

NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG HÀNG RAU QUẢ Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thị Thanh Huyền

Trường Đại học Lâm nghiệp

TÓM TẮT

Cạnh tranh gay gắt khi chính thức tham gia TPP buộc Việt Nam phải có những thay đổi tích cực để sản phẩm nông nghiệp Việt Nam nói chung và ngành rau quả nói riêng có được chỗ đứng. Những cải cách này phải bắt nguồn từ khâu cung ứng (cải cách phương thức sản xuất, công nghệ, bảo quản, tăng chất lượng) đến khâu xuất khẩu (phương thức tiếp thị, đảm bảo chất lượng sản phẩm, tăng cường sản phẩm mới, tăng cường thương hiệu...) nhằm phát triển thị trường một cách bền vững và gia tăng giá trị cho các sản phẩm giúp ngành rau quả Việt Nam thoát khỏi hình ảnh “nông nghiệp giá rẻ”. Mặc dù Việt Nam có nhiều tiềm năng phát triển dồi dào và sự nỗ lực không ngừng của ngành rau quả, nhưng việc nâng cao giá trị gia tăng cho các sản phẩm rau quả Việt Nam hiện còn gặp rất nhiều khó khăn. Việc xây dựng và định hướng giải pháp nhằm nâng cao giá trị cho các sản phẩm này sẽ là bước đi quan trọng góp phần đẩy nhanh hoạt động và trình độ tham gia sâu vào các thị trường quan trọng như FTA, TPP...

Từ khóa: Giá trị gia tăng, nông nghiệp, rau quả, TPP, xuất khẩu.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hơn 10 năm trở lại đây, ngành rau quả Việt Nam đã phát triển mạnh theo hướng sản xuất hàng hoá, nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả. Những kết quả đáng ghi nhận trong sản xuất, tiêu thụ, sự phát triển của hệ thống chế biến có công nghệ và thiết bị tương đối hiện đại, sự gắn kết giữa cơ sở sản xuất với vùng nguyên liệu... tất cả những điều đó kiến tạo cho ngành rau quả những cơ hội phát triển mới.

Tuy nhiên, sản phẩm rau quả nước ta chưa tạo dựng được vị trí vững chắc ở cả thị trường trong nước và trên thế giới, giá trị gia tăng của các hàng hoá chưa cao, thể hiện ở những mặt sau:

- Sản xuất thiếu bền vững, luôn tiềm ẩn nguy cơ không đảm bảo an toàn thực phẩm;
- Cơ cấu sản phẩm chế biến chưa hợp lý, xuất khẩu chủ yếu ở dạng sơ chế nên giá trị gia tăng thấp. Sản phẩm có chất lượng chưa cao, thiếu tính cạnh tranh, giá thường thấp hơn sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực từ 5-10%;
- Thị trường tiêu thụ hàng hoá chưa được khai thác tốt, thiếu định hướng lâu dài, nhất là thị trường nội địa; chưa tạo dựng được thương hiệu uy tín trên thị trường, ngay cả với những

sản phẩm có thể mạnh.

Xuất phát từ những thực đó, bài viết tập trung nghiên cứu thực trạng, tiềm năng và giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm rau quả nhằm hướng đến một nền sản xuất bền vững và hiệu quả cao.

II. NỘI DUNG, PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Nội dung nghiên cứu

Ngoài phần đặt vấn đề và kết luận, bài viết bao gồm các nội dung sau:

- Tình hình thực hiện giá trị cho các sản phẩm rau quả tại Việt Nam (bao gồm thực trạng; các kết quả trong sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm).
- Đánh giá tiềm năng nâng cao giá trị cho sản phẩm rau quả ở Việt Nam.
- Một số giải pháp nhằm nâng cao giá trị cho các sản phẩm rau quả Tại Việt Nam.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết có sử dụng phương pháp kế thừa và phương pháp chuyên gia nhằm thu thập các số liệu, tài liệu, các báo cáo và các công trình nghiên cứu có liên quan đến việc nâng cao giá trị gia tăng cho các sản phẩm ngành hàng rau quả Việt Nam trong bối cảnh hội nhập sâu rộng kinh tế quốc tế.

III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU, THẢO LUẬN

3.1. Tình hình sản xuất và thực hiện giá trị cho các sản phẩm rau quả Việt Nam

Về sản xuất: Với điều kiện khí hậu, tự nhiên đa dạng, rau quả Việt Nam rất phong

phú về chủng loại và được trồng ở tất cả các địa phương trong cả nước nhưng diện tích, sản lượng tập trung chủ yếu ở các tỉnh Đồng bằng Sông Hồng, Đông Nam Bộ và các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long.

