TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Nhiều “điểm nghẽn” khiến nông sản xuất khẩu vùng Tây Nguyên khó ra thị trường thế giới?

11:46 10/05/2024

Tây Nguyên đã trở thành vùng sản xuất một số sản phẩm nông sản chủ lực quy mô lớn, chiếm tỉ trọng cao, nhất là cây công nghiệp, cây ăn quả. Tuy nhiên, Tây Nguyên gặp nhiều "điểm nghẽn" về cơ chế, chính sách, khoa học công nghệ, quy mô sản xuất, chế biến nông sản, nhân lực chất lượng cao, cơ sở vật chất và thiếu liên kết nội vùng để có thể phát huy hết tiềm năng, thế mạnh khi đưa hàng hóa ra thị trường thế giới.

Tây Nguyên đã góp mặt nhiều sản phẩm như cà phê, hồ tiêu, chanh dây, điều và mắc ca, cao su... Diện tích trồng các loại dược liệu quý như: sâm Ngọc Linh, sâm dây, nấm linh chi đỏ, đinh lăng, hà thủ ô, đương quy, hoa hòe... ở Tây Nguyên cũng đang phát triển nhanh để hình thành các vùng dược liệu tập trung. Trong 2 năm 2022 và 2023, kim ngạch xuất khẩu của vùng đạt gần 3,8 tỷ USD năm 2022 và trên 3,7 tỷ USD năm 2023, khoảng hơn 1% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.



Cà phê là một trong những mặt hàng nông sản chủ lực của Tây Nguyên.

Tuy nhiên, xuất khẩu nông sản của Tây Nguyên vẫn còn một số hạn chế. Đó là, quy mô sản xuất, chế biến nông sản còn nhỏ lẻ, các trung tâm chế biến sâu còn thiếu và yếu dẫn đến sản phẩm xuất khẩu hoặc nguyên liệu phục vụ xuất khẩu còn thô, đem lại giá trị không cao cho người dân, doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các sản phẩm nông sản chủ lực chất lượng không đồng đều, do đó còn vấp nhiều hàng rào thương mại mang tính kỹ thuật.

Đặc biệt, liên kết nội vùng đang thể hiện nhiều điểm yếu, lỏng lẻo, thiếu đầu tư đồng bộ, dẫn tới thiếu các chuỗi cung ứng nội vùng.

Ông Nguyễn Việt San - Phó Vụ trưởng Vụ Châu Âu - châu Mỹ - Bộ Công Thương khuyến cáo các doanh nghiệp xuất khẩu của Vùng Tây Nguyên, cho biết, việc các nước phát triển ngày càng quan tâm đến nhiều vấn đề phát triển bền vững, chống biến đổi khí hậu, an toàn cho người tiêu dùng đang tiếp tục là tiền đề để dựng lên những tiêu chuẩn mới, quy định mới liên quan đến chuỗi cung ứng nguyên liệu, lao động, môi trường khắt khe với các sản phẩm xuất khẩu.

Chiến lược, tiêu chuẩn mới liên quan đến thế mạnh của địa bàn Tây Nguyên đó là chiến lược từ trang trại tới bàn ăn, quy định các hệ thống thực phẩm công bằng lành mạnh và thân thiện môi trường, nghĩa là trong thời gian tới EU phấn đấu sẽ phải giảm 50% thuốc trừ sâu hóa học, 20% phân bón, 50% thuốc kháng sinh sử dụng trong các mặt hàng nông lâm thổ sản".

Cũng theo ông Nguyễn Việt San, xuất khẩu cà phê của Việt Nam phụ thuộc rất lớn vào thị trường châu Âu, chiếm khoảng 60% sản lượng cà phê của nước ta xuất khẩu ra thị trường nước ngoài. Nhưng nếu doanh nghiệp vi phạm Quy định Chống phá rừng và chống phát thải carbon thì bị phạt 4%/tổng doanh thu của công ty trong 1 năm.

"Theo lộ trình, đến năm 2035 và 2050 thì không còn phát thải carbon, do vậy các sản phẩm nông sản xuất khẩu của Việt Nam phải đáp ứng tiêu chí này. Có nghĩa là phải sử dụng nguyên vật liệu, nhân công phải tuân thủ nghiêm, đây là một rào cản rất lớn vào thị trường châu Âu", ông Nguyễn Việt San cho hay.



