

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**  
❧ ❧ ❧

**TRẦN HỮU LỘC**

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH**  
**XUẤT KHẨU TRÁI CÂY ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU**  
**LONG**

**Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh**  
**Mã số : 60.34.05**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**Người hướng dẫn khoa học : TS. Hồ Tiến Dũng**

**THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - NĂM 2006**

## *MỤC LỤC*

LỜI MỞ ĐẦU .....	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG TRÁI CÂY THẾ GIỚI.....	4
1.1. Vai trò của xuất khẩu trong quá trình phát triển kinh tế.....	4
1.2. Tình hình xuất – nhập khẩu trái cây trên thế giới. ....	5
<b>1.2.1. Giới thiệu khái quát về thị trường xuất – nhập khẩu trái cây thế giới.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2.2. Các quốc gia xuất - nhập khẩu trái cây chủ yếu trên thế giới.....</b>	<b>6</b>
1.3. Một số quốc gia xuất khẩu trái cây hàng đầu Châu Á. ....	9
<b>1.3.1. Thái Lan.....</b>	<b>9</b>
<b>1.3.2. Trung quốc.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3.3. Ấn Độ .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3.4. Phi-líp-pin .....</b>	<b>11</b>
1.4. Những bài học kinh nghiệm về xuất khẩu trái cây. ....	12
CHƯƠNG 2: HIỆN TRẠNG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU TRÁI CÂY ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG.....	15
2.1. Tổng quan về Đồng bằng sông Cửu Long .....	15
2.2. Vai trò của xuất khẩu trái cây Đồng Bằng Sông Cửu Long. ....	19
2.3. Tình hình sản xuất - xuất khẩu trái cây trong thời gian qua. ....	19
<b>2.3.1. Về sản lượng trái cây . ....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.2. Về giá trị kim ngạch xuất khẩu trái cây.....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.3. Về chất lượng trái cây.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3.4. Về thị trường xuất khẩu trái cây. ....</b>	<b>23</b>
<b>2.3.5. Về giá sản xuất - xuất khẩu.....</b>	<b>25</b>
2.4. Các nhân tố tác động đến sản xuất – xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long.....	26

<b>2.4.1. Khâu sản xuất .....</b>	<b>27</b>
2.4.1.1. Điều kiện tự nhiên. ....	27
2.4.1.2. Cây giống.....	27
2.4.1.3. Vốn, qui mô sản xuất.....	28
2.4.1.4. Nguồn nhân lực. ....	28
2.4.1.5. Công nghệ- kỹ thuật, máy móc thiết bị.....	29
2.4.1.6. Qui hoạch vùng. ....	29
<b>2.4.2. Khâu tiêu thụ .....</b>	<b>30</b>
2.4.2.1. Khâu vận chuyển, bảo quản – tiêu thụ.....	30
2.4.2.2. Thị trường và thông tin thị trường. ....	31
2.4.2.3. Đối thủ cạnh tranh. ....	32
2.4.2.4. Chính sách hoạt động marketing.....	32
2.4.2.5. Chính sách xây dựng thương hiệu. ....	34
2.5. Chính sách vĩ mô của nhà nước đối với vùng Đồng bằng sông Cửu Long.....	35
<b>2.5.1. Chính sách đối với nông dân và nông thôn.....</b>	<b>35</b>
<b>2.5.2. Chính sách đối với xuất khẩu trái cây.....</b>	<b>36</b>
2.6. Đánh giá chung về hiện trạng trái cây Đồng Bằng Sông Cửu Long .....	36
<b>2.6.1. Thuận lợi.....</b>	<b>36</b>
<b>2.6.2. Khó Khăn .....</b>	<b>37</b>
<b>CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU TRÁI</b>	
<b>CÂY ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG. ....</b>	<b>39</b>
3.1. Quan điểm và mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu trái cây đến 2010.....	39
3.2. Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long. ....	40
<b>3.2.1. Đẩy mạnh việc sản xuất trái cây xuất khẩu ở Đồng bằng sông Cửu</b>	
<b>Long.....</b>	<b>41</b>
3.2.1.1. Hoàn thiện quy hoạch tổng thể vùng trái cây có lợi thế cạnh tranh. ....	41
3.2.1.2. Chọn lọc và tạo giống có chất lượng tốt. ....	42

3.2.1.3. <i>Phát triển nguồn nhân lực</i> .....	43
3.2.1.4. <i>Xây dựng và củng cố mối liên kết giữa giữa 4 nhà: nhà vườn – nhà kinh doanh – nhà khoa học và nhà nước (GAP)</i> . ....	45
<b>3.2.2. Phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ</b> .....	<b>46</b>
<b>3.2.3. Đẩy mạnh tiêu thụ trái cây Đồng bằng sông Cửu Long</b> .....	<b>47</b>
3.2.3.1. <i>Giải pháp hoàn thiện hệ thống phân phối, bảo quản</i> . ....	47
3.2.3.2. <i>Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của trái cây Đồng bằng sông Cửu Long</i> . ....	49
3.2.3.3. <i>Giải pháp về hoàn thiện chiến lược marketing</i> . ....	50
<b>3.2.3.4. Xây dựng thương hiệu</b> . ....	<b>53</b>
3.2.4. <i>Hoàn thiện cơ chế chính sách vĩ mô của nhà nước</i> . ....	54
3.2.4.1. <i>Chính sách đối với nhà vườn</i> . ....	54
3.2.4.2. <i>Tạo khung pháp lý thuận lợi cho xuất khẩu</i> . ....	54
3.2.4.3. <i>Giải pháp phát triển hệ thống thông tin thị trường</i> . ....	<a href="#">55</a>
3.2.4.4. <i>Chính sách khuyến khích phát triển vùng trái cây</i> . ....	56
3.2.4.5. <i>Chính sách về đầu tư khoa học - công nghệ</i> .....	56
3.2.4.6. <i>Chính sách hỗ trợ về tài chính</i> .....	56
3.2.4.7. <i>Chính sách thị trường</i> .....	57
<b>3.3. Một số kiến nghị đối với Nhà nước và ngành chức năng</b> .....	<b>58</b>
<b>KẾT LUẬN</b> .....	<b>60</b>

[TÀI LIỆU THAM KHẢO](#)

[PHỤ LỤC](#)

## BẢNG CÁC KÝ HIỆU VIẾT TẮT

EU	Khối thị trường chung Châu Âu
FAO	Tổ chức lương nông Liên Hiệp Quốc
GAP	Sản xuất và tiêu thụ trái cây an toàn
HCCAP	Chương trình hỗ trợ sức khỏe người tiêu dùng
L/C	Tín dụng thư
NNVN	Nông nghiệp Việt Nam
SQF	An toàn thực phẩm
TTXVN	Thông Tấn Xã Việt Nam
USDA	Bộ Nông Nghiệp Hoa Kỳ
Vinanet	Trang Web của Trung Tâm Thông Tin Thương Mại
VnEconomy	Trang Web của Thời Báo kinh Tế Việt Nam
WTO	Tổ Chức Thương Mại Thế Giới

EU	European Union
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
GAP	Good Agricultural Practise
HCCAP	Health Care Consumer Assistance Program
L/C	Letter of Credit
SQF	Safe Quality Food
USDA	United States Department of Agriculture
WTO	World Trade Organization

## **DANH MỤC CÁC BẢNG TRONG LUẬN VĂN**

Bảng 1: Thị phần của một số nước châu Á trên thị trường trái cây thế giới giai đoạn 2001- 2004 (bình quân theo tỷ lệ %) .....	12
Bảng 2: Bảng thống kê khối lượng sản xuất – xuất khẩu trái cây từ 2001-2005....	21
Bảng 3: .....Bảng thống kê giá trị kim ngạch xuất khẩu trái cây từ 1990-1994.....	21
Bảng 4: .....Bảng giá trị kim ngạch xuất khẩu trái cây từ năm 2001-2005....	22
Bảng 5: Bảng kim ngạch xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long sang các thị trường chính từ 1997 – 2005.....	24

## **DANH MỤC CÁC PHỤ LỤC KÈM THEO LUẬN VĂN**

Phụ lục 01: Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu từ năm 2001- 2005	
Phụ lục 02: Cơ cấu xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản từ năm 2001- 2005	
Phụ lục 03: Thu nhập bình quân đầu người một tháng theo giá thực tế phân theo thành thị, nông thôn và phân theo vùng	
Phụ lục 04: Hiệp định về rào cản kỹ thuật đối với thương mại (WTO Agreement on TBT)	
Phụ lục 05: Giá trị sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản năm 2005 theo giá so sánh 1994	
Phụ lục 06: Giá trị sản xuất nông nghiệp theo giá so sánh 1994 phân theo địa phương	
Phụ lục 07: Nước nghèo bị thiệt trong buôn bán nông sản	
Phụ lục 08: Xuất khẩu trái cây 2006: những nghịch lý...	

## LỜI MỞ ĐẦU

Hiện nay, Việt Nam trong tiến trình gia nhập WTO. Trong bối cảnh mở cửa và hội nhập ngày càng cao, Việt Nam sẽ có điều kiện mở rộng thị trường, mở rộng qui mô sản xuất để tăng cường xuất khẩu, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Khi Việt Nam gia nhập WTO, cùng với xu thế tự do hóa thương mại và đầu tư là việc mở rộng thị trường nội địa và thị trường ngoài nước; do đó tạo ra quyền bình đẳng trong kinh doanh cho tất cả loại hình doanh nghiệp. Trong điều kiện mới, yếu tố quyết định là năng lực cạnh tranh, sản phẩm và dịch vụ, thương hiệu hàng hóa, công nghệ hiện đại, quản lý tiên tiến, chất lượng tốt, mẫu mã phong phú và giá cả cạnh tranh. Không có con đường nào khác để các doanh nghiệp Việt Nam tiến lên bằng chính đôi chân của mình và sự hợp tác trong từng ngành hàng để cùng phát triển.

Tham gia quá trình toàn cầu hóa, người nông dân Việt Nam có cơ hội mở rộng thị trường. Song với trình độ sản xuất còn thấp, họ cũng sẽ gặp nhiều bất lợi do các nước đã phát triển thường có những biện pháp bảo vệ và hỗ trợ nền nông nghiệp.

Mặt khác, trong xu thế hội nhập kinh tế, hàng hóa Việt Nam nói chung, trái cây nói riêng phải đối đầu với những thách thức khi thực hiện các hiệp định song phương về thương mại tự do (FTA), cũng như hàng rào thuế quan, hạn ngạch nông sản xuất khẩu sẽ được thay thế dần bằng các tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm và kiểm dịch thực vật khi gia nhập WTO. Để giải quyết các thách thức trên, nông sản Việt Nam nói chung và trái cây nói riêng phải được sản xuất từ một nền nông nghiệp sạch, an toàn, chất lượng và bền vững.

Là trung tâm kinh tế nông nghiệp lớn nhất nước, Đồng bằng sông Cửu Long đứng đầu về sản xuất nông nghiệp, đặt biệt gạo, thủy sản và trái cây.

Ngoài gạo và thủy sản là mặt hai mặt hàng sản xuất và xuất khẩu lớn nhất nước, bên cạnh đó trái cây Đồng bằng sông Cửu Long cũng chiếm một lượng lớn về sản xuất và xuất khẩu trong tổng sản lượng trái cây của cả nước, (năm 2005 sản lượng trái cây cả nước ước đạt 6,2 triệu tấn trong đó Đồng bằng sông Cửu Long đạt hơn 3,2 triệu tấn), đặc biệt là dứa, sầu riêng, nhãn, xoài, chuối, thanh long, vú sữa, bưởi... Tuy nhiên sản lượng trái cây xuất khẩu Đồng bằng sông Cửu Long chỉ chiếm khoảng 10% - 15% tổng sản lượng sản xuất của cả vùng, trong khi đó nhu cầu trái cây của thế giới còn rất lớn, đây là tiềm năng, cơ hội cũng như thách thức đối với trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long trong thời gian tới.

Chính vì vậy, đã đến lúc không thể mạnh ai nấy làm, nhà vườn không thể đứng riêng một mình tự sản xuất, tự bảo quản, tự chế biến, tự giải quyết được đầu ra cho sản phẩm trái cây của mình, mà phải liên kết và chỉ có thể giải quyết được khi có một tổ chức liên kết đồng bộ các khâu trong chuỗi giá trị từ sản xuất đến tiêu thụ để có thể đáp ứng được yêu cầu trái cây sạch, an toàn và chất lượng của thế giới. Bên cạnh đó Nhà nước cần phải có sự quan tâm chỉ đạo, hỗ trợ sâu sắc để giúp các doanh nghiệp Việt Nam tăng cường xuất khẩu trái cây trên thương trường quốc tế.

Xuất phát từ thực tiễn nhận thức trên, tác giả chọn đề tài: **“MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU TRÁI CÂY ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG ”** với mong muốn góp phần thúc đẩy và phát triển xuất khẩu trái cây các tỉnh ở Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) nhằm thúc đẩy quá trình tăng trưởng kinh tế nông thôn, cải thiện đời sống nông dân, cũng như góp phần vào quá trình tăng trưởng kinh tế cả nước.

Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận văn là các loại trái cây nhiệt đới có lợi thế cạnh tranh: xoài, chuối, dứa, thanh long, chôm chôm, nhãn, bưởi, sầu riêng ... có giá trị sản xuất và xuất khẩu cao nhất ở Đồng bằng sông Cửu Long



nhưng tỉ lệ xuất khẩu còn rất thấp chỉ đạt 10%-15% tổng giá trị sản lượng sản xuất.

Một số phương pháp tác giả tiếp cận, sử dụng trong luận văn :

+ Phương pháp phân tích thống kê mối quan hệ giữa diện tích canh tác và sản lượng trái cây đầu ra phục vụ cho xuất khẩu và chế biến xuất khẩu.

+ Phương pháp phân tích định tính như là phương pháp phân tích yếu tố nguồn lực, khoa học kỹ thuật, môi trường kinh doanh làm cản ngại đến năng lực cạnh tranh của trái cây Đồng bằng sông Cửu Long.

+ Phương pháp khảo sát để có được thông tin về quá trình sản xuất của người nông dân Đồng bằng sông Cửu Long.

Mục tiêu của đề tài đi sâu vào việc phân tích những nhân tố ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long; từ đó tìm ra một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long.

Với mục tiêu trên kết cấu luận văn gồm 3 chương:

Chương I: Tổng quan về thị trường trái cây thế giới.

Chương II: Hiện trạng trái cây Đồng bằng sông Cửu Long.

Chương III: Một số giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long.

Do thời gian và kiến thức của tác giả còn hạn chế, nên luận văn không tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Rất mong được sự góp ý của thầy cô và bạn đọc.

## **CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG TRÁI CÂY THẾ GIỚI**

### **1.1. Vai trò của xuất khẩu trong quá trình phát triển kinh tế.**

Xuất khẩu là việc bán hàng và dịch vụ cho nước ngoài, xuất khẩu đã được thừa nhận là một hoạt động rất cơ bản của hoạt động kinh tế đối ngoại, là phương tiện thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Việc mở rộng xuất khẩu để tăng thu nhập ngoại tệ cho đất nước và cho nhu cầu nhập khẩu phục vụ cho sự phát triển kinh tế là một mục tiêu quan trọng nhất của chính sách thương mại. Nhà nước đã và đang thực hiện các biện pháp thúc đẩy các ngành kinh tế hướng theo xuất khẩu, khuyến khích khu vực tư nhân mở rộng xuất khẩu để giải quyết công ăn việc làm và tăng thu ngoại tệ cho đất nước. Trong bối cảnh hiện nay, hoạt động xuất khẩu ngày càng có vai trò quan trọng trong nền kinh tế, cụ thể là:

**Thứ nhất**, xuất khẩu tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu phục vụ công nghiệp hóa đất nước.

**Thứ hai**, xuất khẩu đóng góp vào việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển, cụ thể như:

- Xuất khẩu giúp các quốc gia tận dụng được các nguồn lực dư thừa trong nền kinh tế. Xuất khẩu là lối thoát cho nguồn lực thặng dư hoặc nguồn lực tiềm năng thặng dư của các quốc gia. Đặc biệt đối với các quốc gia đang phát triển, xuất khẩu nông sản là lối thoát cho nguồn nguyên vật liệu và nhân lực nông thôn.

- Xuất khẩu tạo điều kiện cho các ngành khác có cơ hội phát triển thuận lợi.

- Xuất khẩu giúp các quốc gia mở rộng thị trường tiêu thụ, tác động đến quá trình phân công lại lao động thế giới, góp phần cho sản xuất phát triển và ổn định.

- Xuất khẩu tạo điều kiện mở rộng khả năng cung cấp đầu vào cho sản xuất, nâng cao năng lực sản xuất trong nước.

- Xuất khẩu tạo ra những tiền đề kinh tế – kỹ thuật nhằm cải tạo và nâng cao năng lực sản xuất trong nước. Điều này muốn nói đến xuất khẩu là phương tiện quang trọng tạo ra vốn và kỹ thuật, công nghệ từ nước ngoài vào Việt Nam, nhằm hiện đại hóa nền kinh tế của đất nước, tạo ra một năng lực sản xuất mới.

- Thông qua xuất khẩu, hàng hóa của Việt Nam sẽ tham gia vào các cuộc cạnh tranh trên thị trường thế giới về giá cả, chất lượng. Cuộc cạnh tranh này đòi hỏi Việt Nam phải tổ chức lại sản xuất, hình thành cơ cấu sản xuất luôn thích nghi được với thị trường.

- Xuất khẩu còn đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn đổi mới và hoàn thiện công việc quản trị sản xuất kinh doanh, thúc đẩy sản xuất mở rộng thị trường.

**Thứ ba**, xuất khẩu có tác động tích cực đến việc giải quyết công ăn việc làm và cải thiện đời sống nhân dân.

**Thứ tư**, xuất khẩu là cơ sở mở rộng và thúc đẩy các quan hệ kinh tế đối ngoại của Việt Nam.

Tóm lại, đẩy mạnh xuất khẩu được coi là vấn đề có ý nghĩa chiến lược để phát triển kinh tế và thực hiện công nghiệp hóa đất nước.

## **1.2. Tình hình xuất – nhập khẩu trái cây trên thế giới.**

### **1.2.1. Giới thiệu khái quát về thị trường xuất – nhập khẩu trái cây thế giới.**

Cùng với quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, diện tích đất sản xuất nông nghiệp ở các nước công nghiệp phát triển bị thu hẹp dần. Mặc dù, với sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật, năng suất cây trồng ở các quốc gia này đạt ở mức cao, tuy nhiên vẫn không đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng của thế giới do nhu cầu tiêu dùng bình quân của người dân tăng cộng với mức tăng dân số của thế giới.

Đối với các quốc gia đang phát triển, quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa chưa cao, do đó diện tích đất nông nghiệp còn nhiều, cộng với lực lượng lao

động nông thôn dồi dào, đây chính là nguồn cung cấp sản phẩm cây trồng chính cho các quốc gia có nền công nghiệp phát triển.

Tùy vào đặc điểm kinh tế, điều kiện tự nhiên ... mà mỗi quốc gia có một thế mạnh về một hoặc một vài loại sản phẩm hàng hóa nào đó. Chính vì vậy, các quốc gia nhập khẩu trái cây chủ yếu là các nước công nghiệp phát triển, có diện tích đất nông nghiệp ít, không có điều kiện thuận lợi để trồng cây ăn quả như EU(Anh, Pháp, Đức ...), Mỹ, Nhật Bản, Canada, Hồng Kông... Các quốc gia xuất khẩu trái cây chủ yếu trên thế giới là các nước đang phát triển, có diện tích đất nông nghiệp nhiều, điều kiện thiên nhiên ưu đãi cho canh tác cây ăn quả: Trung Quốc (rau quả ôn đới) Thái Lan (rau quả nhiệt đới), Ấn Độ (rau quả nhiệt đới), Braxin, Uruguay...

Theo nhận định của bộ nông nghiệp Mỹ, với nhu cầu tiêu thụ rau quả thế giới ngày một tăng như hiện nay, bình quân tăng 3,6%/ năm, nhưng mức cung chỉ tăng 2,8%/năm (trong đó rau tăng 1,8%, quả tăng 8%). Đây chính là tiềm năng cho các quốc gia sản xuất rau quả, đặc biệt là cây ăn quả đẩy mạnh sản xuất - xuất khẩu.

### ***1.2.2. Các quốc gia xuất - nhập khẩu trái cây chủ yếu trên thế giới.***

Theo dự báo của bộ nông nghiệp Hoa Kỳ và một số quốc gia khác cho biết nhu cầu của các loại trái cây (cây ăn quả) của thế giới từ đây đến năm 2010 như sau:

#### ***Một là: chuối.***

Nhập khẩu chuối toàn cầu dự báo sẽ đạt 14,3 triệu tấn năm 2010. Nhập khẩu chuối vào các nước đang phát triển và đang chuyển đổi sẽ tăng mạnh hơn các nước đang phát triển, đưa tỷ trọng của các nước này trong tổng lượng nhập khẩu toàn cầu từ 25% hiện nay lên đến gần 50% vào năm 2010.

Nhập khẩu chuối của các nước phát triển dự báo sẽ tăng 1-2%/năm trong những năm tới, trong đó Canada và Hoa Kỳ đóng góp tới 80% mức tăng trưởng nhập khẩu này, tuy nhiên EU vẫn là khu vực nhập khẩu chuối chủ yếu.

Hiện nay chuối được sản xuất trên toàn cầu đã vượt quá 80 triệu tấn/năm, đưa chuối trở thành loại hoa quả có trữ lượng lớn nhất trên thế giới.

Braxin là quốc gia xuất khẩu chuối lớn nhất trên thế giới khoảng 250.000 – 260.000 tấn vào năm 2003 và số lượng này tiếp tục tăng vào những năm gần đây, bởi vì Braxin là quốc gia có tốc độ trồng chuối nhanh nhất trên thế giới.

