

Xuất nhập khẩu thanh long Việt Nam - Ấn Độ*

Nguyễn Đức Trung**, Nguyễn Xuân Trung***

** Viện Nghiên cứu Ấn Độ và Tây Nam Á, *** Viện Nghiên cứu Châu Mỹ

Ngày nhận bài: 28/01/2022, ngày gửi phản biện: 28/01/2022, ngày duyệt đăng: 22/03/2022

Việt Nam là nước xuất khẩu thanh long lớn nhất vào thị trường Ấn Độ, chiếm tỉ trọng hơn 90% thanh long nhập khẩu tại Ấn Độ. Điều đáng nói là, mặc dù thanh long chiếm tỷ trọng lớn trong các mặt hàng trái cây xuất khẩu của Việt Nam nhưng sản lượng xuất khẩu sang Ấn Độ lại chưa nhiều so với tổng sản lượng xuất khẩu thanh long của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, Ấn Độ là một thị trường tiềm năng và còn dư địa tăng trưởng, các doanh nghiệp Việt Nam cần lên kế hoạch và có những phương án hợp lý, thúc đẩy khai thác và quảng bá hiệu quả thanh long tại thị trường này.

Từ khóa: Ấn Độ, thanh long, xuất khẩu, Việt Nam

Mở đầu

Thanh long hiện được trồng khá phổ biến ở khoảng 20 quốc gia và vùng lãnh thổ thuộc châu Á, Trung Đông và châu Mỹ, trong đó tập trung nhiều ở châu Á - Thái Bình Dương, nhất là ở Việt Nam, Thái Lan, Indonesia, Philippines, Trung Quốc, Đài Loan (Trung Quốc). Thanh long, hay pitaya, kamalam theo cách gọi của Ấn Độ, được biết tới như một loại trái cây chứa nhiều chất xơ, vitamin, khoáng chất và chất chống oxy hóa, có thể giúp chữa trị các tổn thương tế bào gây ra bởi stress, oxy hóa và giảm viêm, đồng thời cải thiện hệ tiêu hóa. Đây là mặt hàng trái cây hấp dẫn tại thị trường Ấn Độ - quốc gia có dân số đông thứ hai thế giới với 1,4 tỷ người (danso.org, 2022), và là nền kinh tế có tốc độ phát triển nhanh, dự kiến sẽ là một trong 3 nền kinh tế lớn nhất thế giới trước năm 2030 (India Today Web Desk, 2020). Ấn Độ cũng là thị trường lớn nhất ở khu vực Nam Á, với số người tiêu thụ nông sản cao do tín ngưỡng và thói quen ăn chay. Đây là một thị trường nhiều tiềm năng đối với nông sản Việt nói chung, và thanh long nói riêng.

1. Tình hình trồng trọt và xuất khẩu thanh long tại Việt Nam

Rau củ, hoa quả hiện có giá trị xuất khẩu đứng thứ tư trong các mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Trong đó, các thị trường xuất khẩu rau củ quả lớn của Việt Nam bao gồm: Trung Quốc, Mỹ, Hàn Quốc... Việt Nam cũng là một trong những nước xuất khẩu thanh long nhiều nhất thế giới. Năm 2020, Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu thanh long lớn trên thế giới, chiếm thị phần lớn tại các thị trường châu Á, châu Âu và Mỹ.

** ndtrung2206@gmail.com

Ở khu vực châu Á, Việt Nam đứng đầu về sản xuất thanh long với khoảng 50.000 ha; đồng thời cũng là nước xuất khẩu thanh long lớn trên thế giới, chiếm thị phần cao nhất ở châu Á, châu Âu và đôi khi là ở Mỹ (Vũ Ngọc Diệp, 2020). Năm 2020, Việt Nam đứng thứ 11 trong số các nước xuất khẩu thanh long lớn nhất. Giá trị xuất khẩu thanh long của Việt Nam đạt 117,48 triệu USD, chiếm 3,3% giá trị xuất khẩu toàn thế giới, đứng trước Trung Quốc (Tridge, 2022).

