

XÂY DỰNG HỆ THỐNG THƯƠNG MẠI CHO SẢN PHẨM HỒI MANG CHỈ DẪN ĐỊA LÝ LẠNG SƠN XUẤT KHẨU RA NƯỚC NGOÀI

TS. Lương Đăng Ninh

Giám đốc Sở KH&CN tỉnh Lạng Sơn

Cùng với tiến trình toàn cầu hoá về kinh tế và tự do hoá về thương mại, các quốc gia trên thế giới ngày càng quan tâm hơn tới việc đưa các sản phẩm của mình thâm nhập vào thị trường các nước khác thông qua việc sử dụng chỉ dẫn địa lý. Đối với Việt Nam vấn đề còn rất mới, mặc dù được Chính phủ, Bộ Khoa học và Công nghệ cũng đã rất quan tâm ưu tiên đầu tư. Các hoạt động hỗ trợ, tư vấn về Sở hữu công nghiệp của Cục Sở hữu trí tuệ với các địa phương (chương trình 68) đã được triển khai ngày càng đa dạng với nhiều hình thức nhằm đáp ứng nhu cầu của các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp trong cả nước. Các hoạt động đã được tập trung triển khai **một** cách đồng bộ, hướng dẫn thủ tục đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp (chủ yếu là đăng ký sáng chế và nhãn hiệu). Riêng đối với chỉ dẫn địa lý đến nay Cục Sở hữu trí tuệ mới cấp được 32 giấy chứng nhận bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với chỉ dẫn địa lý. Các sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý chủ yếu là sản phẩm nông nghiệp và thủ công, trong đó: trái cây 16, lúa gạo 3, sản phẩm chế biến 5, cây công nghiệp 6, thủ công 2.

Tuy nhiên trên thực tế các địa phương mới chỉ hoàn thành việc xác lập quyền, trong khi cơ chế và các thao tác quản lý chưa được thiết lập hoặc nếu có cũng chỉ một số quy chế quản lý nội bộ, quản lý bên ngoài, chưa hoạt động có hiệu quả. Nhiều sản phẩm nông sản mang chỉ dẫn địa lý được xuất khẩu ra nước ngoài cũng chưa có cơ chế ràng buộc đối với người sản xuất, chế biến và doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu, đồng thời nhà nước chưa có chính sách khuyến khích họ tham gia vào các quy trình sản xuất, quản lý và phát triển sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý khi xuất khẩu ra nước ngoài, giá trị xuất khẩu còn rất thấp, chưa có gì phân biệt rõ ràng hơn hàng hoá cùng loại chưa được mang chỉ dẫn địa lý xuất khẩu ra nước ngoài hoặc nói cách khác chưa khai thác và phát huy lợi thế sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý khi xuất khẩu ra nước ngoài.

Để góp phần vào giải quyết tồn tại và khắc phục yếu kém trên, chúng tôi giới thiệu “ ***Xây dựng hệ thống thương mại cho sản phẩm hồi mang CD ĐL Lạng Sơn xuất khẩu ra nước ngoài.*** ” nhằm nêu lên một số nội dung trao đổi cả về lý luận và thực tiễn với các nhà khoa học, các nhà quản lý, **các hộ Nông dân trồng hồi** và các doanh nghiệp trong và ngoài nước với mong muốn đẩy nhanh

tiến trình bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp sản phẩm hồi của Lạng Sơn tại một số nước trên thế giới, mở rộng thị trường xuất khẩu hồi sang các nước, mặt khác là cơ sở khoa học làm căn cứ để nhà nước ban hành các cơ chế, chính sách phù hợp xu thế hội nhập kinh tế thế giới và các yêu cầu nhập khẩu của các nước và tập quán thương mại quốc tế. Đồng thời giúp cho các hộ nông dân nắm được tình hình thị trường xuất khẩu để sản xuất các sản phẩm hồi đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật và chất lượng phù hợp từng thị trường của các nước trên thế giới.

1. Tình hình sản xuất, chế biến và định hướng phát triển các sản phẩm hồi Lạng Sơn.

Lạng Sơn là một tỉnh miền núi biên giới phía Bắc, có tổng diện tích tự nhiên là 832.378,38 ha :Trong đó đất có rừng 372.500,8 ha, diện tích rừng Hồi 33.503 ha ,chiếm 70% so với diện tích rừng Hồi cả nước.

Hồi phân bố hầu hết ở các huyện, thành phố của Lạng Sơn, nhưng tập trung nhiều ở các huyện: Văn Quan, Bình Gia. Diện tích trồng Hồi của 2 huyện này chiếm tới 55,9% diện tích trồng Hồi toàn tỉnh (do ở những địa phương này đất được phát triển trên đá mẹ Riolit & phiến thạch màu nâu đỏ hoặc đỏ vàng, tầng đất sâu, tỷ lệ mùn cao). Với diện tích rừng Hồi nói trên, trong vài năm tới đây cây Hồi đến thời điểm cho thu hoạch thì đây là tiềm năng rất lớn đem lại hiệu quả kinh tế cao cho bà con các dân tộc tỉnh Lạng Sơn.

Cây Hồi trồng sau 7-8 năm bắt đầu bói quả và sai quả ở độ tuổi 20-60 năm. Với rừng Hồi có năng suất cao nhất có thể đạt 30-40 kg quả khô/cây/năm; trung bình 10-15 kg quả khô/cây/năm. Năm 2008 thì sản lượng khai thác Hoa Hồi bình quân tính từ năm 2000 – 2008 đạt 5.161 tấn bằng 52-65% mục tiêu đặt ra (8.000 - 10.000 tấn/năm). Bình quân 3 năm trở lại đây đạt 5.756,7 tấn; như vậy sản lượng Hồi đã ổn định dần và tăng lên qua các năm. Nếu tính theo giá thị trường năm 2009 thì 1 kg quả Hồi khô có giá trung bình 70.000đ, thì với sản lượng bình quân 3 năm trở lại đây đạt 5.756,7 tấn sẽ đạt 402,97 tỷ đồng.