Bảng 1. Sơ lược hiện trạng sản xuất rau quả Việt Nam đến hết tháng 12/2014

STT	Nội dung	Diện tích		Sản lượng	
		Số lượng (ha)	Tỷ trọng (%)	Số lượng (ngàn tấn)	Tỷ trọng (%)
1	Rau	845.000	54,7	14.500	67,4
	Rau an toàn theo tiêu chuẩn GAP	69.459	8,22	1.327	9,2
2	Cây ăn quả	700.000	45,3	7.000	32,6
	Cây ăn quả theo tiêu chuẩn GAP	10.310	1,47	138,8	1,98
Tổng số		1.545.000		21.500	

(Nguồn: Tổng cục thống kê)

Diện tích và sản lượng sản xuất rau quả của Việt Nam không ngừng tăng trong thời gian vừa qua. Tính đến hết tháng 12/2014, diện tích và sản lượng rau an toàn theo GAP chỉ chiếm 8,22% và 9,2% so với tổng diện tích và sản lượng rau nói chung. Về cây ăn quả theo tiêu chuẩn GAP còn khó khăn hơn rất nhiều với 1,47% về diện tích và 1,98% về sản lượng. Những con số này phần nào đã thể hiện sự hạn chế và khó khăn của ngành.

Sản xuất rau quả đa số là nhỏ lẻ, phân tán, chất lượng không đồng đều, giá thành cao, chất lượng thấp, chưa tạo được sản phẩm hàng hoá lớn, khả năng cạnh tranh thấp so với các nước trong khu vực. Công tác kiểm soát, phòng trừ sâu hại theo các tiêu chuẩn Global Gap, VietGap chưa được áp dụng rộng rãi. Diện tích các vùng sản xuất rau an toàn tập trung được quy hoạch còn rất hạn chế, cả nước đạt khoảng 8 đến 8,5% tổng diện tích trồng rau.

Về bảo quản chế biến

Rau quả xuất khẩu của Việt Nam hiện có tới 90% là rau quả tươi. Cả nước mới có trên 100 cơ sở chế biến rau quả quy mô công nghiệp với tổng công suất 300.000 tấn sản phẩm/năm. Ngoài ra còn có hàng ngàn cơ sở chế biến quy mô nhỏ như sấy vải, nhãn, muối dưa chuột,...

nhưng nhìn chung phương tiện, thiết bị chế biến còn khá thô sơ, quy mô khá nhỏ không đáp ứng được nhu cầu của thị trường cả trong nước và thế giới. Cụ thể:

- Về thu hái, lựa chọn, bảo quản rau quả vẫn tiến hành thủ công là chính, tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch lên tới 30%; Công nghệ bảo quản và phương tiện vận chuyển còn thiếu và lạc hậu, chất lượng thấp, giá thành cao. Việc sử dụng các hóa chất bảo quản chưa được kiểm soát chặt chẽ, gây ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng.

- Về nguyên liệu cho chế biến: hầu hết các cơ sở chế biến rau quả không đủ nguyên liệu sản xuất, công suất thực tế trung bình chỉ đạt khoảng 30%.

- Các sản phẩm rau quả chế biến chủ yếu gồm các loại: đồ hộp, lạnh đông, pure, cô đặc, nước quả, chiên sấy, muối,... Trong đó tỷ trọng các sản phẩm đồ hộp chiếm 50%, sau đó là sản phẩm cô đặc và đông lạnh.

Về tiêu thụ

Rau quả Việt Nam chủ yếu được tiêu thụ trong nước ở dạng tươi (khoảng 90%) còn lại để chế biến và xuất khẩu. Sản phẩm rau quả Việt Nam đã có mặt trên 70 nước và lãnh thổ. 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%). Đặc biệt 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.

Tình hình thực hiện giá trị xuất khẩu rau quả Việt Nam được thể hiện qua bảng dưới đây:

Bảng 2. Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam từ năm 2010 đến tháng 6/2015

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	6th đầu 2015
Kim ngạch XK (tr USD)	460	623	829	1040	1470	881
Tốc độ tăng trưởng (%)	4,8	35,4	33,0	32,6	36,2	22,8

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Kim ngạch xuất khẩu rau quả của nước ta liên tục tăng qua các năm giai đoạn 2010-2015; Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau quả đạt 1,47 tỷ USD, tăng 36,2% so với năm 2013. Đặc biệt tính riêng 6 tháng đầu năm 2015, kim ngạch xuất khẩu đã đạt 0,881 tỷ USD, tăng 22,8% so với cùng kì năm 2014, mục tiêu năm 2015 ngành rau quả phấn đấu xuất khẩu đạt 2 tỷ USD là hoàn toàn khả thi.