Bảng 1.1. Danh sách các quốc gia xuất khẩu thanh long lớn nhất thế giới năm 2020

STT	Quốc gia	% giá trị xuất khẩu toàn cầu	Giá trị xuất khẩu (Đơn vị: Triệu USD)
1	Canada	11,87	417,95
2	Thái Lan	7,29	256,70
3	Peru	6,25	220,07
4	Phần Lan	6,25	219,87
5	Chile	6,17	217,07
6	Mỹ	4,85	170,88
7	Netherlands	3,82	134,40
8	Mexico	3,8	133,91
9	Serbia	3,42	120,57
10	Malaysia	3,4	119,61
11	Việt Nam	3,3	117,48
12	Trung Quốc	3,2	111,46

Nguồn: *Tridge.com, 2022*

Đối với ngành hàng trái cây của Việt Nam, thanh long cũng là chủng loại xuất khẩu chủ lực, chiếm 1/3 tổng giá trị trái cây xuất khẩu. Trong năm 2016, tổng giá trị xuất khẩu thanh long của Việt Nam đạt 895,7 triệu USD, chiếm 36,1% giá trị hoa quả Việt Nam xuất khẩu (Vietnam News, 2017). Trong đó, hai giống thanh long phổ biến là ruột trắng và ruột đỏ; ngoài ra, có thanh long ruột vàng tím hồng, thanh long vỏ màu vàng, ruột trắng đẹp mắt với thành phần dinh dưỡng cao, ít phổ biến hơn.

Trong thời gian 2016-2019, diện tích trồng và sản lượng thanh long không ngừng tăng. Trong đó, năm 2018-2019, diện tích trồng thanh long trên cả nước tăng hơn 1.600% và sản lượng tăng 20%. Năm 2017, diện tích trồng thanh long của Việt Nam đạt 48,9 nghìn ha, tăng 4.344 ha so với năm 2016; sản lượng đạt 952,8 nghìn tấn, tăng 119,1 nghìn tấn (+14,2%). Đặc biệt, diện tích và sản lượng tăng mạnh ở 3 tỉnh trọng điểm là Bình Thuận, Long An, Tiền Giang, nơi chiếm gần 95% sản lượng thanh long cả nước. Bình Thuận, diện tích tăng 2,7%, sản lượng tăng 4,3% so với năm 2016; Long An, diện tích tăng 20,1%, sản lượng tăng 29,0%; Tiền Giang, diện tích tăng 25,5%, sản lượng tăng 24,6% (mard.gov.vn, 25/12/2017). Tại Việt Nam, thanh long được thu hoạch và xuất khẩu trực tiếp đi 19 quốc gia (Exim trade data, 2022).

Bảng 1.2. Sản lượng và diện tích trồng thanh long của Việt Nam giai đoạn 2016-2019

	2016	2017	2018	2019
Sản lượng (Đơn vị: Nghìn tấn)	833,7	952,8	1.000	1.200
Tăng trưởng sản lượng hàng năm (%)		14,29	4,95	20
Diện tích (Đơn vị: Ha)	44.556	48.900	54.000	964.000
Tăng trưởng diện tích hàng năm (%)		10	10	1.685

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Tính tới tháng 11/2021, kim ngạch xuất khẩu thanh long các loại đạt gần 950 triệu USD, giảm 24,87% so với năm 2019. Trung Quốc là thị trường truyền thống của thanh long Việt Nam. Có thể thấy, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu thanh long lớn nhất của Việt Nam, đồng thời, nguồn thanh long nhập khẩu vào Trung Quốc lớn nhất cũng là từ Việt Nam. Năm 2019, kim ngạch xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm 91,18% tổng kim ngạch xuất khẩu thanh long của Việt Nam, và tiếp tục duy trì ở mức cao nhất trong các năm 2020 (91,45%), 2021 (88,85%). Năm 2021, xuất khẩu thanh long sang Trung Quốc giảm 13,9% so với cùng kỳ năm 2020. Sự sụt giảm về xuất khẩu thanh long sang thị trường Trung Quốc và các nước nói chung dẫn tới sự sụt giảm chung về tổng kim ngạch xuất khẩu của ngành hàng này. Từ năm 2019 đến tháng 11/2021, trong khi tổng kim ngạch thanh long xuất khẩu sang Trung Quốc và các nước trong nhóm thị trường xuất khẩu thanh long lớn nhất của Việt Nam có xu hướng giảm thì kim ngạch xuất khẩu thanh long Việt Nam sang thị trường Ấn Độ và Nhật Bản lại có xu hướng tăng. Ấn Độ từ vị trí thứ 6 tăng lên vị trí thứ 4 trong danh mục thị trường xuất khẩu thanh long lớn của Việt Nam.