Malaixia với sản lượng xuất khẩu chuối từ 20.000 – 35.000 tấn/năm trong vòng hơn 10 năm trở lại đây, Malaixia sẽ vươn lên trở thành nước sản xuất và xuất khẩu chuối lớn trên thế giới.

Ecuador cũng là quốc gia xuất khẩu chuối, mỗi năm quốc gia này có khả năng xuất khẩu sang Trung Quốc khoảng 30.000 tấn chuối, đây cũng là nguồn đem lại ngoại tệ lớn thứ hai (khoảng 1.1 tỷ USD) sau dầu mỏ của quốc gia này.

#### ***Hai là: quả có múi.***

Sản xuất tăng nhanh trong khi nhu cầu tăng trưởng chậm đã gây sức ép lên giá cả các loại quả có múi tươi cũng như chế biến, làm giảm các diện tích trồng mới trong nhiều năm qua. Vì vậy, tốc độ tăng sản lượng vẫn ở mức thấp trong thời gian tới. Sao Paolo của Brazil và Florida của Mỹ vẫn là những khu vực cung cấp quả có múi lớn nhất thế giới, kể đến là Trung Quốc và một số quốc gia khác. Sản lượng cam của Braxin niên vụ năm 2005/2006 đạt 18,2 triệu tấn, theo dự đoán của các chuyên gia thì Braxin sẽ chế biến khoảng 13,4 triệu tấn cam trong niên vụ năm 2005/2006, do đó chỉ có một phần nhỏ quả tươi được xuất khẩu; Mỹ đạt 10,8 triệu tấn; Trung Quốc 14.4 triệu tấn.

Theo dự báo của Bộ Nông Nghiệp Mỹ, sản lượng quả có múi thế giới tại các nước sản xuất chủ yếu trong niên vụ 2005/2006 đạt 72,8 triệu tấn, tăng nhẹ

so với niên vụ năm 2004/2005. Trong đó có 47,1 triệu tấn cam, 15 triệu tấn quýt, 4,3 triệu tấn chanh, bốn triệu tấn bưởi và 2,4 triệu tấn các loại quả có múi khác.

Tiêu thụ quả có múi của các nước sản xuất chính trong niên vụ 2005/2006 ước tính đạt 65,5 triệu tấn, trong đó có 35 triệu tấn được tiêu thụ tươi và 27,1 triệu tấn đã qua chế biến, trong đó cam chiếm tới 85% quả có múi chế biến. Các quốc gia nhập khẩu chủ yếu là Nhật Bản, Hàn Quốc....

***Ba là: quả nhiệt đới.***

Nhu cầu về quả nhiệt đới theo dự báo sẽ tăng trưởng nhanh tới năm 2010, với tốc độ tăng trưởng 8% trong giai đoạn 2006 - 2010. Nhập khẩu toàn cầu sẽ đạt 4,3 triệu tấn năm 2010, trong đó các nước phát triển nhập khẩu 87%. Hai khu vực EU và Hoa Kỳ chiếm 70% tổng nhập khẩu quả nhiệt đới toàn cầu. EU vẫn là khu vực nhập khẩu quả nhiệt đới lớn nhất thế giới, Pháp là thị trường tiêu thụ chính và Hà Lan là thị trường trung chuyển lớn nhất Châu Âu. Ngoài Hoa Kỳ và EU, Nhật Bản, Canada và Hồng Kông cũng là những thị trường nhập khẩu nhiệt đới lớn. Thái Lan là quốc gia sản xuất rau quả nhiệt đới lớn nhất, chiếm 16% tổng sản lượng toàn cầu, kế tiếp là Phillippin chiếm 12%.

Theo thống kê của một số công ty xuất nhập khẩu rau quả, sản lượng cây ăn quả nhiệt đới bình quân trên thế giới đạt khoảng 69 triệu tấn, trong đó dưa vẫn tiếp tục giữ vị trí chi phối trên thị trường rau quả nhiệt đới, chiếm 45% đến 47% tổng giá trị xuất khẩu toàn cầu (chủ yếu là chế biến); kế tiếp là xoài, chiếm 24%; bơ 11%; đu đủ 8% và các loại khác (rầu riêng, chôm chôm, nhãn, thanh long...) chiếm 9% - 10%. Trong đó Thái Lan là quốc gia sản xuất rau quả nhiệt đới lớn nhất, chiếm 16% tổng sản lượng toàn cầu, kế tiếp là Philippin chiếm 12%.

Hiện nay, đã có hơn 200 quốc gia tham gia vào thương mại về cây ăn quả thế giới, nhưng thương mại thế giới không có sự phân phối đều. Một số khu vực mà đặc biệt là các khu vực có thu nhập cao hiện là nơi thống trị thương mại thế

giới về cây ăn quả. Trong đó, các nhà nhập khẩu cây ăn quả lớn nhất thế giới là các nước EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản. Tuy nhiên, muốn xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường này, phải đáp ứng được yêu cầu: thông tin về các sản phẩm trên nhãn hiệu phải công khai và trung thực, phải có chứng nhận đạt tiêu chuẩn HCCAP, SQF (Safe Quality Food)... Vì nhu cầu tiêu thụ sản phẩm hữu cơ đang bùng nổ ở một số nước Châu Âu với giá bán sản phẩm hữu cơ thường cao hơn sản phẩm thông thường từ 15% -20%.

Trong thời gian qua, Việt Nam cũng đã xuất sang Trung Quốc gần 100.000 tấn thanh long, nhãn, chôm chôm, vải, xoài chuối, dưa hấu, chanh, mít... Gần 40.000 tấn trái cây chế biến và 17.000 tấn trái cây tươi được xuất sang Hồng Kông, Singapore, Đài Loan. Ngoài ra một số thị trường đầy tiềm năng ở Châu Á như: Trung Quốc, Hồng Kông, Đài Loan, Nhật Bản ... và các nước Châu Âu như: Anh, Pháp, Hà Lan... và một số nước Châu Mỹ như: Canada, Hoa Kỳ... đang có nhu cầu tiêu thụ quả tươi và sản phẩm chế biến từ rau quả của Việt Nam ngày càng tăng. Tuy nhiên, sản phẩm của Việt Nam phải đáp ứng được tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và sản phẩm hữu cơ. Đây là cơ hội, cũng là thách thức lớn đối với các nhà sản xuất kinh doanh xuất khẩu rau quả Việt Nam.

### **1.3. Một số quốc gia xuất khẩu trái cây hàng đầu Châu Á.**

#### **1.3.1. Thái Lan.**

Thái Lan là quốc gia sản xuất rau quả nhiệt đới lớn nhất, chiếm 16% tổng sản lượng trái cây nhiệt đới thế giới.

Sản phẩm trái cây xuất khẩu chính của Thái Lan là sầu riêng, chôm chôm tươi và chế biến, nhãn khô và tươi, măng cụt, bưởi, mít ..., các sản phẩm này vượt trội hơn trái cây của Việt Nam cả về chất lượng, mẫu mã, bao bì, và đặc biệt hơn là về giá cả cạnh tranh hơn sản phẩm trái cây của Việt Nam. Mặt khác chính phủ Thái Lan cũng đang có nhiều chính sách hỗ trợ cho ngành nông nghiệp nên trong tương lai sản lượng trái cây của Thái Lan còn tăng nhiều hơn.

Thị trường xuất khẩu chính của Thái Lan là Trung Quốc, kể đến là các nước ASEAN, Ấn Độ và Trung Đông, Hệ thống phân phối chính của trái cây Thái Lan vào Trung Quốc là Quảng Châu, Thanh Đảo, Côn Minh và Thượng Hải, trong khi đó hệ thống phân phối chính của Việt Nam vào Trung Quốc là Quảng Đông, Quảng Tây và Côn Minh.

### **1.3.2. Trung quốc.**

Hầu hết các vùng đất trồng trọt của Trung Quốc được đều nằm dọc theo hai con sông chính là Dương Tử và Hoàng Hà, và đây cũng là trung tâm phát sinh các nền văn minh cổ đại rực rỡ của Trung Quốc.

Trung quốc là một trong những quốc gia xuất khẩu rau quả đứng đầu thế giới, nhưng cũng là một trong những nước nhập khẩu rau quả nhiều nhất thế giới, hàng năm Trung quốc nhập khẩu khoảng hơn 1 tỷ USD. Rau quả xuất khẩu chủ yếu là các loại quả ôn đới: táo, lê, bơ, cam... và các loại rau quả nhập khẩu chủ yếu là trái cây nhiệt đới: nhãn, sầu riêng, chôm chôm măng cụt, xoài... (từ Thái Lan, Việt Nam, Ấn Độ...)

Đất nước Trung Hoa rộng lớn, có những vùng mà việc vận chuyển hàng đến còn xa hoặc khó khăn hơn là xuất khẩu qua nước khác, chẳng hạn vùng Quảng Tây Trung quốc có vị trí cách xa vùng sản xuất nông nghiệp, đó đó sẽ khó khăn để vận chuyển đến đó, tạo điều kiện cho Việt Nam xuất khẩu vào vùng này.

### **1.3.3. Ấn Độ.**

Ấn Độ là nước có hơn 1.000 loại xoài, với màu sắc, hình dạng và kích cỡ khác nhau. Hiện thị trường thế giới đã biết đến tên tuổi của loại xoài đất tiền Alphonso, được người Ấn Độ gọi là “vua của các loại xoài”.

Theo thống kê của Bộ Thương mại Nhật Bản, nhập khẩu xoài của nước này năm 2004 từ Ấn Độ đạt 13.500 tấn, tăng gần 20% so với năm 2003, và đã sẽ tiếp tục tăng mạnh trong các năm gần đây.



Kinh tế Ấn Độ là nền kinh tế lớn thứ tư thế giới nếu tính theo sức mua ngang giá (trên đầu người), với GDP tính theo đôla Mỹ đạt 3,63 nghìn tỷ. Nếu tính theo tỷ giá hối đoái với USD, nó là nền kinh tế lớn thứ mười hai thế giới với GDP tính theo đôla Mỹ đạt 775 tỷ (2005). Ấn Độ là nền kinh tế phát triển nhanh thứ hai thế giới, với tỷ lệ tăng trưởng GDP đạt 8.1% ở cuối quý đầu tiên năm 2005–2006. Tuy nhiên, dân số khổng lồ của Ấn Độ khiến thu nhập trên đầu người đứng ở mức \$3,400 và được xếp vào hạng nước đang phát triển.

Ấn Độ có một lực lượng lao động 496,4 triệu người trong số đó nông nghiệp chiếm 60%, công nghiệp 17%, và dịch vụ 23%. Nông nghiệp Ấn Độ sản xuất ra gạo, lúa mì, xoài, hạt điều, cốt tông, sợi đay, chè, mía, khoai tây; gia súc, trâu, cừu, dê, gia cầm và cá. Các ngành công nghiệp chính gồm dệt may, hóa chất, chế biến thực phẩm, thép, thiết bị vận tải, xi măng, mỏ, dầu khí và cơ khí.

#### ***1.3.4. Phi-líp-pin.***

Philippin là quốc gia nông nghiệp, chiếm 12% sản lượng trái cây nhiệt đới của thế giới, cây trồng chính của Philippin là lúa, ngô, dừa, mía, chuối, dứa, cà phê, thuốc lá... có không nhiều trái cây xuất khẩu cùng loại với trái cây xuất khẩu của ta. Chính vì vậy, Philippin không phải là đối thủ cạnh tranh về xuất khẩu trái cây đáng chú ý như Thái Lan. Mặt khác, nông nghiệp Philippin cũng chưa phát triển mạnh nên trái cây của ta có thể cạnh tranh được. Bạn hàng chủ yếu của Philippin là Mỹ, Nhật, Đài Loan, EU, ASEAN, Trung Đông và Trung Quốc. Các mặt hàng xuất khẩu chính là: sản phẩm dừa, đường, gỗ, đồng thời, hàng may sẵn, điện tử, đồ điện, hoa quả... Nhập khẩu chính là: dầu mỏ, than đá, sắt, thép, vật liệu xây dựng, thiết bị máy móc, lương thực, hoá chất...

**Bảng 1: Thị phần của một số nước châu Á trên thị trường trái cây thế giới giai đoạn 2001- 2004 (bình quân theo tỷ lệ %).**

	Việt Nam	Trung Quốc	Thái Lan	Indonesia	Ấn Độ
Quả tươi	4,8	5,5	32,6	3	5,2
Quả khô	5,8	10,6	16	7	1,6
Dứa hộp	2,5	4,4	34,2	11,5	1,2

(Nguồn tin tổng hợp từ Vinanet, VnEconomy, thông tin thương mại).

#### **1.4. Những bài học kinh nghiệm về xuất khẩu trái cây.**

Nghiên cứu những thành công cũng như những thất bại của các quốc gia xuất khẩu trái cây trên thế giới, để từ đó rút ra được những bài học kinh nghiệm quý giá, giúp ích cho quá trình xuất khẩu trái cây.

- **Ấn Độ.**

Ấn Độ là quốc gia đã thành công trong việc xây dựng thương hiệu trái xoài Alphonso. Ấn Độ có hơn 1.000 loại xoài, với màu sắc, hình dạng và kích cỡ khác nhau. Hiện thị trường thế giới đã biết đến tên tuổi của loại xoài đắt tiền Alphonso, được người Ấn Độ gọi là “vua của các loại xoài”. Xoài của Ấn Độ xuất khẩu qua Nhật Bản tăng mạnh, khoảng 11.300 tấn năm 2003 và 13.500 tấn năm 2004 ...

Chính phủ hai nước Ấn Độ và Trung Quốc đã ký nghị định thư về yêu cầu vệ sinh thực phẩm đối với xoài xuất khẩu từ Ấn Độ sang Trung Quốc trong năm 2004, trở thành quốc gia Nam Á đầu tiên giành được quyền xuất khẩu xoài sang Trung Quốc, và dự đoán sẽ thâm nhập vào thị trường Mỹ trong niên vụ 2006/2007.

Ấn Độ sẽ đảm bảo toàn bộ lượng xoài xuất khẩu không bị nhiễm khuẩn và đều được cấp giấy xác nhận về vệ sinh an toàn thực phẩm. Đặc biệt, quá trình thu hoạch và đóng gói được kiểm soát chặt chẽ. Toàn bộ lượng xoài từ Ấn Độ đều được cập cảng qua các thành phố như Bắc Kinh, Đại Liên, Thiên Tân, Thượng Hải, Thanh Đảo và Nam Kinh.

- ***Thái Lan.***

Một vài loại trái cây Thái Lan như: chôm chôm, sầu riêng hạt lép, nhãn ... được nhiều quốc gia khác biết đến nhờ vào các loại trái cây này có chất lượng cao và ổn định, mẫu mã đẹp hơn các trái cây cùng loại trong khu vực. Các loại trái cây này có giá trị kim ngạch xuất khẩu ngày càng tăng trong những năm gần đây trong kim ngạch xuất khẩu của Thái Lan.

Năm nay, Thái Lan dự kiến chi 220 triệu baht đầu tư vào tái cơ cấu sản xuất trái cây vùng miền đông Thái Lan, gồm sầu riêng, chôm chôm và măng cụt. Dự kiến xuất khẩu trái cây Thái từ vùng miền đông sẽ tăng trên 40% trong năm nay, trong khi tiêu thụ trong nước sẽ tăng ít nhất 20%.

- ***Ecuador.***

Trong năm 2004, Ecuador bán được khoảng 30.000 tấn chuối sang thị trường Trung Quốc. Đây là một phần trong chính sách tăng cường xuất khẩu của Chính phủ Ecuador.

Đạt được sản lượng xuất khẩu trên là kết quả của việc xác định mở rộng các thị trường quốc tế và xúc tiến các sản phẩm nông nghiệp của Ecuador hợp tác với khu vực tư nhân. Được biết, Ecuador là nước xuất khẩu chuối lớn nhất thế giới với kim ngạch đạt khoảng 1,1 tỷ USD trong năm 2003 và xuất khẩu chuối là nguồn đem lại ngoại tệ lớn thứ 2 cho nước này, sau xuất khẩu dầu mỏ.

- ***Uruguay.***

Nhờ chương trình hỗ trợ tài chính cho 26 công ty trong việc xuất khẩu rau quả sang thị trường Châu Âu, do tổ chức tài chính Nam Mỹ BID thực hiện, khối lượng rau, trái cây xuất khẩu sang thị trường Châu của nước này năm 2004 tăng tương ứng là 40% và 66% so với năm 2003. Hiện nay, khoảng 74 % lượng hoa quả nhập khẩu của Liên minh châu Âu (EU) có xuất xứ từ Uruguay

- ***Đài Loan.***

Xoài Đài Loan đã thành công trong việc phá bỏ 2 rào cản - kiểm dịch và nhận biết của thị trường - để thâm nhập vào thị trường Nhật Bản từ năm 2004 khi chuyển xoài đầu tiên xuất tới Nhật Bản.

Trong năm 2004, Hạt Taina của Đài Loan đã xuất khẩu 501 tấn xoài trị giá 2 triệu USD vào thị trường Nhật Bản. Sau khi đưa vào hoạt động 2 thiết bị xử lý ở Chuochen và Yuching vào đầu tháng 7, xuất khẩu xoài của Đài Loan dự đoán sẽ tăng lên 1.500 tấn trong năm nay, với kim ngạch khoảng 10 triệu USD.

- ***Pakistan.***

Với phương pháp giảm rủi ro sau thu hoạch và áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng, khối lượng xoài xuất khẩu của Pakistan đã tăng gấp đôi trong năm 2003. Tuy nhiên, thị phần xuất khẩu xoài của Pakistan chiếm không đáng kể so với các nước khác. Nếu như Braxin có tỷ lệ thị phần xuất khẩu xoài ở Châu Âu là 37% thì con số này ở Pakistan chỉ là 1%. Nguyên nhân là do trước đây lượng xoài xuất khẩu sang các nước Nhật Bản, Mỹ, Đức và Úc đã từng bị phát hiện là có ấu trùng.

Sự thiếu hiểu biết về an toàn thực phẩm cũng như về các quy định chất lượng sản phẩm có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến thương mại sản phẩm. Những năm gần đây, chính phủ Pakistan đã xem xét thực hiện nhiều kế hoạch để cải thiện tình hình trên. Dự tính doanh thu xuất khẩu xoài sẽ tăng lên đáng kể.

## **CHƯƠNG 2: HIỆN TRẠNG SẢN XUẤT VÀ KHẤU TRÁI CÂY ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG.**

### **2.1. Tổng quan về Đồng bằng sông Cửu Long.**

Đồng bằng sông Cửu Long, một trong những đồng bằng châu thổ rộng và phì nhiêu ở Đông Nam Á và thế giới. Đồng bằng sông Cửu Long gồm 13 tỉnh thành, đó là: Long An, Tiền Giang, Bến Tre, Đồng Tháp, Vĩnh Long, Trà Vinh, TP.Cần Thơ, Hậu Giang, An Giang, Kiên Giang, Sóc Trăng, Bạc Liêu và Cà Mau. Diện tích tự nhiên gần 40.000 km<sup>2</sup> chiếm 12% diện tích cả nước. Dân số hiện nay khoảng 17 triệu người, chiếm 22% dân số cả nước.

Đồng bằng sông Cửu Long được đánh giá là một vùng năng động, tăng trưởng GDP khoảng 11,5%/năm. Có nguồn lao động trẻ chiếm 60% dân số; là thị trường sản xuất và tiêu thụ hàng hoá lớn. Với diện tích tự nhiên gần 40.000 km<sup>2</sup>, trong đó có gần 30.000 km<sup>2</sup> đất nông nghiệp, hàng năm ĐBSCL cung cấp cho cả nước khoảng: trên 50% sản lượng lúa, hơn 50% lượng trái cây, 52% sản lượng thuỷ sản, đặc biệt đóng góp 90% lượng gạo xuất khẩu, gần 60% thuỷ sản xuất khẩu và hơn 60% trái cây xuất khẩu, đóng góp 18% GDP cả nước.

Hiện nay, phần lớn diện tích trồng trái cây tập trung ở Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), với diện tích vườn trái cây hơn 260.000 ha, chiếm khoảng 35% diện tích trái cây cả nước, sản lượng hơn 3,2 triệu tấn/năm, (sản lượng cả nước 6,2 triệu tấn/năm). Sản lượng chủ yếu được trồng ở các tỉnh Tiền Giang, Vĩnh Long, Kiên Giang, Bến Tre, Cần Thơ, Đồng Tháp, ... Những loại trái cây chủ yếu là: dứa, chuối, các loại cây có múi (bưởi, cam, quýt, sầu riêng..), xoài, nhãn, thanh long, chôm chôm, măng cụt... trong đó có một số trái cây ngon được nhiều người biết đến như: bưởi Năm Roi, sầu riêng Ri 6 (Vĩnh Long), sầu riêng sữa hạt lép - Chín Hóa (Bến Tre), xoài cát Hòa Lộc (Cái Bè), vú sữa Lò Rèn (Tiền Giang), thanh long, cam sành Vĩnh long.... Tuy nhiên trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm Đồng bằng sông Cửu Long còn gặp nhiều khó khăn: thiếu

nguyên liệu, phương tiện, sản xuất manh mún, tự phát, thiếu thông tin, thiếu sự liên kết chắc chắn giữa các nhà vườn lại với nhau, cũng như thiếu sự liên kết chắc chắn giữa nhà vườn với các doanh nghiệp sản xuất và tiêu thụ xuất khẩu.