Do nhận thức được vai trò của sản phẩm từ cây Hồi các cơ quan chuyên môn đã có các đề tài nghiên cứu từ những năm 1960 – 1970 các tác giả Lê Đức Biên, Nguyễn Huy Bật, Cung Đình Lượng, Nguyễn Thụ (ĐH tổng hợp Hà Nội). Các công trình nghiên cứu đã đề cập đến: Nhu cầu ánh sáng, dinh dưỡng khoáng, quy trình bón phân nhằm phục tráng cây hồi. Vậy cần nghiên cứu sâu theo hướng nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm và nhu cầu tiêu thụ các thị trường trong và ngoài nước.

Nhằm đảm bảo chất lượng Hồi (đặc biệt là Hồi xuất khẩu) năm 2006 Sở Nông nghiệp & PTNT tiếp tục ban hành quy trình kỹ thuật canh tác, bảo quản hồi Lạng Sơn. Ban hành hướng dẫn dưới dạng tờ rơi cấp cho các hộ tham gia

trồng hồi. Được sự quan tâm của Bộ Khoa học và Công nghệ hai nước Việt Nam và Trung Quốc, Dự án hợp tác quốc tế: “Hợp tác nghiên cứu cải tạo rừng Hồi năng suất thấp và ứng dụng kỹ thuật chế biến sản phẩm Hồi” đã được đưa vào Nghị định thư phiên họp lần thứ VII Ủy ban hỗn hợp hợp tác Khoa học và Công nghệ giữa Việt Nam và Trung Quốc vào tháng 12/2008 tại Bắc Kinh. Dự án triển khai thành công sẽ là cơ sở mở rộng mô hình cải tạo 10.000 ha rừng hồi hiện có và đang đòi hỏi được cải tạo của Lạng Sơn.

Trên thị trường, sản phẩm thương mại hiện nay chủ yếu là quả hồi phơi khô. Thực tế khảo sát cho thấy kích thước (đường kính) của quả hồi khi phơi khô từ các mẫu thu tại các khu vực khác nhau biến động khá lớn, dao động từ 19,30 mm tới 36,53 mm. Theo thông lệ hiện nay, quả hồi khô được đánh giá có chất lượng cao cần đạt đường kính không thấp hơn 25,00 mm.

Cùng với đường kính quả, tỷ lệ quả bị lép cũng là một trong những chỉ tiêu quan trọng. Đối với quả hồi khô có từ 2 cánh (đại) trở lên không phát triển được coi là quả bị lép. Kết quả phân tích quả chính vụ (thu hoạch vào tháng 8) của chúng tôi cho thấy, nhiều cây có tỷ lệ lép rất cao đạt tới 65,9%, tuy nhiên vẫn tồn tại những cá thể có tỷ lệ quả lép rất thấp (2,43% - 9,8%).

Định hướng phát triển **các sản phẩm hồi** và giải pháp thực hiện trong giai đoạn tới: Rà soát lại diện tích Hồi hiện có, đối với những diện tích Hồi chưa đảm bảo mật độ và diện tích Hồi cổ thụ > 80 năm tuổi, cần tiến hành cải tạo, nâng cấp trồng bổ sung để nâng cao chất lượng và giá trị của rừng. Diện tích trồng mới phải được tuyển chọn giống tốt, phát triển vùng chuyên canh tập chung. Cần có chiến lược bảo tồn giống Hồi có năng suất cao và chất lượng tốt bằng cách cải thiện giống và xây dựng rừng giống, vườn giống với những dòng vô tính đã được khảo nghiệm trên cơ sở chọn lọc những cây trội có năng suất hạt cao, ổn định và chất lượng tinh dầu tốt. Hệ thống các giải pháp kỹ thuật lâm sinh áp dụng phù hợp cho từng đối tượng: đối với rừng Hồi có năng suất thấp cần nghiên cứu các biện pháp kỹ thuật lâm sinh trong môi trường, phục tráng, cải tạo rừng Hồi; Đối với rừng Hồi trồng mới cần nghiên cứu các vấn đề như: Kỹ thuật tạo cây con, kỹ thuật thâm canh rừng trồng. Xây dựng và giữ thương hiệu hoa Hồi xứ Lạng trên thị trường. Có chính sách ưu đãi để thu hút đầu tư và ứng dụng khoa học kỹ thuật. Có chính sách hỗ trợ tìm kiếm thị trường ổn định để tiêu thụ sản phẩm, khuyến khích sản xuất phát triển.

2. Tình hình thị trường hồi và các sản phẩm hồi thế giới.

Trên thị trường thế giới, hồi là tên thương mại chung cho các loại sản phẩm của hai loài thực vật khác nhau, Đại hồi (*Illicium verum*) và Tiểu hồi (*Anisum Pimpinella*).

Hầu hết lượng tinh dầu hồi giao dịch trên thương thế giới có nguồn gốc từ cây đại hồi (thường gọi là cây hồi - *Illicium verum*), được trồng chủ yếu ở vùng Viễn Đông, tập trung ở Trung Quốc hai tỉnh Quảng Đông và Quảng Tây Trung Quốc và ở Việt Nam cung cấp trên 80% tổng sản lượng hồi toàn cầu. Tại Việt Nam, cây hồi được trồng ở các tỉnh phía bắc như Lạng Sơn, Cao Bằng, Quảng Ninh...Ngoài hai nước sản xuất chính là Trung Quốc và Việt Nam, gần đây Nhật Bản, Indonesia cũng trồng và sản xuất một số sản phẩm thương mại từ cây hồi (quả hồi phơi khô và tinh dầu hồi). Theo đánh giá chung, sản lượng và chất lượng tinh dầu hồi của các nước này không cao. Những năm gần đây, một số nước như Ấn Độ, Lào, Philipin,...cũng trồng thử nghiệm cây hồi nhưng sản lượng không đáng kể. Do vậy, tới nay Trung Quốc và Việt Nam vẫn là hai quốc gia sản xuất hồi chủ yếu trên thế giới. Tuy nhiên, công nghiệp chưng cất tinh dầu hồi lại tập trung chủ yếu ở các nước nhập khẩu như Hoa Kỳ, Pháp, Nga, Tây Ban Nha và Ba Lan...