Bảng 1.3. Các thị trường xuất khẩu thanh long lớn nhất của Việt Nam giai đoạn 2019-2021 (Đơn vị: USD)

Quốc gia	2019	2020	2021 (11 tháng)	Tỷ lệ tăng trưởng trong 2 năm (%)
Trung Quốc	1.144.323	1.035.126	837.749	-26,79
Mỹ	35.865	27.132	26.527	-26,04
Ấn Độ	8.860	7.251	11.998	35,42
Hà Lan	9.104	9.783	11.400	25,22
Hồng Kông	13.249	10.784	9.549	-27,93
Thái Lan	12.733	7.617	6.238	-51,01
Canada	6.373	6.761	5.843	-8,32
Nhật Bản	3.361	3.867	4.912	46,15
Tổng kim ngạch	1.255.000	131.890	942.872	-24,87

Nguồn: Sở Công thương Tiền Giang, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến Thương mại, 2021b

Ngoài thanh long quả tươi, hiện nay, Việt Nam cũng sản xuất các sản phẩm chế biến từ thanh long như nước ép, sấy khô, bánh mì thanh long... Một số sản phẩm thanh long chế biến đã được xuất khẩu.

Bảng 1.4. Kim ngạch xuất khẩu thanh long các loại (Đơn vị: Triệu USD)

Sản phẩm thanh long phổ biến	2019	2020
Thanh long tươi ruột trắng	1.080	769,92
Thanh long tươi ruột đỏ	152,47	270,3
Sản phẩm thanh long qua chế biến (nước ép thanh long, thanh long sấy...)	2,73	10.663

Nguồn: Sở Công thương Tiền Giang, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến Thương mại, 2021a

2. Xuất khẩu thanh long Việt Nam sang thị trường Ấn Độ

Đối với sản phẩm thanh long nhập khẩu, thị trường Ấn Độ có những yêu cầu về tiêu chuẩn như: thời gian bảo quản thanh long tươi từ 4-6 tuần trong kho lạnh (5°C), trọng lượng đóng gói mỗi thùng là 9 kg/thùng, kích cỡ quả là 14/16/18 (cỡ lớn) và 22/24/26 (cỡ nhỏ). Số lượng tối thiểu cho mỗi chuyến hàng thanh long bằng đường biển đối với kích thước container khác nhau là Cont 20RF: 871 thùng, Cont 20HR: 962 thùng, Cont 40HR: 2072 thùng (thường là 2.000 thùng); số lượng tối thiểu cho mỗi chuyến hàng thanh long bằng đường hàng không là 100 thùng. Thanh long có thể được xuất khẩu sang Ấn Độ hàng ngày bằng đường hàng không và đường biển. Thời gian chuyển hàng thanh long đi Ấn Độ bằng đường biển là 12-14 ngày. Phương thức thanh toán được Ấn Độ sử dụng bao gồm: L/C (tín dụng chứng từ), T/T (chuyển tiền bồi hoàn bằng điện), D/P (thanh toán trả tiền ngay khi chứng từ được xuất trình) (Song Nam ITD Co.LTD, 2022).

Trái cây là chủng loại xuất khẩu chính trong cơ cấu hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam, trong đó quả thanh long là chủng loại xuất khẩu quả chủ lực (Vũ Ngọc Diệp, 2020). Theo Hiệp hội Rau quả Việt Nam, Ấn Độ mở cửa nhập khẩu thanh long Việt Nam từ năm 2014. Theo Zauberman (2022), tính tới năm 2016, Việt Nam, Thái Lan, Sri Lanka là những nhà xuất khẩu thanh long sang Ấn Độ lớn nhất với giá trị lần lượt là 5.475.078 USD, 551.662 USD và 1.269 USD. Theo dữ liệu của các công ty nghiên cứu thị trường, trong thời gian 2015-2016, thanh long nhập khẩu vào Ấn Độ chủ yếu từ Việt Nam và Thái Lan, với mã hàng hóa HS 08109090 (Export Genius, 2022). Trong đó, Việt Nam là nhà xuất khẩu chính. Nhu cầu đối với thanh long tại thị trường Ấn Độ nói chung tăng đột biến từ năm 2014 (Bộ Công thương Việt Nam, 2014). Thanh long Việt Nam nhập khẩu vào Ấn Độ chủ yếu qua đường hàng hải (cảng Chennai và Nhava Sheva) (Seair Exim Solutions, 2022), trong khi thanh long Thái Lan chủ yếu được vận chuyển qua đường hàng không (Kolkata, Bangalore, Delhi).