Từ nền nông nghiệp độc canh lúa, năng suất thấp trước giải phóng, ngày nay đồng bằng sông Cửu Long đã có một nền nông nghiệp đa canh, đa dạng hóa sản phẩm, có cơ cấu trồng trọt - chăn nuôi khá hợp lý và đang chuyển dịch theo hướng tích cực, rõ nét nhất là trong gần 20 năm đổi mới. Đó là yếu tố bảo đảm cho nông nghiệp đồng bằng sông Cửu Long tăng trưởng với tốc độ nhanh và bền vững so với các vùng khác của cả nước. Bình quân thời kỳ 1985 - 2004, tốc độ tăng trưởng của nông nghiệp vùng này (theo giá cố định năm 1994) đạt 7,5%, cao hơn nhiều so với tốc độ tăng trung bình của cả nước (4,9%) trong cùng thời kỳ. Trong phát triển nông nghiệp, đồng bằng sông Cửu Long không những đạt tốc độ cao nhất trong tất cả 8 vùng kinh tế của cả nước, mà còn có xu hướng tăng dần theo thời gian: năm 2004 nông nghiệp vùng này tạo ra 40% tổng giá trị sản xuất nông nghiệp cả nước, so với 38,3% của năm 1998, 37,9% của năm 1995, 35,7% năm 1990 và 34,17% của năm 1985. Nếu tính theo giá trị nông sản hàng hóa và xuất khẩu thì vị thế của đồng bằng sông Cửu Long còn cao hơn nhiều. Đó là những thành tựu ngoạn mục, rất đáng tự hào của đồng bằng sông Cửu Long.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu to lớn, nông nghiệp đồng bằng sông Cửu Long cũng còn nhiều khó khăn và thách thức:

*Thứ nhất*, dân số tăng nhanh cùng với quá trình đô thị hóa và công nghiệp hóa đã làm cho quỹ đất nông nghiệp trong vùng giảm nhanh cả về số tuyệt đối và bình quân đầu người: mật độ dân số năm 1988 là 366 người/km<sup>2</sup> đến năm 2004 lên 456 người/km<sup>2</sup>, diện tích đất nông nghiệp bình quân đầu người từ trên 2.000 m<sup>2</sup> giảm xuống 1.800 m<sup>2</sup>, riêng đất lúa từ 1.600 m<sup>2</sup> xuống còn 1.278 m<sup>2</sup> trong thời gian tương ứng. Có thời kỳ: 1980 - 1990 quỹ đất nông nghiệp toàn

vùng giảm hơn 100 nghìn héc-ta, trong đó đất lúa giảm 40 nghìn héc-ta. Đến nay đất có khả năng khai hoang phục hóa không còn nhiều trong khi dân số và các nhu cầu đất cho xây dựng cơ bản và đô thị hóa vẫn tiếp tục tăng nhanh.

*Thứ hai*, nguồn nước sông Cửu Long tuy dồi dào, nhưng cũng đang xuất hiện xu hướng không ổn định. Năm 1998 không có lũ, năm 1999 lũ nhỏ và năm 2000, 2003 thời tiết lại diễn biến thất thường, không có lũ hoặc lũ nhỏ đã hạn chế khả năng bồi tụ phù sa cho vùng châu thổ này, đồng thời tạo môi trường thuận lợi cho sâu bệnh, chuột phá hoại mùa màng. Các năm khác lại lũ lớn, về sớm gây khó khăn cho sản xuất vụ hè thu và vụ mùa, đồng thời gây thiệt hại rất lớn về cây trồng. Trong vấn đề này cần phải tính toán những tác động tiêu cực đến đồng bằng sông Cửu Long từ yếu tố khai thác nguồn lợi từ sông Mê Công của các quốc gia phía thượng nguồn.

*Thứ ba*, xu hướng tăng lên 3 vụ, thêm vụ chét ở nhiều địa phương trong vùng (Vĩnh Long, Cần Thơ, Đồng Tháp, An Giang) đang có nguy cơ làm bạc màu đất lúa, nhưng chưa được quan tâm xử lý. Một xu hướng ngược lại, chuyển đất lúa thành đất vườn để trồng cây ăn trái một cách tự phát, mà phổ biến là lên mô, lên liếp ở các tỉnh Tiền Giang, Long An. Tất cả điều đó đang cần một sự quy hoạch phát triển thật khoa học để tránh những hậu quả tiêu cực do thị trường, cản dòng chảy vào mùa lũ...

*Thứ tư*, thị trường và giá cả nông sản không ổn định, nhất là các loại nông sản hàng hóa chủ lực đã và đang làm cho nông dân chưa yên tâm đầu tư vốn và lao động để mở rộng quy mô sản xuất nông nghiệp hàng hóa. Trong 2 năm 2003 và 2004 tuy giá lúa gạo, trái cây tăng cao nhưng giá phân bón, thuốc trừ sâu còn tăng nhanh hơn giá lúa và trái cây nên lợi nhuận thu được từ cây lúa vẫn không ổn định.

*Thứ năm*, tình trạng tự phát trong chuyển dịch cơ cấu cây trồng - vật nuôi, nhất là chuyển đất lúa sang nuôi tôm ở vùng bán đảo Cà Mau, tuy có thể đem

lại nguồn thu, nguồn lợi trước mắt, nhưng về lâu dài sẽ ảnh hưởng lớn tới môi trường sinh thái, đất, nước, rừng ngập mặn, rừng phòng hộ. Những bất cập trong quy hoạch và kế hoạch phát triển nông nghiệp bền vững của vùng vẫn đang là vấn đề tồn tại lớn hiện nay.

*Thứ sáu*, một bộ phận nông dân không có đất, hoặc thiếu đất nông nghiệp là vấn đề nổi cộm của đồng bằng sông Cửu Long vẫn chưa có giải pháp phù hợp...

*Thứ bảy*, Cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật, giáo dục đào tạo ở Đồng bằng sông Cửu Long còn ở mức độ thấp. Do vậy, đời sống cũng như nhận thức và mức độ thụ hưởng văn hóa của phần lớn dân cư nhất là nông dân còn thấp. Mặc dù là vùng nông nghiệp trọng điểm của cả nước, đứng đầu về sản xuất lúa gạo, thủy sản và rau quả, nhưng đời sống dân cư trong vùng vẫn chưa ổn định, trước mắt vẫn còn rất nhiều những khó khăn.

*Thứ tám*, mặc dù có nhiều tiềm năng, nhưng việc thu hút vốn đầu tư nước ngoài ở Đồng bằng sông Cửu Long còn yếu. Điều này xuất phát từ nhiều nguyên nhân, mà chủ yếu là do đội ngũ cán bộ bị hạn chế về chuyên môn, thiếu kiến thức về hoạt động trong nền kinh tế thị trường; thiếu kinh nghiệm về hợp tác đầu tư; thiếu tác phong công nghiệp hiện đại và công nhân có trình độ văn hóa, kỹ thuật tay nghề còn hạn chế.

Tóm lại, để nông nghiệp đồng bằng sông Cửu Long phát triển nhanh hơn và vững chắc hơn trong thế kỷ 21, bên cạnh sự nỗ lực chủ quan của các địa phương và bà con nông dân trong vùng, rất cần sự quan tâm và hỗ trợ tích cực của Nhà nước về cơ chế, chính sách, vốn đầu tư, khoa học - công nghệ và thị trường tiêu thụ nông sản hàng hóa trong và ngoài nước. Tin tưởng năm 2006 và các năm tiếp theo, nông nghiệp đồng bằng sông Cửu Long sẽ còn tiếp tục phát triển toàn diện và tăng trưởng cao và là một mô hình tiêu biểu về sản xuất nông nghiệp hàng hóa lớn theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa của Việt Nam.



## **2.2. Vai trò của xuất khẩu trái cây Đồng Bằng Sông Cửu Long.**

Trong quá trình công nghiệp hóa và hiện đại hóa nông nghiệp và nông thôn, nhằm phát huy những tiềm năng sẵn có ở nông thôn Đồng bằng sông Cửu Long cần phải giải quyết những vấn đề vừa cơ bản vừa bức xúc. Đó là xây dựng được nền nông nghiệp mạnh song song với ngành công nghiệp để thúc đẩy khả năng cạnh tranh, xuất khẩu hàng hóa ...nhằm đẩy mạnh phát triển nền kinh tế.

Trái cây là mặt hàng nông nghiệp cần phải được quan tâm vì nó là một bộ phận không thể thiếu của nền sản xuất hàng hóa, là đầu vào quan trọng đối với ngành chế biến thực phẩm... Vai trò của xuất khẩu trái cây thể hiện như sau:

- Làm tăng giá trị và sức cạnh tranh của ngành sản xuất trái cây và chế biến thực phẩm

- Tạo điều kiện cho người nông dân khai thác, sử dụng có hiệu quả đất đai, tiền vốn, sức lao động. Từ đó tạo thêm việc làm, tăng thu nhập cho người lao động ở nông thôn.

- Kéo theo sự phát triển cơ sở hạ tầng ở nông thôn, thu hút các ngành công nghiệp – dịch vụ khác. Từ đó sẽ hình thành tụ điểm công nghiệp - dịch vụ ở nông thôn gắn liền với nông nghiệp.

- Thu hút đầu tư, kích thích chuyển giao công nghệ – khoa học \_ kỹ thuật từ các quốc gia phát triển.

- Góp phần tăng tích lũy nông nghiệp, tăng kim ngạch xuất khẩu.

Do đó, phát triển xuất khẩu trái cây vừa có ý nghĩa lớn về kinh tế, vừa có ý nghĩa sâu sắc về xã hội.

## **2.3. Tình hình sản xuất - xuất khẩu trái cây trong thời gian qua.**

Trong nhiều năm qua thị trường xuất khẩu trái cây của Việt Nam nói chung và Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng, nhìn chung đã giảm mạnh. Nếu năm 2001, xuất khẩu đến 42 nước và vùng lãnh thổ, thì năm 2004, chỉ còn lại 39 nước và năm 2005 còn lại 36 nước.

Có nhiều nguyên nhân của sự suy giảm này, trong đó chủ yếu vẫn là do sản xuất manh mún, chất lượng không ổn định, quy cách không đồng đều, số lượng không tập trung, giá cao.... Bên cạnh đó, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật luôn vượt mức cho phép chiếm tỷ trọng lớn cũng là một nguyên nhân không kém quan trọng.

Từ năm 2004 đến nay, kim ngạch xuất khẩu rau quả Việt Nam có xu hướng tăng, đạt 231 triệu USD năm 2005, tuy nhiên giá trị xuất khẩu này còn rất khiêm tốn so với tiềm năng của đất nước và còn thấp so với năm 2001 (344,2 triệu USD). Chất lượng là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến khả năng xuất khẩu trái cây của Việt Nam, bên cạnh đó giá thành sản xuất cũng là nhân tố không kém phần quan trọng trong việc thúc đẩy tăng giá trị xuất khẩu trái cây của nước ta.

### **2.3.1. Về sản lượng trái cây .**

Cùng với việc tăng diện tích trồng cây và cải tiến kỹ thuật sản xuất, áp dụng khoa học kỹ thuật đã thúc đẩy quá trình sản xuất – xuất khẩu trái cây ở Đồng bằng sông Cửu Long đã tăng qua các năm. Tuy nhiên với khối lượng sản xuất tương đối lớn như vậy, mà tỉ lệ khối lượng xuất khẩu vẫn chưa cao đây là vấn đề mà các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long cần nên xem xét lại.

**Bảng 2: Bảng thống kê khối lượng sản xuất – xuất khẩu trái cây từ 2001-2005.**

Đơn vị tính: ngàn tấn

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
Tổng sản lượng sản xuất cả nước	4.000	4.200	4.500	6.200
Sản lượng sản xuất ở ĐBSCL	2.500	2.700	2.800	3.200
Sản lượng xuất khẩu cả nước	391	400	430	650
Sản lượng xuất khẩu ĐBSCL	300	310	370	400

(Nguồn tin tổng hợp từ Vinanet, TTXVN, NNVN )

### 2.3.2. Về giá trị kim ngạch xuất khẩu trái cây.

- Thời kỳ 1990-1994: kim ngạch xuất khẩu sụt giảm liên tục từ 52,3 triệu USD năm 1990 xuống còn 20,8 triệu năm 1994.

**Bảng 3: Bảng thống kê giá trị kim ngạch xuất khẩu trái cây từ 1990-1994.** Đơn vị tính :triệu USD

Nội dung	1990	1991	1992	1993	1994
Tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả	52,3	33,2	32,3	23,6	20,8
Kim ngạch xuất khẩu trái cây ĐBSCL	28	16	17	14	12

(Nguồn tin tổng hợp từ VnEconomy, Vinanet, TTXVN)

Có 3 nguyên nhân chủ yếu dẫn đến kim ngạch xuất khẩu bị sụt giảm là:

- Thị trường xuất khẩu chủ yếu của rau quả Việt Nam là Liên Xô (cũ) và các nước Đông Âu nay bị hụt hẫng sau khi các nước này bị thay đổi chế độ.
- Việt Nam vẫn trong thời gian còn bị cấm vận, nên việc xuất khẩu ra các thị trường mới còn rất nhiều bị hạn chế.
- Trong thời gian này Việt Nam còn đang tập trung vào việc giải quyết an ninh lương thực ở trong nước và xuất khẩu gạo, nên chưa có điều kiện đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu rau quả.

- Thời kỳ 1995-1998: 1996 xuất khẩu rau quả đạt đỉnh cao ngang bằng với năm 1990, nhưng lại sụt giảm vào 2 năm 1997-1998.

- Thời kỳ 1998-2001: kim ngạch xuất khẩu rau quả tăng nhanh liên tục qua các năm, đạt đỉnh cao nhất vào năm 2001. Nguyên nhân chính là do thị trường xuất khẩu rau quả chủ yếu ở Trung quốc và một số thị trường khác tăng mạnh.

- Thời kỳ 2001-2003: kim ngạch xuất khẩu bị sụt giảm mạnh, chủ yếu là do xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc bị sụt giảm mạnh.

- Thời kỳ 2004-2006: Từ năm 2004 đến 2005 kim ngạch xuất khẩu tăng trở lại, và có dấu hiệu khả quan hơn trong năm 2006, một số chuyên gia ước tính kim ngạch xuất khẩu rau quả của ta năm nay có thể đạt 300 triệu USD.

**Bảng 4: Bảng giá trị kim ngạch xuất khẩu trái cây từ năm 2001-2005**

Đơn vị tính :triệu

USD

Chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005
Tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả	344,3	221,2	151,5	178,8	235
Kim ngạch xuất khẩu trái cây ĐBSCL	197	120,6	91,5	107	138,6

(Nguồn tin tổng hợp từ: VnEconomy, Vnnanet, TTXVN)

Trong 6 tháng đầu năm 2006, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam ước đạt khoảng 136 triệu USD, tăng trên 14,3% so với cùng kỳ năm trước; trong đó kim ngạch xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long chiếm khoảng gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả cả nước, xuất sang gần 50 quốc gia trên thế giới.

### 2.3.3. Về chất lượng trái cây.

Hiện nay, để xuất khẩu trái cây thì đòi hỏi cần phải có các tiêu chuẩn chất lượng như là: trái cây đẹp; đồng đều về màu sắc; trọng lượng, kích thước, độ dài, độ chín. Tuy nhiên, các tiêu chuẩn này trái cây Đồng bằng sông Cửu Long không nhiều. Hiện trạng này đã làm cho kim ngạch xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long giảm trong các năm 2002 và 2003, tuy đã tăng lại trong năm 2004 và 2005, nhưng tỷ lệ này vẫn chưa tương xứng với tiềm năng sản xuất trái cây ngày càng tăng của vùng như hiện nay.

Trái cây Đồng bằng sông Cửu Long đang đương đầu với nhiều thử thách, trước hết đối với các nước mới gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO), trong đó Trung Quốc là nước mua khoảng 40% - 50% số lượng trái cây xuất khẩu của Đồng bằng sông Cửu Long đã bắt đầu đòi hỏi chất lượng cao hơn trước, trong khi trái cây của vùng chưa thể đáp ứng ngay yêu cầu đó. Thêm vào

đó Trung Quốc và Thái Lan đã ký hiệp định cắt giảm thuế nhập khẩu rau quả bằng 0% từ tháng 10/2003, việc bỏ thuế nhập khẩu trái cây làm cho trái cây Thái Lan có chất lượng cao, giá rẻ xuất khẩu vào Trung Quốc có lợi thế cạnh tranh hơn trái cây Việt Nam ở thị trường này.

Như vậy có thể nói chất lượng chính là lợi thế của trái cây Việt Nam, nhưng lợi thế này hiện còn quá yếu. Và người thực hiện tạo ra lợi thế này trước hết chính là nhà vườn vì lợi thế này được sinh ra trong quá trình trồng trọt gồm quá trình trước, trong và sau thu hoạch, trong đó quá trình trước và trong thu hoạch quyết định kết quả quá trình sau thu hoạch. Do đó khi quy hoạch trồng cây gì, ngoài yếu tố đất đai, khí hậu, diện tích, giống cây, thị trường... nhà vườn phải không ngừng cập nhật thông tin, nâng cao kiến thức, áp dụng nghiêm ngặt quy trình kỹ thuật trồng, phương pháp trồng để trái cây khi sản xuất ra đạt được 03 tiêu chuẩn đẹp, ngon, và sạch

Ngành trái cây Đồng bằng sông Cửu Long đang có nhiều thuận lợi do Việt Nam đang hội nhập nền kinh tế thế giới, có thể hợp tác, học hỏi các nước trong lĩnh vực trái cây. Việt Nam có chương trình xuất khẩu 10 năm (2000-2010) của Chính phủ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đang triển khai thực hiện; có Viện Nghiên cứu Trái cây, nhiều trung tâm giống trái cây, nên hy vọng trong tương lai sẽ có nhiều giống trái cây mới, tốt và kỹ thuật trồng trọt ngày càng tiên tiến, sản phẩm trái cây xuất khẩu chất lượng sẽ ngày càng cao hơn.

#### ***2.3.4. Về thị trường xuất khẩu trái cây.***

Từ năm 1990-1996 thị trường xuất khẩu trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long chủ yếu là Liên Xô cũ và các nước Đông Âu.

Từ năm 1996-1998 thị trường xuất khẩu trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long mở rộng sang các nước Châu Á, đặc biệt là Trung Quốc, một quốc gia nhập khẩu gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam.

Từ năm 1998-2001 thị trường xuất khẩu trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long mở rộng trên 42 quốc gia, đây cũng là thời điểm kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam đạt đỉnh cao nhất trong suốt thời gian qua (344,2 triệu USD năm 2001).

Từ năm 2002-2005 thị trường xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long đã giảm dần chỉ còn 39 quốc gia vào năm 2004, và còn 36 quốc gia vào năm 2005.

Theo dự báo năm 2006, kim ngạch xuất khẩu rau quả Việt Nam sẽ đạt 300 triệu USD; trong đó trái cây xuất khẩu Đồng bằng sông Cửu Long chiếm khoảng gần 70% tổng kim ngạch và sẽ mở rộng thị trường xuất khẩu lên đến 50 quốc gia.

Hiện nay, thị trường xuất khẩu chủ yếu của trái cây Đồng bằng sông Cửu Long là Trung Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ, Hà Lan, Nga, Indonexia, Singapore, Lào, Hồng Kông, Pháp, Italia, Malaixia, Đức ...

**Bảng 5: Bảng kim ngạch xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long sang các thị trường chính từ 1997 – 2005.**

Đơn vị tính : triệu USD

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>KNXK rau quả ĐBSCL</b>	<b>42,7392</b>	<b>32,035</b>	<b>62,9532</b>	<b>127,86</b>	<b>197,983</b>	<b>120,694</b>	<b>91,482</b>	<b>107</b>	<b>138,6</b>
Trung Quốc	14,696	6,272	21,412	72,211	85,681	72,917	40,24	38,5	53
Đài Loan	7,377	3,633	7,137	12,505	13,991	12,538	12,95	15,5	15,07
Nhật Bản	5,2056	3,942	5,619	7,0374	8,7162	8,7162	10,03	15,3	18
Hàn Quốc	1,5594	2,453	6,0444	8,2146	12,116	4,6698	5,796	7,4	9,0
Nga	2,1798	0,749	597	2,7924	3,018	5,1036	4,976	5,4	6,0
Hoa Kỳ	1,9176	1,535	1,9254	1,3068	1,1826	3,1908	4,844	6,2	7,5
Hà Lan	528	0,756	0,9534	1,296	1,4286	2,322	3,539	4,3	8,4
Campuchia	0	141	1,6752	478,8	1,3656	2,6466	2,791	3,2	4,2
Singapore	1,4652	1,393	1,2438	0,7356	7,8	2,0406	2,672	3,3	3,78
Lào	153	2,674	5,5404	1,2516	0,9756	2,643	2,58	2,9	3,5
Hồng Kông	1,8732	3,056	1,9332	1,9896	2,6004	2,7486	2,219	2,6	4,3
Một số nước khác	5,7846	5,4306	8,8728	18,042	59,1078	1,1568	0,84	1,82	5,85

(Nguồn tổng hợp của Vinanet và thông tin thương mại)

*Trung Quốc:* nhu cầu nhập khẩu rau quả những năm gần đây khoảng hơn 1 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2005 vào Trung Quốc chiếm 5% kim ngạch nhập khẩu của nước này, phấn đấu đến 2010 nâng tỷ lệ này lên khoảng 15% (đạt 150 triệu USD); trong đó kim ngạch xuất khẩu của Đồng bằng sông Cửu Long có thể đạt được 60% trong tổng giá trị xuất khẩu sang quốc gia này.

*Đài Loan:* nhu cầu nhập khẩu những năm gần đây khoảng 270 triệu USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2005 vào Đài Loan chiếm 9,3% kim ngạch nhập khẩu của nước này, phấn đấu đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 18% (đạt kim ngạch trên 50 triệu USD); trong đó Đồng bằng sông Cửu Long có thể đạt 70% giá trị xuất khẩu.

*Nhật Bản:* nhu cầu nhập khẩu những năm gần đây khoảng gần 6 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2005 vào Nhật Bản chỉ chiếm 0,5% kim ngạch nhập khẩu của nước này này, phấn đấu đến 2010 nâng tỷ lệ này lên 2% (đạt kim ngạch trên 120 triệu USD); trong đó Đồng bằng sông Cửu Long có thể đạt 60% - 70% giá trị kim ngạch xuất khẩu sang Nhật Bản.