Tinh dầu từ cây tiểu hồi (*Pimpinella anisum*), có vị ngọt và mùi dễ chịu hơn, nhưng sản lượng khá hạn chế so với đại hồi. Tiểu hồi có nguồn gốc ở vùng đông Địa Trung Hải và Tây Nam Á và hiện được trồng ở nhiều nước như Thổ Nhĩ Kỳ, Ai Cập, Nga, Tây Ban Nha, Italia, Ấn Độ, Hy Lạp, Bắc Phi, Argentina, Malta, Romania và Syria...Trong những năm gần đây, đại hồi được các nước phương Tây sử dụng như chất thay thế cho tiểu hồi trong công nghiệp thực phẩm cũng như dược phẩm do giá rẻ hơn và nguồn cung lớn hơn.

Hồi là một thành phần để chế rượu anis, hương liệu, làm thuốc chữa bệnh và là một thành phần đặc trưng không thể thiếu được trong ẩm thực của nhiều nước. Sản phẩm chủ yếu từ cây hồi hiện được buôn bán trên thị trường thế giới gồm hai loại chính:

- Quả hồi sấy (hoặc phơi) khô, thường được gọi là “hoa hồi” là sản phẩm tiêu thụ chủ yếu trên thị trường. Hồi khô có hương vị đặc biệt, là hương liệu thiên nhiên được sử dụng rộng rãi trong chế biến thực phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm, thức ăn gia súc...Quả hồi khô được dùng rộng rãi trong đời sống hàng ngày của người dân nhiều nước, kể cả các nước không trồng được hồi như các nước Châu Âu và Trung Đông.

- Tinh dầu hồi là sản phẩm chủ yếu thu từ quả hồi và thân lá hồi với thành phần chủ yếu là Anethole (ước tính chiếm khoảng 80% - 90%), là hương liệu quan trọng trong sản xuất rượu thơm, trong công nghiệp thực phẩm dược phẩm. Trong công nghiệp hóa chất, dầu hồi và các chất tinh cất như Oleom Anisi Stellati, Anethole và Anisi aldehyde, Anisonitrile...được dùng làm làm hương liệu cao cấp, là thành phần quan trọng để sản xuất nước hoa và các hóa mỹ phẩm khác. Trong những năm gần đây, dầu hồi được quan tâm hơn như là nguyên liệu

chính để sản xuất Tamiflu chữa bệnh cúm, hiện được là loại thuốc chữa dịch cúm hiệu nghiệm nhất trên thế giới.

Nhu cầu của thế giới đối với nguyên liệu hồi và sản phẩm hồi vẫn đang có xu hướng tăng, đặc biệt là với các sản phẩm hữu cơ. Châu Âu, Bắc Mỹ, Hoa Kỳ, Nhật Bản và thị trường các quốc gia Hồi giáo là những nước sử dụng các sản phẩm hồi lớn nhất thế giới.

Xuất khẩu hồi thế giới : Theo Trung tâm thương mại quốc tế , năm 2009 đạt 20.238 tấn, trị giá 52,123 triệu USD, giảm bình quân 9% về lượng nhưng lại tăng 10% về giá trị trong giai đoạn 2005 - 2009. Bên cạnh các nước trồng hồi như Trung Quốc, Việt Nam, Syri hay Ấn Độ, các nước nhập khẩu hồi như Tây Ban Nha, Đức và Hà Lan cũng chiếm vị trí quan trọng trong xuất khẩu hồi thế giới.

Syri hiện là nước xuất khẩu hồi lớn nhất thế giới, chiếm 22,6 % tổng KNXK toàn cầu với lượng xuất khẩu 3.139 tấn trong năm 2009, trị giá 11,776 triệu USD, giảm bình quân 11% về lượng nhưng tăng tới 13% về giá trị trong giai đoạn 2005-2009. Syri chủ yếu xuất khẩu hồi sang Hoa kỳ (chiếm 28% trong tổng KNXK hồi của nước này năm 2009), Braxin (17%), Pháp (6,6%), Hà Lan (5,7%) và CH Dominica (5,5%)...

Thổ Nhĩ Kỳ đứng thứ hai về xuất khẩu hồi thế giới , chiếm 16,5% tổng KNXK toàn cầu với lượng xuất khẩu 2.053 tấn trong năm 2009, trị giá 8,616 triệu USD, giảm bình quân 2% về lượng nhưng tăng tới 21% về giá trị trong giai đoạn 2005-2009. Thổ Nhĩ Kỳ chủ yếu xuất khẩu hồi sang Hoa Kỳ (thị trường chiếm 28,7% tổng KNXK của Thổ Nhĩ Kỳ năm 2009), Braxin (18,6%), Đức (10,7%), Pêru (8,1%) và Italia (5,3%)...

Trung Quốc đứng thứ ba trên thế giới về xuất khẩu hồi, chiếm 16,2% tổng KNXK toàn cầu với lượng xuất khẩu 3.806 tấn trong năm 2009, trị giá 8,462 triệu USD, giảm bình quân 6% về lượng nhưng tăng 5% về giá trị trong giai đoạn 2005-2009. Các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Trung Quốc là Ấn Độ (chiếm 34,5% tổng KNXK), Hồng Kông (10,2%), Malaysia (8,9%), Indonesia (6,7%) và Đài Loan (5,5%)...

Việt Nam là nước đứng thứ tư trên thế giới về xuất khẩu hồi, chiếm 12,1% tổng KNXK toàn cầu với lượng xuất khẩu 3.703 tấn trong năm 2009, trị giá 6,309 triệu USD, giảm bình quân 19% về lượng và giảm 12% về giá trị trong giai đoạn 2005-2009. Việt Nam chủ yếu xuất khẩu hồi sang các nước trong khu vực như Ấn Độ (52,6%, Malaysia (6,2%), Thái Lan (5,7%), Singapore (4,3%), xuất khẩu sang các nước phương tây còn khá hạn chế...Một phần hoa hồi Việt Nam xuất thô và tái xuất khẩu sang các nước khác.

