

PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU MẶT HÀNG RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG LIÊN MINH CHÂU ÂU: THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa

Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

TS. Đinh Công Hoàng

Viện Nghiên cứu châu Phi và Trung Đông

Năm 2019, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu (EU) tiếp tục duy trì tăng trưởng khá ở mức 28,53% so với năm 2018, đạt 148,01 triệu USD (bình quân giai đoạn 2015 - 2019 tăng 15,89%), mặc dù tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này chỉ ở mức 3,95% và thị phần rau quả Việt Nam còn rất khiêm tốn, chỉ chiếm 0,94% tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả của EU. EU được đánh giá là thị trường xuất khẩu còn nhiều tiềm năng đối với xuất khẩu rau củ, quả tươi nhiệt đới của Việt Nam. Trong giai đoạn từ nay đến năm 2025 và xa hơn đến 2030, việc mở rộng tự do hóa thương mại và thực thi các FTAs thế hệ mới, trong đó có Hiệp định EVFTA sẽ mở ra những cơ hội mới trong phát triển thị trường xuất khẩu rau quả với những nước lớn thuộc EU, đồng thời đi kèm những khó khăn, thách thức rất lớn đối với xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam, bởi vì EU là một thị trường đòi hỏi rất cao về tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh, an toàn thực phẩm, với các quy định nghiêm ngặt về truy xuất nguồn gốc, kiểm dịch thực vật và dư lượng thuốc bảo vệ thực vật... Do đó, muốn duy trì và mở rộng thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang khu vực EU, cần đánh giá thực trạng phát triển xuất khẩu, chỉ ra những kết quả đã đạt được, những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân, làm cơ sở đề xuất các giải pháp, chính sách mang tính khả thi nhằm phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả sang thị trường đầy tiềm năng này và đó cũng là mục tiêu của bài viết này.

Từ khóa: Chính sách; Liên minh châu Âu (EU); Rau quả, Việt Nam; Xuất khẩu.

DEVELOPING VIETNAM'S EXPORT OF VEGETABLES TO EUROPEAN UNION MARKET: REALITY AND POLICY RECOMMENDATIONS

Dr. Nguyen Thi Quynh Hoa

Vietnam Institute of Industrial and Trade Policy and Strategy

Dr. Đinh Công Hoàng

Institute for Africa and Middle East

Vietnamese fruit and vegetable exports to the European Union (EU) market keep going with a good growth in 2019, reaching 148.01 million USD, 28.53% up in compare to 2018, (in period of 2015-2019, the average growth of 15.89%), although the export turnover of fruits and vegetables

to the EU in the total export turnover of these items is only 3.95% and Vietnam's market share of fruits and vegetables is still very low, accounting for 0.94% of EU fruit and vegetable imports. EU is assessed as a potential export market for the Vietnam's export of fresh tropical fruits and vegetables. In the period from now to 2025 and beyond to 2030, the expansion of trade liberalization and implementation of new generation FTAs, including the EVFTA Agreement will open up new opportunities for developing export markets of fruits and vegetables with major EU countries. At the same time, they pose great difficulties and challenges to the Vietnam's export, because EU is a very demanding market for high quality, hygiene and food safety standards, with strict regulations on traceability, plant quarantine and residue of plant protection drugs... Therefore, in order to maintain and expand Vietnam's export market of fruits and vegetables to the EU region, it is necessary to assess the current state of export development, point out the achieved results, limitations, shortcomings and causes, as a basis for proposing feasible solutions and policies to develop the sustainable export of fruits and vegetables to this potential market, as an objective and an indispensable requirement in the new context.

Keywords: European Union (EU); Export; Vegetables; Fruits.

1. Đánh giá thực trạng phát triển xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu (EU) giai đoạn 2015 - 2019

1.1. Những thành tựu, kết quả đạt được

Thứ nhất, xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường EU đã duy trì được xu hướng tăng trưởng khá trong giai đoạn 2015 - 2019, với mức tăng trưởng bình quân

cả giai đoạn là 15,89% (so với mức tăng trưởng tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả bình quân chung là 21,35%). Đặc biệt năm 2019, xuất khẩu rau quả sang EU vẫn duy trì tăng trưởng khá cao ở mức 28,53% so với năm 2018, đạt 148,01 triệu USD, trong khi tăng trưởng tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả giảm 1,64%, đạt 3.747,06 triệu USD.

Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam sang EU và thế giới giai đoạn 2015 - 2019

Đơn vị: Triệu USD

Nước nhập khẩu	2015	2016	2017	2018	2019	Tốc độ tăng bình quân 2015-2019 (%)
EU	76,34	93,12	106,35	115,15	148,01	
Tốc độ tăng/năm (%)	6,50	21,96	14,21	8,28	28,53	15,89
Thế giới	1.839,27	2.457,66	3.501,59	3.809,59	3.747,06	
Tốc độ tăng/năm (%)	23,52	33,62	42,47	8,79	-1,64	21,35
Tỷ trọng EU/thế giới (%)	4,15	3,79	3,04	3,02	3,95	

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

Thứ hai, EU luôn giữ vị trí là thị trường xuất khẩu rau quả quan trọng của Việt Nam, với tỷ trọng xuất khẩu mặt hàng rau quả sang thị trường EU trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này duy trì khá ổn định trong giai đoạn 2015 - 2019 (năm 2019 chiếm 3,95%), đưa EU

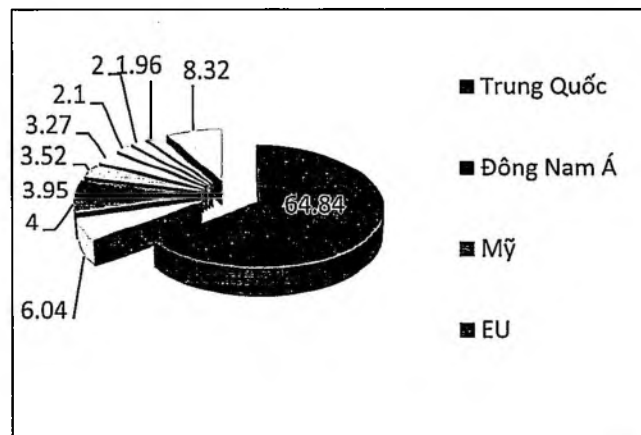
vượt trên Hàn Quốc, Nhật Bản và trở thành thị trường xuất khẩu rau quả lớn thứ tư của Việt Nam (sau Trung Quốc với 2.429,65 triệu USD, chiếm 64,84%; các nước khu vực Đông Nam Á với 226,43 triệu USD, chiếm 6,04% và Mỹ với 150,03 triệu USD, chiếm 4,0%).