### **2.3.5. Về giá sản xuất - xuất khẩu.**

Với thói quen của nhà vườn chủ yếu là sản xuất theo kinh nghiệm, thủ công, manh mún, nhỏ lẻ... do đó họ thường thiếu máy móc, công nghệ, thiết bị sản xuất và bảo quản sau thu hoạch. Chính vì vậy, phần lớn năng suất sản xuất của các nhà vườn không cao, tốn nhiều chi phí vận chuyển, sản phẩm sau thu hoạch bị hao hụt nhiều... đây chính là nguyên nhân làm tăng giá thành sản phẩm. Do đó làm hạn chế năng lực cạnh tranh của trái cây xuất khẩu của Đồng bằng sông Cửu Long.

Nhìn chung, giá cả xuất khẩu của Đồng bằng sông Cửu Long thường thấp hơn giá cả trái cây xuất khẩu cùng loại của các quốc gia khác, đặc biệt là Thái Lan. Nguyên nhân chính là do chất lượng sản phẩm của Đồng bằng sông Cửu Long không thể cạnh tranh được với sản phẩm của các quốc gia này. Mặt khác

sản phẩm trái cây của Việt Nam phải chịu một thuế suất cao hơn thái Lan khi xuất khẩu sang các nước trong khối WTO, đặc biệt là Trung Quốc; Việt Nam phải chịu thuế suất từ 5% đến 24,5% khi xuất khẩu trái cây sang Trung Quốc, trong khi đó Thái Lan được hưởng Thuế suất 0% khi xuất khẩu trái cây sang Trung Quốc.

#### **2.4. Các nhân tố tác động đến sản xuất – xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long.**

Đến nay, ý thức sản xuất trái cây hàng hoá của đại bộ phận nông dân và chủ trang trại hầu như chưa có, chưa rõ rệt; diện tích manh mún, chủng loại không ổn định. Nhiều khi vì mục đích tăng sản lượng hoặc để thu sản phẩm trái vụ, nhiều người còn áp dụng mẹo vặt khiến sản phẩm không đồng đều, thậm chí không đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Đây là tâm lý tiểu nông, chỉ thấy cái lợi nhỏ trước mắt. Bên cạnh đó, việc thông tin thị trường, nắm bắt nhu cầu của người tiêu dùng chưa được quan tâm đúng mức, thiếu thông tin dự báo và chưa biết phân tích thông tin nên luôn "theo đuổi" thị trường, chưa chủ động cung ứng.

Về bảo quản, sơ chế sản phẩm, có thể nói công nghệ sau thu hoạch của Đồng bằng sông Cửu Long đến nay vẫn là con số không vì hiện nay Đồng bằng sông Cửu Long còn đang ứng dụng công nghệ của những năm 1960 hoặc làm thủ công. Những năm gần đây Đồng bằng sông Cửu Long đã có những thành công trong nghiên cứu ứng dụng khoa học - kỹ thuật, song khi đưa vào thực tế thì chưa hiệu quả. Nhiều nơi bà con nông dân tự tìm hay pha chế các loại thuốc, dung dịch để bảo quản trái cây được lâu hơn; hoặc dùng thuốc đã kiểm định đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm nhưng lại dùng sai công thức. Khâu bảo quản kém dẫn đến tổn thất sau thu hoạch cao. Các nhà khoa học của ta mới chỉ đáp ứng được phần nào sự mong muốn của bà con về vấn đề công nghệ khiến nhiều nông dân tự tìm cách đi riêng của mình. Nhiều vùng hoa quả của vùng Đồng bằng sông Cửu Long đã hình thành, nhưng chất lượng kém do giống xấu, canh



tác sai quy trình; hoặc chất lượng tốt nhưng năng suất lại thấp. Vậy đây chưa phải là sản xuất hàng hoá mà mới chỉ mang bóng dáng sản xuất quy mô lớn. Sản xuất hàng hoá phải mang tính đồng bộ cao, trong khi chúng ta thì mạnh ai nấy làm nên kích cỡ, chất lượng quả, thậm chí trên cùng diện tích canh tác đã lệch nhau, chưa nói đến các vùng lân cận.

#### **2.4.1. Khâu sản xuất.**

##### **2.4.1.1. Điều kiện tự nhiên.**

Đồng bằng sông Cửu Long là vùng nhiệt đới gió mùa với các đặc điểm khí hậu nóng ẩm, mưa nhiều và mưa theo mùa, có nhiều kênh rạch, rất phù hợp với việc trồng cây nhiệt đới. Đây cũng chính là lợi thế của Đồng bằng sông Cửu Long trong việc trồng cây nhiệt đới xuất khẩu.

##### **2.4.1.2. Cây giống.**

Thực tế trong vài năm trở lại đây, hầu hết các vườn tạp, vườn trái cây kém hiệu quả ở Đồng bằng sông Cửu Long đã được các nhà vườn chuyển đổi sang trồng các loại cây có múi tăng mạnh. Chính vì "cầu" tăng nhanh cho nên "cung" cũng theo đó phát triển ồ ạt. Tổng lượng giống các loại cây ăn quả ở các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long sản xuất bình quân khoảng 26-27 triệu cây/năm, trong đó những tỉnh sản xuất cây giống nhiều nhất như Bến Tre, Tiền Giang và Vĩnh Long... Song thật đáng báo động vì tình trạng sản xuất giống tràn lan, rất ít cơ sở giống đạt chất lượng. Hiện nay trên thị trường chỉ cung cấp được khoảng 10% -20% giống chất lượng so với nhu cầu, còn hầu hết các nhà vườn đều dùng giống trôi nổi.

Điều đáng lo ngại là tình trạng các nhà vườn trồng cây có múi chỉ được vài năm đã phải đốn bỏ trồng lại vì cây sạch bệnh bị tái nhiễm. Do đó để giải quyết tồn tại này thì cần một giải pháp chung xây dựng lại hệ thống sản xuất và cung ứng giống cây có múi có chất lượng cao. Muốn làm tốt việc này các nhà vườn cần phải hiểu được chính sách của Nhà nước về sản xuất và lưu thông phân phối cây giống. Thực tế, hiện nay hệ thống phân phối giống đạt chất lượng cũng còn

rất hẹp và hạn chế, giá bán lại cao nên các nhà vườn rất khó tìm mua được giống tốt nên dẫn đến chất lượng vườn trái cây đặc sản và có lợi thế còn thấp.

#### **2.4.1.3. *Vốn, qui mô sản xuất.***

Những nhà vườn sản xuất nông nghiệp nói chung, sản xuất trái cây nói riêng phần lớn là những hộ nông dân, gia đình nên có vốn đầu tư rất thấp. Chính vì vậy, thường thì họ sản xuất đa canh (vườn tạp), một mặt là để có thu nhập thường xuyên ổn định cuộc sống, mặt khác để tránh rủi ro về vốn. Do đó không có tập trung vào sản xuất chuyên canh trái cây đặc sản.

Với vốn đầu tư thấp nên thường gặp khó khăn trong khâu sản xuất: thiếu vật tư, phân bón, cũng như máy móc thiết bị phục vụ cho sản xuất.

Hiện nay, do thiếu thông tin, không nắm bắt được thị trường nên ở nông thôn vẫn còn nhiều tình trạng “trồng rồi chặt” cây liên tục, bởi vì cây vừa mới trồng không có hiệu quả kinh tế.

Có rất ít nhà đầu tư lớn đầu tư vào sản xuất, chế biến rau quả ở Đồng bằng sông Cửu Long do đó nguồn vốn đầu tư vào lĩnh vực này không nhiều. Vì vậy, cần phải có chính sách hợp lý hỗ trợ vốn cho nông dân và thu hút đầu tư.

#### **2.4.1.4. *Nguồn nhân lực.***

Với lực lượng lao động dồi dào, cần cù chịu khó nên rất thích hợp với đặc điểm sản xuất của Đồng bằng sông Cửu Long . Tuy nhiên, phần lớn là lao động chưa được đào tạo hoặc được đào tạo ở mức thấp (86,5%), số được đào tạo qua đại học, cao đẳng đến năm 2005 là 0,143% (cả nước là 0,312%). Các trung tâm dạy nghề phát triển chưa đồng bộ, cơ sở vật chất chưa đáp ứng yêu cầu dạy và học đang đòi hỏi ngày càng cao. Lao động trong các ngành nghề, nhất là trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp phần lớn dựa vào kinh nghiệm thực tế, tự phát, chạy theo lợi ích trước mắt, không có định hướng, chiến lược lâu dài. Từ đó, năng suất lao động thấp, chất lượng sản phẩm kém, mức độ cạnh tranh thấp..

dẫn đến khó khăn trong việc tiêu thụ sản phẩm trong nước cũng như cung cấp sản phẩm cho xuất khẩu.

Mặt khác, là tính cách của người Nam bộ tuy cần cù, năng động nhưng có phần bảo thủ; phong cách và tập quán tiêu dùng phóng khoáng nên ý thức tích lũy kém; thói quen lao động tùy hứng, khó thích nghi với lao động công nghiệp đã góp phần làm giảm hiệu quả sản xuất, đầu tư.

#### **2.4.1.5. Công nghệ- kỹ thuật, máy móc thiết bị.**

Nhà vườn chủ yếu là sản xuất theo kinh nghiệm, không được đào tạo có bài bản, nên thường sản xuất theo cách thủ công. Do thiếu vốn cũng như thiếu kiến thức về khoa học kỹ thuật nên thường có công nghệ sản xuất lạc hậu hoặc đôi khi thiếu cả máy móc thiết bị dùng cho sản xuất. Đặc biệt là thiếu công nghệ, máy móc thiết bị phục vụ cho khâu chế biến, bảo quản sau thu hoạch.

Hiện nay, tỷ lệ hao hụt của sản phẩm sản xuất nông nghiệp khoảng 10% - 30%, tỷ lệ này rất cao, nguyên nhân chính là do thiếu phương tiện vận chuyển, hoặc vận chuyển chu chuyển qua nhiều khâu mới tới được tay người tiêu thụ; công nghệ bảo quản sau thu hoạch còn rất ít và lạc hậu nên sản phẩm sản xuất ra bị hư, thối rất nhiều.

#### **2.4.1.6. Quy hoạch vùng.**

Tuy diện tích, sản lượng đều tăng, song tại khu vực sản xuất nguyên liệu tập trung cho chế biến công nghiệp thì năng suất, chất lượng trái cây còn thấp và thiếu sản lượng.

Công tác quy hoạch, đặc biệt là quy hoạch vùng nguyên liệu, còn nhiều bất cập, chưa có quy hoạch tổng thể và cụ thể cho từng vùng, từng địa phương, từng loại cây ăn quả. Việc xác định quy mô, địa điểm một số cơ sở chế biến chưa chính xác, chưa phù hợp với khả năng cung cấp nguyên liệu trong điều kiện sản xuất nông nghiệp còn manh mún, điểm xuất phát thấp, chưa tính hết các yếu tố tác động làm thay đổi cơ cấu cây trồng và hiệu quả kinh tế của nông dân. Chính

vì vậy, sản xuất trái cây chưa đáp ứng kịp thời cho nhu cầu chế biến cũng như xuất khẩu trái cây.

#### **2.4.2. Khâu tiêu thụ.**

##### **2.4.2.1. Khâu vận chuyển, bảo quản – tiêu thụ.**

Hệ thống phân phối rau quả Việt Nam là manh mún và tự phát. Thông thường, nông dân sau khi thu hoạch rau quả xong, sẽ có một lực lượng rất đông các thương lái tới thu gom. Thương lái bán cho các nhà bán buôn, xuất khẩu và những người này chuyển lại cho các nhà phân phối nước ngoài. Hệ thống phân phối của ta chưa có một sự kết hợp nhuần nhuyễn từ khâu sản xuất, thu mua, chế biến, đến tiêu thụ và xuất khẩu.

Việc vận chuyển trái cây cũng rất tùy tiện và cẩu thả. Đa số sản phẩm trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long được vận chuyển trên những phương tiện kém chất lượng như xe máy cũ, xe thô, ... thậm chí có những chuyến xe, chủ hàng tìm mọi cách để chất được càng nhiều càng tốt, bất chấp chất lượng hàng hoá bị ảnh hưởng ra sao.

Mặt khác, chi phí vận chuyển, chi phí bảo quản giữ lạnh, đóng gói, bao bì cho trái cây xuất khẩu còn rất cao. Trung bình chi phí vận chuyển trái cây xuất khẩu sang Trung Quốc ước khoảng 1 triệu – 1,5 triệu đồng/1 tấn, chiếm khoảng 20% - 30% giá thành sản phẩm.

Tất cả những điều đó dẫn đến chi phí tăng cao, chất lượng giảm và hao hụt tăng lên. Theo tính toán của các nhà khoa học, từ lúc nông dân thu hoạch cho tới khi hàng hoá đến tay người tiêu dùng, tổng hao hụt ước tính lên tới 10%-30% khối lượng sản phẩm. Chính do chi phí tăng cao và hao hụt này cũng đã ảnh hưởng lớn đến tính cạnh tranh của rau quả Việt Nam.

- Phương thức thanh toán cũng là một trở ngại cho trái cây xuất khẩu. Doanh nghiệp xuất khẩu thường yêu cầu thanh toán đảm bảo qua ngân hàng theo phương thức mở L/C. Tuy nhiên, khách hàng theo thông lệ quốc tế trong

mua bán hàng rau quả là sử dụng phương thức thanh toán không có đảm bảo của ngân hàng để giảm thủ tục, nhanh, ít tốn phí như ứng trước 50% trước khi giao hàng, trả hết tiền khi nhận đủ hàng hoặc mua gói đầu... Điều này thường dẫn đến tình trạng doanh nghiệp xuất khẩu không thu được nợ.

#### ***2.4.2.2. Thị trường và thông tin thị trường.***

- **Thị trường xuất khẩu:** nhìn chung, thị trường xuất khẩu trái cây của Việt Nam nói chung và Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng trong những năm gần đây có xu hướng giảm, nếu năm 2001, xuất khẩu đến 42 nước và vùng lãnh thổ, thì năm 2004, chỉ còn lại 39 nước và năm 2005 còn lại 36 nước. Chủ yếu vẫn là do chất lượng trái cây của Việt Nam nói chung và của Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng không đáp ứng được yêu cầu gia tăng ngày càng cao của thị trường thế giới, đặc biệt là về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm. Thị trường xuất khẩu chủ yếu của Đồng bằng sông Cửu Long vẫn là ở các nước Châu Á, đặc biệt là Trung Quốc, chiếm khoảng 40% - 50% giá trị kim ngạch xuất khẩu của vùng, và chủ yếu là xuất khẩu bằng đường tiểu ngạch. Trung Quốc và Thái Lan đã ký hiệp định cắt giảm thuế nhập khẩu rau quả bằng 0% từ tháng 10/2003, việc bỏ thuế nhập khẩu trái cây làm cho trái cây Thái Lan có chất lượng cao, giá rẻ xuất khẩu vào Trung Quốc có lợi thế cạnh tranh hơn trái cây Đồng bằng sông Cửu Long ở thị trường này.

Trong 06 tháng đầu năm 2006 thị trường xuất khẩu có khả quan hơn rất nhiều, trái cây của Việt Nam đã xuất khẩu gần 50 quốc gia, đạt 136 triệu USD, chủ yếu là Trung Quốc, Nga và Nhật Bản. Trong đó kim ngạch xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long chiếm khoảng gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả cả nước. Hiện nay, các nước EU và Mỹ là các quốc gia có nhu cầu nhập khẩu trái cây nhiệt đới rất lớn, đây cũng là tiềm năng cho việc phát triển xuất khẩu trái cây của vùng Đồng bằng sông Cửu Long, tuy nhiên trái cây của

vùng phải đáp ứng các yêu cầu khắc khe về chất lượng cũng như vệ sinh an toàn thực phẩm của các quốc gia này.

- **Thông tin thị trường:** Phần lớn nhà vườn cũng như các thương nhân đều chưa có các thông tin đầy đủ và kịp thời về thị trường xuất khẩu, nên thường bị động trong khâu sản xuất và tiêu thụ, do đó khó đáp ứng được kịp thời những diễn biến và nhu cầu của thị trường xuất khẩu.

Trong tình trạng người nông dân chưa chủ động tìm kiếm thông tin và cơ hội mua bán, trao đổi nên phải đối mặt với nhiều rủi ro và không ít thất bại. Tình trạng trồng-chặt-phá cây nhãn, xoài, bưởi... trong thời gian qua là một ví dụ. Nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng, một trong những nguyên nhân cơ bản là thiếu thông tin và phân tích, dự báo thị trường tốt.

#### **2.4.2.3. Đối thủ cạnh tranh.**

Có nhiều quốc gia xuất khẩu trái cây trên thế giới, nhưng đối thủ chính của Việt Nam hiện nay là thái Lan, và các đối thủ cần chú ý khác như: Trung Quốc (quả có múi) ; Ấn Độ (xoài); Israel và Malaysia(thanh long vỏ đỏ, ruột đỏ); Guatamala, Nicaragua, Ecuador ( thanh long vỏ đỏ ruột tím); của Colombia (thanh long vỏ vàng ruột trắng). Một số nước ở Châu Mỹ như: Achentina, Chi lê, Ecuador rất cạnh tranh. Tuy nhiên, theo đánh giá của các cơ quan Thường vụ Việt Nam tại khu vực thị trường này, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn có cơ hội rất lớn nếu biết lựa chọn và đầu tư thích hợp đối với một số loại hoa quả là nhãn, vải, thanh long và sản phẩm đóng hộp là những loại hoa quả nhiệt đới rất hiếm, khó trồng ở Braxin, phải nhập khẩu với khối lượng từ một số nước Đông Nam Á.

#### **2.4.2.4. Chính sách hoạt động marketing.**

- **Đối với chiến lược sản phẩm:** Trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long có rất nhiều loại, nhưng hầu hết không có loại nào ổn định về số lượng, chất lượng, đảm bảo an toàn thực phẩm để thúc đẩy xuất khẩu. Bên cạnh đó, các nhà

vườn cũng như các thương nhân cũng chưa quan tâm đặc biệt trong việc cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm và đảm bảo an toàn thực phẩm. Chính vì vậy, trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long gặp khó khăn trong việc xây dựng và phát huy thương hiệu ở thị trường nước ngoài.

Trong thời gian qua, Đồng bằng sông Cửu Long cũng đã tập trung vào đầu tư phát triển một số sản phẩm trái cây có lợi thế cạnh tranh nhằm đẩy mạnh xuất khẩu như: dứa, thanh long, nhãn, chuối .... Tuy nhiên, nhìn chung, sản phẩm trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long hiện nay chỉ đáp ứng được các thị trường tương đối dễ tính như Trung Quốc, Đài Loan... chưa đáp ứng được các nhu cầu khó tính của các thị trường như EU, Mỹ...

- **Giá cả:** Hiện nay, do sản phẩm trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long chưa ổn định về số lượng, chất lượng và an toàn thực phẩm nên thường có giá xuất khẩu thấp hơn trái cây Thái Lan. Hơn nữa, do yếu kém từ khâu sản xuất đến khâu bảo quản tiêu thụ nên thường sản phẩm của ta có giá thành cao hơn trái cây của Thái Lan. Với giá thành sản xuất cao, chất lượng và số lượng không ổn định làm cho sản phẩm trái cây xuất khẩu của Đồng bằng sông Cửu Long khó cạnh tranh với trái cây của Thái Lan.

Mặt khác, do giá nguyên nguyên liệu đầu vào như: cây giống, phân bón, thuốc trừ sâu... không ổn định nên chúng ta cũng chưa có chính sách giá ổn định, không tạo điều kiện thuận lợi cho việc ký kết hợp đồng xuất khẩu.

- **Phân phối:** Do hệ thống cơ sở hạ tầng được cải thiện, cùng với điều kiện ưu đãi của vùng sông nước nên hệ thống phân phối ở Đồng bằng sông Cửu Long tương đối thuận lợi. Tuy nhiên, với ý thức tổ chức sản xuất của người dân chưa cao nên tỷ lệ hao hụt trong vận chuyển và bảo quản sau thu hoạch rất cao chiếm từ 10% - 30% của sản phẩm sản xuất.

- Các nhà vườn thường bán sản phẩm của mình cho những thương lái, thương lái mới bán cho nhà phân phối, chế biến, do đó nhà vườn thường xuyên

không tiếp xúc được trực tiếp với khách hàng và người tiêu dùng trong và ngoài nước. Cho nên họ thường không nắm bắt được khuynh hướng nhu cầu thay đổi của thị trường, và từ đó, không thể chủ động được trong vấn đề sản xuất, cũng như không xác định được chiến lược kinh doanh sản xuất - xuất khẩu của mình.

Hiện nay, sản phẩm trái cây của Việt Nam chưa tạo được kênh phân phối tại các nước nhập khẩu, mà phần lớn chúng thường phân phối thông qua các Công ty thương mại nước nhập khẩu, bởi vì họ có sẵn kênh phân phối.

- **Xúc tiến thương mại:** Vì thiếu vốn nên các nhà vườn, doanh nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long không có khả năng chịu được những phí tổn thường xuyên cho các hoạt động marketing, tham gia hội chợ - triển lãm, giới thiệu sản phẩm.... Vì vậy, công tác quảng cáo sản phẩm bị hạn chế và không thực hiện được thường xuyên. Đặc biệt, đối với hoạt động marketing ở nước ngoài, đòi hỏi cần phải có đội ngũ nhân viên có trình độ, có hiểu biết về thị trường nghiên cứu. Tuy nhiên, thường thì các doanh nghiệp này thiếu khả năng trong việc đào tạo cán bộ marketing để giới thiệu sản phẩm của mình cho người tiêu dùng ở nước ngoài; mặt khác để đáp ứng được nhu cầu này, doanh nghiệp phải bỏ ra một chi phí khá lớn so với khả năng hạn chế vốn của doanh nghiệp. Chính vì vậy, hoạt động marketing của trái cây xuất khẩu còn rất yếu kém.