Đứng thứ 5 thế giới về xuất khẩu hồi là Tây Ban Nha, chiếm 6,0% tổng KNXK toàn cầu với lượng xuất khẩu 745 tấn trong năm 2009, trị giá 3,109 triệu USD, tăng bình quân 26% về lượng và tăng tới 36% về giá trị trong giai đoạn 2005-2009. Tây Ban Nha chủ yếu xuất khẩu hồi sang các nước Hà Lan (18,4%), Đức (17,5%), Paragoay (15,8%), Italia (9,5%) và Hoa Kỳ (7,5%)...

Nhập khẩu hồi thế giới : theo nguồn Trung tâm thương mại quốc tế năm 2010: Hoa Kỳ, Ấn Độ, một số các nước thành viên EU, Braxin và Paragoay là những nước nhập khẩu hồi lớn nhất thế giới . Các nước này chủ yếu nhập khẩu hồi để phục vụ nhu cầu tiêu thụ nội địa, Ấn Độ và một số nước châu Âu như Đức, Hà Lan, Pháp...dùng một tỷ lệ lớn hồi nhập khẩu để chế biến và tái xuất khẩu sang các nước khác, điều có thể thấy qua cán cân thương mại mặt hàng này.

Hoa kỳ là nước nhập khẩu hồi lớn nhất thế giới, chiếm 17,1% tổng kim ngạch nhập khẩu (KNNK) hồi toàn cầu với lượng nhập khẩu năm 2009 đạt 2.157 tấn, trị giá 8,236 triệu USD. Hoa Kỳ nhập khẩu hồi chủ yếu từ Syri (nước cung cấp 40% tổng KNNK hồi Hoa Kỳ), Thổ Nhĩ Kỳ (37,9%), Trung Quốc (7,3%), Ai Cập (2,8%) và Tây Ban Nha (2,5%)...

Đứng thứ hai thế giới về KNNK hồi là Ấn Độ, chiếm 9,7% tổng KNNK hồi toàn cầu với lượng nhập khẩu năm 2009 đạt 3.101 tấn, trị giá 4,690 triệu USD. Ấn Độ nhập khẩu hồi chủ yếu từ Việt Nam (nước chiếm 70,8% tổng KNNK hồi của Ấn Độ), Trung Quốc (27,8%), Malaysia (1%) và Pakixtan (0,2%)...

Đứng thứ ba thế giới về KNNK hồi là Braxin, chiếm 9,3% tổng KNNK hồi toàn cầu với lượng nhập khẩu năm 2009 đạt 1.181 tấn, trị giá 4,494 triệu USD. Braxin nhập khẩu hồi chủ yếu từ Syri (44,6%), Thổ Nhĩ Kỳ (42,6%), Ai Cập (5,7%), Việt Nam (2,7%) và Trung Quốc (2,4%).

Đức đứng thứ tư thế giới về KNNK hồi, chiếm 8,7% tổng KNNK hồi toàn cầu với lượng nhập khẩu năm 2009 đạt 892 tấn, trị giá 4,217 triệu USD. Đức nhập khẩu hồi chủ yếu từ Thổ Nhĩ Kỳ (22,2% tổng KNNK), Tây Ban Nha (18,2%), Hà Lan (15,1%), Syri (14,5%) và Ai Cập (12,1%)..., sau đó chế biến và tái xuất sang các nước thành viên EU.

Cũng như Đức, Hà Lan là nước nhập khẩu và tái xuất hồi lớn. Hà Lan đứng thứ năm thế giới về KNNK, chiếm 4,4% tổng KNNK hồi và đứng thứ tám thế giới về xuất khẩu, chiếm 3,0% tổng KNNK hồi toàn cầu, với lượng nhập khẩu năm 2009 đạt 547 tấn, trị giá 2,108 triệu USD. Hà Lan nhập khẩu hồi chủ yếu từ Syri (31,9% tổng KNNK), Tây Ban Nha (26,5%), Thổ Nhĩ Kỳ (24,1%), Việt Nam (11,1%) và Trung Quốc (2,5%)...

Nhu cầu thị trường thế giới về sản phẩm hồi luôn có xu hướng tăng trong những năm qua do hồi ngày càng được ứng dụng rộng rãi, đa dạng trong nhiều ngành sản xuất công nghiệp và tiêu dùng vì những giá trị ưu việt của hồi như một loại cây hương liệu cao cấp và một loại thực phẩm bổ dưỡng, có tác dụng hỗ trợ cho sức khỏe. Tuy nhiên, các nước tiêu thụ và buôn bán tinh dầu chủ lực, chiếm tỉ lệ lớn trong tổng kim ngạch nhập khẩu toàn cầu đều có hàng rào kỹ thuật về tiêu chuẩn chất lượng rất chặt chẽ như quy định về canh tác sạch Bio Organic, thu hái sạch, bảo quản sơ chế nguyên liệu sạch theo tiêu chuẩn Global GAP, tiêu chuẩn chế biến sản xuất vệ sinh an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn HACCP, GMP... Do đó, thị trường quốc tế đòi hỏi phải có rất nhiều dạng sản phẩm đa dạng, phong phú với các chỉ tiêu, thông số tiêu chuẩn chất lượng cao.

Cho tới nay, chất lượng tinh dầu của Trung Quốc và Việt Nam vẫn được thị trường quốc tế đánh giá là loại tinh dầu có chất lượng cao thuộc hàng đầu thế giới. Tuy nhiên, những năm gần đây đã xuất hiện nhiều mẫu tinh dầu hồi có chất lượng khá thấp (hàm lượng anethole chỉ đạt 60-70%). Với những tinh dầu loại này giá mua rất thấp do chi phí để tinh chế cao. Để giá rẻ trên thị trường quốc tế và có khả năng cạnh tranh cao, nhiều tổ chức kinh doanh thường chào hàng với chất lượng cao hơn tiêu chuẩn truyền thống (hàm lượng trans-anethole không dưới 85%). Thực tế này đã đặt vùng sản xuất hồi trước thách thức phải nâng cao chất lượng sản phẩm tinh dầu.

Chiến lược marketing của các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm tiêu dùng cuối cùng từ nguyên liệu tự nhiên như hương liệu, gia vị, đồ uống, mỹ phẩm, dược phẩm... đang hướng tới những sản phẩm tự nhiên (Bio-Organic), sản phẩm hoàn toàn sạch và an toàn cho người tiêu dùng. Trên thực tế, các doanh nghiệp nhập khẩu/chế biến tại các nước phát triển trên thế giới hiện nay không quan tâm đến công đoạn tái chế nguyên liệu đầu vào đối với các sản phẩm không đủ tiêu chuẩn, chất lượng hoặc tiêu chuẩn không phù hợp vì phải đầu tư thêm thiết bị xử lý rất tốn kém. Do đó, việc tiêu chuẩn hoá sản phẩm phù hợp là yêu cầu bức xúc đặt ra đối với các sản phẩm xuất khẩu nói chung và các sản phẩm mang tính dược liệu, hương liệu và gia vị cũng như các sản phẩm hồi nói riêng.

3. Tình hình thị trường hồi trong nước và các sản phẩm hồi của Lạng Sơn.

Những năm trước đây từ thời kỳ bao cấp. Hoa Hồi Lạng Sơn đã được xuất khẩu sang các nước Đông Âu như Liên Xô, Cộng hoà Dân chủ Đức, Ba Lan, Tiệp Khắc để tìm kiếm ngoại tệ về cho Việt Nam. Thực hiện các phương thức thanh toán bằng ngoại tệ hoặc trao đổi hàng đổi lưu, Lạng Sơn xuất khẩu hàng nông – lâm sản đổi lấy máy móc, thiết bị hoặc ô tô, đã có lần Lạng Sơn đổi Hoa

hồi lấy xe ô tô con Uwat của Liên Xô thông qua Công ty XNK Lạng Sơn (Laximex Lạng Sơn). Thời kỳ này chủ yếu Laximex Lạng Sơn mua hồi và mua theo chỉ tiêu kế hoạch nhà nước để xuất khẩu hoặc uỷ thác cho các công ty của trung ương xuất khẩu sang các nước theo nghị định thư của chính phủ.

Sau khi xoá bỏ cơ chế kế hoạch hoá tập trung chuyển sang cơ chế thị trường, Laximex không mua được nữa và từ đó quan hệ giữa các công ty của trung ương với Laximex Lạng Sơn bị gián đoạn, mất mỗi quan hệ. Trong những năm gần đây các công ty nhà nước của trung ương cũng đã chuyển đổi theo luật doanh nghiệp thành các công ty cổ phần và nhiều công ty khác mới được thành lập theo luật doanh nghiệp, kể cả các doanh nghiệp tư nhân, vẫn tiếp tục xuất khẩu mặt hàng Hoa Hồi sang các nước Ấn Độ, Singapo, các nước Trung Đông và các nước Châu Âu là những thị trường tuyền thống, nhưng với số lượng không tập trung và chất lượng cũng không đồng đều, giá cả không ổn định và nhìn chung là ở mức thấp. Về khai thác nguồn hàng các Công ty liên hệ trực tiếp với các hộ thu mua gom ở Thành phố Lạng Sơn và các huyện Văn Quan, Bình Gia, Chi Lăng rồi vận chuyển về các tỉnh phía sau phân loại đóng gói xuất khẩu. Hiện nay lượng hàng rất phân tán và kinh doanh mặt hàng Hồi hiệu quả thấp và rủi ro cao, do vậy các Công ty lớn chủ yếu xuất uỷ thác cho các Công ty trách nhiệm hữu hạn hoặc các Doanh nghiệp tư nhân hoặc mua trực tiếp với các Doanh nghiệp nhỏ để xuất khẩu. Ví dụ: Thời điểm tháng 6 năm 2010 vừa qua chúng tôi đến một công ty vừa xuất khẩu một Công tenơ sang thị trường Ấn Độ với khối lượng 17 tấn và thu về 31.000 USD, như vậy được 1.823 USD/tấn, quy đổi tiền Việt Nam được khoảng 40.000 đồng. Không phải giá thực của nó, thời điểm đó mua vào đã là từ 72.000đ – 75.000đ/kg, thực chất là xuất hộ và giá thực đã do các Công ty khác họ thoả thuận với nhau và thanh toán tiền cho nhau, còn Công ty xuất hộ này chỉ làm thủ tục cho họ và trong số tiền đó có lợi ích của các Công ty. Về phía Công ty nước ngoài khả năng họ trốn được thuế nhập khẩu vì giá mua thấp.

Qua đây có thể thấy rằng: hiện tượng mua bán Quốc tế giữa các doanh nghiệp hiện nay rất đa dạng, xuất phát từ cơ chế thị trường, các Công ty đều tạo điều kiện cho nhau để kinh doanh mang lại lợi nhuận tối đa, do vậy việc áp dụng các quy định nhãn, mác những mặt hàng nông – lâm sản xuất khẩu mà bị quản lý chặt chẽ về chất lượng gắn với thương hiệu mà trước mắt chưa có lợi cho họ là họ không muốn thực hiện. Chúng tôi khảo sát một số điểm trên địa bàn thành phố Hà Nội, Hưng Yên, Hoà Bình, Bắc Ninh nhận thấy rằng có nhiều công ty làm ăn chân chính, kinh doanh bài bản, hợp đồng mua bán rõ ràng, yêu cầu chất lượng hết sức cụ thể, thanh toán sòng phẳng. Song bên cạnh đó còn một số công ty kinh doanh theo kiểu nhỏ lẻ, phân tán, họ chưa có tư tưởng hoặc chưa sẵn sàng cộng tác với Hội SX, CB&KD hồi Lạng Sơn để gắn nhãn, mác dấu hiệu