Bảng 2. Top thị trường xuất khẩu chủ yếu mặt hàng rau quả của Việt Nam năm 2019

Đơn vị: Triệu USD

Thị trường	Năm 2019	Tăng trưởng so với năm 2018 (%)	Tỷ trọng (%)
Tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả	3.747,06	-1,64	100
1. Trung Quốc	2.429,65	-12,72	64,84
2. Đông Nam Á	226,43	68,66	6,04
3. Mỹ	150,03	7,21	4,0
4. EU	148,006	28,53	3,95
5. Hàn Quốc	131,85	15,76	3,52
6. Nhật Bản	122,34	16,37	3,27
7. Lào	78,83	655,04	2,1
8. Thái Lan	74,94	66,25	2,0
9. Đài Loan (TQ)	73,36	76,68	1,96
Thị trường khác	311,76		8,32

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

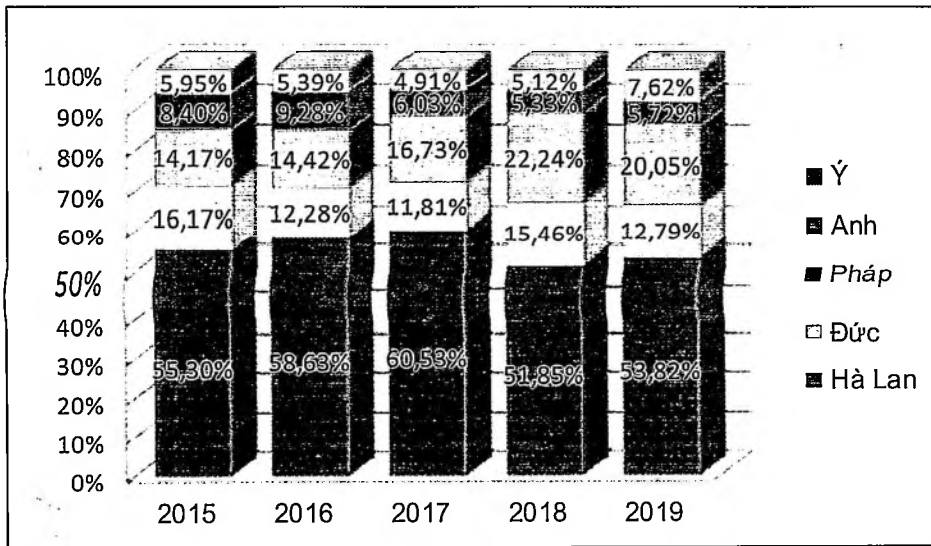


Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

Biểu đồ 1. Cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam năm 2019

Thứ ba, trong khu vực EU, xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam tiếp tục giữ vững và phát triển các thị trường truyền thống, đó là Hà Lan, Pháp, Đức, Anh và Ý, trong đó, đứng đầu là xuất khẩu các loại rau quả chế biến sang Hà Lan - cửa ngõ để các mặt hàng rau quả thâm nhập vào thị trường EU (năm 2019 đạt 79,66 triệu USD, bình quân giai đoạn 2015 - 2019 tăng 16,09%/năm, chiếm 53,82%); xuất khẩu mặt hàng trái cây và rau quả chế biến sang Pháp (năm 2019 đạt 29,67 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015 - 2019 đạt 22,64%/năm, chiếm 20,05%); xuất khẩu mặt hàng trái cây tươi

sang Đức (năm 2019 đạt 18,92 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015 - 2019 đạt 13,93%/năm, chiếm 12,79%); tiếp đến là xuất khẩu sang thị trường Ý (năm 2019, lần lượt là 11,27 triệu USD, tăng trưởng 19,75%/năm, chiếm 7,62%) và Anh (8,47 triệu USD, tăng trưởng 13,94%/năm, chiếm 5,72%)... Bên cạnh việc đẩy mạnh xuất khẩu rau quả sang các thị trường chủ yếu nói trên, Việt Nam đã có nhiều nỗ lực nhằm xúc tiến xuất khẩu, mở rộng thị phần sang các thị trường tiềm năng khác trong khu vực EU, nhất là khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) có hiệu lực.

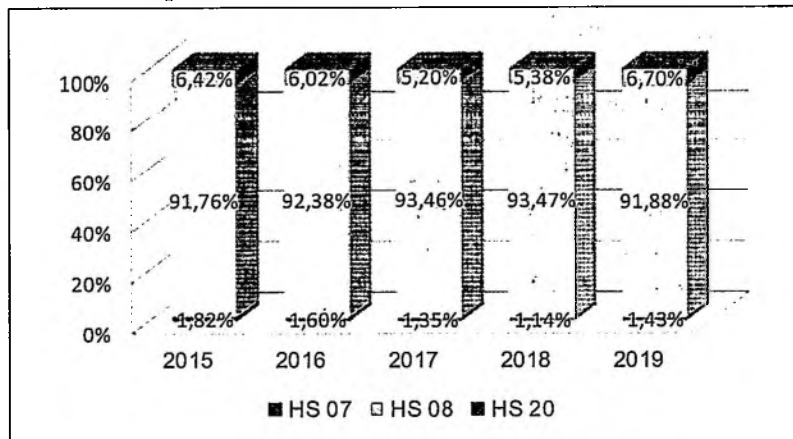


Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

Biểu đồ 2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam khu vực EU giai đoạn 2015 - 2019

Thứ tư, chủng loại mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU ngày càng được mở rộng và đa dạng hóa, đặc biệt là trái cây tươi (mã HS 08) - mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang thị trường EU, chiếm tỷ trọng rất cao so với tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang khu vực này (năm 2019 chiếm 91,88%). Mặc dù có sự sụt giảm nhẹ tăng trưởng trong 2 năm gần đây, song bình quân chung trong giai đoạn 2015 - 2019, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này vẫn đạt cao nhất ở mức 17,75% nhờ nhu cầu nhập khẩu cao của

EU đối với các loại quả nhiệt đới và rau quả trái vụ, trong đó dưa vãn là mặt hàng có kim ngạch cao nhất, tiếp đến là thanh long, xoài, cam dứa, chôm chôm... Trong khi đó, xuất khẩu nhóm hàng rau củ (mã HS 07) và rau quả chế biến (mã HS 20) sang EU ghi nhận sự tăng trưởng vượt bậc trong năm 2019 so với năm trước ở mức lần lượt là 21,75% và 21,03%, bình quân chung cả giai đoạn đạt mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu theo thứ tự là 1,26% và 8,68%.



