau thu hoạch và hạ tầng phụ trợ cho trái cây, rau quả; (iv) chưa xây dựng, quản bá thương hiệu, quy cách sản phẩm trái của Bắc Giang trên thị trường quốc tế./

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ajitabh A., Momaya K. (2004). Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks and Models. Singapore Management Review 26(1), 45-61.

2. Cục Thống kê tỉnh Bắc Giang (2018), *Niên giám thống kê 2017*, Nxb Thống kê

3. Cục Thống kê tỉnh Bắc Giang (2016), *Niên giám thống kê 2015*, Nxb Thống kê

4. Do Thi My Hanh và cộng sự (2017), Problems in Marketing Channels of Lychee: Case study in Luc Ngan District, Northern Vietnam. *Green Journal of Agricultural Sciences*, Vol 7(2), pp.039-046.

5. Đại sứ quán Việt Nam tại Úc (2017), *Nghiên cứu đánh giá việc tổ chức thực hiện đưa trái vải và xoài vào thị trường Úc - các bài học kinh nghiệm và đề xuất việc mở cửa các mặt hàng hoa quả tươi tiếp theo*, Báo cáo nghiên cứu.

6. Le Thi Thanh Loan, Isabelita M. Pabuayan, Salvador P. Catelo & Zenaida M. Sumalde (2015), Determinant Competitiveness of Lychee Industry in Vietnam, *Global Journal of Science Frontier Research*. Online ISSN: 2249-4626 & Print ISSN: 0975-5896

7. Nguyen Thi Lan Phuong (2010), *Fresh Thiuc lychee quality improvement for the upper segment of the markets base on chain analysis approaches*. Degree of Master of Agricultural Production Chain Management, Larenstein University of Professional Education.

8. Kết quả khảo sát của Đề tài (2019), Khảo sát các cơ quan quản lý, doanh nghiệp, hộ gia đình tại Bắc Giang.

9. Krugman P. (1990). *The Age of Diminished Expectations*, The MIT Press, Cambridge.

10. Krugman P. (1994). *Competitiveness: A Dangerous Obsession*. Foreign Affairs 73(2), 28-44.

11. Krugman P. (1996). Making Sense of the Competitiveness Debate, *Oxford Review of Economic Policy* 12(3), 17-25.

12. Tomasz Siudek, Aldona Zawojcka (2014), Competitiveness in the economic concepts, theory and empirical research. *Oeconomia* 13 (1) 2014, 91-108.

13. Vietnam Logistic Review (2017), *Kho lạnh khu vực đồng bằng sông Cửu Long: cơ hội đang ở phía trước*. Trang [http://vlr.vn/logistics/news-3287.vlr], truy cập ngày 10/7/2019.

14. Ủy ban Nhân dân tỉnh Bắc Giang (2018), Tổng kết công tác sản xuất và tiêu thụ vải thiều năm 2018, phương hướng và nhiệm vụ chủ yếu năm 2019.

Ngày nhận bài: 12-04-2019
Ngày duyệt đăng: 16-05-2019