Các địa phương trong vùng Tây Nguyên cần liên kết với nhau đẻ vùng thống nhất đồng hành phát triển các sản phẩm thế mạnh chủ lực cho từng nhóm sản phẩm của vùng

Mặc dù vậy, còn khá nhiều rào cản để nông sản xuất khẩu của Vùng Tây nguyên có mặt tại thị trường nước ngoài. Ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương cho rằng, Tây Nguyên gặp nhiều "điểm nghẽn" về cơ chế, chính sách, khoa học công nghệ, quy mô sản xuất, chế biến nông sản, nhân lực chất lượng cao, cơ sở vật chất và thiếu liên kết nội vùng để có thể phát huy hết tiềm năng, thế mạnh khi đưa hàng hóa ra thị trường thế giới.

“Để tạo ra bước chuyển mới có tính đột phá trong việc phát huy vị trí vai trò đặc biệt và khai thác hiệu quả hơn nữa tiềm năng lợi thế phát triển của vùng, cần phải có một giải pháp thúc đẩy khoa học công nghệ, liêt kết chuỗi trong sản xuất nâng cao giá trị sản phẩm; liên kết vùng trong các hoạt động xúc tiến thương mại và xuất nhập khẩu theo quy mô chuyên nghiệp. Đặc biệt là đầu tư khai thác có trọng tâm trọng điểm các khu kinh tế cửa khẩu mới thúc đẩy được giao thương hàng hóa khu vực Tây Nguyên ngày một mạnh lên” - ông Vũ Bá Phú nói.

Để hỗ trợ thúc đẩy vùng Tây Nguyên có sự chuyển mình khởi sắc trong hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển xuất nhập khẩu mạnh mẽ hơn nữa trong thời gian tới, các tỉnh vùng Tây Nguyên cần liên kết với nhau để cùng thống nhất đồng hành phát triển các sản phẩm thế mạnh chủ lực cho từng nhóm sản phẩm của vùng, từ đó xác định các mô hình chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị phù

hợp để khai thác các giá trị sản phẩm tốt nhất.

Đồng thời, các địa phương cần quan tâm tới kết cấu hạ tầng thương mại, kết cấu hạ tầng cho xúc tiến thương mại của cả vùng, cần có cơ chế để xây dựng và hình thành những công ty, tập đoàn chuyên doanh về thương mại đặc biệt để đảm bảo tiêu thụ được các sản phẩm của vùng.

Công ty Kinh doanh TNHH 1 thành viên XNK 2/9 của Đắk Lắk - một năm xuất khẩu 120.000 tấn cà phê, 10.000 tấn hồ tiêu, doanh thu đạt 275 triệu USD trong tổng doanh thu gần 7.000 tỷ đồng.

Để tiếp tục duy trì và phát triển thị trường xuất khẩu khu vực châu Âu, Công ty phải xây dựng và vừa được cấp Chứng chỉ Cà phê chống phá rừng - một quy định ngặt nghèo cho các doanh nghiệp, ngành xuất khẩu cà phê vào thị trường châu Âu.

Ông Lê Thanh Sơn - Giám đốc Công ty Kinh doanh TNHH 1 thành viên XNK 2/9 của Đắc Lắc đề xuất: "Về quy định cà phê chống phá rừng, khí phát thải carbon, đề nghị các cơ quan hữu quan có những chính sách, những chỉ đạo để doanh nghiệp có thể được tiếp cận làm việc với các lãnh đạo của các địa phương có vùng, vườn cây trồng để định vị, làm việc, để đáp ứng được những tiêu chí này.

Việc thứ hai, do chúng ta phụ thuộc rất nhiều vào thị trường châu Âu, cho nên đề nghị Bộ Công Thương có hoạt động mạnh hơn, trọng tâm hơn, xúc tiến vào các thị trường mới nổi như Trung Quốc, Ấn Độ và Nhật Bản để làm sao đó mà chúng ta bớt phụ thuộc lớn vào thị trường châu Âu".

Minh An *(t/h)*