#### ***2.4.2.5. Chính sách xây dựng thương hiệu.***

- Các doanh nghiệp xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long hiện chưa chú trọng quan tâm đúng mức về thương hiệu, nhãn hiệu và bao bì đóng gói sản phẩm. Phần lớn trái cây xuất khẩu theo đường tiểu ngạch và thường phải thông qua một nhà phân phối trung gian nước ngoài, chính vì vậy, Đồng bằng sông Cửu Long gặp khó khăn trong việc xây dựng thương hiệu sản phẩm trái cây xuất khẩu.

Mấy năm gần đây, bưởi Năm Roi của Công ty Hoàng Gia - Vĩnh Long được thế giới công nhận, nhưng số lượng xuất khẩu chưa nhiều. Các chủng loại trái



cây khác, khi xuất khẩu đều phải mượn thương hiệu của các đối tác, điều đó làm cho lợi nhuận bị chia sẻ. Nhiều doanh nghiệp ở Tiền Giang, Long An khi xuất khẩu thanh long sang Đài Loan đã dán nhãn hiệu bằng chữ của họ, mặc dù chất lượng thanh long Việt Nam được đánh giá hạng nhất khu vực Đông Nam Á.

- Vai trò của các tổ chức xúc tiến thương mại rất yếu kém và chưa được coi trọng. Xuất khẩu tụt dốc do các doanh nghiệp nắm bắt nhu cầu thị trường yếu kém, có những doanh nghiệp xuất hàng qua đường biên mậu bị mất trắng do các nhà buôn ở đây không trả tiền.

- Khuếch trương thương hiệu để xuất khẩu trái cây sang các nước cũng rất khó vì giá thành trái cây của Việt Nam cao hơn nhiều so với sản phẩm của nhiều nước; chất lượng trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long không ổn định; kiểu dáng, bao bì, đóng gói chưa đảm bảo. Nguyên do: trái cây Đồng bằng sông Cửu Long trồng phân tán nhỏ lẻ, chưa hình thành vùng chuyên canh tập trung; vận chuyển và bảo quản hao hụt lớn, từ 10% đến 30%; mua bán vẫn theo tập quán nông dân thương lái. Mặc dù đã hình thành nhiều vùng chuyên sản xuất cây ăn trái tập trung nhưng chỉ có một vài vùng chuyên canh có diện tích tương đối lớn... phần lớn vẫn là sản xuất, tiêu thụ manh mún, nhỏ lẻ. Điều này ai cũng nhận thấy nhưng chưa biết quy hoạch như thế nào và quy hoạch từ đâu.

## **2.5. Chính sách vĩ mô của nhà nước đối với vùng Đồng bằng sông Cửu Long.**

Mặc dù, Đồng bằng sông Cửu Long được nhiều chính sách ưu đãi của Nhà nước, tuy nhiên việc thực hiện các chính sách này còn rất nhiều bất cập và không đồng bộ nên hiệu quả không cao.

### **2.5.1. Chính sách đối với nông dân và nông thôn.**

Trong những năm qua, nhà nước đã thực hiện nhiều chính sách hỗ trợ phát triển kinh tế giáo dục, xã hội... để nhằm cải thiện đời sống nhân dân và phát triển nông thôn ở Đồng bằng sông Cửu Long. Có thể khái quát một số chính sách cơ bản :

- Cũng cố, mở rộng cơ sở hạ tầng, kỹ thuật thúc đẩy lưu thông trong vùng, tạo điều kiện cho phát triển sản xuất nông thôn được thuận lợi hơn.

- Miễn, giảm thuế đối với một số mặt hàng nông nghiệp, ưu đãi cho sản xuất gạo và trái cây, tạo điều kiện cho bà con yên tâm sản xuất.

- Tăng cường đầu tư đẩy mạnh đào tạo, giáo dục, phổ cập cho người dân nhằm nâng cao ý thức tổ chức sản xuất, thu hút đầu tư.

- Đầu tư khoa học công nghệ, tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình nghiên cứu cây giống, sản xuất và bảo quản sau thu hoạch.

- Nghị định 66, do Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng vừa ký ban hành, về phát triển ngành nghề nông thôn nêu rõ, các cơ sở ngành nghề nông thôn hoạt động có hiệu quả sẽ được hưởng nhiều ưu đãi về mặt bằng sản xuất cũng như vay vốn phát triển.

### **2.5.2. Chính sách đối với xuất khẩu trái cây.**

- Hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia các quá trình đàm phán, xúc tiến thương mại: tổ chức hội chợ triển lãm, tổ chức các cuộc thi trái cây, giới thiệu sản phẩm...

- Miễn, giảm thuế xuất khẩu.

- Đàm phán với nước ngoài nhằm tác động làm giảm thuế nhập khẩu ở các quốc gia đó đối với mặt hàng xuất khẩu của ta.

- Xây dựng hệ thống cung cấp thông tin về sản xuất và xuất khẩu của các sản phẩm nông nghiệp và các đối thủ cạnh tranh nhằm giúp cho việc sản xuất và xuất khẩu trái cây của vùng phát triển tốt hơn.

- Chính sách cung cấp thông tin thị trường.

## **2.6. Đánh giá chung về hiện trạng trái cây Đồng Bằng Sông Cửu Long.**

### **2.6.1. Thuận lợi.**

- Do nhu cầu tiêu dùng trái cây ngày càng tăng nhưng sản lượng cung ứng tăng không kịp so với nhu cầu. Vì vậy, đây có thể nói là cơ hội thuận lợi cho việc trồng cây ăn trái xuất khẩu của Đồng bằng sông Cửu Long.

- Nước ta đang hội nhập vào nền kinh tế thế giới và khu vực, có điều kiện để tranh thủ sự giúp đỡ và học tập kinh nghiệm từ các nước đi trước.

- Đồng Bằng Sông Cửu Long là nơi có điều kiện thiên nhiên ưu đãi cho việc phát triển nghề trồng trọt.

- Đồng bằng sông Cửu Long có đội ngũ lao động nông thôn dồi dào, cần cù, sáng tạo, chịu khó thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp.

- Nhà nước cũng đang có chính sách quan tâm đến lĩnh vực sản xuất nông nghiệp và xuất khẩu nông sản.

### **2.6.2. Khó Khăn.**

- Nền nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long còn lạc hậu nên năng lực cạnh tranh chưa cao so với một số nước trong khu vực như : Thái Lan, Trung Quốc...

- Sản xuất trái cây ở Đồng bằng sông Cửu Long còn mang tính tự phát, với qui mô nhỏ, chưa có sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp tập trung một cách hợp lý. Chính vì vậy, các nhà kinh doanh xuất khẩu gặp khó khăn trong việc thu mua nguyên liệu, sản phẩm đầu vào, dẫn đến hoạt động kinh doanh kém hiệu quả.

- Chưa có vùng cây ăn trái chuyên canh với diện tích lớn đủ đảm bảo số lượng, chất lượng ổn định cho chế biến và xuất khẩu.

- Trình độ sản xuất, quản lý, kinh doanh của đa số các doanh nghiệp và nhà vườn Đồng Bằng Sông Cửu Long còn bị hạn chế. Đặc biệt, những kiến thức về kinh tế thị trường, về quản lý kinh doanh còn rất yếu. Họ sản xuất, quản lý bằng

kinh nghiệm thực tiễn là chủ yếu, thiếu hiểu biết về kỹ thuật, công nghệ, cũng như trình độ và khả năng quản lý.

- Các doanh nghiệp, nhà vườn không thoát khỏi vòng lẩn quẩn: vốn ít dẫn đến không có năng lực đổi mới công nghệ dẫn đến giá thành cao, dẫn đến cạnh tranh kém

- Đồng bằng sông Cửu Long chưa được sự hỗ trợ thật sự của các ngành công nghiệp hóa chất, phân bón, cơ khí, điện tử... Phân bón, hóa chất thường xuyên tăng giá, làm cho chi phí sản xuất đầu vào tăng kéo theo giá thành sản xuất cũng tăng. Máy móc, thiết bị chưa thật sự đáp ứng được yêu cầu sản xuất, sản phẩm có chất lượng và vệ sinh an toàn cao, công nghệ bảo quản sau thu hoạch còn lạc hậu.

- Hạn hán thiên tai vẫn còn diễn ra thường xuyên, làm cho quá trình sản xuất, kinh doanh của các nhà vườn, doanh nghiệp luôn bị gián đoạn hoặc có khả năng ảnh hưởng rất lớn đến quá trình tái sản xuất của họ.

- Thông tin thị trường rất hạn chế, do đó nhà vườn cũng như các doanh nghiệp thường gặp khó khăn trong khâu sản xuất và tiêu thụ. Mặc dù có sự hỗ trợ từ một số tổ chức nhưng các thông tin không có tính cập nhật, điều này ảnh hưởng không nhỏ đến các quyết định sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp thường bị dẫn đến gặp thua lỗ trong kinh doanh.

- Mặc dù trong thời gian qua, Nhà nước có nhiều chính sách, cơ chế hỗ trợ cho ngành nông nghiệp như: xây dựng đường xá, giao đất sản xuất, hỗ trợ vốn, ưu đãi thuế, tăng cường hợp tác quốc tế .... Tuy nhiên, các chính sách này không được thực hiện một cách đồng bộ và mang lại hiệu quả cao như mong đợi. Vì vậy, chưa thật sự làm cho người dân yên tâm sản xuất và xuất khẩu.

## **CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU TRÁI CÂY ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG.**

### **3.1. Quan điểm và mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu trái cây đến 2010.**

Để đẩy mạnh xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2010 cần quán triệt các quan điểm sau đây:

- Hình thành nền kinh tế mở theo định hướng Xã hội chủ nghĩa trên cơ sở phát huy mạnh hơn nữa các nguồn lực, tiềm năng tại chỗ của vùng đồng thời mở rộng các quan hệ kinh tế với bên ngoài, trước hết và đặc biệt là với miền Đông Nam Bộ, cũng như với các nước trong khu vực trong quan hệ hợp tác và cạnh tranh.

- Trên cơ sở khai thác có hiệu quả tiềm năng của các tỉnh, của vùng, đất liền, biển, thêm lục địa và môi trường sinh thái, đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng kinh tế theo hướng công nghiệp hoá - hiện đại hóa, tăng tỷ trọng công nghiệp và dịch vụ, hạ thấp dần tỷ trọng nông nghiệp.

- Sử dụng hiệu quả mỗi ha đất nông nghiệp trên cơ sở đổi mới cơ cấu sản xuất nông nghiệp, chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông thôn. Phát triển nông nghiệp gắn với công nghiệp chế biến, tiếp tục đảm nhận vai trò số một đối với cả nước về sản xuất lương thực - thực phẩm, đảm bảo an toàn lương thực quốc gia.

- Tăng cường sản xuất - xuất khẩu nông sản, cải thiện đời sống nông thôn, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa nông nghiệp và nông thôn.

- Kết hợp phát triển kinh tế với bảo vệ an ninh, quốc phòng.

Theo đó, cần có những định hướng sau đây:

- Đầu tư và phát triển một số loại trái cây có lợi thế cạnh tranh của vùng như: xoài cát Hòa Lộc (Cái Bè), bưởi da xanh (Bến Tre), bưởi năm roi (Bình Minh), nhãn tiêu da bò, nhãn xuống cơm vàng, chôm chôm, thanh long, dứa, sầu

riêng Chín Hóa(Bến tre), vú sữa (Vĩnh Kim), cam sành (Vĩnh Long) ... để đảm bảo các tiêu chuẩn về giống, hình dạng, độ lớn, độ đồng đều, độ tươi, màu sắc vỏ... của trái cây, thúc đẩy xuất khẩu.

- Phát triển vùng cây ăn trái chuyên canh đảm bảo đầu vào ổn định cho ngành chế biến rau quả và xuất khẩu trái cây tươi.

- Ổn định và phát triển thị trường xuất khẩu truyền thống: Trung Quốc, Nga, Đài Loan, Nhật Bản... mở rộng xuất khẩu sang các thị trường tiềm năng: Pháp, Anh, Hà Lan, Canada, Mỹ ...

- Tăng cường hoạt động marketing, xây dựng thương hiệu cho trái cây xuất khẩu.

Về mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long cần tập trung:

- Thực hiện tốt mục tiêu đến năm 2010 diện tích cây ăn quả đạt 420.000 ha, sản lượng ước đạt 4,6 triệu tấn, tập trung vào các loại cây có lợi thế cạnh tranh (11 loại trái cây thế mạnh đã nêu trên),

- Phấn đấu đến năm 2010 giảm tỷ lệ trái cây hao hụt xuống còn 15%, đồng thời đạt được kim ngạch xuất khẩu trên 300 triệu USD/năm.

- Góp phần xây dựng đồng bằng sông Cửu Long trở thành một vùng trọng điểm phát triển kinh tế của cả nước.

- Góp phần cải thiện đời sống nhân dân nông thôn, xóa đói giảm nghèo.

- Góp phần thực hiện mục tiêu đến năm 2010 điện khí hoá nông thôn 100%, hộ nông dân sử dụng điện đạt trên 90% và 100% dân số nông thôn được cấp nước sạch, 90 - 95% dân số ở nhà kiên cố.

### **3.2. Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long.**

Hạn chế lớn nhất của trái cây Việt Nam là loại trái gì cũng có nhưng không có trái gì đủ số lượng, chất lượng ổn định và an toàn thực phẩm để phục

vụ cho xuất khẩu. Mặt khác, chưa có biện pháp cải tiến kỹ thuật trong khâu sản xuất, bảo quản, tiêu thụ nên thường có giá thành sản xuất cao. Vì vậy, các doanh nghiệp cũng như các địa phương cần phải tập trung giải quyết ngay bài toán về số lượng, chất lượng, an toàn thực phẩm, giá thành, dịch vụ... để có được đủ số lượng trái cây có chất lượng tốt, an toàn, nhưng với giá thành sản xuất thấp đáp ứng cho mục tiêu xuất khẩu.

Tiềm năng phát triển và xuất khẩu trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long là rất lớn. Tuy nhiên, để đạt được mục tiêu xuất khẩu trên 300 triệu USD đến 2010, thì chúng ta cần phải thực hiện tốt các giải pháp mang tính đồng bộ và thiết thực như:

### ***3.2.1. Đẩy mạnh việc sản xuất trái cây xuất khẩu ở Đồng bằng sông Cửu Long.***

#### ***3.2.1.1. Hoàn thiện quy hoạch tổng thể vùng trái cây có lợi thế cạnh tranh.***

Một điểm yếu của trái cây Đồng bằng sông Cửu Long là chưa có vùng nguyên liệu tập trung đủ lớn để cung ứng những đơn hàng số lượng nhiều và có chất lượng đồng nhất và an toàn đáp ứng nhu cầu xuất khẩu. Để khắc phục điểm yếu này, ngành trái cây cần thực hiện các bước sau:

- Nghiên cứu, quy hoạch, chuyển đổi cơ cấu và đầu tư các vùng cây ăn trái có lợi thế cạnh tranh của từng địa phương để từ đó phát huy thế mạnh của nó. Ngành trái cây cần nhanh chóng hình thành, xây dựng các vùng trái cây chuyên canh có lợi thế như : xoài cát Hòa Lộc (Cái Bè), bưởi da xanh (Bến Tre), bưởi năm roi (Bình Minh), nhãn tiêu da bò, nhãn xuồng cơm vàng (Vĩnh Long), chôm chôm, thanh long, dứa, sầu riêng Chín Hóa, vú sữa Vĩnh Kim(Tiền Giang), cam sành Vĩnh Long ...có diện tích từ 5.000 - 7.000 ha trở lên mới đủ sức xuất khẩu.

- Ngành trái cây cần phải đẩy mạnh hơn nữa việc xây dựng các trang trại, hợp tác xã, hỗ trợ các địa phương quy hoạch vùng trồng cây có diện tích và qui mô lớn, như thế mới có điều kiện áp dụng kỹ thuật trồng trọt tiên tiến.

- Cần phải tăng cường mối liên kết 4 nhà: (1) nhà sản xuất cây ăn trái gồm có nhà vườn, hợp tác xã, nông trường, doanh nghiệp; (2) nhà kinh doanh trái cây: thu mua, đóng gói, bảo quản, xuất nhập khẩu, vận chuyển, ngân hàng, hợp tác xã tiêu thụ; (3) cơ quan khoa học ngành nông nghiệp và (4) đại diện nhà nước ngành nông nghiệp ... để đáp ứng yêu cầu đảm bảo số lượng, trái cây chất lượng, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm... để xuất khẩu theo yêu cầu thị trường.

Để thực hiện được giải pháp quy hoạch tổng thể này cần phải thực hiện đồng bộ với một số giải pháp khác như : cây giống, nghiên cứu khoa học – kỹ thuật, vốn ...

### ***3.2.1.2. Chọn lọc và tạo giống có chất lượng tốt.***

Mặc dù, chúng ta đã có Viện Nghiên cứu Trái cây, nhiều trung tâm giống trái cây, tuy nhiên giống tốt sạch bệnh của ta chưa nhiều, chỉ chiếm khoảng 10% -20% giống cây trồng. Mặt khác, giá bán cây giống lại cao nên các nhà vườn rất khó tìm mua được giống tốt nên dẫn đến chất lượng vườn cây ăn quả đặc sản còn thấp. Do đó sản lượng sản xuất trái cây đảm bảo chất lượng không nhiều và chất lượng không đồng đều, đây là một trong những vấn đề mà nhà sản xuất cũng như chính quyền cần chú ý quan tâm. Để có nhiều giống cây trồng tốt trong tương lai phục vụ cho sản xuất trái cây hàng hóa xuất khẩu, chúng ta phải chú trọng đến một số các giải pháp sau đây:

- Trước hết, cần phải chia các mặt hàng trái cây hàng hóa thành 3 nhóm: nhóm những mặt hàng trái cây có lợi thế cạnh tranh cao: dứa, dứa, thanh long; nhóm những mặt hàng trái cây có mức cạnh tranh trung bình, nhưng có triển vọng phát triển trong những năm tới: nhãn, xoài; và nhóm những mặt hàng có sức cạnh tranh yếu hoặc sản lượng hàng hóa còn ít: cam, bưởi, sầu riêng, chôm chôm, chuối, vú sữa. Cần phải phân biệt rõ khái niệm "trái cây đặc sản" hay "trái cây có lợi thế cạnh tranh"? Đồng thời phải tính đến thị trường đầu ra trước rồi mới đi vào sản xuất, vì thực tế hiện nay vùng Đồng bằng sông Cửu Long vẫn



chưa hình thành được thị trường tiêu thụ ổn định, tình trạng "được mùa rớt giá" vẫn luôn xảy ra. Để từ đó vùng Đồng bằng sông Cửu Long sẽ có chọn lọc các giống cây cho phù hợp với điều kiện sản xuất hiện tại, để tránh tình trạng các nhà vườn trồng cây chỉ được vài năm đã phải đốn bỏ trồng lại vì cây sạch bệnh bị tái nhiễm.

- Viện Nghiên cứu Trái cây, các trung tâm giống trái cây cần phải tăng cường đầu tư, nghiên cứu các giống cây có lợi thế cạnh tranh, sạch bệnh có chất lượng tốt: dứa, xoài cát Hòa Lộc (Cái Bè), thanh long, nhãn xuống cơm vàng, bưởi năm roi, bưởi da xanh (Bến tre), cam sành Vĩnh Long..., để từ đó xây dựng lại hệ thống nhân giống và cung ứng giống tốt cho nhà sản xuất.

- Các nhà sản xuất, các nhà vườn cần phải hiểu được chính sách của Nhà nước về sản xuất và lưu thông phân phối cây giống, để từ đó mới có sự chọn lựa cây giống đúng, phù hợp với điều kiện sản xuất của mình.

- Nhà nước cần phải có những giải pháp quản lý chặt chẽ hơn nữa đối với các trung tâm giống cây trồng, để tránh tình trạng nhân các giống cây không sạch bệnh, thiếu chất lượng vì mục đích lợi nhuận.

- Tập trung phát triển các trung tâm chuyên về các cây giống có lợi thế cạnh tranh để cung cấp cho các vùng cây ăn trái chuyên canh, để đảm bảo cây giống tốt, rẽ cho nông dân.

### ***3.2.1.3. Phát triển nguồn nhân lực.***

Người Nam bộ với tính cách tuy cần cù, năng động nhưng có phần bảo thủ; phong cách và tập quán tiêu dùng phóng khoáng nên ý thức tích lũy kém; thói quen lao động tùy hứng, khó thích nghi với lao động công nghiệp đã góp phần làm giảm hiệu quả sản xuất, đầu tư. Cần phải đẩy mạnh các biện pháp giáo dục để thay đổi những tập quán không phù hợp với nền kinh tế hàng hóa của người Nam bộ.

#### **● Đào tạo ngành nghề:**

Tiềm lực trí tuệ và tay nghề của nguồn lực con người vùng Đồng bằng sông Cửu Long là rất lớn, đội ngũ lao động qua đào tạo nghề đã có những đóng góp lớn, góp phần tạo nên sự tăng trưởng của vùng và đất nước. Công tác đào tạo nghề của các tỉnh trong vùng đã dần dần đi vào nề nếp, bước đầu đã đáp ứng được nhu cầu nhân lực cho các khu công nghiệp, khu chế xuất và các ngành kinh tế mũi nhọn.

Tuy nhiên, so với yêu cầu và nhu cầu phát triển kinh tế của vùng thì kết quả trên chưa đáp ứng được cả về số lượng, chất lượng và cơ cấu ngành nghề. Còn có sự mất cân đối về quy mô, cơ cấu trình độ đào tạo và ngành nghề đào tạo. Chính vì vậy, trong thời gian tới hệ thống đào tạo nghề của vùng Đồng bằng sông Cửu Long phải được đổi mới cơ bản và toàn diện để có đủ năng lực đào tạo nghề đáp ứng nhu cầu về số lượng và chất lượng lao động kỹ thuật cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Định hướng chung là đào tạo, đào tạo lại và bồi dưỡng lao động có kỹ thuật với chất lượng cao, với quy mô và cơ cấu ngành nghề hợp lý; nâng cao hiệu quả đào tạo nghề, gắn đào tạo với việc làm. Tổ chức đào tạo đa dạng (Nhà nước, tập thể, tư nhân ...), linh hoạt, liên thông để đáp ứng nhu cầu đa dạng của sản xuất và nhu cầu học tập suốt đời của người lao động. Cần phải có những chương trình đào tạo, huấn luyện cho ngành nông nghiệp, đặc biệt là đối với cây trồng.