Trong năm tài khóa Ấn Độ 2020-2022, Việt Nam là một trong 20 nước xuất khẩu hoa quả lớn nhất sang Ấn Độ (Ministry of Commerce & Industry, Govt. of India, 2022). Năm 2019-2020, xuất khẩu thanh long từ Việt Nam sang Ấn Độ tăng gần 100% so với năm trước, ở mức hơn 11.000 tấn, kim ngạch 9,86 triệu USD. Tỷ trọng xuất khẩu thanh long Việt Nam sang Ấn Độ so với ra thế giới là 5,5%, cao nhất trong khoảng thời gian 2014-2021, mặc dù trong năm 2019-2020, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu thanh long của Việt Nam sang Ấn Độ giảm sút. Năm 2021, kim ngạch xuất khẩu thanh long Việt Nam ra thế giới

đạt 942.872 triệu USD, giảm khoảng 25% so với năm 2019 (1.255 tỷ USD) do tác động của dịch COVID-19 (Đỗ Hương, 2022).

Bảng 2.1. Kim ngạch xuất khẩu thanh long Việt Nam sang Ấn Độ và ra thế giới giai đoạn 2014 - tháng 11/2021

Năm	Kim ngạch xuất khẩu sang Ấn Độ (Đơn vị: Triệu USD)	Kim ngạch xuất khẩu ra thế giới (Đơn vị: Triệu USD)	Tỷ trọng xuất khẩu Ấn Độ/xuất khẩu thế giới (Đơn vị: %)	Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu sang Ấn Độ (Đơn vị: %)
2014	595	282.699	0,21	
2015	2.068	490.768	0,42	247,56
2016	3.085	890.978	0,35	49,18
2017	3.777	1.148.756	0,33	22,43
2018	5.040	1.184.664	0,43	33,44
2019	8.860	1.255.000	0,71	75,79
2020	7.251	131.890	5,50	-18,16
11 tháng 2021	11.998	942.872	1,27	65,47

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Là một quốc gia bảo hộ thương mại cao, Ấn Độ đánh thuế đối với mặt hàng thanh long nhập khẩu ở mức khá cao, 30%, bao gồm thuế hải quan cơ bản (Zaubas, 2022). Thuế cao làm ảnh hưởng tới giá cả và lợi nhuận xuất khẩu thanh long của Việt Nam.

Những năm gần đây, Ấn Độ cũng bắt đầu đưa thanh long vào trồng trọt tại một số địa phương. Thanh long được trồng hầu hết ở Karnataka, Kerala, Tamil Nadu, Maharashtra, Gujarat, Odisha, Tây Bengal, Andhra Pradesh, quần đảo Andaman và Nicobar (Kirtika Suneja, 2021), và xuất khẩu đi các nước như Dubai, Mỹ... Cơ quan Phát triển Xuất khẩu Sản phẩm Nông nghiệp và Thực phẩm Chế biến (APEDA) thúc đẩy xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm chế biến bằng cách hỗ trợ các nhà xuất khẩu dưới nhiều phương thức khác nhau như phát triển cơ sở hạ tầng, phát triển chất lượng và phát triển thị trường. Điều này cũng gây ra bất lợi đối với sản phẩm thanh long xuất khẩu của Việt Nam.

3. Đánh giá và đề xuất nhằm cải thiện tình hình xuất khẩu thanh long Việt Nam sang thị trường Ấn Độ

Nhìn chung, thanh long là mặt hàng trái cây xuất khẩu chính của Việt Nam, đồng thời cũng là mặt hàng trái cây của Việt Nam được xuất khẩu chính sang Ấn Độ. Chỉ mới được mở cửa nhập khẩu vào Ấn Độ trong thời gian ngắn (2014), sản phẩm thanh long đã được thị trường đón nhận.