Rau quả Việt Nam đã có mặt tại hơn 70 quốc gia và vùng lãnh thổ. Ngoài những thị trường truyền thống như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc..., rau quả Việt Nam còn có mặt ở nhiều thị trường mới như Hồng Kông, UAE, Hà Lan... Rau quả xuất khẩu năm 2014 đạt mức tăng trưởng dương về kim ngạch ở hầu hết các thị trường; trong đó nổi bật nhất là

xuất sang Hồng Kông tăng mạnh tới 175,87%, đạt triệu 16,75 triệu USD; xuất sang Hàn Quốc tăng 102,2%, đạt 57,04 triệu USD. Bên cạnh đó là một số thị trường cũng tăng mạnh như: U.A.E tăng 88,6%, Trung Quốc tăng 43,99%, Hà Lan tăng 54,08%.

Năm 2014 rau quả Việt Nam đã xuất khẩu sang hàng loạt các thị trường khó tính. Chẳng hạn New Zealand là một trong những thị trường rất khó tính về điều kiện kiểm dịch thực phẩm đã cho phép nhập khẩu Thanh long của Việt Nam và đang xem xét mở cửa cho Xoài Việt Nam. Nhiều thị trường quốc tế khác cũng đồng ý nhập khẩu trái cây tươi từ Việt Nam. Hàn Quốc tiếp tục đồng ý nhập khẩu Vú sữa, Trung Quốc nhập khẩu Mãng cụt, Mận, Australia nhập khẩu Xoài, Thanh long.

Bảng 3. Kết quả xuất khẩu rau quả theo thị trường 6 tháng đầu năm 2015

DVT: USD

Thị trường xuất khẩu	T6/2015	So T6/2015 với		So 6T/2015 với cùng kỳ 2014
		T5/2015	6T/2015	
		(% +/- KN)		(% +/- KN)
Tổng kim ngạch	188.378.188	72,2	880.932.238	22,8
Trung Quốc	47.616.053	34,5	252.581.947	7,5
Nhật	7.535.601	1,9	36.889.889	5,2
Hàn Quốc	7.114.024	2,9	35.430.452	28,2
Hoa Kỳ	4.515.025	-10,0	27.249.594	-0,6
Malaysia	3.160.683	-7,2	18.918.633	21,3
Hà Lan	4.547.773	33,7	18.874.826	-0,2
Thái Lan	1.972.945	5,8	17.289.193	1,1

Thị trường xuất khẩu	T6/2015	So T6/2015 với		So 6T/2015 với cùng kỳ 2014 (% +/- KN)
		T5/2015	6T/2015	
		(% +/- KN)		
Đài Loan	3.801.873	27,3	16.521.423	14,6
Nga	2.512.115	-13,6	13.322.394	-36,4
Singapore	1.933.794	-19,2	12.599.056	-5,8
Hong Kong	2.000.093	-2,6	11.725.675	120,5
Canada	1.454.778	-3,2	8.759.845	1,6
Australia	1.792.249	53,2	8.493.384	-1,5
Đức	1.572.507	29,0	7.274.553	50,1
UAE	2.040.423	70,3	6.212.446	0,9
Indonesia	1.513.356	-9,4	5.102.275	-46,8
Pháp	805.612	1,1	4.781.137	-1,9
Lào	492.968	7,4	3.588.191	-20,2
Anh	496.882	-13,8	3.190.959	31,3
Cô Oét	263.238	-16,2	2.429.184	45,8
Italy	342.202	-37,8	1.402.826	-36,8
Campuchia	55.829	-53,9	1.018.094	-23,3
Ucraina	232.365	*	436.773	-50,9

(Nguồn: Tổng cục hải quan)

Trong 6 tháng đầu năm 2015, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu lớn nhất hàng rau quả của Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này đạt 252,58 triệu USD, tăng 7,5% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 28,7% tổng kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng này. Thị trường Nhật Bản đứng thứ hai về kim ngạch xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2015, đạt 36,88 triệu USD, chiếm 4,2% tổng kim ngạch, tăng 5,2% so với cùng kỳ năm trước.

Tuy nhiên chất lượng rau quả xuất khẩu của Việt Nam còn chưa ổn định, năm 2014, một số lô hàng rau quả của Việt Nam nhập khẩu vào EU bị cảnh báo các chỉ tiêu không đạt yêu cầu như:

- + Rau thơm nhiễm vi sinh vật (*Salmonella*, *E. coli*...);
- + Gia vị có độc tố nấm mốc (ochratoxin A);
- + Rau, quả tươi có dư lượng thuốc bảo vệ thực vật (Carbendazim), nhiễm vi khuẩn (*Campylobacterpp.*, *Clostridium*).