Hội Lạng Sơn đã được mang chỉ dẫn địa lý và được Nhà nước bảo hộ. Do vậy các hộ mua gom Hội ở Lạng Sơn cũng phải thực hiện theo yêu cầu của họ, chưa có cách nào khác tối ưu hơn, nếu thực hiện nghiêm túc theo quy chế quản lý hàng hoá mang chỉ dẫn địa lý thì các đơn vị XNK họ không mua hoặc mua với giá thấp, từ đó ngay bản thân các hộ thu mua ở Lạng Sơn không muốn tiết lộ cách làm ăn của họ cho Hội hoặc cán bộ quản lý biết, mà họ cũng không cần xin được cấp quyền sử dụng CD ĐL, mang dấu hiệu (nhãn hiệu) Hội được mang chỉ dẫn địa lý. Có lẽ Nhà nước phải có cơ chế, chính sách quy định cụ thể hơn về xuất khẩu mặt hàng nông – lâm sản đã được bảo hộ và mang chỉ dẫn địa lý.

4. Xây dựng hệ thống thương mại cho sản phẩm hội của Lạng Sơn.

Kết quả nghiên cứu ngành hàng đã xác định được các kênh hàng truyền thống, các kênh hàng mới, hiểu được các hoạt động và cơ chế giao dịch của các tác nhân; phân tích được điểm yếu, điểm mạnh của từng kênh hàng và lựa chọn kênh hàng tiềm năng; tổ chức thử nghiệm kênh hàng tiêu thụ mới cho sản phẩm Hoa hội mang CDDL. Cụ thể:

- Trong khoảng 3 năm trở lại đây, đặc tính về sự ổn định năng suất và chất lượng sản phẩm hội có chiều hướng giảm đi. Điều đó dẫn đến sự không ổn định trong nguồn cung ứng, giá bán hội mặc dù biến động theo chiều hướng tăng lên, bình quân giá bán Hoa hội khô và tinh dầu hội từ năm 2007 đến nay tăng 2-3 lần. Mức giá bán năm 2007 từ 20.000-25.000 đồng/kg hội khô, 150.000-200.000 đồng/1 lít tinh dầu, đến nay năm 2010 mức giá bán từ 70.000-75.000 đồng/kg hội khô, 350.000-400.000 đồng/1 lít tinh dầu.

- Thị trường hội và các sản phẩm hội của Lạng Sơn khá phong phú và đa dạng về .Tại thị trường trong nước người biết sử dụng và nhu cầu sử dụng ngày càng tăng lên. Thị trường các nước được mở rộng, ngoài thị trường truyền thống nay được mở rộng ra nhiều thị trường mới, nhất là từ khi Việt Nam trở thành thành viên Tổ chức thương mại thế giới WTO.

- Kênh hàng Hoa hội và các sản phẩm hội và các tác nhân tham gia: Các sản phẩm hội của Lạng Sơn được lưu thông qua nhiều tác nhân theo nhiều kênh hàng, có những kênh hàng ngắn trực tiếp giữa người sản xuất và người tiêu dùng, còn lại là các kênh hàng với sự tham gia của nhiều tác nhân. Tuy nhiên, theo nghiên cứu trong khuôn khổ dự án chúng tôi tập trung nghiên cứu và xác định được kênh hàng xuất khẩu. Theo kênh của các cơ quan nhà nước như; Cục Sở Hữu trí tuệ, Cục thông tin khoa học -Bộ KH&CN, Cục Xúc tiến thương mại, Viện nghiên cứu thương mại -Bộ Công thương, các sản phẩm hội của Lạng Sơn được mang sang triển lãm tại Thái Lan, Trung Quốc, Hàn Quốc và một số nước khác trên thế giới

Qua nghiên cứu, nhóm nghiên cứu cũng đã xác định được các kênh hàng tiêu thụ Hoa hồi và các sản phẩm hồi và các tác nhân tham gia như sau:

+ Kênh 1 : Hộ trồng hồi→ Hộ tiêu dùng;
+ Kênh 2 : Hộ trồng hồi→Hộ cất tinh dầu→Hộ tiêu dùng
+ Kênh 3 : Hộ trồng hồi→Hộ thu mua→nhà máy sản xuất→người tiêu dùng.

+ Kênh 4 : Hộ trồng hồi → Hộ thu mua → Doanh nghiệp xuất khẩu → Các nước nhập khẩu.

+ Kênh 5 : Hộ trồng hồi→Hộ thu mua→Hộ cất tinh dầu→Các nước nhập khẩu.

(Kênh 4 và kênh 5 là kênh hàng chính tiêu thụ các sản phẩm hồi Lạng Sơn xuất khẩu ra nước ngoài, chiếm đến 80% lượng hồi tiêu thụ, kênh 2 và kênh 3 phục vụ sản xuất trong nước chiếm 15%, kênh 1 phục vụ trực tiếp người tiêu dùng chiếm 5% lượng hồi tiêu thụ.)

Như vậy, thị trường tiêu thụ sản phẩm hồi mang CDĐL Lạng Sơn chủ yếu được xuất khẩu ra nước ngoài, tiêu thụ nội địa rất ít.

4. Đề xuất phương án điều chỉnh phù hợp thị trường xuất khẩu khi Hồi Lạng Sơn đã được bảo hộ CD ĐL

Hồi Lạng Sơn rất có nhiều triển vọng mở ra nhiều thị trường mới, từ khi các nhà khoa học nghiên cứu và triết xuất thành công Axit shikimic từ quả hồi. Đây là nguồn nguyên liệu quý để sản xuất thuốc Tamiflu là loại thuốc đặc trị bệnh cúm. Các hãng Dược phẩm lớn trên thế giới đã đến Lạng Sơn, Bộ y tế cũng đã làm việc với UBND tỉnh Lạng Sơn về vấn đề này. Do vậy thị trường Mỹ, Thụy Sĩ và các nước Châu Phi là những thị trường tiềm năng lớn cho các sản phẩm hồi của Lạng Sơn.