Trong tình hình dịch bệnh COVID diễn biến phức tạp từ cuối năm 2019 đến nay, các khu vực trồng trọt, sản xuất thanh long tại Việt Nam, tập trung ở khu vực Nam Trung Bộ và Nam Bộ, chịu nhiều tác động

tiêu cực lên hoạt động sản xuất, thu hoạch và tiêu thụ. Thị trường xuất khẩu chủ lực là Trung Quốc siết chặt kiểm dịch đối với thanh long và đóng biên tại một vài cửa khẩu trong thời gian gần đây, tạo áp lực giảm giá trị xuất khẩu thanh long Việt Nam, và tăng cao chi phí cho hoạt động logistics.

Yêu cầu đối với sản phẩm nhập khẩu của Ấn Độ tương đối đơn giản so với các thị trường khác. Trước những nguy cơ về thiên tai và dịch bệnh như COVID-19, các quốc gia yêu cầu thực hiện các thủ tục đánh giá rủi ro, kiểm định an toàn thực phẩm đối với mặt hàng nhập khẩu, như Nhật Bản và châu Âu. Trong khi đó, thanh long xuất khẩu sang Ấn Độ không cần chiếu xạ và xử lý hơi nước nóng.

Việt Nam tham gia ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, UKVFTA..., các FTA trong khuôn khổ ASEAN và song phương giữa Việt Nam - Nhật Bản, Hàn Quốc, Chile... Nhờ vậy, thuế đối với các sản phẩm rau củ quả của Việt Nam được hưởng mức ưu đãi 0%. Việc Việt Nam và Ấn Độ ký kết AIFTA giúp Việt Nam không còn gặp nhiều khó khăn khi xuất khẩu sang các thị trường mới như Ấn Độ. Tuy nhiên, là một quốc gia bảo hộ thương mại cao, Ấn Độ đánh thuế đối với mặt hàng thanh long nhập khẩu ở mức khá cao.

Mặc dù sản lượng xuất khẩu cao, nhưng giá trị thanh long tại thị trường Ấn Độ giảm sút, do lượng thanh long cung ứng ra thị trường đang tăng mạnh, dẫn đến tình trạng “cung vượt cầu”. Năm 2014, thanh long Việt Nam xuất khẩu sang Ấn Độ chỉ trong thời gian 2 tháng mà sản lượng xuất khẩu tăng 20 lần, khiến giá thành giảm nhanh, từ hơn 300 Ruppee xuống 100 Ruppee (Bộ Công thương Việt Nam, 2014). Ngoài ra, các doanh nghiệp xuất khẩu thanh long của Việt Nam còn gặp phải các vấn đề về tranh chấp thương mại, cạnh tranh giá cả tại thị trường Ấn Độ. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp Việt Nam chưa chú trọng xây dựng hình ảnh và nhận diện thương hiệu cho sản phẩm thanh long xuất khẩu, đặc biệt là tại thị trường Ấn Độ, tem nhãn các sản phẩm này được ghi bằng tiếng Trung, khiến người tiêu dùng khó nhận biết sản phẩm. Trong khi người tiêu thụ tại Ấn Độ có làn sóng tẩy chay hàng Trung Quốc, việc ghi nhãn mác không rõ nguồn gốc gây ảnh hưởng tiêu cực về lâu dài đối với vị thế của thanh long Việt Nam tại thị trường tiềm năng này.

Những năm gần đây, các thị trường nhập khẩu thanh long của Việt Nam, bao gồm Trung Quốc và Ấn Độ, cũng đã triển khai đưa thanh long vào gieo trồng, và thực hiện xuất khẩu khiến lợi thế thị phần của thanh long Việt Nam tại thị trường này không còn như trước. Khả năng duy trì thấp và lợi nhuận cao của thanh long đã thu hút cộng đồng nông dân khắp Ấn Độ. Điều này dẫn đến việc trồng thanh long ở Maharashtra, Karnataka, Andhra Pradesh, Tây Bengal, Telangana, Tamil Nadu, Odisha, Gujarat và quần đảo Andaman, Nicobar, cũng như ở nhiều bang phía Đông Bắc. Một ước tính gần đây của Hội đồng Nghiên cứu Nông nghiệp Ấn Độ - Viện Quốc gia về Quản lý Căng thẳng Phi sinh học, Baramati ở Maharashtra cho thấy thanh long được trồng trên 3.000-4.000 ha ở nhiều bang khác nhau của Ấn Độ. Đất nước này sản xuất khoảng 12.000 tấn trái cây mỗi năm (Vijaysinha Kakde, Sangram B Chavan, Vanita Salunkhe, 2021). Trong tháng 6/2021, Ấn Độ lần đầu tiên xuất khẩu thanh long sang thị trường UAE; đây sẽ là một thách thức lớn đối với trái thanh long của Việt Nam trong thời gian tới (Đỗ Hương, 2022).