Nguồn: Tính toán của tác giả từ thống kê của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC), năm 2020

Biểu đồ 3. Cơ cấu mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU giai đoạn 2015 - 2019

Thứ năm, mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU đã không ngừng

được cải thiện về chất lượng, mang tính đặc sản nhiệt đới gắn với chỉ dẫn địa lý, đáp ứng

ngày càng tốt hơn những yêu cầu, đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng EU về vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng và các tiêu chuẩn môi trường, trách nhiệm xã hội. Đây là những yếu tố căn bản giúp nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu của hàng rau quả, nhất là trái cây tươi, giúp các doanh nghiệp chủ động và tăng cường tham gia trong các chuỗi cung ứng và phân phối rau quả trên thị trường EU.

1.2. Những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân

Hạn chế, tồn tại:

Thứ nhất, mặc dù tốc độ tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng rau quả sang EU được duy trì ở mức cao, đi đôi với tăng trưởng tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả bình quân chung của Việt Nam trong giai đoạn 2015 - 2019, tuy nhiên tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam còn khá nhỏ, chỉ khoảng từ 3,02 - 4,15% (năm 2019 ở mức 3,95%). Hơn nữa, thị phần rau quả Việt Nam còn rất khiêm tốn, chỉ chiếm 0,94% tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả của EU, tức là xuất khẩu rau quả của Việt Nam vẫn chưa đáp ứng kịp nhu cầu nhập khẩu được đánh giá là có tiềm năng lớn của thị trường EU.

Thứ hai, mặc dù đã có nhiều nỗ lực trong phát triển và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU vẫn không tránh khỏi tình trạng tập trung quá mức vào một số thị trường chủ yếu như Hà Lan, Pháp, Đức, Anh và Ý, trong khi việc thâm nhập và giữ được thị trường cho từng loại rau quả tại các thị trường xuất khẩu tiềm năng khác khu vực Trung và Đông Âu thực sự không hề đơn giản và cần rất nhiều thời gian, công sức. Điều này, một mặt tiềm ẩn những rủi ro và bất ổn khi có biến động bất lợi trên thị trường xuất khẩu, mặt khác ảnh hưởng tiêu cực tới chất lượng, hiệu quả xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU với tính chất là một thị trường thống nhất.

Thứ ba, mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU mặc dù đã được

mở rộng về quy mô, ngày càng đa dạng về chủng loại trái cây, rau củ, rau gia vị, song mức độ chuyển dịch cơ cấu mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực EU giai đoạn 2015 - 2019 vẫn còn rất chậm, chủ yếu xuất khẩu rau quả, nguyên liệu thô, mức độ chế biến chưa sâu, giá trị gia tăng thấp, phẩm cấp, chất lượng chưa cao và chưa có thương hiệu, chủ yếu nằm ở phân khúc thị trường giá trung bình và thấp. Việt Nam xuất khẩu chủ yếu các mặt hàng trái cây tươi đặc trưng của vùng nhiệt đới (năm 2019 chiếm tới 91,88%), trong khi đó, rau quả chế biến còn chiếm tỷ trọng rất khiêm tốn trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang thị trường EU (năm 2019 chỉ chiếm 6,70%). Trong khi nhu cầu với các sản phẩm rau quả hữu cơ của EU gia tăng thì quy mô sản xuất nông nghiệp hữu cơ ở Việt Nam mới chỉ ở dạng các mô hình quy mô nhỏ, chưa có vùng sản xuất tập trung, sản phẩm ở dạng đơn lẻ và hiện chưa có tiêu chuẩn chung đối với sản xuất, chế biến, ghi nhãn sản phẩm rau quả hữu cơ, chưa có danh mục vật tư nông nghiệp đầu vào như phân bón, thuốc bảo vệ thực vật... được phép sử dụng trong sản xuất nông nghiệp hữu cơ.

Thứ tư, năng lực cạnh tranh xuất khẩu nhóm mặt hàng rau củ, quả chế biến của Việt Nam còn thấp so với các đối thủ cạnh tranh ngay trong khu vực như Thái Lan, trong khi lợi thế cạnh tranh đối với mặt hàng trái cây tươi xuất khẩu sang thị trường EU cũng đang bị cạnh tranh mạnh bởi Thổ Nhĩ Kỳ và Thái Lan trong những năm gần đây. Trong tương quan so sánh giữa xuất khẩu và nhập khẩu, mặc dù giá trị kim ngạch xuất khẩu rau quả nhìn chung có tăng nhưng chủ yếu do sự gia tăng về quy mô, sản lượng và chủ yếu cạnh tranh bằng giá chứ chưa thực sự cạnh tranh bằng chất lượng và giá trị. Hơn nữa những năm gần đây, chi phí xuất khẩu có xu hướng tăng làm ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh bằng giá của rau quả xuất khẩu của Việt Nam. Đặc điểm của rau quả xuất khẩu là có tính tươi sống và đòi hỏi kỹ thuật bảo quản tốt, nếu xuất khẩu đường hàng không thì sẽ rất phù hợp với đặc điểm này nhưng chi phí vận chuyển cao, trong khi xuất khẩu bằng đường biển, chi phí thấp hơn

nhưng lại có thời gian vận chuyển dài làm ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm. Điều này dẫn đến rau quả xuất khẩu của Việt Nam đang mất dần đi tính cạnh tranh về giá, giá rau quả xuất khẩu của Việt Nam thường cao hơn nhiều so với các nước xuất khẩu rau quả trong khu vực như Thái Lan, Philippin. Đây là hạn chế lớn ảnh hưởng đến quy mô và hiệu quả xuất khẩu rau quả của Việt Nam.

Thứ năm, khả năng đáp ứng các quy định về nhập khẩu đối với mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU còn nhiều hạn chế và rất nhiều vấn đề cần khắc phục, đặc biệt là việc đáp ứng các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm ngày càng khắt khe của thị trường EU. Số lượng, chủng loại mặt hàng rau quả của Việt Nam đạt các tiêu chuẩn kiểm định về chất lượng sản phẩm như VietGAP, GlobalGAP còn rất ít so với tiềm năng xuất khẩu. Năng lực tham gia chuỗi cung ứng xuất khẩu và các chuỗi giá trị hàng rau quả xuất khẩu sang EU còn yếu và chưa hiệu quả, phương thức xuất khẩu, phân phối hàng nông sản nói chung và hàng rau quả nói riêng của Việt Nam sang EU còn nhiều bất cập, khả năng thâm nhập trực tiếp vào các chuỗi siêu thị của EU còn nhiều hạn chế.