Từ khi Pháp ngừng tiêu thụ vào năm 1979, Trung Quốc là thị trường tiêu thụ chủ yếu sản phẩm hoa và tinh dầu hồi Việt Nam. Hoa hồi được người Trung Quốc chế biến thành các sản phẩm là tinh dầu hồi, các gia vị trong công nghiệp thực phẩm, trong dược liệu ... và kể cả tái xuất sang các nước khác. Hiện nay, Trung Quốc là nước đã đăng ký được tiêu chuẩn chất lượng (thương hiệu) cho sản phẩm hoa hồi. Nhờ đó, Trung Quốc nhập khẩu sản phẩm hoa hồi từ Việt Nam rồi xuất khẩu sang các nước khác.

Mặc dù sản phẩm hoa hồi được tiêu thụ trong nước với số lượng nhỏ nhưng thị trường quả hồi và tinh dầu hồi trên thế giới đang ngày càng rộng mở. Thị trường Bắc Mỹ hàng năm tiêu thụ hết 20-40 ngàn tấn gia vị. Trong đó có 10-

15% bột hồi khô, tương đương với 3-6 ngàn tấn quả hồi khô. Dự báo hàng năm thị trường thế giới sẽ có nhu cầu không dưới 20 ngàn tấn quả hồi khô, giá bán hiện nay trên thị trường thế giới từ 4000-4.500 USD/tấn tùy theo chất lượng sản phẩm. Để xuất khẩu sản phẩm từ hoa hồi trực tiếp sang các nước khác, chúng ta cần phải đăng ký tiêu chuẩn chất lượng. Đó là cơ hội cho sản phẩm đến trực tiếp được các nước khác mà không cần qua một nước trung gian.

Thực tế hiện nay Việt Nam chủ yếu xuất khẩu hồi sang các nước trong khu vực như Ấn Độ (52,6%, Malaysia (6,2%,) Thái Lan (5,7%), Singapore (4,3%), xuất khẩu sang các nước phương tây còn khá hạn chế... Một phần hoa hồi Việt Nam xuất thô và tái xuất khẩu sang các nước khác.

Điều chỉnh trực tiếp các kênh hàng xuất khẩu sang các nước chiếm tỷ trọng lớn sản phẩm hồi của Lạng Sơn:

Hộ trồng hồi → Hộ thu mua → Doanh nghiệp xuất khẩu → Thị trường Ấn Độ.

Hộ trồng hồi → Hộ thu mua → Doanh nghiệp xuất khẩu → T. trường Thái Lan

Hộ trồng hồi → Hộ thu mua → Doanh nghiệp xuất khẩu → T. trường Singapore

Ngoài ra còn một lượng lớn Hoa hồi và tinh dầu hồi xuất khẩu tiểu ngạch sang thị trường Trung Quốc các cơ quan chức năng chưa thống kê được, cần điều chỉnh cơ chế chính sách thu hút người dân buôn bán các sản phẩm qua biên giới theo thông lệ Quốc tế.

6. Những kiến nghị giải pháp liên quan đến công tác tiêu thụ, công tác marketing:

6.1. Về công tác marketing, nghiên cứu thị trường:

Khẩn trương đăng ký chỉ dẫn địa lý Hoa hồi Lạng Sơn tại nước ngoài, lựa chọn các hình thức phù hợp với yêu cầu của từng thị trường của các nước để bảo hộ Chỉ Dẫn địa lý hoặc nhãn hiệu chứng nhận cho các sản phẩm hồi của Việt Nam, như thị trường Ấn Độ, thị trường Châu Âu,...

Thiết lập kênh thông tin, thường xuyên thu thập và tổng hợp các nguồn thông tin về giá cả, sản phẩm, nhu cầu khách hàng, lượng cung cầu toàn thị trường quốc tế ảnh hưởng đến các yếu tố tiêu thụ hồi. Từ đó đề ra các biện pháp để xây dựng kế hoạch phát triển, điều chỉnh.

Sản xuất cho phù hợp nhu cầu thị trường, dành thể chủ động trước thị trường tiêu thụ luôn biến động, không bị phụ thuộc, chủ động các kế hoạch sản xuất và phát triển nội địa.

Xây dựng chiến lược phát triển bền vững dựa trên các thông tin nghiên cứu thị trường và các biện pháp triển khai đồng bộ kết hợp giữa nhiều lĩnh vực hoạt động, nhiều cơ quan ban ngành.

Nghiên cứu chính sách giá cả hợp lý, tìm hiểu các loại chi phí thu mua, bảo quản sản xuất, loại bỏ các chi phí không hợp lý làm đội giá thành, không ngừng nghiên cứu giảm chi phí giá thành không hợp lý để tạo giá có lợi thế cạnh tranh tốt nhất trên thương trường.

5.2. Về công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm:

Thành lập bộ máy chuyên nghiên cứu, cải tiến, áp dụng quy trình sản xuất theo công nghệ mới, áp dụng kỹ thuật sản xuất sạch và xanh.

Nghiên cứu nhu cầu, thị hiếu khách hàng, cố gắng đáp ứng tốt nhất yêu cầu của khách hàng; thay đổi, cải tiến quy trình hiện tại không hiệu quả hoặc hiệu quả thấp, có tác giải pháp khắc phục những tồn tại nêu trên.

Xây dựng tiêu chuẩn chất lượng các sản phẩm làm ra, làm mục tiêu chất lượng để phấn đấu theo đuổi và làm thước đo tiêu chuẩn để kiểm soát chất lượng đầu ra phù hợp tiêu chuẩn quốc tế từng khu vực châu Âu, Nhật, Mỹ, Trung Quốc ...

Cải tiến mẫu mã bao bì đóng gói, in thêm một vài thứ tiếng lên bao bì để khách hàng dễ tiếp cận nhanh.