Theo Đại sứ quán Việt Nam tại Ấn Độ, một số khuyến nghị để phát triển tiêu thụ thanh long sang thị trường Ấn Độ được chia theo 3 nhóm đối tượng chính là Chính phủ và cơ quan bộ ngành, Hiệp hội và các cơ quan xúc tiến thương mại và cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 6/1/2022). Với Chính phủ và cơ quan bộ ngành, cần thường xuyên giữ kết nối, trao đổi với bộ ngành nước đôi tác. Tổ chức các cuộc thảo luận, làm việc, đàm phán mở rộng thị trường giữa các tiểu ban hai

nước và các chuyển công tác, trao đổi đoàn làm việc giữa hai bên. Đối với Hiệp hội, cơ quan xúc tiến thương mại, cần phối hợp với các thương vụ, cơ quan đại diện ngoại giao ở nước ngoài tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại. Hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh trong thị trường quốc tế. Về phía các doanh nghiệp Việt Nam, cần chú trọng xây dựng hình ảnh thương hiệu đối với sản phẩm thanh long nói riêng và các sản phẩm xuất khẩu khác nói chung. Doanh nghiệp cũng nên chú trọng đầu tư nghiên cứu và áp dụng công nghệ, kỹ thuật sau thu hoạch nhằm nâng cao chất lượng, đa dạng chủng loại, mẫu mã sản phẩm, từ đó đáp ứng thị hiếu riêng biệt của từng nhóm đối tượng khách hàng. Bên cạnh đó, do ảnh hưởng của đại dịch COVID, chuỗi cung ứng vận chuyển cũng gặp khó khăn, tăng chi phí và thời gian vận chuyển thanh long, các doanh nghiệp cần có sự thận trọng, điều chỉnh trong quản lý chất lượng sản phẩm xuất khẩu (Cục Xúc tiến thương mại, 2021).

Kết luận

Có thể nói, sản phẩm nông sản Việt Nam nói chung và thanh long xuất khẩu nói riêng đóng góp không nhỏ cho nền kinh tế Việt Nam. Thanh long là một loại trái cây có giá trị xuất khẩu cao, do đó, thúc đẩy xuất khẩu và tăng giá trị xuất khẩu thanh long có ý nghĩa to lớn. Ấn Độ là thị trường lớn, nhiều tiềm năng tại châu Á, và các yêu cầu về chất lượng sản phẩm không quá khó khăn đối với sản phẩm từ Việt Nam, so với các thị trường tại châu Mỹ và châu Âu. Vì vậy, việc khắc phục những vấn đề cản trở hiệu quả nhập khẩu thanh long vào Ấn Độ sẽ mở ra nhiều cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu thanh long cũng như các mặt hàng rau củ quả khác.

Ghi chú:

* Bài viết là một phần kết quả của đề tài nghiên cứu cấp Bộ “Thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường Ấn Độ” (2021-2022) do Viện Nghiên cứu Ấn Độ và Tây Nam Á chủ trì.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Công thương Việt Nam (2014). *Ấn Độ: Con số trái thanh long, nhập khẩu tăng 20 lần*. <https://moit.gov.vn/tin-tuc/quoc-te/an-do-con-sot-trai-thanh-long-nhap-khau-tang-20-lan.html>. Ngày truy cập 16/01/2022.
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Trung tâm Tin học và Thống kê (25/12/2017). *Báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch tháng 12 năm 2017 ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn*. https://www.mard.gov.vn/ThongKe/Lists/BaoCaoThongKe/Attachments/132/Baocao_T12_2017.pdf. Ngày truy cập 16/01/2022.
3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (6/1/2022). *Diễn đàn kết nối nông sản 970, phiên thứ XIX, Kết nối sản xuất và tiêu thụ thanh long*. <https://nongnghiep.vn/ket-noi-san-xuat-va-tieu-thu-thanh-long-d312761.html>. Ngày truy cập 07/01/2022.
4. Cục Xúc tiến thương mại (2021). *Kết nối thanh long Việt Nam với các thị trường xuất khẩu tiềm năng*. <https://moit.gov.vn/tin-tuc/doanh-nghiep/ket-noi-thanh-long-viet-nam-voi-cac-thi-truong-xuat-khau-tiem-nang.html>. Ngày truy cập 07/01/2022.
5. DanSo (16/03/2022). *Dân số Ấn Độ*. <https://danso.org/an-do/>. Ngày truy cập 16/3/2022.