Thứ sáu, việc mở rộng diện tích trồng cây ăn quả, rau hoa màu, sử dụng các loại hóa chất, thuốc bảo vệ thực vật, thuốc kích thích tăng trưởng, một mặt giúp đem lại sự tăng trưởng, phát triển cho cây trồng, làm tăng năng suất, chất lượng, giảm dịch bệnh và sâu bệnh, góp phần phát triển sản xuất và xuất khẩu mặt hàng rau quả, song bên cạnh đó những tác động đối với môi trường đất, nước, không khí và hệ sinh thái tự nhiên cũng rất lớn, ô nhiễm môi trường nông nghiệp, nông thôn đáng được báo động.

Thứ bảy, mặc dù mở rộng xuất khẩu mặt hàng rau quả đã góp phần làm tăng thu nhập đáng kể cho một bộ phận người lao động trong các vùng nông nghiệp, nông thôn có sự chuyển đổi kịp thời từ trồng lúa sang trồng cây ăn trái, được ghi nhận tại nhiều địa phương như Bắc Giang, Hưng Yên, Ninh Bình, hay các tỉnh vùng Đồng bằng sông Cửu Long, song thu

nhập của phần lớn người nông dân các vùng nông nghiệp, nông thôn vẫn chưa được cải thiện, tiền lương công nhân trong ngành chế biến rau quả xuất khẩu không cao. Khả năng tạo việc làm, nâng cao trình độ chuyên môn, quản lý và chất lượng lao động từ hoạt động xuất khẩu rau quả còn nhiều hạn chế, mức độ chia sẻ lợi ích chưa thực sự hợp lý giữa các đối tượng tham gia xuất khẩu, tình trạng dễ bị thương tổn đối với người lao động trong các ngành xuất khẩu nông sản nói chung và xuất khẩu mặt hàng rau quả nói riêng có xu hướng tăng lên, có thể dẫn tới những xung đột và mâu thuẫn xã hội.

Nguyên nhân hạn chế, tồn tại:

*** Nhóm nguyên nhân từ phía thị trường nhập khẩu EU:**

Thứ nhất, sự thay đổi môi trường kinh doanh quốc tế là nguyên nhân quan trọng tác động đến phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả. Sự phát triển bùng nổ của khoa học - công nghệ, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, xu hướng mở rộng tự do hóa thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế, tham gia các FTAs thế hệ mới, trong đó có Hiệp định EVFTA là không thể đảo ngược, đem đến những thuận lợi và thách thức to lớn cho phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả.

Thứ hai, những thay đổi, điều chỉnh trong chính sách quản lý nhập khẩu, tăng cường bảo hộ sản xuất nông nghiệp và bảo vệ người tiêu dùng, nhất là các quy định, tiêu chuẩn nhập khẩu rất nghiêm ngặt và thay đổi theo hướng ngày càng nghiêm ngặt hơn của thị trường EU về chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm, bảo vệ môi trường, trách nhiệm xã hội và quyền của người lao động, đã gây những thách thức và cản trở không nhỏ đối với phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của Việt Nam thời gian qua, khi mà khả năng ứng phó, vượt rào cản của các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả Việt Nam còn hạn chế. Hơn nữa, các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả của Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu do sự cạnh tranh gay gắt từ nguồn cung tại chỗ của các nước EU, cũng

như từ các nhà xuất khẩu rau quả lớn khác trên thế giới.

*** Nhóm nguyên nhân từ phía thị trường xuất khẩu Việt Nam:**

Thứ ba, nhận thức và ý thức về phát triển xuất khẩu bền vững và bảo vệ môi trường của các nhà quản lý, hoạch định chính sách và cộng đồng doanh nghiệp, người lao động trong ngành nông nghiệp chưa cao, chưa đầy đủ dẫn đến những mâu thuẫn và xung đột giữa lý thuyết và thực tiễn hành động về phát triển xuất khẩu bền vững nói chung và đối với mặt hàng rau quả nói riêng.

Thứ tư, hệ thống thể chế chính sách nhằm phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả về quy hoạch sử dụng đất đai, về tài chính, tín dụng, về khoa học - công nghệ, đào tạo nguồn nhân lực... còn nhiều bất cập, hiệu lực thực thi còn thấp. Trong đó, các chính sách thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng rau quả sang EU còn chưa thiết thực, hiệu quả phát triển xuất khẩu, xúc tiến thương mại hàng rau quả chưa như mong muốn, một mặt do các chính sách chưa cụ thể gắn với đặc thù của từng thị trường, đặc tính từng mặt hàng, mặt khác do những hạn chế về nguồn lực, năng lực để triển khai và thực thi chính sách, những yếu kém trong khâu tổ chức thực hiện chính sách, thiếu sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan chức năng Bộ, ban ngành và doanh nghiệp, người lao động trong xây dựng và tổ chức thực hiện chính sách. Hệ thống các quy định, tiêu chuẩn chất lượng, môi trường phù hợp chuẩn mực quốc tế nhằm đảm bảo phát triển xuất khẩu rau quả bền vững trên cả ba mặt kinh tế, môi trường, xã hội còn chưa hoàn thiện và thực thi kém hiệu quả.

Thứ năm, nguồn lực và năng lực cho thực hiện phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của đất nước và doanh nghiệp về vốn, cơ sở hạ tầng kinh tế - kỹ thuật, dịch vụ logistics, trình độ khoa học - công nghệ và nguồn nhân lực còn nhiều hạn chế, ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả Việt Nam khiến cho các

mục tiêu của phát triển xuất khẩu bền vững trở nên khó thực hiện trong thực tiễn.

Thứ sáu, những yếu kém trong tổ chức quản lý và sự thiếu liên kết, hợp tác giữa các khâu trong chuỗi cung ứng rau quả xuất khẩu, đặc biệt là vai trò lãnh đạo chuỗi thuộc về các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu còn yếu, trong khi các chuỗi này có vai trò rất lớn đối với phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả sang EU. Khâu xúc tiến thương mại, quảng bá xuất khẩu và khả năng thâm nhập chuỗi cung ứng rau quả trên thị trường EU của các doanh nghiệp còn rất nhiều khó khăn.