Cần phải có những chính sách đào tạo cho các cán bộ nông nghiệp, các tổ chức khuyến nông, hội nông nghiệp .... để từ đó họ sẽ tiếp cận và truyền đạt, giúp đỡ nông dân trong quá trình trồng trọt.

● ***Thu hút, bồi dưỡng và phát triển nhân tài:***

- Các tỉnh cần có chính sách ưu tiên cho các nhà khoa học, các chuyên gia giỏi và những người có trình độ chuyên môn kỹ thuật, kỹ năng tay nghề cao mà vùng đang cần, không thể đào tạo ngay được như: các nhà quản lý cấp cao liên

quan đến sản xuất trái cây và chế biến trái cây... Các nhà khoa học đầu ngành có liên quan đến đào tạo nguồn nhân lực cho vùng như: Sinh học, tin học, cơ khí ...

- Về lâu dài và cơ bản là toàn vùng cần có chiến lược về nhân lực chung, về những ngành nghề tương đối giống nhau, tương đồng, và việc đào tạo sử dụng phải tính đến toàn vùng, không nên dừng lại từng tỉnh. Việc cử đi đào tạo bằng ngân sách của địa phương với những ràng buộc chặt chẽ thể hiện qua hợp đồng để sau khi đào tạo họ sẽ trở về địa phương công tác và nếu họ không trở về sẽ phải chịu bồi thường với mức chi phí cao hơn nhiều lần.

- Từ nay đến năm 2010 thành lập thêm một số trường đại học và cao đẳng, trung học chuyên nghiệp và dạy nghề theo nhu cầu cụ thể của vùng không nên mở những ngành nghề mà địa phương có nhu cầu ít, hoặc các trường công, tư trên địa bàn đã đào tạo nhiều. Muốn vậy các trường đại học, cao đẳng trong vùng cần có sự phân công trong đào tạo, tránh đào tạo trùng lặp gây cạnh tranh không cần thiết, lãng phí tiền của của nhân dân.

Tóm lại: giải pháp phát triển giáo dục – đào tạo vùng Đồng bằng sông Cửu Long là điều kiện kiên quyết để thực hiện phát triển nguồn nhân lực đảm bảo cho quá trình phát triển kinh tế xã hội vùng, đặc biệt là phát triển nghề trồng trọt theo xu hướng hội nhập. Điều này đòi hỏi sự quan tâm thực sự của các cấp trên toàn vùng, đòi hỏi phải có sự hợp tác thực sự của toàn vùng, sự tham gia của mọi thành phần kinh tế, sự phân công trong việc xây dựng các trường đại học, cao đẳng, dạy nghề để bổ sung cho nhau, sử dụng hiệu quả người lao động được giáo dục - đào tạo, trong đó chú ý đặc biệt đến hợp tác quốc tế trong đào tạo những ngành nghề rất cần thiết cho các tỉnh trong tương lai.

**3.2.1.4. Xây dựng và củng cố mối liên kết giữa 4 nhà: nhà sản xuất – nhà kinh doanh – nhà khoa học và nhà nước (GAP).**

Cái yếu nhất của ngành sản xuất trái cây Đồng bằng sông Cửu Long là thiếu sự liên kết cả một hệ thống từ khâu trồng trọt đến khâu chế biến, tiêu thụ,

xuất khẩu. Các doanh nghiệp hoạt động quy mô nhỏ, tự tìm khách hàng, mạnh ai nấy làm, không có sự liên kết hỗ trợ nhau nên phần lớn doanh nghiệp không ký được hợp đồng xuất khẩu lớn, cũng như không đủ khả năng tổ chức nguồn hàng cung ứng cả về số lượng lẫn chất lượng. Chính vì vậy, trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long đã đánh mất đi lợi thế của vùng.

Việc liên kết ký hợp đồng tiêu thụ sản phẩm giữa nhà vườn và doanh nghiệp nhằm ổn định thị trường và thu nhập phải được khuyến khích mạnh hơn nữa, phải biết kết hợp sang xẻ rủi ro và lợi nhuận giữa nhà vườn và doanh nghiệp. Có như vậy, nhà vườn mới an tâm sản xuất tập trung để đảm bảo sản phẩm đầu ra cho doanh nghiệp. Để từ đó, doanh nghiệp mới chủ động trong việc ký kết hợp đồng xuất khẩu với các đối tác nước ngoài. Đồng thời, căn cứ trên các hợp đồng xuất khẩu doanh nghiệp đã ký kết mà nhà vườn sẽ có cơ sở tính toán, chọn giống, lên kế hoạch cho quá trình sản xuất trồng trọt của mình.

Tăng cường đẩy mạnh Liên kết GAP, liên kết này hoạt động trên nguyên tắc tự nguyện, tin tưởng lẫn nhau dưới sự lãnh đạo của Ban điều hành theo Quy chế hoạt động của Liên kết, trong đó có quy định cụ thể về quyền lợi và nghĩa vụ của các thành viên. Nhà doanh nghiệp được đặt hàng nhà sản xuất cung cấp sản phẩm theo yêu cầu của thị trường với chất lượng cao, an toàn với giá thỏa thuận, được đóng góp ý kiến và tham gia kiểm tra quy trình sản xuất, được hỗ trợ xây dựng và bảo vệ thương hiệu, hỗ trợ thu mua, xử lý, bảo quản, chế biến, tiêu thụ trái cây, vay vốn đầu tư phát triển theo chương trình và chính sách của nhà nước. Nhà doanh nghiệp cũng có nghĩa vụ cung cấp yêu cầu của khách hàng cho nhà sản xuất, nhà khoa học và nhà quản lý ngành, ký kết và nghiêm túc thực hiện hợp đồng sản xuất - kinh doanh, tiêu thụ với các nhà sản xuất và doanh nghiệp khác là thành viên của Liên kết...

### **3.2.2. Phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ.**

Hiện nay tổn thất sau thu hoạch trái cây Việt Nam rất cao, chiếm từ 15% - 25%. Nguyên nhân chính là do chúng ta không có bao bì; phương tiện vận chuyển, bóc dỡ phù hợp. Chính vì vậy, để đạt được mục tiêu giảm tổn thất sau thu hoạch xuống dưới 15% vào năm 2010, chúng ta cần phải tăng cường đầu tư, hiện đại hóa công nghệ bảo quản rau quả tươi; nâng cấp, đổi mới công nghệ, thiết bị hiện đại, công nghệ phù hợp với vùng nguyên liệu và thị trường tiêu thụ.

- Khuyến khích phát triển ngành nhựa công nghiệp, sản xuất các dụng cụ (gỗ nhựa, khay nhựa, bao nylon...) chuyên dùng để vận chuyển và bảo quản trái cây xuất khẩu như nhãn, chôm chôm, bưởi, cam ....

- Khuyến khích phát triển các ngành công nghiệp cơ khí, máy móc để sản xuất các dụng cụ, máy móc nông nghiệp phù hợp với vùng phục vụ cho sản xuất, chế biến, bảo quản trái cây như: dụng cụ hái trái, máy bơm - tưới nước, máy phun xịt thuốc trừ sâu bệnh.

- Phát triển ngành công nghiệp vận tải: xe, ghe, xuồng ... phục vụ tốt cho quá trình vận chuyển và bảo quản trái cây.

- Xây dựng các nhà máy hóa chất, phân bón thích hợp cho sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là phục vụ cho cây trồng.

Để đạt được mục tiêu nói trên, các tỉnh thành cần thực hiện kế hoạch phù hợp với điều kiện cụ thể của Đồng bằng sông Cửu Long, cũng như chiến lược toàn diện của cả nước nhằm nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của rau quả Việt Nam.

### **3.2.3. Đẩy mạnh tiêu thụ trái cây Đồng bằng sông Cửu Long.**

#### **3.2.3.1. Giải pháp hoàn thiện hệ thống phân phối, bảo quản.**

Nếu như hệ thống rau quả ở Mỹ có sự điều phối theo ngành dọc với sự kết hợp nhuần nhuyễn từ khâu sản xuất đến thu mua, chế biến, xuất khẩu ngay từ những năm 80 thì ở Việt Nam, hệ thống phân phối rau quả hiện vẫn rất manh mún và tự phát. Để sản phẩm trái cây đến được tay người tiêu dùng thì phải qua

nhiều khâu, từ nhà sản xuất đến các thương lái, rồi các thương lái mới chuyển cho người bán buôn, hay doanh nghiệp xuất khẩu và sau cùng mới đến tay người bán lẻ. Qua nhiều khâu như vậy sẽ phát sinh thêm chi phí vận chuyển cũng như tổn thất về hư hỏng tăng lên, làm giá thành sản xuất trái cây tăng lên. Chính vì vậy, chúng ta cần phải liên kết chặt chẽ trong các khâu từ sản xuất đến thu mua và xuất khẩu.

Trong thời gian qua Đồng bằng sông Cửu Long đã đang xây dựng một chương trình thành lập chuỗi giá trị cho mặt hàng rau quả từ 2004 đến năm 2009. Theo đó, chuỗi giá trị sẽ tăng cường các mối quan hệ hợp tác trong hệ thống, và có sự phân công rõ ràng từ khâu sản xuất đến lưu thông. Người đóng vai trò chủ đạo trong chuỗi giá trị này sẽ chính là các doanh nghiệp, bởi họ mới là người nắm rõ nhất thị trường đang "khát" mặt hàng gì để tập trung phát triển. Doanh nghiệp cũng là người có thể mời các nhà khoa học vào nghiên cứu, và vay tiền của ngân hàng một cách thuận lợi hơn. Tuy nhiên, thành lập được một chuỗi giá trị như trên còn rất nhiều khó khăn, bởi nó đòi hỏi sự tham gia của nhiều bên liên quan, từ nông dân, doanh nghiệp, đến các nhà khoa học, những nhà phân phối.

Để thực hiện được một chuỗi giá trị hệ thống phân phối nhuần nhuyễn giữa các khâu, từ khâu sản xuất đến xuất khẩu Đồng bằng sông Cửu Long cần phải thực hiện một số giải pháp sau:

- Tăng cường tạo sự kết hợp nhuần nhuyễn từ khâu sản xuất đến thu mua, chế biến, xuất khẩu bằng cách tạo mối liên kết 4 nhà: nhà sản xuất, nhà kinh doanh, nhà khoa học và nhà nước. Để từ đó giúp quá trình vận chuyển hàng hóa ngắn hơn, nhanh hơn, ít tổn kém và hao hụt hơn, đáp ứng kịp thời cho mục tiêu xuất khẩu.

- Chính quyền địa phương và ngành trái cây cần phải đẩy mạnh hơn nữa việc xây dựng các trang trại, hợp tác xã, hỗ trợ các địa phương quy hoạch vùng

trồng trái cây lớn ... có như vậy mới giảm được các chi phí vận chuyển, bốc dỡ, hao hụt sản phẩm, giảm được giá thành, tăng năng lực cạnh tranh cho trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long.

- Áp dụng phương pháp logic trong khâu bốc dỡ vận chuyển tiêu thụ: áp dụng các phương pháp công cụ hiện đại để nâng cao hiệu quả bốc dỡ hàng hóa, kết hợp vận chuyển hàng hóa 2 chiều để giảm chi phí.

- Đầu tư mua sắm, cải thiện các thiết bị công nghệ bảo quản tiến bộ để giảm tối đa tỷ lệ hao hụt sản phẩm trái cây.

### ***3.2.3.2. Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của trái cây Đồng bằng sông Cửu Long.***

Đối thủ chính của Việt Nam là Thái Lan, là quốc gia có nền sản xuất nông nghiệp tương đối phát triển, do đó trái cây của Thái Lan có lợi thế cạnh tranh hơn trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long về chất lượng cũng như thị trường xuất khẩu. Để trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long có thể cạnh tranh được với trái cây của Thái Lan, thì vùng Đồng bằng sông Cửu Long cần chú ý đến một số vấn đề sau:

- Về trước mắt: Tránh cạnh tranh trực tiếp với trái cây Thái Lan
  - Lựa chọn thị trường xuất khẩu phù hợp, tránh cạnh tranh trực tiếp với thị trường xuất khẩu của trái cây Thái Lan.
  - Cần nắm được mùa vụ của từng loại trái cây Thái Lan để từ đó có chiến lược sản xuất trái cây của ta vào những thời điểm mà trái cây Thái Lan không có hoặc có không nhiều.
- Về lâu dài:
  - Nâng cao năng lực cạnh tranh của trái cây Đồng bằng sông Cửu Long:
    - + Cần có nhiều biện pháp tích cực hơn nữa về việc giảm thiểu chi phí sản xuất, vận chuyển, bảo quản, chế biến, xuất khẩu.
    - + Tăng cường các biện pháp để làm giảm tỷ lệ hao hụt của trái cây.

+ Đảm bảo số lượng, ổn định chất lượng, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trái cây xuất khẩu.

+ Xây dựng thương hiệu

### **3.2.3.3. Giải pháp về hoàn thiện chiến lược marketing.**

Mục đích cuối cùng của các doanh nghiệp là bán được nhiều sản phẩm đem lại lợi nhuận cao cho doanh nghiệp. Vì vậy, sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp phải gắn liền với thị trường, phải nắm bắt được nhu cầu, thị hiếu của thị trường để bán được sản phẩm hàng hóa của mình.

Việc nghiên cứu thị trường của các doanh nghiệp xuất khẩu trái cây Đồng bằng sông Cửu Long trong thời gian qua còn có nhiều điểm hạn chế, như: chưa nhận dạng được thị trường, chưa nắm bắt được thông tin thị trường... đây là những yếu kém cần được khắc phục ngay.

Doanh nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long cần đẩy mạnh công tác nghiên cứu và điều tra nhu cầu thị trường thông qua các biện pháp sau:

#### **- Chính sách nghiên cứu thị trường:**

Thu nhập và xử lý những thông tin chính xác, đầy đủ và kịp thời, sẽ giúp cho doanh nghiệp có cơ sở phân chia thị trường với những nhu cầu khác nhau. Qua việc phân khúc đó sẽ giúp các nhà doanh nghiệp nhận thấy sản phẩm nào chưa phù hợp, chưa thích ứng, sản phẩm nào phù hợp với thị trường nào, cũng như sản phẩm cần phát triển trong tương lai... Từ đó, các doanh nghiệp dễ nhận dạng, lựa chọn và phát hiện "ngách thị trường" trên cơ sở xem xét trình độ, năng lực của doanh nghiệp.

Để đẩy mạnh việc tiêu thụ và xuất khẩu sản phẩm, ngoài việc nghiên cứu thị trường, doanh nghiệp Đồng Bằng Sông Cửu Long cần phối hợp các chiến lược Marketing, cụ thể là:

#### **- Về chiến lược sản phẩm:**



+ Xác định đúng chủng loại sản phẩm: đây là một trong những yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp trên thị trường. Trên nguyên tắc, đa dạng hóa sản phẩm. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long khai thác triệt để thị trường và tận dụng được thế mạnh của mình.

Chọn lựa các loại trái cây có lợi thế cạnh tranh của vùng như: xoài cát Hòa Lộc (Cái Bè), bưởi da xanh (Bến Tre), bưởi năm roi (Bình Minh), nhãn tiêu da bò, nhãn xuống cơm vàng (Vĩnh Long), chôm chôm, thanh long, dứa, sầu riêng Chín Hóa, vú sữa, cam sành ... phù hợp với nhu cầu tiêu dùng đa dạng của từng quốc gia nhập khẩu trái cây. Để từ đó sẽ đề ra các chiến lược sản phẩm phù hợp với từng quốc gia để tiết kiệm chi phí, mang lại hiệu quả cao.

+ Phải xây dựng và không ngừng nâng cao uy tín sản phẩm của doanh nghiệp.

**- Về chiến lược giá cả:**

+ Giá cả là một công cụ quan trọng để thực hiện của mục tiêu của một chiến lược kinh doanh. Xây dựng chính sách giá cả thực chất là khai thác tối đa lợi thế của giá cả để bán được hàng nhanh, nhiều, cạnh tranh hữu hiệu và đạt được các mục đích kinh doanh.

Để hình thành giá đúng đắn, yêu cầu đầu tiên là doanh nghiệp phải hiểu rõ những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định giá. Các yếu tố này được chia thành hai nhóm.

+ Nhóm một: Gồm những yếu tố có thể kiểm soát được, bao gồm các chi phí về nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, chi phí trả lương, chi phí quản lý, các chi phí về tiêu thụ sản phẩm ...

Chất lượng sản phẩm và uy tín cũng là nhân tố quyết định giá. Một sản phẩm độc đáo thường cho phép đánh giá cao hơn những sản phẩm khác cùng loại.

+ Nhóm hai: Gồm những yếu tố không thể kiểm soát được bao gồm: mức giá thống trị trên thị trường mục tiêu, quan hệ cung cầu trên thị trường và sự cạnh tranh trên thị trường.

Do hiện nay, năng lực cạnh tranh của sản phẩm trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long còn yếu do đó vùng nên sử dụng một số chính sách giá sau đây:

+ Giá thâm nhập thị trường: lúc đầu có thể đưa giá thấp để kích thích nhu cầu của thị trường, làm nản chí những doanh nghiệp đang cạnh tranh. Hiện nay trái cây của Đồng bằng sông Cửu Long nên áp dụng chính sách này vào các thị trường: Nhật, EU, Mỹ

+ Với điều kiện ít vốn, nên các doanh nghiệp Đồng Bằng Sông Cửu Long phải thu hồi vốn nhanh; hơn nữa do đặc tính của sản phẩm trái cây là không bảo quản được lâu nên các doanh nghiệp có thể đưa ra mức giá phù hợp, không cần nhiều lãi để có thể tiêu thụ sản phẩm nhanh, tăng vòng quay của vốn và tránh tổn thất hao hụt.

+ Với đặc điểm là linh hoạt, nhạy bén với thị trường nên doanh nghiệp Đồng Bằng Sông Cửu Long có thể xây dựng các mức giá theo yêu cầu của khách hàng, và mức giá này phải phù hợp với từng thời điểm, chủng loại và chất lượng sản phẩm.

***- Về chiến lược phân phối:***

Vấn đề cơ bản đối với các doanh nghiệp xuất khẩu trái cây hiện nay là lựa chọn kênh phân phối và chọn đầu mối trung gian phân phối. Để có thể lựa chọn đúng đối tượng phân phối và tiêu thụ sản phẩm của mình, nhà doanh nghiệp phải chú ý đến các đặc điểm sau:

+ Đối với các Doanh nghiệp có vốn mạnh: cần phải xây dựng hệ thống phân phối tại các quốc gia nhập khẩu. Để từ đó doanh nghiệp mới tiếp xúc trực tiếp được với người tiêu dùng, biết được nhu cầu của người tiêu dùng để từ đó đưa các chính sách marketing phù hợp. Mặc khác, với việc phân phối trực tiếp

cho người tiêu dùng thì doanh nghiệp có lợi thế bán được giá cao và không bị chèn ép giá của các nhà phân phối khác.

+ Đối với các doanh nghiệp có vốn ít thì nên hợp tác, liên doanh lại với nhau mỗi người đảm nhận một khâu từ sản xuất đến phân phối và tiêu dùng để đảm bảo ổn định hàng hóa trái cây xuất khẩu của mình.

**- Xúc tiến thương mại:**

+ Thúc đẩy các hoạt động xúc tiến thương mại: tổ chức các triển lãm, hội chợ trong nước và ngoài nước, các cuộc thi sản phẩm vv... Hướng dẫn các doanh nghiệp về thương mại điện tử, xây dựng các trang web về trái cây.

+ Xây dựng chương trình xúc tiến thương mại và quảng bá thương hiệu, mở rộng thị phần trái cây Việt Nam tại các thị trường tiềm năng như : Trung quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản ...xây dựng mối quan hệ mật thiết của các doanh nghiệp với các cơ quan ngoại giao của Việt Nam ở nước ngoài; xây dựng cơ chế để hai bên xuất, nhập khẩu cùng hưởng lợi trên cơ sở lợi ích quốc gia và quốc tế.

**3.2.3.4. Xây dựng thương hiệu.**

Nhà nước cần xúc tiến việc xác lập quyền sở hữu công nghiệp nhằm mục đích hỗ trợ doanh nghiệp và tăng cường công tác quản lý hoạt động về sở hữu trí tuệ, đăng ký bảo hộ độc quyền các đối tượng sở hữu công nghiệp (nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa). Sở Khoa học - Công nghệ nên tăng cường phối hợp với sở Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn, sở Thương Mại- Du Lịch cùng với viện Nghiên cứu cây ăn quả miền Nam tiến hành khảo sát vùng, lãnh thổ mang tên gọi xuất xứ hàng hóa tương ứng và xác lập hồ sơ đăng bạ quốc gia các nông sản là đặc sản chưa được Cục sở hữu trí tuệ thẩm định và cấp bằng như: xoài cát Hòa Lộc, thanh long Chợ Gạo, sơ ri; đồng thời tiến hành đăng ký quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa cho xúc tiến thương mại,

Song song đó, ngoài công tác quảng bá gắn pa nô sản phẩm ở từng địa danh có vùng trồng tập trung kết hợp với du lịch xanh, du lịch sinh thái, tập huấn

giáo dục cộng đồng về sở hữu trí tuệ, cần phải triển khai nghiên cứu thêm các đề tài về giống, quy hoạch vùng trái cây có lợi thế cạnh tranh...

### **3.2.4. Hoàn thiện cơ chế chính sách vĩ mô của nhà nước.**

- Cần có chính sách đối với vùng sản xuất nông nghiệp về các mặt kinh tế - xã hội để nông dân yên tâm sản xuất đảm bảo an toàn sản xuất trái cây không bị thua thiệt so với các mặt hàng nông sản khác, cũng như vùng sản xuất công nghiệp.