6. Vũ Ngọc Diệp (2020). *Cung cầu thanh long thế giới hiện nay ra sao*. <https://cafef.vn/cung-cau-thanh-long-the-gioi-hien-nay-ra-sao-20201205225005028.chn>. Ngày truy cập 03/01/2022.
7. Exim trade data (2022). *Vietnam Export Data of Fresh dragon fruit under HS Code 08*. <https://eximtradedata.com/search/country-vietnam/type-export/product-fresh-dragon-fruit/hscode-08>. Ngày truy cập 05/01/2022.
8. Export Genius (2022). *Dragon Fruit Import Data Of India*. <http://www.indiatradedata.com/import-data/dragon-fruit/hs-code-08109090.html>. Ngày truy cập 05/01/2022.
9. Đỗ Hương (06/01/2022). *Nhiều cơ hội xuất khẩu chính ngạch cho thanh long Việt Nam*. <http://baochinhphu.vn/Thi-truong/Nhieu-co-hoi-xuat-khau-chinh-ngach-cho-thanh-long-Viet-Nam/458142.vgp>. Ngày truy cập 07/01/2022.
10. India Today Web Desk (2020). *India will overtake Japan in 2030 to be world's 3rd biggest economy: Report*. <https://www.indiatoday.in/business/story/india-will-overtake-japan-in-2030-to-be-world-s-3rd-biggest-economy-report-1753356-2020-12-26>. Ngày truy cập 05/01/2022.
11. Ministry of Commerce & Industry, Govt. of India (2022). <https://agriexchange.apeda.gov.in/IntTrade/IndiaImportsAgri.aspx>. Ngày truy cập 05/01/2022.
12. Seair Exim Solutions (2022). *Details of fresh dragon fruit import data under HS Code 08109090 from Vietnam Democratic Rep of*. <https://www.seair.co.in/fresh-dragon-fruit-import-data/hs-code-08109090.aspx>. Ngày truy cập 05/01/2022.
13. Song Nam ITD Co.LTD (2022). *Fresh dragon fruit for India market*. <https://dragonfruit.net.vn/dragon-fruit/175-fresh-dragon-fruit-for-india-market.html>. Ngày truy cập 03/01/2022.
14. Sở Công thương Tiền Giang, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại (2021a). *Thông tin thị trường xuất khẩu tháng 1/2021*.
15. Sở Công thương Tiền Giang, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại (2021b). *Thông tin thị trường xuất khẩu tháng 12/2021*.
16. Kirtika Suneja (2021). *India exports first consignment of dragon fruit*. https://economictimes.indiatimes.com/news/economy/foreign-trade/india-exports-first-consignment-of-dragon-fruit/articleshow/83873238.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst. Ngày truy cập 15/01/2022.
17. Tridge (2022). *Dragon fruit Vietnam export*. <https://www.tridge.com/intelligences/dragon-fruit/VN/export>. Ngày truy cập 16/01/2022.
18. Vietnam News (2017). *Vietnam Export dragon fruit to Australia*. <http://vietnamnews.vn/economy/392836/viet-nam-to-export-dragon-fruit-to-australia.html#WPWB7JkiZJhu0Mw9.97>. Ngày truy cập 13/01/2022.
19. Vijaysinha Kakde, Sangram B Chavan, Vanita Salunkhe (2021). *Dragon fruit is the next big thing in Indian horticulture*. <https://www.downtoearth.org.in/blog/agriculture/dragon-fruit-is-it-the-next-big-thing-in-indian-horticulture-78017>. Ngày truy cập 09/01/2022.
20. Zaubas (2022). *India's Import Trends & Analysis*. <https://www.zauba.com/importanalysis-DRAGON+FRUIT/hs-code-0810-report.html>. Ngày truy cập 05/01/2022.