3.2. Những tồn tại, nguyên nhân làm hạn chế việc nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm rau quả

Việc nâng cao giá trị gia tăng các sản phẩm gặp nhiều khó khăn: Từ khâu thu hái, bảo quản, chế biến cho đến khâu tiêu thụ, hoàn thiện chất lượng dịch vụ, cụ thể như sau:

Thứ nhất: Tổn thất sau thu hoạch

Do khâu sau thu hoạch yếu kém, hàng năm có khoảng trên 4 triệu tấn rau quả mất đi khiến tỷ lệ thất thoát sau thu hoạch lên tới 30% trong tổng số gần 15 triệu tấn rau quả sản xuất; khoản thiệt hại này làm tăng giá thành sản xuất nguyên liệu và sản phẩm, giảm chất lượng và giá bán sản phẩm.

Nguyên nhân:

Thực tế, ngành rau quả vẫn còn tồn tại bất cập, thể hiện rõ nét qua phân khúc từ thu hái đến chế biến, tiêu thụ rau quả trong chuỗi giá trị sản phẩm.

- Thu hái hầu hết bằng thủ công, độ chín thu hái chưa được chú trọng, lẫn loại (xanh, chín) và hầu hết không được phân loại; tồn tại một số lượng không nhỏ các quả bị bầm dập, dễ hư hỏng trong quá trình bảo quản.

- Do xuất phát điểm từ sản xuất nông

nghiệp lạc hậu, diện tích vùng nguyên liệu rất manh mún, kết cấu hạ tầng yếu kém nên hạn chế việc áp dụng cơ giới hóa, đồng thời làm cho giá thành vận chuyển cao, thời gian vận chuyển nguyên liệu bị kéo dài gây tổn thất về chất lượng. Bao bì đóng gói vừa thiếu và không phù hợp, chủ yếu là dùng các bao tải, sọt tre, thậm chí chất đống rau quả trên các phương tiện vận chuyển.

- Cơ sở vật chất, trang thiết bị chưa đáp ứng yêu cầu thu hoạch, bảo quản. Công nghệ bảo quản, chế biến còn lạc hậu.

- Các doanh nghiệp và nông dân còn gặp khó khăn về vốn trong việc đầu tư cơ giới hóa.

Thứ hai: Chất lượng sản phẩm và an toàn thực phẩm

Phần lớn các sản phẩm rau quả của nước ta hiện nay chưa có thương hiệu, mẫu mã bao bì đơn điệu, chất lượng sản phẩm chưa cao và thiếu ổn định, luôn tiềm ẩn nguy cơ mất an toàn thực phẩm. Vì vậy, nhiều sản phẩm của nước ta có số lượng xuất khẩu cao, nhưng giá bán thường thấp hơn so với sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực.

Nguyên nhân:

- *Về nguyên liệu:* Chưa tạo được sự gắn kết chặt chẽ giữa công nghiệp chế biến với sản xuất nguyên liệu và thị trường, nên các doanh nghiệp không giám sát, quản lý được chất lượng nguyên liệu đầu vào. Cụ thể:

+ Các nhà máy chế biến đã có quy hoạch vùng nguyên liệu riêng, nhưng mức độ đầu tư bao tiêu có hạn, nên luôn xảy ra tình trạng tranh mua, tranh bán nguyên liệu, tạo nên tập quán xấu cho nông dân trong sản xuất và thu hoạch nguyên liệu, đưa nguyên liệu chất lượng kém, độn tạp chất về nhà máy, làm giảm hiệu quả sản xuất cũng như sức cạnh tranh của sản phẩm.

+ Mức độ áp dụng các tiêu chuẩn tiên tiến trong sản xuất nông nghiệp còn hạn chế, diện tích vùng nguyên liệu có chứng nhận sản xuất tốt, bền vững chiếm tỷ lệ thấp: rau quả tỷ lệ

diện tích có chứng chỉ Việt GAP dưới 5%... Do không giám sát được chất lượng nguyên liệu đầu vào nên vấn đề an toàn thực phẩm vẫn đang là một thách thức lớn cần tập trung giải quyết.

- *Về thu hoạch và bảo quản:* Việc đầu tư cho công nghệ thu hoạch, bảo quản còn thấp dẫn đến hàng hóa không đồng nhất cả về quy cách lẫn chất lượng.