- Cần có các chính sách hỗ trợ về vốn, khung pháp lý, nghiên cứu thông tin thị trường để tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Một số chính sách hiện nay cần quan tâm là:

#### **3.2.4.1. Chính sách đối với nhà vườn.**

Nhà nước cần tăng cường hơn nữa các chính sách hỗ trợ nhà vườn như:

- Chính sách hỗ trợ nông dân Đồng bằng sông Cửu Long sản xuất như giống tốt, máy móc phục vụ sản xuất nông nghiệp phù hợp, xây dựng các hệ thống công trình thủy lợi, cung ứng vật tư nông nghiệp với giá cả ổn định, hợp lý, phù hợp cơ chế thị trường

- Chính sách hỗ trợ cho nông dân vay vốn đầu tư và sản xuất.

- Chính sách miễn, giảm, ưu đãi về thuế đối với sản xuất nông nghiệp.

#### **3.2.4.2. Tạo khung pháp lý thuận lợi cho xuất khẩu.**

Việc Trung Quốc và Thái Lan đã hợp tác và thực hiện mức thuế suất thuế nhập khẩu là 0% đối với rau quả đang gây khó khăn rất lớn cho ngành rau quả Việt Nam, bởi hiện nay, thị trường Trung Quốc vẫn đang tiêu thụ khoảng 40% - 50% lượng rau quả xuất khẩu hàng năm của Việt Nam. Thuế suất thuế nhập khẩu rau quả vào thị trường này mà các doanh nghiệp Việt Nam đang phải "gánh chịu" vẫn ở mức từ 5% đến 24,5%. Chính vì vậy, để hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu trái cây Nhà nước cần phải thực hiện một số chính sách cơ bản:

- Các cơ quan chức năng cần sớm thúc đẩy hợp tác và hoàn thiện các thỏa thuận liên quan đến nhập khẩu rau quả vào các thị trường lớn, đặc biệt là việc kiểm dịch thực vật, đàm phán về các chính sách thuế.

- Nhà nước cần đưa ra các chính sách bảo hộ đảm bảo làm sao để trái cây nông dân sản xuất ra được tiêu thụ thuận lợi và không bị chèn ép giá bởi các thương lái.

- Giảm bớt các thủ tục rườm rà, tạo điều kiện thuận lợi nhanh chóng cho xuất khẩu trái cây.

- Cần có những chính sách miễn, giảm và ưu đãi về thuế cho sản xuất và xuất khẩu trái cây.

#### ***3.2.4.3. Giải pháp phát triển hệ thống thông tin thị trường.***

Trong tình trạng, nông dân ta chưa chủ động tìm kiếm thông tin và cơ hội mua bán, trao đổi nên phải đối mặt với nhiều rủi ro và không ít thất bại. Tình trạng trồng-chặt - phá cây nhãn, xoài, bưởi... trong thời gian qua là một ví dụ. Một trong những nguyên nhân cơ bản là thiếu thông tin và phân tích, dự báo thị trường tốt nên không có sự chọn trồng loại cây nào cho phù hợp với tình hình tiêu dùng và xuất khẩu.

Vì vậy, một trong những nhiệm vụ cấp bách hiện nay cần đặt ra là làm thế nào xây dựng được một hệ thống thông tin thị trường trái cây giúp nông dân sản xuất theo yêu cầu thị trường, bảo đảm thu nhập cho nông dân. Đây cũng là cơ sở để người nông dân và doanh nghiệp gắn hoạt động sản xuất với hoạt động thị trường để từ đó đưa ra những chiến lược đúng đắn cho tương lai.

- Tăng cường công tác thông tin về thị trường trong và ngoài nước để nông dân và các nhà kinh doanh có cơ sở định hướng trong sản xuất và kinh doanh.

- Tăng cường công khai hóa các thông tin trên các phương tiện thông tin: báo chí, radio, video, internet ... đặc biệt cần có chính sách đẩy mạnh phát triển công nghệ thương mại điện tử.

- Tăng cường đẩy nhanh cung cấp thông tin hội nhập, để các doanh nghiệp có điều kiện tiếp cận thị trường xuất khẩu thuận lợi hơn.

#### **3.2.4.4. Chính sách khuyến khích phát triển vùng trái cây.**

- Khuyến khích phát triển nông nghiệp theo hình thức trang trại gắn với xây dựng hợp tác xã.

- Cần có nhiều chính sách ưu đãi cho Hiệp Hội Trái Cây hơn nữa, để từ đó tạo thuận lợi cho ngành sản xuất trái cây.

- Những vùng đất rộng, mật độ dân số thấp như vùng Đồng Tháp Mười, Nhà nước cần khuyến khích nông dân và các thành phần kinh tế đầu tư phát triển nông nghiệp theo hướng trang trại có quy mô hợp lý.

#### **3.2.4.5. Chính sách về đầu tư khoa học - công nghệ.**

Xây dựng chương trình chuyển giao công nghệ mới, tăng đầu tư cho các chương trình dự án sản phẩm mới, công nghệ mới.

- Miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp đầu tư đổi mới công nghệ và thiết bị, cho phần vốn nghiên cứu và đổi mới công nghệ, cho thời hạn sản xuất thử, cho các sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng thay thế hàng nhập khẩu hoặc xuất khẩu.

- Mua và liên doanh để nhập công nghệ mới

#### **3.2.4.6. Chính sách hỗ trợ về tài chính.**

Có thể nói, khó khăn chung của doanh nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long hiện nay là thiếu vốn để phát triển sản xuất kinh doanh. Phần lớn vốn của các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, xuất khẩu trái cây là vốn tự có nhàn rỗi, tích lũy của cá nhân hoặc vay mượn bạn bè, tín dụng thương mại, do đó các doanh nghiệp này thường có qui mô vốn không nhiều, do đó rất cần sự hỗ trợ của các tổ chức tín dụng:

- Thực hiện chính sách hỗ trợ tín dụng: Hiện nay, các nhà vườn, các doanh nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long có khả năng tiếp cận các nguồn vốn rất hạn chế, đặc biệt về vốn trung hạn và dài hạn. Mặt khác, lãi suất cho vay của ngân

hàng hiện nay nói chung còn cao, thủ tục vay vốn còn phức tạp, khó khăn. Thậm chí, trong những trường hợp có điều kiện tín dụng dễ dàng, nhưng doanh nghiệp cũng khó nhận được sự giúp đỡ về tài chính của ngân hàng. Chính vì vậy, Nhà nước cần phải có những chính sách hỗ trợ về vốn đặc biệt cho họ trong quá trình sản xuất kinh doanh như:

- + Ưu đãi về thủ tục cho vay
- + Ưu đãi về hạn mức cho vay vốn
- + Ưu đãi lãi suất cho vay
- + Ưu đãi về thời hạn trả nợ ...

Để giúp các doanh nghiệp này chủ động vốn trong quá trình sản xuất kinh doanh, xuất khẩu.

- Cần phải có các cơ chế, chính sách liên quan đến vốn cho phát triển nguyên liệu, đầu tư chế biến, xây dựng các chợ đầu mối với điều kiện hợp lý về hạ tầng như đường giao thông, hệ thống kho bảo quản, phương tiện vận chuyển, cơ chế thúc đẩy liên kết 4 nhà (GAP)... cũng tạo động lực đáng kể trong việc đạt mục tiêu phát triển của ngành trong những năm tới.

#### **3.2.4.7. Chính sách thị trường.**

- Lấy thị trường trong nước là chủ yếu, đồng thời chú trọng thị trường nước ngoài, tăng thị phần ở Mỹ, Châu Âu, quan tâm thị trường truyền thống như Trung Quốc, Đài Loan, ....

- Tăng cường nghiên cứu thị trường, xây dựng chính sách xâm nhập thị trường đối với từng thị trường (loại sản phẩm, giá cả, kênh phân phối, cách phân phối, thông tin quảng cáo). Đổi mới, hoàn thiện chính sách về cơ chế quản lý hoạt động xuất nhập khẩu theo hướng tự do hoá trong hoạt động ngoại thương; miễn giảm thuế xuất khẩu. Mở rộng chế độ trợ cấp xuất khẩu, đặc biệt đối với trái cây xuất khẩu (huỷ bỏ chế độ hạn ngạch...). Kết hợp hợp lý trong từng thời kỳ tự do hóa thương mại và bảo hộ.

- Tăng cường hợp tác quốc tế, gia nhập các tổ chức thương mại, tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu trái cây.

Các hiệp hội ngành nghề và các tổ chức phi Chính phủ cần được huy động tốt hơn vào quá trình đàm phán các hiệp định song phương, nhất là các hiệp định chuyên ngành; bởi chính họ là những người có năng lực nhất về chuyên môn khi đàm phán quốc tế; để bảo đảm những lợi ích của đất nước cũng như của doanh nghiệp trong các hiệp định đó. Các hiệp hội ngành hàng cũng là nơi tập hợp các doanh nghiệp theo những phương thức đa dạng, các hình thức hợp tác phong phú tùy từng hoàn cảnh, từng trường hợp, không biến thành các tổ chức hành chính, hướng vào mục tiêu hợp tác để tạo thành sức mạnh của từng cộng đồng doanh nghiệp trong cuộc cạnh tranh với các đối tác bên ngoài trên từng thị trường xuất khẩu.

### ***3.3. Một số kiến nghị đối với Nhà nước và ngành chức năng.***

Để ổn định sản xuất và đẩy mạnh xuất khẩu trái cây trong thời gian tới, Đồng bằng sông Cửu Long nên thực hiện đồng bộ các giải pháp nêu trên. Để các giải pháp đó có tính khả thi và mang lại hiệu quả cao tác giả đề xuất một số kiến nghị sau:

Một là, về quy hoạch vùng, Nhà nước cần phải quan tâm hơn nữa các chính sách hỗ trợ ngành trái cây và địa phương để nghiên cứu, quy hoạch, chuyển đổi cơ cấu và đầu tư các vùng cây ăn trái có lợi thế cạnh tranh của từng địa phương, để từ đó phát huy thế mạnh của nó. Ngành trái cây cần nhanh chóng hình thành, xây dựng các vùng trái cây chuyên canh có lợi thế như : xoài cát Hòa Lộc (Cái Bè), bưởi da xanh (Bến Tre), bưởi năm roi (Bình Minh), nhãn tiêu da bò, nhãn xuống cơm vàng (Vĩnh Long), chôm chôm, thanh long, dứa, sầu riêng Chín Hóa, vú sữa Vĩnh Kim(Tiền Giang), cam sành Vĩnh Long ... có diện tích từ 5.000 - 7.000 ha trở lên mới đủ sức xuất khẩu.



Hai là, về lĩnh vực sản xuất, Nhà nước cần chú trọng vào cây giống, phải có những chính sách hỗ trợ đầu tư nghiên cứu cây giống, cần tạo nhiều cây giống tốt phù hợp với điều kiện của Đồng bằng sông Cửu Long, để cung cấp giống cho các vùng cây ăn trái chuyên canh.

Ba là, Nhà nước và các ban ngành cần phải nỗ lực hơn nữa trong việc nghiên cứu đầu tư xây dựng các hệ thống cơ sở hạ tầng kỹ thuật, bảo quản sau thu hoạch tốt hơn, góp phần thúc đẩy quá trình vận chuyển thuận lợi, giảm thiểu hao hụt, mang lại nhiều lợi ích hơn cho nhà nông và các nhà kinh doanh.

Bốn là, Nhà nước và các ban ngành cần phải đổi mới công tác tài chính, tín dụng hỗ trợ xuất khẩu, tránh tình trạng thủ tục rườm rà, khó tiếp cận; cần phải luôn đổi mới để phù hợp với những quy định chung của quốc tế. Cần phải có các chính sách quản lý xuất - nhập khẩu biên mậu và chính sách liên quan để thực sự tạo thuận lợi cho các địa phương tận dụng tối đa cơ hội và lợi thế của mình trong việc đẩy mạnh quan hệ xuất-nhập khẩu với các nước láng giềng.

Năm là, Nhà nước và các ban ngành, doanh nghiệp cần đẩy mạnh hơn nữa công tác xúc tiến thương mại: tổ chức hội chợ triển lãm, tiếp thị giới thiệu sản phẩm, xây dựng website, quảng cáo... để sản phẩm trái cây Việt Nam nói chung, trái cây Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng có một thương hiệu nhất định nào đó trên thị trường quốc tế. Tăng cường hệ thống thông tin thương mại, dự báo thị trường để hỗ trợ cho công tác quản lý nhà nước cũng như hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu.

Sáu là, về công tác ngoại giao, Nhà nước cần tăng cường các mối quan hệ song phương, đa phương, hợp tác quốc tế, gia nhập các tổ chức thương mại, tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu trái cây.

## KẾT LUẬN

Xuất khẩu trái cây là một giải pháp cứu cánh giục dậy tiềm năng lợi thế sẵn có của vùng kinh tế Đồng bằng sông Cửu Long. Xuất khẩu là giải pháp hữu hiệu nhất cho việc phát triển kinh tế của vùng, cải thiện đời sống vật chất nông thôn, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Việc xuất khẩu trái cây đang đặt ra yêu cầu cấp bách cho các ngành chức năng cũng như các doanh nghiệp kinh doanh mặt hàng trái cây cần phải năng động và tích cực hơn trong quá trình xây dựng mối quan hệ với đối tác phát triển các thương hiệu trái cây Việt Nam; xây dựng chương trình xúc tiến thương mại quảng bá thương hiệu, mở rộng thị phần trái cây Việt Nam nói chung và Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng tại các thị trường tiềm năng như: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Asean, EU ...; thực hiện qui hoạch khai thác trái cây có lợi thế cạnh tranh, từ đó có thể khai thác được triệt để tiềm năng lớn của Việt Nam trong việc sản xuất và xuất khẩu trái cây theo hướng chiến lược lâu dài.

Đặc biệt, cần qui hoạch về chủng loại, qui hoạch vùng trái cây có lợi thế, nhất là về giống và biện pháp canh tác, qui trình thu hái và bảo quản sau thu hoạch để có thể cung ứng các loại trái cây đồng nhất và đạt chất lượng cao.

Ngoài ra, nhà nước cần phải có những chính sách thuế, tiền tệ, tỉ giá hối đoái, lãi xuất, thương mại, giá cả, lao động, công nghệ, thu hút đầu tư ... theo hướng có lợi đối với việc tăng trưởng và mở rộng nghề trồng cây xuất khẩu.

Tuy nhiên, để các chính sách, giải pháp trên đạt được hiệu quả thì các cơ quan ban ngành, các doanh nghiệp, nhà sản xuất phải có sự phối hợp đồng bộ từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ. Nhà sản xuất và các doanh nghiệp cần phải thắt chặt hơn nữa mối liên kết chặt chẽ với nhau, hỗ trợ nhau trong quá trình sản xuất cũng như tiêu thụ xuất khẩu, xây dựng thương hiệu ...phát huy lợi thế trái cây Việt Nam nói chung và của Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư – Báo đầu tư (2004,2005)
2. Bộ Nông Nghiệp Và Phát Triển Nông Thôn – Thông tin nông nghiệp (2005)
3. Bộ thương mại – Tạp chí thương mại (2003, 2004, 2005, 2006).
4. Sở Thương mại Tp.HCM - Thời Báo Kinh Tế Sài Gòn (2005, 2006)
5. Tạp chí khoa học kỹ thuật nông nghiệp (2004,2005)
6. Thời Báo Kinh Tế Việt Nam (2005, 2006)
7. Tổng cục thống kê – niên giám thống kê năm (2003,2004)
8. Trường Đại Học Kinh Tế Tp.HCM - Tạp chí phát triển kinh tế (2004,2005),
9. TS. Hồ Tiến Dũng – Bài giảng quản trị sản xuất.
10. PGS.TS. Lê Thanh Hà (chủ biên), Hoàng Lâm Tịnh, Ths.Nguyễn Hữu Nhuận,1998, *Ứng dụng lý thuyết hệ thống trong quản trị doanh nghiệp*, NXB Trẻ, Tp.HCM.
11. Michael E.Porter (1996), *Chiến lược kinh doanh*, Nxb Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội
12. Tôn Thất Nguyễn Thiêm (2004), *Thị trường, chiến lược, cơ cấu: Cạnh tranh về giá trị gia tăng và phát triển doanh nghiệp*, NXB Tp.HCM.
13. PGS.TS Trần Văn Tùng (2004), *Cạnh tranh kinh tế*, NXB Thế giới, Hà Nội.
14. Thông tin trên Internet.

### Websites

1. <http://WWW.agroviet.gov.vn>
2. <http://WWW.mot.gov.vn>
3. <http://WWW.fao.vn>
4. <http://WWW.ppd.gov.vn>
5. <http://WWW.vneconomy.com.vn.vn>
6. <http://WWW.vinanet.com.vn>
7. <http://WWW.vnn.vn>

**Phụ lục 01:*****Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu từ năm 2001- 2005****Đơn vị: triệu USD, %*

Nội dung	Năm 2001		Năm 2002		Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Giai đoạn 2001-2005	
	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng
<i>Tổng XK hàng hoá</i>	<i>15.029</i>	<i>100</i>	<i>16.706</i>	<i>100</i>	<i>20.149</i>	<i>100</i>	<i>26.503</i>	<i>100</i>	<i>32.442</i>	<i>100</i>	<i>110.829</i>	<i>100</i>
- Nhóm nông, lâm , thủy sản	3.649	24,3	3.989	23,9	4.452	22,1	5.437	20,5	6.851	21,1	24.379	22
- Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	3.239	21,6	3.426	20,5	4.005	19,9	6.026	22,7	8.042	24,7	24.738	22,3
- Nhóm công nghiệp và TCMN	5.102	33,9	6.340	40,0	8.164	40,5	10.697	40,4	12.459	38,4	42.761	38,6
- Nhóm hàng khác	3.039	20,2	2.952	15,6	3.528	17,5	4.344	16,4	5.089	15,6	19.037	17,2

(Nguồn: Đề án cơ cấu xuất khẩu 2006-2010 của Bộ Thương Mại)

**Phụ lục 02:*****Cơ cấu xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản từ năm 2001- 2005****Đơn vị: triệu USD, %*

Nội dung	Năm 2001		Năm 2002		Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Giai đoạn 2001-2005	
	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng
<b>Tổng cả nhóm</b>	<b>3.649</b>	<b>5,8</b>	<b>3.989</b>	<b>9,3</b>	<b>4.452</b>	<b>11,6</b>	<b>5.437</b>	<b>22,1</b>	<b>6.852</b>	<b>22,4</b>	<b>24.180</b>	<b>14,0</b>
<b>Tỷ trọng trong tổng KNXK</b>	<b>24,3</b>		<b>23,9</b>		<b>22,1</b>		<b>20,5</b>		<b>21,1</b>		<b>21,9</b>	
- Thủy sản	1.778	20,3	2.023	13,8	2.200	8,7	2.360	7,3	2.739	16,0	11.100	13,1
- Gạo	625	-6,3	726	16,2	721	-0,7	950	31,8	1.407	48,1	4.429	15,9
- Cà phê	391	-22,0	322	-17,6	505	56,8	641	26,9	735	14,7	2.594	7,7
- Rau quả	330	54,9	201	-39,1	151	-24,9	179	18,5	235	31,3	1.096	1,9
- Cao su	166	0	268	61,4	378	41,0	597	57,9	804	34,7	2.202	36,5
- Hạt tiêu	91	-37,7	107	17,6	105	-1,9	152	44,8	150	-0,1	605	0,8
- Nhân điều	152	-9,0	209	37,5	284	35,9	436	53,5	502	15,1	1.573	23,8
- Chè các loại	78	13,0	83	6,4	60	-27,7	96	60,0	97	0,1	413	7,7
- Lạc nhân	38	-7,3	51	34,2	48	-5,9	27	-43,8	33	22,2	197	-3,7

(Nguồn: Đề án cơ cấu xuất khẩu 2006-2010 của Bộ Thương Mại)

**Phụ lục 03:**

**Thu nhập bình quân đầu người một tháng theo giá thực tế phân theo thành thị, nông thôn và phân theo vùng**

**Đơn vị tính: Ngàn đồng**

*(Nguồn: Bộ Nông Nghiệp Và Phát Triển Nông Thôn)*

		1995	1996	1999	2002	2004
<b>CẢ NƯỚC</b>		<b>206.1</b>	<b>226.7</b>	<b>295.0</b>	<b>356.1</b>	<b>484.4</b>
<b>Phân theo thành thị, nông thôn</b>						
	Thành thị	452.8	509.4	516.7	622.1	815.4
	Nông thôn	172.5	187.9	225.0	275.1	378.1
<b>Phân theo vùng</b>						
	Đồng bằng sông Hồng	201.2	223.3	280.3	353.1	488.2
	Đông Bắc Bộ	160.7	173.8	210.0	268.8	379.9
	Tây Bắc Bộ				197.0	265.7
	Bắc Trung Bộ	160.2	174.1	212.4	235.4	317.1
	Duyên hải Nam Trung Bộ	176.0	194.7	252.8	305.8	414.9
	Tây Nguyên	241.1	265.6	344.7	244.0	390.2
	Đông Nam Bộ	338.9	378.1	527.8	619.7	833.0
	Đồng bằng sông Cửu Long	222.0	242.3	342.1	371.3	471.1