Thứ bảy, sự thay đổi môi trường tự nhiên, những hiện tượng thời tiết cực đoan, thiên tai, biến đổi khí hậu và nước biển dâng là một trong những nguyên nhân khách quan ngoài tầm kiểm soát, tác động không nhỏ tới diện tích, sản lượng, năng suất và chất lượng nguồn cung rau quả phục vụ chế biến, xuất khẩu những năm vừa qua và sẽ còn tiếp diễn trong những năm tới.

2. Một số khuyến nghị chính sách, giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường EU

(1) Đổi mới nhận thức và tư duy của nhà quản lý, hoạch định chính sách phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả: Nhất quán quan điểm thúc đẩy chuyển đổi mô hình phát triển kinh tế nông nghiệp từ chiều rộng dựa vào khai thác tài nguyên, sức lao động là chủ yếu, sang phát triển theo chiều sâu dựa trên các yếu tố năng suất, chất lượng và hiệu quả, chú trọng việc tăng cường tham gia các khâu, công đoạn có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị, trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh về địa lý, khí hậu nhiệt đới, nâng cao chất lượng và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng thương hiệu uy tín cho hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam.

(2) Tích cực, chủ động tham gia các FTAs thế hệ mới và đặc biệt là thực thi hiệu quả các cam kết trong Hiệp định EVFTA

Đề tận dụng cơ hội và hạn chế các thách thức, hài hòa hóa các quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật trong nước với quy định quốc tế, từ đó nâng cao khả năng đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn ngày càng nghiêm ngặt của thị trường nhập khẩu khu vực EU.

- Rà soát luật pháp, chính sách liên quan tới phát triển xuất khẩu mặt hàng rau quả để có cơ sở cho việc xây dựng mới, bổ sung, điều chỉnh các chính sách đã có nhằm đảm bảo khung pháp lý, chính sách đầy đủ, đồng bộ, rõ ràng và minh bạch phù hợp với quy định và cam kết trong các FTAs và đặc biệt là Hiệp định EVFTA, tiếp tục đàm phán và tăng cường hợp tác với các đối tác nhập khẩu phía EU nhằm thực hiện mục tiêu phát triển xuất khẩu rau quả bền vững.

- Hoàn thiện hệ thống các chính sách và quy định, tiêu chuẩn đảm bảo phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả trên cả ba mặt kinh tế, môi trường, xã hội, rà soát và điều chỉnh các quy định, tiêu chuẩn chất lượng, môi trường và an toàn thực phẩm đối với hàng rau quả xuất khẩu phù hợp với chuẩn mực quốc tế.

- Tăng cường điều phối hợp tác chính sách giữa các Bộ, ban ngành, giữa Chính phủ và chính quyền địa phương và liên Chính phủ trong các điều ước và thỏa thuận quốc tế liên quan đến phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả, đặc biệt là các cam kết về cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, ưu đãi đối với doanh nghiệp nhà nước và hài hòa hóa các tiêu chuẩn, quy định về chất lượng hàng hóa, các thỏa thuận về lao động, môi trường và chống biến đổi khí hậu trong các FTAs và Hiệp định EVFTA...

(3) Nâng cao hiệu quả thực thi các chiến lược, quy hoạch, đề án nhằm phát triển nguồn cung hàng rau quả xuất khẩu; hình thành các chuỗi cung ứng rau quả bền vững

- Cần tăng cường giám sát doanh nghiệp trong việc tổ chức triển khai thực hiện tốt các quyết định phê duyệt quy hoạch vùng trồng cây ăn quả chủ lực, vùng sản xuất rau tập trung,

chuyên canh lớn, cũng như các đề án, kế hoạch phát triển cây ăn quả chủ lực ở các địa phương.

- Có biện pháp khuyến khích mỗi tỉnh nghiên cứu chọn một số loại cây ăn quả chủ lực thích ứng với điều kiện thổ nhưỡng, khí hậu về tập quán canh tác nhằm hình thành vùng sản xuất tập trung theo quy hoạch, đầu tư phát triển ngành hàng theo chuỗi giá trị từ quy trình chọn giống, bảo đảm có năng suất cao, chất lượng tốt và kháng được sâu bệnh, có lợi thế đặc trưng của từng vùng, gắn với đầu tư cơ sở hạ tầng và công nghệ chế biến, cùng với việc thúc đẩy liên kết vùng trong sản xuất, tiêu thụ, xuất khẩu trái cây.

- Hình thành các tập đoàn sản xuất, kinh doanh lớn theo mô hình tổ chức khép kín có sự tham gia của nhà nước, các ngân hàng, nhà đầu tư, nhà khoa học và doanh nghiệp, thông qua đó các hiệp hội ngành hàng rau quả cần phát huy vai trò trong việc tổ chức, kết nối chặt chẽ giữa các cơ sở sản xuất là các doanh nghiệp, trang trại tư nhân, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ nông dân với các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu rau quả, qua đó gắn các vùng sản xuất nguyên liệu với nhu cầu của từng thị trường xuất khẩu. Khuyến khích các doanh nghiệp chế biến làm trung tâm trong liên kết chuỗi giá trị và phát huy vai trò tiên phong trong phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, đảm bảo quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGAP, từ đó xây dựng liên minh sản xuất sạch với người nông dân, doanh nghiệp sản xuất giống, thuốc bảo vệ thực vật và các đối tác cung cấp vật tư, phân bón, dịch vụ hỗ trợ logistics.

- Trên cơ sở tính đến thời vụ của các nước, khi thời vụ của các nước EU không sản xuất trái cây được thì có biện pháp khuyến khích tăng nguồn cung đáp ứng nhu cầu nhập khẩu và ngược lại giảm nguồn cung theo giải pháp trồng rải vụ. Tăng cường các biện pháp giám sát an toàn thực phẩm rau quả cung cấp ra thị trường, tăng cường kiểm dịch, kiểm tra chặt chẽ 100% lô hàng xuất khẩu và ưu tiên cho những vùng sản xuất rau quả đạt tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP, có chế tài đủ mạnh đối với những trường hợp không đáp ứng đủ tiêu

chuẩn về an toàn thực phẩm trong xuất khẩu, gây ảnh hưởng đến uy tín và quyền xuất khẩu vào thị trường EU của rau quả Việt Nam.

(4) Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu mặt hàng rau quả xuất khẩu theo hướng nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng; xây dựng uy tín và thương hiệu cho hàng rau quả Việt Nam

- Đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu mặt hàng rau quả xuất khẩu theo hướng nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và tỷ trọng sản phẩm chế biến sâu, ứng dụng công nghệ cao, công nghệ sinh học, cải tiến mẫu mã và bao bì sản phẩm, điều chỉnh tỷ trọng các mặt hàng đem lại giá trị lớn cho xuất khẩu.