Mở các lớp tập huấn, đào tạo nhân viên nâng cao nhận thức, hiểu biết, thay đổi phương hướng trồng, chăm sóc, thu hái và chế biến sạch vì sự phát triển ổn định, bền vững, lâu dài. Tự giác tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về chất lượng chặt chẽ, riêng biệt của từng vùng, khu vực.

Thuyết phục nông dân cộng tác cộng đồng theo quy mô sản xuất công nghiệp hiện đại, đồng nhất về chất lượng và tập trung sản lượng rộng lớn toàn vùng, tránh tình trạng manh mún, nhỏ lẻ như hiện nay tạo nên tình trạng cạnh tranh lẫn nhau và sức cạnh tranh trên thương trường lớn yếu.

5.3. Về công tác xúc tiến thương mại và công tác thị trường:

Dựa vào kết quả đề tài nghiên cứu chỉ dẫn địa lý Hoa Hồi của Sở KH-CN tỉnh Lạng Sơn, tiếp tục phát huy duy trì đối với các sản phẩm Hồi và không ngừng đa dạng hóa sản phẩm, cải tiến chất lượng.

Xây dựng thương hiệu Hoa hồi Lạng Sơn tạo uy tín, thực sự có tên tuổi trên thị trường quốc tế, vì lâu nay ít nước biết đến Việt Nam cũng là nơi có vùng đặc sản Hồi nổi tiếng.

Xây dựng website với nhiều thứ tiếng khác nhau để các nước dễ tiếp cận và tìm kiếm thông tin sản phẩm nhanh. Đẩy mạnh bán hàng trên mạng mở rộng thị trường, khách hàng.

Đào tạo đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp giỏi ngoại ngữ, có kinh nghiệm giao tiếp, thành thạo vi tính, sử dụng các phương tiện hiện đại.

Đẩy mạnh công tác truyền thông media, quảng cáo, hội chợ là công cụ quảng bá sản phẩm sâu rộng.

Kiến nghị nhà nước xây dựng các chính sách hỗ trợ nông dân vay vốn đầu tư, cải tạo chăm sóc rừng hồi năng suất thấp, thoái hóa thành những vùng nguyên liệu chuyên canh chất lượng tốt để chế biến xuất khẩu đạt yêu cầu khách hàng, hỗ trợ doanh nghiệp chi phí tiếp thị, quảng bá sản phẩm ... để tạo khả năng bán hàng tốt nhất.

5.4. Xây dựng một Nhà máy chế biến các sản phẩm Hồi xuất khẩu tại Lạng Sơn:

Để giải quyết vấn đề tiêu thụ sản phẩm Hoa Hồi chủ lực của Lạng Sơn đạt hiệu quả kinh tế cao và phát triển bền vững, chúng tôi đề xuất nên thành lập 1 nhà máy chế biến Hoa Hồi tại Lạng Sơn trong thời gian sớm nhất với những lý do sau:

Nhà máy chuyên sản xuất chế biến với thiết bị hiện đại và công nghệ kỹ thuật sản xuất cao, quy mô tầm cỡ đủ khả năng thu mua, bao tiêu toàn bộ sản lượng hồi nguyên liệu của Lạng Sơn và các tỉnh khác của Việt Nam, giúp bà con trồng cây hồi có được đầu ra ổn định, bền vững, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm qua chế biến, thay thế xuất thô với chất lượng thấp.

Nhà máy nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm đa dạng, phù hợp mẫu mã chất lượng thị trường khách hàng, quyết định phương án sản xuất kinh doanh và tiêu thụ toàn bộ sản phẩm cho địa bàn tỉnh Lạng Sơn.

Tăng cường quan hệ hợp tác nước ngoài, đặc biệt dựa trên quan hệ sẵn có với Trung Quốc và trực tiếp là Quảng Tây để tạo sự liên kết thị trường và giá tiêu thụ.

Nhà máy phát huy thành quả “Chỉ dẫn địa lý Lạng Sơn”, xây dựng thương hiệu toàn cầu, đẩy mạnh công tác tiếp thị, mở rộng thị trường bán hàng và làm nòng cốt để mở rộng vùng hồi được công nhận chỉ dẫn địa lý. Tuyển dụng, đào tạo một đội ngũ cán bộ chuyên môn hiểu sâu về công nghệ chế biến kỹ thuật

cao, giỏi quản lý và sử dụng thành thạo các thiết bị chế biến hiện đại, tự động hóa, điều khiển bằng các thiết bị hiện đại, đào tạo đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp chuyên sâu về kỹ năng bán hàng quốc tế và giỏi các ngoại ngữ Anh, Pháp, Đức, Tây Ban Nha, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản ... để xây dựng cập nhật website, bán hàng trên mạng rộng rãi, giao tiếp khách hàng và dịch vụ khách hàng toàn cầu nhanh và hiệu quả thì mới tạo lợi thế cạnh tranh quốc tế hiện nay.

Để có thể xúc tiến thành lập nhà máy chế biến các sản phẩm Hoa Hôi, công ty Hương Liệu Mỹ Linh là đơn vị đi đầu trong ngành hương liệu Việt Nam, có nhiều kinh nghiệm về phát triển các sản phẩm tự nhiên, sẵn sàng hợp tác với UBND tỉnh Lạng Sơn, các doanh nghiệp kinh doanh Hôi và Hiệp hội sản xuất, chế biến và kinh doanh Hôi, Hội nông dân tỉnh Lạng Sơn hợp tác để xây dựng Nhà máy chế biến hoa hôi kỹ thuật cao, quy mô tầm cỡ quốc tế để tận thu toàn bộ nguồn nguyên liệu hoa hôi của Lạng Sơn và các tỉnh phía Bắc nhằm ổn định đầu ra, góp phần nâng cao giá trị hàng hóa Hoa Hôi Việt Nam nói chung và Lạng Sơn nói riêng cũng như làm tăng thu nhập cho người trồng hoa hôi./.