- *Về chế biến:* Các cơ sở chế biến phần lớn là quy mô nhỏ và vừa, trình độ công nghệ thấp. Hiệu quả sử dụng các dây chuyền mới chưa cao:

- *Về quản lý:* Hệ thống đảm bảo chất lượng rau quả và việc đăng ký nhãn hiệu, xuất xứ hàng hoá còn yếu kém nên luôn tiềm ẩn nguy cơ mất an toàn thực phẩm.

Thứ ba: Về cơ cấu sản phẩm

Việc chuyển dịch cơ cấu sản phẩm chế biến theo hướng nâng cao tỷ trọng các sản phẩm có giá trị gia tăng cao còn nhiều hạn chế:

- Cơ cấu sản phẩm chế biến chưa hợp lý, các sản phẩm sơ chế, các sản phẩm có giá trị gia tăng thấp vẫn còn chiếm một tỷ trọng lớn.

- Sản phẩm chế biến còn đơn điệu, việc đầu tư chế biến sâu, sản xuất ra các sản phẩm có giá trị gia tăng cao còn chiếm tỷ lệ thấp.

Nguyên nhân:

- Quy mô sản xuất nhỏ lẻ, phân tán, năng suất thấp làm chi phí sản xuất tăng, chất lượng không đồng nhất, giảm hiệu quả của đầu tư vào chế biến sâu. Đây là nguyên nhân làm giảm tỷ trọng sản phẩm giá trị gia tăng.

- Bên cạnh trợ cấp nông sản từ các nước nhập khẩu (Trung Quốc, Mỹ, Nhật, EU...) các rào cản kỹ thuật và thuế quan cũng là cản trở đối với các sản phẩm rau quả của Việt Nam, đặc biệt là các sản phẩm có giá trị gia tăng cao khi đối tượng này thường phải chịu mức thuế cao và các yêu cầu khắt khe hơn so với các sản phẩm xuất thô.

- Công tác xúc tiến thương mại, thông tin thị trường còn nhiều hạn chế, mới chỉ chú trọng sản lượng xuất khẩu mà chưa quan tâm

tìm hiểu thông tin về cơ cấu, chủng loại sản phẩm có giá trị gia tăng theo nhu cầu của từng thị trường.

- Về đầu tư: Để chế biến ra các sản phẩm mới có GTGT cao yêu cầu vốn đầu tư lớn, nhưng hầu hết các doanh nghiệp đều thiếu vốn, các nguồn vốn cho vay hiện nay đều có lãi suất cao, ngân hàng lại yêu cầu phải thu hồi vốn nhanh nên việc đầu tư mới gặp nhiều khó khăn.

Thứ tư: Tận dụng phế phụ phẩm

Trong chế biến rau quả, lượng phế liệu thu hồi chiếm tỷ lệ rất lớn so với khối lượng nguyên liệu rau quả đưa vào chế biến (ví dụ: chuối thái ra 20% phế liệu, cam, xoài 30÷50%, dứa 40÷50%). Các phế thải gồm 2 dạng: dạng rắn (vỏ quả, cuống lá...) và dạng lỏng. Chúng chứa nhiều chất dinh dưỡng như tinh bột, protein, lipid, vitamin, tinh dầu... là nơi trú ngụ và là nguồn thức ăn cho chuột, ruồi, muỗi, giun và các sinh vật gây bệnh khác. Phế thải rau quả cũng bị phân hủy, gây ô nhiễm môi trường. Có thể tận dụng trực tiếp những phế thải này làm thức ăn gia súc để giảm thiểu tình trạng trên. Tuy nhiên, biện pháp tốt nhất là tận dụng các phế thải để chế biến ra các sản phẩm có giá trị sử dụng và giá trị dinh dưỡng cao như tinh dầu, pectin, bánh kẹo, thức ăn cho gia súc, phân bón cho cây trồng... Tuy nhiên, kết quả và các sản phẩm từ phế liệu, phế thải còn nhiều hạn chế.

Nguyên nhân: Việc đầu tư để tận dụng các phế phụ phẩm còn nhiều hạn chế là do gặp khó khăn về thị trường và về vốn đầu tư.

Thứ năm: Cơ chế chính sách

- Hệ thống văn bản pháp luật chưa đủ để có thể điều chỉnh hoạt động sản xuất có hiệu lực đối với từng ngành hàng; hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật còn thiếu và chưa đồng bộ.

- Cơ chế quản lý và phối hợp quản lý chưa đồng bộ, chưa thống nhất trong điều hành của các cơ quan quản lý nhà nước như việc cấp giấy phép đầu tư các cơ sở chế biến tại các địa phương tự phát, ồ ạt, không có hoặc không

theo quy hoạch, tạo nên mất cân đối giữa sản xuất nguyên liệu và chế biến; việc quản lý về vệ sinh an toàn thực phẩm, hệ thống theo dõi, giám sát còn chồng chéo...

- Cơ chế chính sách còn nhiều bất cập, chưa đủ mạnh để thúc đẩy sản xuất các sản phẩm có GTGT cao, như về đất đai, về tài chính, về tín dụng, về các chính sách khác như khoa học – công nghệ, đào tạo nguồn nhân lực...

Thứ 6: Cơ sở hạ tầng, kỹ thuật

- Các qui trình sản xuất còn nặng tính bảo thủ, áp dụng kinh nghiệm vào sản xuất còn khá phổ biến khiến cho năng suất rau quả thấp.

- Dịch bệnh chưa được kiểm soát triệt để, thiếu sự phối hợp giữa người sản xuất với các cơ quan chức năng và nhà khoa học khiến tâm lý lo ngại của người sản xuất ngày càng gia tăng.

- Giống rau, cây ăn quả chủ yếu đi nhập khẩu từ Trung Quốc, Thái lan với tỷ lệ tới 80% với chi phí cao. Rõ ràng đây là rào cản vô cùng lớn khi rau quả Việt Nam tham gia thị trường chung của TPP.

- Việc huy động và thu hút vốn đầu tư vào sản xuất rau quả hiện nay còn yếu và thiếu nghiêm trọng. Doanh nghiệp không mấy mặn mà với lĩnh vực sản xuất này vì thu hồi vốn lâu, rủi ro lớn...

3.3. Tiềm năng nâng cao giá trị gia tăng của ngành rau quả

- Xác định các sản phẩm rau quả thị trường có nhu cầu cao và Việt Nam có lợi thế cạnh tranh như: rau quả tươi (thanh long, bưởi, xoài, vải, chôm chôm, bắp cải, cà chua, dưa chuột, các loại đậu rau, rau gia vị...); rau quả chế biến (đông lạnh IQF: dứa, vải, ngô, cà rốt, hành...; pure, cô đặc: gấc, lạc tiên, dứa...; chiên giòn: mít, chuối, khoai tây...) để tập trung đầu tư phát triển vùng nguyên liệu.

- Tổ chức sản xuất rau quả với quy mô lớn, sử dụng giống mới, kỹ thuật thâm canh nâng cao năng suất, chất lượng, áp dụng quy trình sản xuất an toàn (VietGap, GlobalGap,..), gắn kết các doanh nghiệp chế biến, bảo quản, xuất

khâu với vùng nguyên liệu.

- Đầu tư công nghệ, thiết bị bảo quản rau quả tiên tiến (chiếu xạ, xử lý bằng nước nóng, bảo quản trong môi trường khí quyển cải biến, điều chỉnh; bảo quản mát, bảo quản bằng các loại màng an toàn...) để sản phẩm đáp ứng được yêu cầu chất lượng của các thị trường khó tính (Nhật, Mỹ, EU...)

- Nâng cấp, hiện đại hóa các dây chuyền chế biến, ứng dụng công nghệ sinh học, công nghệ cao, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng rau quả chế biến.

- Áp dụng các hệ thống quản lý tiên tiến (HACCP, ISO 22000...) để sản phẩm rau quả đảm bảo chất lượng, ATTP.

3.4. Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho các sản phẩm ngành rau quả Việt Nam

Thứ nhất: Đầu tư giảm tổn thất sau thu hoạch

+ *Khâu thu hoạch*: Ứng dụng công nghệ tiên tiến, xử lý cận thu hoạch bằng các chất điều hòa sinh trưởng, kéo dài thời gian thu hoạch; cải tiến phương tiện, dụng cụ thu hái đảm bảo chất lượng nguyên liệu trước thu hoạch.

+ *Khâu bảo quản*: Thực hiện bảo quản rau quả tươi tại chỗ theo hướng bọc màng bán thấm (coating); ứng dụng công nghệ chiếu xạ, tiệt trùng bằng nước nóng đối với một số loại rau quả tươi xuất khẩu. Đầu tư phát triển hệ thống sơ chế rau quả (Packing House) tại các chợ đầu mối, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm và hạn chế đến mức thấp nhất tổn thất sau thu hoạch.

+ *Khâu dự trữ - lưu thông*: Xây dựng hệ thống kho có công nghệ bảo quản phù hợp tại các khu vực trung chuyển, xuất khẩu hàng hoá, nhất là các cửa khẩu vùng biên mậu. Đầu tư các phương tiện vận chuyển đường dài có bảo quản mát, nhằm tăng khả năng lưu thông, tiêu thụ nội địa rau quả.