- Đa dạng hóa sản phẩm rau quả chế biến, cải tiến chất lượng, mẫu mã sản phẩm rau quả xuất khẩu, nghiên cứu phát triển giống mới, ứng dụng công nghệ sinh học trong lai tạo giống sản phẩm mới, đặc thù nhằm nâng cao chất lượng và giá trị khác biệt cho rau quả xuất khẩu, từ đó xây dựng thương hiệu rau quả xuất khẩu và tìm kiếm thị trường ngách tại EU.

+ *Đối với mặt hàng rau, quả tươi*: Sản xuất rau hướng vào nâng cao chất lượng, đảm bảo an toàn thực phẩm, xây dựng các vùng sản xuất rau tập trung, áp dụng công nghệ cao, sản xuất theo quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (VietGAP), rau hữu cơ. Sản xuất các loại cây ăn quả phải hướng tới mở rộng áp dụng quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (VietGAP), đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Tăng cường năng lực bảo quản, giảm tổn thất sau thu hoạch cả về số lượng và chất lượng từ 25% hiện nay xuống dưới 15% trong vòng 10 năm tới. Áp dụng khoa học công nghệ kéo dài thời vụ của các loại trái cây, các biện pháp bảo quản tiên tiến, các phương pháp chiếu xạ, khử trùng bằng nước nóng để xuất khẩu tươi các loại trái cây chủ lực (thanh long, vải, xoài, nhãn, bưởi, chôm chôm...).

+ *Đối với mặt hàng rau, quả chế biến*: Nâng cao công suất và hiệu quả của các nhà máy chế biến hiện có (hiện mới đạt khoảng 30% hiệu suất thiết kế toàn ngành). Ngoài các sản phẩm đông lạnh là chủ yếu, cần tìm loại hoa quả đặc trưng khác biệt, các loại rau quả nhiệt đới có

lợi thế của nông nghiệp Việt Nam để tạo ưu thế riêng trong xuất khẩu sang EU trước các đối thủ cạnh tranh, bên cạnh tập trung sản xuất các sản phẩm có giá trị gia tăng phù hợp với thị hiếu từng thị trường khu vực EU, như các sản phẩm nhãn, sầu riêng đóng hộp, nước quả tự nhiên, cô đặc (dứa, vải, lạc tiên, xoài cô đặc), sản phẩm ăn nhanh, ăn liền, chiên, sấy chế biến từ mít, bưởi, dứa, xoài...

- Chú trọng đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm rau quả xuất khẩu trong từng khâu trong chuỗi giá trị, coi đó là mấu chốt trong chiến lược phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả, từ phương thức canh tác, trồng trọt, chọn giống, truy xuất nguồn gốc đến công nghệ bảo quản, chế biến, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, bao bì, đóng gói, vận chuyển đến tay người tiêu dùng, từ đó nâng cao khả năng đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn chất lượng, môi trường, an toàn thực phẩm ngày càng khắt khe và chủ động đối phó với các rào cản kỹ thuật của các nước thị trường xuất khẩu khu vực EU.

- Cần nghiên cứu đề xuất đưa lĩnh vực rau quả vào chương trình phát triển sản phẩm quốc gia từ nay đến năm 2025. Trên cơ sở phân tích nhu cầu thị trường, cần xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm chủ lực, rau, trái cây đặc sản, tiến tới xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu đi cùng với các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm cao đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế. Chú trọng xây dựng thương hiệu quốc gia cho một số sản phẩm rau quả xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, trước mắt, tập trung xây dựng thương hiệu có gắn với chỉ dẫn địa lý và chứng nhận bảo hộ độc quyền thương hiệu hàng hóa cho các loại trái cây đặc sản của Việt Nam như Bưởi Diễn, Bưởi Đoan Hùng, Nho Ninh Thuận, Xoài cát Hòa Lộc, Vải thiều Thanh Hà, Lục Ngạn, Bơ sáp Đắk Lắk..., đồng thời đầu tư phát triển và nâng cao giá trị thương hiệu sản phẩm để mang lại giá trị gia tăng cho sản phẩm xuất khẩu. Bên cạnh đó, khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng sản phẩm xuất khẩu đạt thương hiệu quốc gia và tiến tới xây dựng thương hiệu doanh nghiệp Việt.

(5) Đa dạng hóa và phát triển thị trường tiềm năng mới, tìm kiếm thị trường ngách trong khu vực EU cho rau quả xuất khẩu của Việt Nam

- Trước hết, cần khai thác các thị trường tiềm năng và thị trường ngách, mở ra các thị trường mới nhằm đa dạng hóa thị trường xuất khẩu rau quả, tránh phụ thuộc hoặc tập trung quá mức vào một số thị trường chủ lực như hiện nay. Bên cạnh giữ vững thị phần rau quả xuất khẩu của Việt Nam ở những thị trường lớn truyền thống như Hà Lan, Đức, Anh, Pháp, Ý, cần xây dựng chiến lược xuất khẩu và phân khúc thị trường các sản phẩm rau quả đối với từng thị trường nhằm thâm nhập vào các thị trường mới, có nhiều tiềm năng như các thị trường khu vực Trung và Đông Âu, với các sản phẩm phù hợp với nhu cầu đặc trưng của từng thị trường tiêu thụ cũng như khả năng đáp ứng của doanh nghiệp.

- Việc nhập khẩu trái cây vào thị trường EU chủ yếu thông qua Hà Lan do Hà Lan được coi là cửa ngõ để vào thị trường EU đối với các mặt hàng rau quả. Từ cảng Rotterdam, điểm nhập cảnh chính, các thương nhân Hà Lan và quốc tế sẽ phân phối sản phẩm đến các khu vực còn lại của EU. Vì vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam muốn xuất khẩu rau quả vào EU cần có kế hoạch nghiên cứu và tiếp cận các nhà nhập khẩu, các kênh phân phối và hệ thống bán lẻ ở Hà Lan, từ đó xây dựng chiến lược xuất khẩu sang Hà Lan và qua đó thâm nhập vào thị trường EU. Bên cạnh đó, cần quan tâm đến thị trường Bỉ và Tây Ban Nha - những nước nhập khẩu rau quả nhiệt đới và tái xuất sang những nước khác trong khu vực EU.