**Phụ lục 04:**

## **Hiệp định về rào cản kỹ thuật đối với thương mại (WTO Agreement on TBT)**

### **Các Thành viên**

- Tham gia Vòng đàm phán Uruguay về Thương mại Đa biên;
- Mong muốn thúc đẩy các mục tiêu của GATT 1994.
- Thừa nhận sự đóng góp quan trọng của các tiêu chuẩn quốc tế và các hệ thống đánh giá sự phù hợp có thể mang lại trong vấn đề này thông qua việc nâng cao hiệu quả sản xuất và thúc đẩy hoạt động thương mại quốc tế;
- Do đó mong muốn tăng cường việc xây dựng các tiêu chuẩn quốc tế và các hệ thống đánh giá sự phù hợp này;
- Tuy nhiên cũng mong muốn đảm bảo rằng các tiêu chuẩn và quy định kỹ thuật bao gồm cả các yêu cầu về bao gói, ghi dấu và ghi nhãn và các quy trình đánh giá sự phù hợp với các tiêu chuẩn và quy định kỹ thuật đó không tạo ra các trở ngại không cần thiết đối với thương mại quốc tế,
- Thừa nhận rằng không nước nào bị ngăn cản áp dụng các biện pháp cần thiết để đảm bảo chất lượng hàng hoá xuất khẩu của mình hoặc để bảo vệ cuộc sống hoặc sức khoẻ của con người, động vật hoặc thực vật, bảo vệ môi trường hoặc để ngăn ngừa các hành động gian lận ở các mức độ mà nước đó cho là thích hợp, với điều kiện là chúng không được sử dụng theo cách có thể tạo ra một phương thức phân biệt đối xử khác nhau hoặc không công bằng giữa các nước có những điều kiện như nhau hoặc một sự hạn chế được ngụy trang đối với thương mại quốc tế, và chúng phải phù hợp với các điều khoản của Hiệp định này;
- Thừa nhận rằng không nước nào bị ngăn cản áp dụng các biện pháp cần thiết để bảo vệ những lợi ích an ninh cơ bản của mình;
- Thừa nhận những đóng góp của hoạt động tiêu chuẩn hoá quốc tế có thể tạo ra nhằm chuyển giao công nghệ từ các nước phát triển sang các nước đang phát triển;
- Thừa nhận rằng các nước đang phát triển có thể gặp những khó khăn đặc biệt trong việc xây dựng và áp dụng các tiêu chuẩn, quy định kỹ thuật và các quy trình đánh giá sự phù hợp với các tiêu chuẩn và quy định kỹ thuật đó, và mong muốn giúp đỡ họ trong vấn đề này;

Thông nhất các điều dưới đây:

- Các điều khoản chung
- Quy định kỹ thuật và tiêu chuẩn
- Sự phù hợp với các quy định kỹ thuật và tiêu chuẩn
- Thông tin và trợ giúp
- Các cơ quan, tư vấn và giải quyết tranh chấp
- Điều khoản cuối cùng
- Các phụ lục

**Phục lục 05:**

**Giá trị sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản  
năm 2005 theo giá so sánh 1994**

	Thực hiện (Tỷ đồng)		Năm 2005 so với năm 2004 (%)
	Năm 2004	Ước tính năm 2005	
<b>Tổng số</b>	173569.3	182023.1	104.9
<b><i>Nông nghiệp</i></b>	<b><i>132888.0</i></b>	<b><i>137114.9</i></b>	103.2
Trồng trọt	106422.5	107839.9	101.3
Chăn nuôi	23438.6	26168.3	111.6
Dịch vụ	3026.9	3106.7	102.6
<b><i>Lâm nghiệp</i></b>	<b><i>6242.4</i></b>	<b><i>6317.3</i></b>	<b><i>101.2</i></b>
<b><i>Thủy sản</i></b>	<b><i>34438.9</i></b>	<b><i>38590.9</i></b>	<b><i>112.1</i></b>
Nuôi trồng	19048.2	22715.1	119.3
Khai thác	15390.7	15875.8	103.2



**Phụ lục 06:****Giá trị sản xuất nông nghiệp theo giá so sánh 1994 phân theo địa phương**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Cả nước</b>	<b>82307,1</b>	<b>87647,9</b>	<b>93783,2</b>	<b>99096,2</b>	<b>106367,9</b>	<b>112111,7</b>	<b>114989,5</b>
<b>Đồng bằng sông Hồng</b>	<b>16575,8</b>	<b>17314,7</b>	<b>18345,7</b>	<b>19402,0</b>	<b>20250,6</b>	<b>20898,1</b>	<b>21261,8</b>
Hà Nội	890,3	951,8	1017,4	1071,5	1091,9	1142,8	1146,3
Vĩnh Phúc	911,4	937,8	998,2	1040,9	1105,2	1200,8	1254,1
Bắc Ninh	850,6	942,9	1065,5	1151,7	1203,2	1319,4	1351,6
Hà Tây	2300,3	2436,0	2486,7	2709,7	2847,0	2947,4	3028,2
Hải Dương	1982,3	2104,8	2242,0	2360,8	2461,1	2536,0	2547,4
Hải Phòng	1328,5	1409,2	1502,2	1580,3	1640,0	1699,2	1728,2
Hưng Yên	1482,9	1571,5	1669,2	1764,6	1851,6	1897,1	1899,0
Thái Bình	2969,4	3042,8	3115,3	3239,1	3332,4	3356,4	3431,9
Hà Nam	916,8	947,0	1046,1	1111,1	1113,3	1119,2	1136,8
Nam Định	2010,9	2058,7	2185,4	2292,3	2446,1	2488,7	2531,3
Ninh Bình	932,4	912,2	1017,7	1080,0	1158,8	1191,1	1207,0
<b>Đông Bắc Bộ</b>	<b>6549,8</b>	<b>6885,2</b>	<b>7412,5</b>	<b>7723,6</b>	<b>8148,5</b>	<b>8594,5</b>	<b>8956,3</b>
Hà Giang	381,7	388,6	409,5	435,8	470,3	511,8	544,0
Cao Bằng	532,6	545,0	566,4	584,9	607,5	587,3	604,7
Bắc Kạn	214,7	219,3	229,0	234,8	248,2	265,0	275,4
Tuyên Quang	501,6	514,1	571,6	602,4	630,1	655,7	685,9
Lào Cai	304,7	330,9	364,9	385,6	415,2	440,6	471,2
Yên Bái	445,6	475,8	527,4	550,0	572,4	606,8	614,6
Thái Nguyên	766,0	782,9	831,7	871,5	926,4	997,2	1066,9
Lạng Sơn	632,0	663,4	728,9	756,4	772,3	741,3	790,3
Quảng Ninh	482,9	527,5	570,0	596,1	635,6	665,8	711,4
Bắc Giang	1423,6	1549,5	1651,9	1700,8	1806,8	1960,1	1981,6
Phú Thọ	864,4	888,2	961,2	1005,3	1063,7	1162,9	1210,3
<b>Tây Bắc Bộ</b>	<b>1567,5</b>	<b>1604,3</b>	<b>1752,9</b>	<b>1755,8</b>	<b>1973,5</b>	<b>2083,2</b>	<b>2139,0</b>
Điện Biên							
Lai Châu (*)	349,1	355,2	387,6	410,0	435,8	449,9	459,5
Sơn La	625,8	650,0	719,6	695,5	822,1	885,6	906,7
Hoà Bình	592,6	599,1	645,7	650,3	715,6	747,7	772,8
<b>Bắc Trung Bộ</b>	<b>7395,6</b>	<b>7460,2</b>	<b>8508,8</b>	<b>8503,6</b>	<b>9185,8</b>	<b>9767,3</b>	<b>10105,9</b>
Thanh Hoá	2478,3	2403,5	2883,2	2942,2	3150,5	3270,5	3405,0
Nghệ An	2279,4	2252,4	2544,1	2601,0	2708,8	2961,8	3079,4
Hà Tĩnh	1165,8	1213,9	1377,5	1331,4	1470,8	1525,4	1537,1
Quảng Bình	494,4	528,7	545,8	507,6	606,8	627,7	643,5
Quảng Trị	413,8	463,7	525,6	491,9	636,4	726,6	754,4
Thừa Thiên - Huế	563,9	598,0	632,6	629,5	612,5	655,3	686,5
<b>Duyên hải Nam Trung Bộ</b>	<b>5150,5</b>	<b>5400,7</b>	<b>5665,6</b>	<b>5864,8</b>	<b>6113,6</b>	<b>6153,6</b>	<b>6236,1</b>
Đà Nẵng	206,0	213,7	224,0	245,4	241,7	225,5	227,4
Quảng Nam	1259,5	1303,8	1353,6	1387,0	1421,0	1426,5	1427,9
Quảng Ngãi	1017,1	1055,1	1072,7	1189,5	1247,0	1239,6	1256,3
Bình Định	1237,3	1308,0	1416,6	1449,8	1562,9	1615,0	1645,6
Phú Yên	805,3	854,4	889,5	882,4	907,8	916,0	944,0
Khánh Hoà	625,3	665,7	709,2	710,7	733,2	731,0	734,9
<b>Tây Nguyên</b>	<b>4725,2</b>	<b>5524,8</b>	<b>6794,1</b>	<b>7218,2</b>	<b>9173,2</b>	<b>11448,6</b>	<b>13730,4</b>
Kon Tum	290,4	318,1	392,5	406,9	442,3	494,1	549,7
Gia Lai	784,0	940,7	1155,2	1221,9	1660,1	2103,5	2494,0



## **Phụ lục 07:**

### **Nước nghèo bị thiệt trong buôn bán nông sản**

(Nguồn VNeconomy 9/13/2005 )

Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc (FAO) vừa công bố báo cáo "Thực trạng các thị trường nông sản thế giới" cho biết giá nông sản thế giới đã giảm bình quân mỗi năm 2% trong 4 thập kỷ qua. Trong giai đoạn 2001-2003, các nước đang phát triển bị thâm hụt thương mại nông sản bình quân 6 tỷ USD/năm, con số này sẽ tăng lên 15 tỷ USD vào năm 2015 và 35 tỷ USD vào năm 2030.

Trong cuộc cạnh tranh về buôn bán nông sản, các nước đang phát triển luôn bị lép vế và khó bề sánh kịp các nước phát triển một khi các nước giàu đã tung ra hàng năm 230 tỷ USD trợ cấp nông nghiệp nhằm bán các nông sản của họ dưới mức chi phí sản xuất. Các nước đang phát triển chịu tổn thất về thu nhập do giá nông sản giảm, tình trạng thất nghiệp gia tăng. Tổng giám đốc FAO Jacques Diouf cho rằng cuộc chiến đòi sự công bằng trong buôn bán nông sản toàn cầu còn gặp rất nhiều khó khăn và phức tạp.

FAO kêu gọi WTO cần có những biện pháp thúc ép những nước giảm thuế nông nghiệp, hỗ trợ nhà sản xuất và mở cửa thị trường nông sản trong nước và bãi bỏ trợ cấp xuất khẩu tại các nước phát triển, tạo điều kiện để các nước đang phát triển tận dụng lợi thế của tự do hoá thương mại. Phó TGD FAO, ông Hartwig De Haen cho biết sẽ có những biện pháp riêng biệt cho các nước đang phát triển, bảo vệ họ trước những biến động bất lợi của giá nông sản. FAO kiến nghị vòng đàm phán buôn bán tự do toàn cầu của WTO năm nay cần giải quyết những vấn đề còn bất công giữa các nước phát triển và các nước đang phát triển trong buôn bán hàng nông sản.

Các nước đang phát triển phản đối các nước giàu thực hiện "tiêu chuẩn kép" trong buôn bán. Kết thúc cuộc đàm phán 2 ngày vừa diễn ra tại Nairobi, thủ đô Kenya về buôn bán toàn cầu, các tổ chức phát triển quốc tế đã chỉ trích các nước giàu chỉ tìm cách áp dụng tiêu chuẩn kép có lợi cho họ. Tổ chức viện trợ phát triển (Oxfam) nói các nước đang phát triển chấp nhận đề nghị của các nước phát triển giảm thuế nhập khẩu hàng nông sản từ 30% năm 1990 xuống còn 18% năm 2000 để đổi lấy việc các nước giàu giảm trợ cấp nông nghiệp.

Tuy nhiên, trong các cuộc thương lượng buôn bán toàn cầu mới đây, các nước phát triển lại đòi gấn chương trình giảm trợ cấp nông nghiệp với việc mở cửa khu vực dịch vụ của các nước nghèo. Các nước phát triển cho rằng một thoả thuận về giảm trợ cấp nông nghiệp của họ phải được tiến hành đồng thời với việc họ được tiếp cận một loạt dịch vụ tại các nước đang phát triển, bao gồm cả tài chính và giáo dục. Các nước giàu còn ép các nước đang phát triển giảm thuế đối với hàng công nghiệp mà các nước đang phát triển nhập khẩu.

**TIN**

## **Phu lục 08:**

### **Xuất khẩu trái cây 2006: những nghịch lý...**

(Ngày phát tin: 21/02/06)

#### **Đầu vào khó khăn**

Cái khó lớn nhất trong xuất khẩu trái cây hiện nay vẫn nằm ở đầu vào. Đây là một nghịch lý lớn trong sản xuất trái cây, vì trên thực tế, trong khi các ngành hàng khác thường chỉ bị bí đầu vào do thiếu hụt sản lượng thì, ngược lại, trong ngành trái cây, sản lượng hàng năm vẫn cứ ê hề. Ấy thế mà nguyên liệu cho các nhà máy chế biến thì thiếu vắng hoàn toàn thiếu, các nhà xuất khẩu trái cây tươi vẫn khó tìm được đủ lượng hàng theo đúng tiêu chuẩn mà khách nước ngoài đưa ra. Theo bà Võ Mai- Chủ tịch Hiệp hội Trái cây VN, phần lớn trái cây mà chúng ta sản xuất ra không phải là trái cây hàng hóa. Trái cây có chất lượng kém, mẫu mã, kích cỡ không đồng đều, nhiễm sâu bệnh, còn dư lượng chất BVTV...

Nguyên nhân chính vẫn là do các địa phương chưa làm được việc quy hoạch, xây dựng thành từng vùng chuyên canh cây ăn quả trên một diện tích lớn, vì vậy, việc sản xuất trái cây Việt Nam vẫn trong tình trạng manh mún, nhỏ lẻ, không theo một tiêu chuẩn hàng hoá nào. Rất mừng là một số địa phương đã thực sự bắt tay vào việc quy hoạch và đầu tư, phát triển một số vùng chuyên canh rau quả có thể mạnh: Bến Tre đã lên phương án quy hoạch và đang triển khai xây dựng 10.000 ha bưởi da xanh; An Giang quy hoạch vùng trồng khóm Queen nguyên liệu với diện tích 2.400 ha ở xã Lương An Trà (huyện Tri Tôn) để cung cấp nguyên liệu chế biến cho nhà máy của Cty Antesco ...

Tuy nhiên, thành quả từ những chuyển biến trên thì còn phải đợi vài năm nữa. Trước mắt, trong năm 2006 này, trái cây Việt Nam vẫn sẽ tiếp tục thất thế trước trái cây của các nước trong khu vực, đặc biệt là trái cây Thái Lan. Kết quả khảo sát của Hiệp hội Trái cây tại các tỉnh của Trung Quốc có biên giới chung với Việt Nam, cho thấy, mặc dù đây chưa phải là thị trường khó tính, nhưng trái cây Việt Nam vẫn bị đánh giá khá thấp. Cụ thể, trái cây Việt Nam có quá nhiều điểm yếu như: bị bầm dập, xây xước (do thu hái, đóng gói, vận chuyển, bốc xếp ... không đúng cách); bị sâu bệnh, mau hư hỏng; không đồng đều, xấu mã; bao bì xấu, không có nhãn hiệu hàng hoá; trái nhãn bị xông SO<sub>2</sub> quá mức quy định, phải trả lại hoặc huỷ... Trong khi đó, trái cây Thái Lan đẹp hơn, chất lượng cao hơn, mẫu mã, bao bì hấp dẫn hơn. Chính vì vậy, trái cây Việt Nam vẫn chỉ mới vào được các tỉnh biên giới phía Nam của Trung Quốc, với số lượng còn hạn chế, mà chưa thể đi sâu vào nội địa nước này.

Không những thế, theo lộ trình cắt giảm thuế của AFTA, năm nay, thuế suất cho trái cây lưu chuyển từ nước này sang nước khác trong nội bộ khối ASEAN chỉ còn ở mức thống nhất chung là từ 0-5%. Với mức thuế này, trái cây Thái Lan và các nước khác càng dễ xâm nhập vào thị trường Việt Nam.

#### **Cần mở thêm nhiều cánh cửa xuất khẩu**

Dù vậy, với đà tăng trưởng xuất khẩu trở lại trong 2 năm qua, cùng với những chuyển biến bước đầu trong sản xuất và chế biến trái cây trong nước, trái cây Việt Nam vẫn có quyền hy vọng tăng trưởng xuất khẩu năm nay và những năm tới. Trung Quốc vẫn là một thị trường trọng điểm và lâu dài cho trái cây Việt Nam. Theo Hiệp hội Trái cây, Trung Quốc vẫn khuyến khích mua bán rau quả qua biên giới Việt – Trung, bởi vì vận chuyển gần, mau lẹ, cước phí thấp, hàng đến tay người tiêu dùng rất nhanh chóng trong tình trạng còn tươi mới. Ngoài ra, trái cây Trung Quốc và Việt Nam hoàn toàn có thể bổ sung cho nhau về chủng loại và thời vụ vì Trung Quốc có lợi thế về trái cây ôn đới, còn Việt Nam là trái cây nhiệt đới, thời vụ trái cây 2 nước lại lệch nhau (Việt Nam: mùa xuân, mùa hạ; Trung Quốc: mùa thu, mùa đông)... Tuy nhiên, để đứng vững và xâm nhập sâu hơn vào thị trường này, trái cây Việt Nam cần phải nhanh chóng đáp ứng được các yêu cầu khắt khe của WTO đối với rau quả nhập khẩu như VSATTP, chất lượng, mẫu mã, bao bì ... phải theo tiêu chuẩn quốc tế.

Mặt khác, việc mở rộng ra những thị trường đầy tiềm năng khác như Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Nga, Pháp, Mỹ, Đức, Hong Kong ... là rất cần thiết để tránh bị phụ thuộc quá nhiều vào thị trường Trung Quốc như lâu nay. Bởi vậy, ngành trái cây đang rất mong Nhà nước thúc đẩy việc ký kết hiệp định kiểm dịch thực vật với các nước như Mỹ, Hàn Quốc, Nhật, Úc, New Zealand ... Có như vậy, rau quả tươi của Việt Nam mới mở được cánh cửa để đi vào những thị trường này. Được biết, Cục BVTV và Viện CĂQMN đã hợp tác với Mỹ, Nhật, Úc và New Zealand tiến hành khảo kiểm nghiệm thành công phương pháp xử lý ruồi đục quả bằng nước nóng trên xoài và thanh long. Đây là cơ sở ban đầu để trong thời gian tới, xoài và thanh long tươi của Việt Nam có thể được phép nhập khẩu vào 4 nước nói trên.

Mới đây, một doanh nghiệp trong nước muốn mua cam tươi để chế biến xuất khẩu. Doanh nghiệp này nhờ Hiệp hội Trái cây hỏi ở khắp các tỉnh trồng cam, nhưng không nơi nào có đủ lượng cam theo đúng yêu cầu chế biến của doanh nghiệp này.

*(Nguồn tin: NNVN)*

## Phụ lục 11

	61.591	44.341	90.134	183.03	231.459	199.228	151.07		
	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>KNXK rau quả</b>	<b>71.232</b>	<b>53.392</b>	<b>104.922</b>	<b>213.1</b>	<b>329.972</b>	<b>201.156</b>	<b>152.47</b>	<b>179</b>	<b>231</b>
Trung Quốc	24.493	10.454	35.686	120.35	142.801	121.529	63.75		55
Đài Loan	12.295	6.055	11.895	20.841	23.319	20.897	21.584		25.11
Nhật Bản	8.676	6.57	9.365	11.729	14.527	14.527	16.71		30
Hàn Quốc	2.599	4.088	10.074	13.691	20.194	7.783	9.66		
Nga	3.633	1.248	0.995	4.654	5.03	8.506	8.293		
Hoa Kỳ	3.196	2.559	3.209	2.178	1.971	5.318	8.073		
Hà Lan	0.88	1.26	1.589	2.16	2.381	3.87	5.896		
Campuchia	0	0.235	2.792	0.798	2.276	4.411	4.651		
Singapore	2.442	2.322	2.073	1.226	13	3.401	4.454	3.8	6.3
Lào	0.255	4.456	9.234	2.086	1.626	4.405	4.3		
Hồng Kông	3.122	5.094	3.222	3.316	4.334	4.581	3.699		
	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>KNXK rau quả</b>	<b>42.7392</b>	<b>32.0352</b>	<b>62.9532</b>	<b>127.86</b>	<b>197.9832</b>	<b>120.6936</b>	<b>91.482</b>	<b>107.4</b>	<b>138.6</b>
Trung Quốc	14.696	6.2724	21.412	72.211	85.6806	72.9174	38.25	38.50	53.00
Đài Loan	7.377	3.633	7.137	12.505	13.9914	12.5382	12.95	15.50	15.07
Nhật Bản	5.2056	3.942	5.619	7.0374	8.7162	8.7162	10.026	15.30	18.00
Hàn Quốc	1.5594	2.4528	6.0444	8.2146	12.1164	4.6698	5.796	7.40	9.00
Nga	2.1798	0.7488	0.597	2.7924	3.018	5.1036	4.9758	5.40	6.00
Hoa Kỳ	1.9176	1.5354	1.9254	1.3068	1.1826	3.1908	4.8438	6.20	7.50
Hà Lan	0.528	0.756	0.9534	1.296	1.4286	2.322	3.5376	5.30	8.40
Campuchia	0	0.141	1.6752	0.4788	1.3656	2.6466	2.7906	3.30	4.20
Singapore	1.4652	1.3932	1.2438	0.7356	7.8	2.0406	2.6724	2.28	3.78
Lào	0.153	2.6736	5.5404	1.2516	0.9756	2.643	2.58	2.90	3.50
Hồng Kông	1.8732	3.0564	1.9332	1.9896	2.6004	2.7486	2.2194	3.50	4.30
Một số quốc gia khác	5.7846	5.4306	8.8728	18.042	59.1078	1.1568	0.84	1.82	5.854
	42.739	32.035	62.953	127.86	197.983	120.694	91.482	107.4	138.6