Thứ hai: Nâng cao năng suất, chất lượng và đảm bảo an toàn thực phẩm trong chế biến rau quả

- *Về nguyên liệu*: Gắn kết các doanh nghiệp

với vùng nguyên liệu, để đầu tư xây dựng vùng sản xuất nguyên liệu tập trung với các biện pháp đồng bộ về giống, kỹ thuật thâm canh, đầu tư cơ sở hạ tầng, áp dụng cơ giới hoá, áp dụng quy trình thực hành sản xuất tốt (Gap, GlobalGap), quản lý tốt vật tư, nguyên liệu đầu vào... để tăng năng suất, chất lượng và đảm bảo ATTP.

- *Về chế biến*:

+ Đầu tư thiết bị hiện đại, đổi mới công nghệ, loại bỏ dần các dây chuyền thiết bị lạc hậu, hiệu suất thấp. Áp dụng cơ giới hoá, tự động hóa để giảm chi phí lao động, tiết kiệm và tận dụng được nguyên liệu đưa vào chế biến, tạo ra sản phẩm có chất lượng tốt và đồng đều.

+ Xây dựng quy trình sản xuất chuẩn đối với từng loại sản phẩm, tổ chức thực hiện tốt quy trình để đảm bảo chất lượng, giảm tỷ lệ tiêu hao vật tư, nguyên liệu và quản lý tốt an toàn thực phẩm đối với sản phẩm.

+ Áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến như HACCP, SSOP, ISO... trong chế biến, nhằm kiểm soát tốt chất lượng và an toàn thực phẩm.

Thứ ba: Chuyển dịch cơ cấu sản phẩm chế biến để nâng cao giá trị gia tăng

Trên cơ sở phân tích thị trường, thay đổi hợp lý cơ cấu sản phẩm theo hướng ưu tiên phát triển các sản phẩm có trị giá tăng cao, hạn chế đến mức thấp nhất việc sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm thô. Cụ thể, tập trung đầu tư công nghệ bảo quản tươi đối với 12 loại rau quả chủ lực (thanh long, xoài, chôm chôm, vải...), nhằm nâng cao chất lượng và đáp ứng yêu cầu về VSATTP để xuất khẩu vào các thị trường khó tính (Mỹ, EU, Nhật Bản...) để nâng cao giá trị sản phẩm.

Thứ tư: Tận dụng có hiệu quả các phế phụ phẩm

Áp dụng khoa học công nghệ và tiến bộ kỹ thuật tận dụng triệt để các phế phụ phẩm trong sản xuất nông nghiệp (như trấu, cám; mật rỉ; bã mía; nội tạng, mỡ cá...) để tạo ra các sản phẩm

có giá trị và góp phần bảo vệ môi trường. Cùng với việc giảm tổn thất, việc tận dụng hiệu quả phế phụ phẩm sẽ góp phần đáng kể vào việc hạ giá thành sản phẩm chế biến, nâng cao giá trị nguyên liệu nông lâm thủy sản.

Thứ năm: Tăng cường sản xuất rau quả theo chuỗi với quy mô lớn

Sử dụng giống mới, kỹ thuật thâm canh nâng cao năng suất, chất lượng, áp dụng quy trình sản xuất an toàn (VietGap, GlobalGap...); gắn kết các DN chế biến, bảo quản, xuất khẩu với vùng nguyên liệu... là những hướng đi cần thiết giúp rau quả Việt Nam có được chỗ đứng vững chắc trên thị trường quốc tế.

Thứ năm: Chú trọng xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu cho các sản phẩm

Các sản phẩm rau quả chủ lực của Việt Nam khi xuất sang các thị trường nước ngoài với số lượng lớn nhưng thương hiệu còn khá mờ nhạt; điều đó khiến cho các sản phẩm có giá trị gia tăng thấp. Yêu cầu đặt ra cho ngành rau quả Việt Nam là đẩy nhanh quá trình xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu nhằm gia tăng giá trị và thực hiện tốt các cam kết với ASEAN, WTO, các Hiệp định Bảo vệ và kiểm dịch thực vật của các nước nhập khẩu nông sản để đẩy nhanh sản phẩm vào các thị trường.

Thứ sáu: Tăng cường công tác tuyên truyền, đào tạo tập huấn, phổ biến quy trình sản xuất rau quả an toàn cho nông dân

Một trong những khâu yếu của sản xuất ngành hàng rau quả là mối liên kết thiếu bền vững giữa người nông dân, nhà khoa học và doanh nghiệp. Trình độ, năng lực sản xuất của người dân còn khá hạn chế. Vì vậy, cần tuyên truyền, hướng dẫn, đào tạo tập huấn cho người nông dân giúp họ đủ kiến thức, làm chủ khoa học và kỹ thuật tiên tiến.

IV. KẾT LUẬN

Việt Nam nằm trong số các nước có ngành rau quả phát triển với tốc độ nhanh và có giá trị xuất khẩu hàng đầu thế giới. Tuy nhiên, giá trị

gia tăng của sản phẩm hàng hoá nông nghiệp Việt Nam vẫn chưa cao, được thể hiện: Nguyên liệu đầu vào cho chế biến thiếu tính đồng nhất; giống, quy hoạch, công nghệ thiếu đồng bộ; sản xuất còn manh mún, nhỏ lẻ; tổn thất sau thu hoạch lớn (gần 30%); sản xuất thiếu bền vững, luôn tiềm ẩn nguy cơ không đảm bảo an toàn thực phẩm... Bên cạnh đó cơ cấu chế biến chưa hợp lý, xuất khẩu chủ yếu ở dạng sơ chế nên giá trị gia tăng thấp. Sản phẩm có chất lượng chưa cao, thiếu tính cạnh tranh, giá thường thấp hơn sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực từ 5-10%. Ngoài ra thị trường tiêu thụ hàng hoá nông sản chưa được khai thác tốt, thiếu định hướng lâu dài (nhất là thị trường nội địa) chưa tạo dựng được thương hiệu uy tín trên thị trường ngay cả với những sản phẩm có thể mạnh. Mức độ áp dụng các tiêu chuẩn tiên tiến trong sản xuất nông nghiệp còn rất thấp: chè, rau quả dưới 5%...Kiểm soát dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và an toàn vệ sinh thực phẩm đang là một thách thức nghiêm trọng...

Vì vậy, tái cơ cấu nông nghiệp nói chung và tái cơ cấu ngành rau quả nói riêng theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững là chính sách vô cùng đúng đắn và bức thiết của Đảng và Nhà nước.

Đầu tư giảm tổn thất sau thu hoạch, tận dụng phế liệu sau sản xuất, tăng cường thương hiệu, kiểm soát an toàn thực phẩm,... là những giải pháp cần được ưu tiên thực hiện nhằm đưa ngành rau quả thoát khỏi hệ lụy “nông nghiệp giá rẻ”. Bên cạnh đó, thỏa mãn và phát triển thị trường nội địa sẽ là giải pháp trọng tâm vì đây là khu vực tạo được sức cạnh tranh lớn, tạo giá trị gia tăng cao và là chỗ dựa cho xuất khẩu hàng hóa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Nông nghiệp và PTNT (2013). Đề án nâng cao giá trị gia tăng ngành hàng nông, lâm, thủy sản.
2. Trần Tiến Khai (2013). *Bài giảng Phân tích chuỗi*

giá trị và ngành hàng nông nghiệp. Chương trình Giảng dạy Kinh tế Fulbright.

3. Chính phủ (2013). Quyết định số 889/2013/QĐ-TTg ngày 10/06/2013 của Thủ Tướng chính phủ, Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững.

4.

<http://www.nhandan.com.vn/kinhte/tin-tuc/item/27150202-tai-co-cau-nong-nghiep-theo-huong-nang-cao-gia-tri-gia-tang-va-phat-trien-ben-vung.html>

5.

<http://www.bacninhbusiness.gov.vn/Index.aspx?new=356&item=19&ba=19&tai-co-cau-nong-nghiep--5-van-de-chu-y.html>

ENHANCED VALUE - ADDED PRODUCTS OF VEGETABLES IN VIETNAM

Nguyen Thi Thanh Huyen

SUMMARY

Severe competitions after official join TPP lets Vietnam has to change positively about agricultural production in general and vegetables in particular. These reforms must be derived from supplying phases (such as innovation of productivity methods, technique, preservation, quality improvement) to stage of export (marketing methods, ensure the productive quality, create new products, and enhance the brand...) in order to sustainable development of the market as well as increase products' value which will help the Vietnamese horticulture sector to move out of "cheap agriculture". Although Vietnam has abundant properties development and continuous efforts in horticultural production, there are too many difficulties in increasing the value-added for the products of vegetables. The construction and orientation solutions to improve the value of this products will be a critical step that helps to impulse activities and deeply involved participation in the important markets, such as FTA, TPP...

Keywords: Value-added, agriculture, horticulture, TPP, export.

Người phản biện : TS. Trần Thị Thu Thủy

Ngày nhận bài : 16/11/2015

Ngày phản biện : 15/12/2015

Ngày quyết định đăng : 25/12/2015