- Các doanh nghiệp xuất khẩu cần có chiến lược để tham gia vào các chuỗi phân phối mặt hàng rau quả tại thị trường EU, dần xây dựng mối quan hệ khăng khít với nhà nhập khẩu, hay chuỗi tiêu thụ hàng rau quả tại địa phương, đồng thời giúp các nhà xuất khẩu rau quả lựa chọn nhà nhập khẩu hay kênh phân phối phù hợp với nguồn sản phẩm mình cung

cấp, thông qua mạng lưới các siêu thị, đại siêu thị tại các nước khu vực EU.

+ *Đối với mặt hàng rau, quả tươi:* Xây dựng chiến lược thúc đẩy xuất khẩu các loại trái cây tươi, mọng nước (như cam, quýt, bưởi...), các sản phẩm có thương hiệu, nhãn hiệu, các loại trái cây đặc sản nhiệt đới của Việt Nam như Bưởi Diễn, Bưởi Đoan Hùng, Nho Ninh Thuận, Xoài cát Hòa Lộc, Vải thiều Thanh Hà, Lục Ngạn, Bơ sáp Đắk Lắk..., áp dụng công nghệ bảo quản đông lạnh để giữ rau quả tươi lâu và đảm bảo chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, tập trung vào những thị trường lớn truyền thống khu vực EU như Đức, Hà Lan, Anh, Pháp, Ý..., từ đó mở rộng sang các phân khúc thị trường mới, có nhiều tiềm năng khu vực Trung Âu và Đông Âu.

+ *Đối với mặt hàng rau, quả chế biến:* Đẩy mạnh xuất khẩu rau, quả chế biến, thực phẩm chế biến sẵn (tiện lợi) sang khu vực các nước phát triển thuộc EU như Pháp, Anh, Đức, Ý, Hà Lan, Tây Ban Nha..., ví dụ các sản phẩm nhãn đóng hộp, sào riêng đóng hộp, các sản phẩm ăn nhanh, ăn liền chế biến từ mít, bưởi, dưa, xoài... Đầu tư công nghệ chế biến và đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng nước ép rau quả, trái cây, các chế phẩm từ nước ép rau quả, trái cây (xoài, táo, dưa và nước cam...; các loại nước ép cô đặc đặc trưng của Việt Nam từ chanh, chanh leo, thanh long đỏ, trắng, ổi, măng cầu xiêm...) sang các thị trường xuất khẩu truyền thống của Việt Nam trong khu vực EU như Pháp, Hà Lan, Anh và Đức - những nước tiêu thụ lớn nhất các loại nước ép rau quả. Ngoài ra, chú trọng đầu tư sản xuất, chế biến và xuất khẩu các mặt hàng rau hữu cơ, trái cây hữu cơ, các loại hạt và gia vị, ngũ cốc... sang khu vực các nước phát triển có mức sống cao khu vực EU, nhất là Hà Lan và Thụy Điển.

(6) Tăng cường xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin, dự báo thị trường EU nhằm hỗ trợ doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng rau quả

- Xây dựng hệ thống thông tin thương mại quốc gia, cung cấp thông tin cập nhật đầy đủ về

các sản phẩm và thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam. Thường xuyên cập nhật thông tin về các thủ tục, quy định nhập khẩu, dự báo, cảnh báo về nguy cơ bị kiểm tra, kiểm nghiệm và bị từ chối nhập khẩu hay trả hàng cho các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả để các doanh nghiệp chủ động có biện pháp phòng tránh.

- Cung cấp thông tin kịp thời hỗ trợ doanh nghiệp phát triển xuất khẩu mặt hàng rau quả thông qua việc xây dựng kênh phản ứng nhanh với các quốc gia nhập khẩu khu vực EU để giải quyết nhanh nhất các vướng mắc, khiếu nại về xuất nhập khẩu, tránh tối đa việc hàng hóa xuất khẩu sang đến nơi mới bị kiểm tra rồi trả lại, hoặc nằm lưu kho quá lâu để chờ các thủ tục giải quyết theo quy định nếu có. Đấu tranh đòi công khai, minh bạch và yêu cầu cung cấp cơ sở khoa học của việc đưa ra các chỉ tiêu, quy định về chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm đối với các sản phẩm rau quả xuất khẩu.

- Cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp xuất khẩu về các quy định, tiêu chuẩn ngành hàng rau quả đối với từng thị trường khu vực EU, trong đó không chỉ có những tiêu chuẩn chung của khu vực EU như GlobalGAP, mà còn cả các tiêu chuẩn riêng cao hơn của từng nước thành viên EU (tiêu chuẩn BRC, FSSC 22000, IFS...), kể cả tiêu chuẩn riêng trong chuỗi cung ứng của mỗi doanh nghiệp nhập khẩu vào EU hay tiêu chuẩn riêng trong hệ thống siêu thị khu vực thị trường EU, qua đó giúp các doanh nghiệp xuất khẩu hiểu rõ và chủ động đáp ứng quy định, tránh rủi ro do bị từ chối hay hủy đơn hàng.

- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại mặt hàng rau quả đối với cả cấp Chính phủ, hiệp hội và doanh nghiệp, trong đó các hiệp hội và doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất khẩu rau quả là chủ thể trực tiếp xây dựng và thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại phù hợp với chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu, phù hợp với các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia. Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, tham quan và khảo sát thị trường thông qua tham tán thương mại, hiệp hội thương mại, hiệp hội ngành hàng rau quả

Việt Nam, các nhà bán buôn, hay phối hợp với các trung tâm thương mại của người Việt tại nước ngoài để thực hiện các chương trình truyền thông, tiếp thị, xây dựng mạng lưới thông tin tại các thị trường xuất khẩu. Hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả Việt Nam tăng cường tổ chức các sự kiện quảng bá và tham gia các hội chợ, nhất là các hội chợ chuyên đề về thực phẩm, rau củ, trái cây tại các thị trường xuất khẩu thuộc khu vực EU.

(7) Khuyến khích đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, dịch vụ logistics, vận chuyển và bảo quản; ứng dụng khoa học công nghệ, kỹ thuật tiên tiến trong sản xuất, chế biến

- Tập trung nguồn vốn đầu tư của nhà nước (từ ngân sách Trung ương và địa phương), tăng cường thu hút nguồn vốn ODA, khuyến khích đầu tư của tư nhân nhằm đa dạng hóa hình thức đầu tư, nhất là đầu tư theo hình thức hợp tác công - tư (PPP) cho phát triển cơ sở hạ tầng kinh tế - kỹ thuật, dịch vụ logistics phục vụ sản xuất, chế biến xuất khẩu hàng rau quả.

