

Bài toán chất lượng cho sản phẩm sau gạo Việt Nam

Hiện nay việc bảo hộ những thông tin nguồn gốc xuất xứ (gọi tắt là Dấu chỉ địa lý) khi xuất khẩu hàng hóa Việt Nam ra thị trường nước ngoài vẫn chưa được chú trọng gây nhiều thiệt hại cho doanh nghiệp, mà trong đó sản phẩm sau gạo đang là mặt hàng chịu tác động mạnh nhất.

Trong những năm qua, Việt Nam liên tục là nước đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu gạo, chỉ sau Thái Lan. Thế nhưng, cả gạo và sản phẩm sau gạo của Việt Nam lại chưa có thương hiệu nào tạo được dấu ấn hoặc dấu chỉ địa lý trên thị trường ngoài nước.

Nói về sản phẩm sau gạo, thị trường trong nước đã khá quen thuộc với các sản phẩm gắn liền với dấu chỉ địa lý như bột gạo Sa Đéc, hủ tiếu Mỹ Tho, bánh canh Trảng Bàng, mì Quảng... Hoặc các chế phẩm từ bột gạo hoặc bột từ nông sản như đậu nành, đậu xanh... của các công ty Bích Chi, Tài Ký, Mikko, Vĩnh Thuận... cũng đã quen thuộc với người tiêu dùng Việt Nam. Gần đây, các công ty sản xuất sản phẩm sau gạo khá phấn khởi vì lượng xuất khẩu sang thị trường Nhật, Pháp, Mỹ... đang tăng mạnh.

Nhưng thực tế các con số chứng minh tín hiệu vui mà các doanh nghiệp Việt Nam đưa ra chiếm bao nhiêu phần trăm thị trường so với Thái Lan và Trung Quốc? Cả thế giới đều biết phở là của Việt Nam, nhưng bánh phở khô phục vụ cho thị trường nước ngoài lại do Thái Lan chiếm lĩnh, cụ thể là thị trường Mỹ.

Giám đốc một công ty chuyên sản xuất bột, bún và bánh phở (đề nghị không nêu tên) cho biết, thị trường Mỹ có nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm sau gạo rất lớn. Mặc dù người Việt và cả người nước ngoài luôn muốn sử dụng sản phẩm từ gạo vốn nổi tiếng của Việt Nam nhưng thị phần các sản phẩm sau gạo như bột, bún, bánh phở đều do Thái Lan và Trung Quốc nắm giữ.

Nguyên nhân thứ nhất, sản phẩm của Thái Lan, Trung Quốc vừa ngon vừa rẻ hơn Việt Nam. Do Việt Nam sản xuất nhỏ lẻ nên giá thành sẽ phải cao hơn, nếu cạnh tranh về giá thì mình

không thể nào qua nổi họ. Thứ hai, về chất lượng sản phẩm thì sản phẩm của Việt Nam không ổn định do sản xuất chạy theo tiến độ hợp đồng, cạnh tranh không sòng phẳng với nhau về giá. Thứ ba, nắm quyền phân phối tại các khu chợ và siêu thị tại bang California, nơi có đa số người Việt sinh sống hầu hết là người gốc Hoa nên họ ưu tiên đồng hương.

Giám đốc này cho biết thêm: “Dân mình tráng bánh hơi nước bằng tay để làm bánh ướt, bánh cuốn cũng mua bột gạo Ba cô gái của Thái Lan là chính vì chất lượng loại bột này luôn ổn định 100%. Thiệt là đau!”. Một doanh nghiệp Nhật ở đảo Okinawa muốn mua gạo Việt Nam chế biến rượu sake thay gạo Thái Lan vì giá rẻ hơn, nhưng sau nhiều lần thử nghiệm không thành vì chất lượng gạo mỗi mùa lại khác nhau, nên họ đành từ bỏ ý định.

Đáng báo động là tại thị trường Mỹ đã xuất hiện các sản phẩm trên bao bì ghi rõ “product of China” nhưng có các tên gọi nghe nghịch tai như bún bò Huế Giang Tây, bún Lái Thiêu Giang Tây... Rõ ràng, do không được bảo hộ dấu chỉ địa lý tại thị trường nước ngoài nên các đặc sản vùng miền của Việt Nam đã bị Trung Quốc ngang nhiên sử dụng! Và, hiện tại chúng ta chưa có biện pháp nào để ngăn chặn hành động này và các hành động tương tự trong tương lai.

Việc tạo thương hiệu mang dấu chỉ địa lý không chỉ giúp nâng giá trị sản phẩm mà còn có thể quảng bá du lịch, thu hút đầu tư, phát triển đa dạng sản phẩm... Thế nhưng hiện nay, Việt Nam chỉ có vài sản phẩm được chính thức công nhận có chỉ dẫn địa lý như nước mắm Phú Quốc, chè xanh Mộc Châu, cà phê Buôn Mê Thuột... Các thương hiệu này cũng từng đã có thời nằm trong tay các công ty nước ngoài, vất vả lắm chúng ta mới giành lại được, nếu không được xem trọng ngay từ đầu thì thiệt hại không gì bù đắp được.

Theo thống kê của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO), hiện nay, trên thế giới có khoảng 10.000 chỉ dẫn địa lý được bảo hộ. Khu vực ASEAN có hơn 120 chỉ dẫn địa lý được đăng ký bảo hộ. Tại Việt Nam có 38 chỉ dẫn địa lý được bảo hộ, trong đó chỉ có duy nhất nước mắm Phú Quốc được đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý tại thị trường châu Âu năm 2013.

>Thị trường gạo hạ nhiệt: Cơ hội để hoạch định chiến lược phát triển bền vững

>Không tạm trữ, lấy đâu ra gạo xuất khẩu
>“Khai tử” 200 doanh nghiệp xuất khẩu gạo
>Vì sao nông dân vẫn nghèo trên “vựa” lúa gạo!?

THẢO VY/DNSGCT