- Phát triển vận chuyển bền vững là yếu tố quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng nông sản xuất khẩu nói chung và rau quả nói riêng. Để đảm bảo chất lượng và độ tươi cho sản phẩm rau quả xuất khẩu, đáp ứng yêu cầu khắt khe của mặt hàng rau quả về phương tiện và thời gian vận chuyển, bảo quản, nhất là với khoảng cách địa lý xa xôi tới khu vực thị trường EU, cần chú trọng tới việc bố trí các địa điểm thu mua rau quả tập trung, đặc biệt chú trọng quá trình bảo quản sau thu hoạch và lựa chọn phương thức vận chuyển phù hợp, giảm thiểu các loại thuế, phí vận chuyển để nâng cao khả năng cạnh tranh về giá cho rau quả xuất khẩu.

- Tăng cường trang thiết bị kỹ thuật, xây dựng các phòng thí nghiệm trọng điểm quốc gia phục vụ cho công tác kiểm tra, kiểm nghiệm, giám định, chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, đảm bảo truy xuất nguồn gốc sản phẩm rau quả, đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn lao động và môi trường cho sản phẩm rau quả xuất khẩu..., hình thành một hệ thống kiểm nghiệm, khảo

nghiệm, kiểm định chất lượng hàng rau quả xuất khẩu đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế, các kết quả kiểm nghiệm tạo sự tin tưởng và được chấp nhận khi xuất khẩu sang thị trường có yêu cầu cao về chất lượng như EU.

- Đầu tư xây dựng và phát triển các trung tâm chiếu xạ, kiểm dịch thực vật tại các vùng trồng rau quả lớn tập trung (như ở vùng Đồng bằng sông Hồng, Đồng bằng sông Cửu Long, Tây Nguyên), trang bị công nghệ bảo quản, công nghệ xử lý kiểm dịch thực vật, nhà máy chiếu xạ, nhà máy xông hơi nước nóng xử lý trái cây... nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch, giảm tỷ lệ hao hụt, bảo đảm chất lượng sản phẩm trong quá trình lưu thông, phân phối. Thu hút đầu tư từ chính doanh nghiệp châu Âu vào công nghệ bảo quản, chế biến để nâng tầm rau quả xuất khẩu Việt Nam.

- Xây dựng mô hình tổ chức sản xuất, chế biến phù hợp tạo thuận lợi cho việc ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ trong chế biến rau quả phục vụ xuất khẩu. Khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp đầu tư, đổi mới công nghệ chế biến theo hướng hiện đại, phát triển và nâng cao năng lực chế biến theo chiều sâu. Xây dựng, tổ chức thực hiện tốt quy trình chế biến để đảm bảo chất lượng, giảm tỷ lệ tiêu hao vật tư, nguyên liệu và quản lý tốt an toàn thực phẩm đối với sản phẩm rau quả xuất khẩu.

- Tiếp tục thực hiện chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhập khẩu và chuyển giao các ứng dụng công nghệ cao trong nông nghiệp, ứng dụng công nghệ 4.0 vào sản xuất quy mô

hàng hóa nhằm phát triển nông nghiệp bền vững về kinh tế, môi trường và xã hội. Có chính sách khuyến khích các tổ chức khoa học - công nghệ triển khai các hoạt động nghiên cứu, chuyển giao kết quả khoa học và công nghệ vào sản xuất, tạo chủ động liên kết giữa các viện, trường, trung tâm với các nhà xuất khẩu, nhà vườn nhằm ứng dụng các nghiên cứu có tính thực tiễn cao; hỗ trợ doanh nghiệp và người nông dân về ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp.

(8) Thực hiện các giải pháp, chính sách nhằm đảm bảo hài hòa giữa tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng rau quả và bảo vệ môi trường, giải quyết các vấn đề xã hội

- Tăng cường công tác bảo vệ môi trường, giảm thiểu ô nhiễm môi trường trong nông nghiệp, nâng cao hiệu quả khai thác tài nguyên và hệ sinh thái tự nhiên. Nâng cao năng lực kiểm tra, giám sát và xử lý các vi phạm về bảo vệ môi trường trong sản xuất, chế biến, xuất khẩu rau quả, chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, hạn hán và xâm nhập mặn.

- Ban hành và thực thi hiệu quả chính sách đào tạo, nâng cao trình độ kỹ thuật, quản lý và chất lượng nguồn nhân lực ngành hàng rau quả, cùng các chính sách đảm bảo các quyền về lao động, cải thiện điều kiện lao động trong hoạt động sản xuất, xuất khẩu rau quả, đảm bảo chia sẻ lợi ích hợp lý, bình đẳng giữa những người tham gia xuất khẩu rau quả, xử lý xung đột xã hội, hạn chế phân hóa giàu nghèo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2017), *Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU - Sổ tay cho các doanh nghiệp Việt Nam*.
2. Công thông tin điện tử, Cục Xúc tiến thương mại VIETRADE (2016), Báo cáo thị trường rau quả EU.
3. Ngô Thị Tuyết Mai (2012), Quan điểm và giải pháp phát triển xuất khẩu bền vững hàng nông sản Việt Nam, Tạp chí Kinh tế & Phát triển, Đại học Kinh tế Quốc dân (ISSN: 1859-0012).

4. Phạm Nguyên Minh (2019), *Nghiên cứu đề xuất giải pháp phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu (EU) đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương, Bộ Công Thương, mã số ĐTNCKH.056.19.
5. MUTRAP (2015), Lộ trình nâng cấp hệ thống vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật - SPS của Việt Nam dựa trên hệ thống SPS của EU đối với thực phẩm, đồ uống, động vật và cây trồng, Báo cáo nghiên cứu.
6. Phạm Thị Xuân Thọ (2010), Nông sản xuất khẩu Việt Nam trong thời kỳ hội nhập: thực trạng và giải pháp phát triển, Tạp chí của Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh (S.23 (2010) ISSN: 1859-3100).
7. Ngân hàng Thế giới (WB 2016), Chuyên đổi nông nghiệp Việt Nam: tăng giá trị, giảm đầu vào, Báo cáo phát triển Việt Nam 2016, Nhà xuất bản Hồng Đức.
8. Trung tâm Phát triển Thương mại điện tử (ECOMVIET) (2016), Hướng dẫn xuất khẩu rau quả tươi sang EU, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương.