

Nghiên cứu phát triển dịch vụ kho lạnh hỗ trợ xuất khẩu nông sản

Bùi Thị Xuân Hương

Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Thương mại

Việt Nam là một nước sản xuất và xuất khẩu nông sản lớn với sự lớn mạnh không ngừng về xuất khẩu các ngành nông nghiệp, thủy sản, công nghiệp dược phẩm, chế biến thức ăn, và hoa tươi cắt cành. Do đó nhu cầu về dịch vụ kho lạnh đã tăng mạnh trong những năm gần đây và dự báo sẽ tiếp tục tăng nhanh chóng trong tổng thể thị trường dịch vụ logistics. Bài viết sử dụng số liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo của các đơn vị, các công trình nghiên cứu, bài báo, đề tài đã công bố có liên quan đến vấn đề nghiên cứu; sử dụng phương pháp nghiên cứu phân tích dữ liệu theo thời gian để phân tích thực trạng thị trường kho lạnh của Việt Nam trên cơ sở đó đưa ra các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ kho lạnh hỗ trợ xuất khẩu nông sản.

1. Mở đầu

Theo báo cáo xuất nhập khẩu của Bộ Công thương năm 2021, tổng giá trị xuất khẩu mặt hàng nông sản đạt 3,52 tỷ USD; trong đó ĐBSCL chính là trung tâm xuất khẩu chủ lực. Tính đến nay, nông sản Việt Nam đã hiện diện ở hơn 170 quốc gia, tập trung ở thị trường Trung Quốc, Mỹ, Nhật, Hàn Quốc. Tuy nhiên, qua các số liệu thống kê trong ít nhất 5 năm trở lại đây cho thấy, chi phí logistics cho xuất khẩu nông sản chiếm tỷ lệ vào khoảng 20-25%, như vậy là khá cao so với các nước trong khu vực (vào khoảng 10-15%). Một trong các loại chi phí logistics đó là chi phí lưu kho lạnh.

Kho lạnh gồm có kho mát và kho đông lạnh đóng vai trò cực kỳ quan trọng đối với các mặt hàng nông sản, nhất là thời điểm vào vụ thu hoạch rộ. Tháng 01/2022, nhiều mặt hàng nông sản đến mùa vụ thu hoạch, đặc biệt là rau quả tươi như thanh long, mít, xoài đang chịu cảnh ùn ứ vì không thể xuất khẩu sang Trung Quốc do dịch bệnh. Đứng trước sự ùn ứ của nhiều loại nông sản, thủy sản khó tiêu thụ vì chưa đáp ứng được yêu cầu chế biến và bảo quản mới thấy rõ được vai trò của kho lạnh bảo quản trong hoạt động xuất khẩu nông sản.

Trong khi triển vọng thị trường là rất lớn thì ở nước ta hiện nay, đầu tư và phát triển hệ thống kho lưu trữ hàng hóa có kiểm soát nhiệt độ - TCW (Temperature control warehouse - tùy loại hàng hóa và tùy yêu cầu của khách hàng mà có nhiệt độ phù hợp đối với từng sản phẩm) là một thị trường mở và còn tương đối mới.

2. Thực trạng thị trường kho lạnh tại Việt Nam

- Về năng lực đáp ứng: Sức chứa, tỷ lệ lấp đầy và phân bố theo khu vực:

Sức chứa: Theo khảo sát thị trường của Savills công bố cuối năm 2021, công suất kho lạnh hiện tại của Việt Nam đạt 0,116 m³ bình quân đầu người, đứng thứ 3 Châu Á- Thái Bình Dương, sau Trung Quốc (0,132 m³ bình quân đầu người) và Nhật Bản (0,315) nhưng vượt trội gấp 1,4-3,1 lần hơn Úc và Philippines.

Khả năng cung cấp dịch vụ trong nước của các kho lạnh tại Việt Nam đang dần được cải thiện nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu, đặc biệt là thủy sản của Việt Nam với yêu cầu giữ lạnh chất lượng cao.

Xét theo số lượng pallet, thì hệ thống kho lạnh Việt Nam hiện có thể cung cấp khoảng gần 900.000 pallets (cao hơn hẳn so với con số khoảng 700.000 pallets thống kê được vào cuối năm 2020). Trong đó tập trung nhiều nhất ở khu vực phía Nam, chiếm 2/3 tổng số pallets. Riêng kho lạnh của Satra (TP. Hồ Chí Minh) hiện đã có sức chứa 22.000 pallet gồm 5 phòng lạnh được cài đặt nhiệt độ thích hợp lưu trữ bảo quản với nhiều chủng loại hàng hoá nông-thủy sản, thực phẩm, rau quả. Đứng thứ hai về sức chứa là hệ thống kho lạnh tại khu vực phía Bắc (tập trung vào các thị trường vệ tinh Hà Nội, Hải Phòng) và cuối cùng là khu vực miền Trung và Tây Nguyên.

Tỷ lệ lấp đầy: Đối với kho lạnh: Khoảng 90%-95% tùy mùa vụ. Cá biệt tại một số khu vực có các đơn hàng xuất khẩu trái đều trong năm, công suất một số kho lạnh có thể ổn định ở mức gần 100%.

Tỷ lệ sử dụng kho mát đã tăng lên so với năm 2020 nhưng nhìn chung vẫn ở mức thấp hơn so với kho lạnh.

Đối với phân khúc kho lạnh nông sản, thực phẩm: Thị trường kho lạnh phát triển hơn ở khu vực phía Nam, đặc biệt ở các tỉnh/thành Đông Nam Bộ là nơi tập trung các nhà máy chế biến thực phẩm (thủy

sản, thịt các loại. Khu vực Đông Nam Bộ tập trung nhiều kho lạnh do được kết nối chặt chẽ với các cơ sở sản xuất nông nghiệp lớn ở Đồng bằng sông Cửu Long, ngoài ra còn gần TP.HCM, nơi có lưu lượng dân cư lớn và thuận tiện cho xuất khẩu cả bằng đường biển và đường hàng không.

- Về nhu cầu, giá và thời hạn thuê kho:

Nhu cầu: Thị trường kho lạnh đang trong tình trạng cầu vượt quá cung là do nhu cầu tăng mạnh trong khi việc bổ sung nguồn cung kho lạnh mới không thể diễn ra nhanh chóng bởi các kho lạnh mất nhiều thời gian xây dựng hơn các bất động sản khác và tốn kém hơn các kho tiêu chuẩn.

Nhu cầu đang và sẽ gia tăng phục vụ nguồn hàng nông thủy sản trong các kênh phân phối tại các thành phố lớn:

Các kênh phân phối hiện đại (siêu thị, đại siêu thị, cửa hàng tiện ích...) sẽ là động lực chính cho thị trường kho lạnh Việt Nam trong thời gian tới vì khoảng 80% nhu cầu sẽ đến từ lĩnh vực thực phẩm. Ngoài ra nhu cầu bảo quản lạnh đối với dược phẩm, mỹ phẩm cũng được dự báo sẽ tăng trong năm 2022 và các năm tiếp theo, khi thu nhập và mức sống gia tăng.

Giá thuê và thời gian thuê:

Giá thuê dịch vụ kho lạnh (gồm cả không gian và dịch vụ đi kèm) đã tăng nhanh chóng từ 52 USD/tấn hàng cần bảo quản vào đầu năm 2020 lên 87 USD/một tấn trong năm 2021.

Thị trường kho lạnh tại các tỉnh phía Nam được đánh giá là phát triển hơn do nhu cầu lưu trữ thực phẩm, thủy sản và các mặt hàng bán lẻ tăng mạnh.

Do nguồn cung kho lạnh khan hiếm và nhu cầu cải tạo để đáp ứng các yêu cầu riêng biệt của từng mặt hàng, nên bên thuê kho lạnh thường có xu hướng thuê dài hạn hơn. Thời hạn thuê kho lạnh thông thường từ 10 đến 20 năm, dài hơn đáng kể so với kho khô thông thường chỉ từ 1 năm.

- Về doanh nghiệp kho lạnh

Các công ty trong nước chiếm tỷ trọng không gian cung ứng cao hơn nhưng các công ty nước ngoài, chẳng hạn như Emergent Cold, PFS, LOTTE Logistics, dẫn đầu về chất lượng, quản lý và các dịch vụ giá trị gia tăng - bao gồm nhiều vùng nhiệt độ (đông lạnh, ướp lạnh), mã vạch và hệ thống quản lý hàng tồn kho

Dẫn đầu thị phần trên thị trường dịch vụ kho lạnh là các doanh nghiệp nước ngoài như FM Logistics, CLK Cold Storage, Emergent Cold, Swire Cold Storage Vietnam, Lotte Logistics Vietnam, Konoiike Vina...

Các nhà đầu tư nước ngoài chủ yếu phát triển hệ thống kho lạnh quy mô lớn như: Emergent Cold Việt Nam (trước là Swire Cold Storage Việt Nam), CLK Cold Storage, FM Logistics. Emergent Cold

Vietnam và Preferred Freezer (Quận 7 vừa có quyết định sáp nhập với Lineage Logistics, tập đoàn lớn nhất thế giới về chuỗi cung ứng lạnh, như vậy ở Việt Nam, Lineage có 3 kho, 1 kho ở Khu Công nghiệp Sóng Thần 1, Bình Dương, 1 kho ở Quận 7 và 1 kho ở VSIP Bắc Ninh. Ngoài ra cũng có thể kể đến các kho lạnh AJ Total Long Hậu 32.000 pallet và AJ Total Hưng Yên 25.000 pallet.

Ngoài ra, các công ty nội địa cũng đang ngày càng trưởng thành hơn trên thị trường, có thể kể đến như ABA Cooltrans, Transimex, Hùng Vương, Mekong Logistics, MP Logistics, Vinafcv Vietnam, Panasato, Phan Duy, Quang Minh, Satra.... Đặc biệt, một số hội viên của Hiệp hội doanh nghiệp dịch vụ logistics (VLA) phát triển hệ thống kho lạnh trong cả nước có Transimex, Gemadept, Tân Cảng Saigon.

3. Những thách thức còn tồn tại

Thị trường chuỗi lạnh Việt Nam phân tán với khoảng 50 nhà cung cấp lớn, phần còn lại là các nhà cung ứng quy mô vừa và nhỏ, phục vụ nhu cầu ngày càng tăng từ các ngành thực phẩm, dược phẩm, hóa mỹ phẩm...

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2021, trong lĩnh vực vận tải, kho bãi số doanh nghiệp đăng ký thành lập mới tăng 8,8%, số vốn đăng ký tăng 38,2% nhưng số lao động lại giảm 6,9% so với năm 2020. Tổng số doanh nghiệp lĩnh vực vận, tải kho bãi đăng ký thành lập mới vẫn còn khá khiêm tốn, chỉ chiếm khoảng 5,18% tổng số doanh nghiệp cả nước, với số vốn chiếm 3,11% và số lao động chiếm 3,74%.

Trong số các doanh nghiệp logistics (vận tải, kho bãi, dịch vụ logistics khác) thì các doanh nghiệp kho lạnh và vận tải lạnh vẫn chiếm một tỷ lệ rất nhỏ, chủ yếu do yêu cầu đầu tư vốn lớn, vận hành phức tạp trong khi phần lớn các doanh nghiệp trong lĩnh vực logistics Việt Nam vẫn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thậm chí phát triển lên từ các hộ kinh doanh chỉ có một vài xe tải.

Mặc dù đã có những bước phát triển đáng kể trong thời gian qua nhưng có thể nói hệ thống cung ứng lạnh chưa đồng bộ trong cả nước, chưa đáp ứng được yêu cầu, mới đáp ứng phần nào nhu cầu kho lạnh. Đa phần các doanh nghiệp hoạt động trong chuỗi cung ứng lạnh là doanh nghiệp trong nước với quy mô nhỏ lẻ. Chính vì đặc điểm này mà hoạt động của chuỗi thường sẽ bị phân khúc trên từng giai đoạn thay vì vận hành một cách xuyên suốt, và thiếu những hoạt động đem lại giá trị cao.

Tại các cửa khẩu quốc tế và quốc gia cũng như các lối mở, hệ thống kho đa phần của các doanh nghiệp tư nhân. Về mặt diện tích, hệ thống kho bãi tại các cửa khẩu cơ bản đạt tiến độ khai thác, nhưng kho lạnh còn chưa đáp ứng được yêu cầu xuất, nhập khẩu. Các kho, bãi hầu hết chưa được tối ưu hóa

bằng hệ thống kết nối dịch vụ. Nhiều kho hàng không có hệ thống quản lý dịch vụ chuyên nghiệp, chưa phát triển được nhiều dịch vụ gia tăng và chưa áp dụng mô hình hỗ trợ quản lý điều hành theo mô hình cung cấp dịch vụ logistics bên thứ 3 hay logistics theo hợp đồng (3PL).

Nguồn cung kho lạnh tại Việt Nam còn hạn chế do các kho lạnh cần nhiều thời gian xây dựng hơn các bất động sản logistic khác. Chi phí kho lạnh cao hơn từ hai đến ba lần so với nhà kho thông thường và quá trình xây dựng có thể lâu hơn đến sáu tháng. Bên cạnh đó, thời hạn thuê thường kéo dài 15 - 20 năm khiến nguồn cung càng tăng thêm công suất.

Hệ thống kho lạnh ở các địa phương chưa được tích hợp và tương thích để sử dụng cho nhiều mặt hàng để hư hỏng, điều này đặt ra thách thức lớn đối với tăng trưởng thị trường.

4. Giải pháp phát triển dịch vụ kho lạnh hỗ trợ xuất khẩu nông sản

Phát triển đồng bộ chuỗi cung ứng tích hợp: Gắn với kho lạnh là vận tải lạnh tích hợp vào chuỗi cung ứng. Hiện nay, khá nhiều công ty vận tải đầu tư để tham gia vận tải lạnh. Hiện tại hầu hết doanh nghiệp sử dụng mô hình phân phối truyền thống và hoạt động riêng lẻ.

Báo cáo của Bộ Công thương về thị trường logistics năm 2019 cho biết tỷ lệ thuê ngoài về logistics năm 2023 dự kiến chiếm 41%, tăng từ mức 35% năm 2019. Doanh thu của các đơn vị trong ngành chuỗi cung ứng lạnh giai đoạn 2019-2023 dự kiến tăng trưởng kép 19,6%. Năm 2019, Euromonitor ước tính thị trường thực phẩm cần vận chuyển lạnh trong ngành bán lẻ Việt Nam, không tính mảng thủy sản, được phẩm có quy mô ước đạt 1,2 tỉ USD.

Vì thế, Chính phủ cần có các chính sách thích hợp, khuyến khích các Doanh nghiệp tham gia vận tải lạnh, góp phần hoàn thiện chuỗi cung ứng từ khâu sản xuất, vận chuyển đến bảo quản.

Mở rộng đào tạo mạng lưới đào tạo nhân lực trong ngành logistics về kho lạnh: Nguồn nhân lực logistics của Việt Nam không những thiếu về số lượng mà còn yếu về chất lượng, đặc biệt là nguồn nhân lực có trình độ cao ở cấp độ nhà quản lý, các chuyên viên logistics giỏi, hiểu biết luật pháp quốc tế, có năng lực ứng dụng và triển khai tại các doanh nghiệp. Trong số các doanh nghiệp trong nước, có tới 93 - 95% người lao động không được đào tạo chuyên ngành logistics, chủ yếu làm dịch vụ ở các chuỗi cung ứng nhỏ như giao nhận, kho bãi, xử lý vận đơn... Điều này làm ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ cũng như tăng lợi nhuận của công ty, theo đó có 63,64% doanh nghiệp khảo sát lựa chọn thiết hụt nguồn nhân lực chất lượng là thách thức phát triển với ngành vận tải và logistics

Cải thiện cơ sở hạ tầng: giao thông, viễn thông và công nghệ thông tin: Hiện nay, cơ sở hạ tầng của Việt Nam hiện chưa đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp logistics và chủ hàng khiến chi phí tăng cao do phải chờ kẹt xe, kẹt cầu, kẹt cảng. Mở rộng và nâng cấp kho hàng sân bay Tân Sơn Nhất, sử dụng hiệu quả năng lực của cảng nước sâu Cái Mép cần được chú trọng đầu tư.

Cần có sàn giao dịch các dịch vụ logistics: tập trung các công ty cung cấp dịch vụ logistics, cảng và cơ quan chuyên ngành. Cần minh bạch thông tin về cảng, tàu, về điều kiện cơ sở hạ tầng để doanh nghiệp chủ động trong lập kế hoạch vận chuyển giao hàng. Cần có thêm nhiều hệ thống phần mềm, công cụ hỗ trợ doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng. Các doanh nghiệp về bao bì, nhãn mác cần có chính sách giá hợp lý hơn, bảo đảm giá ổn định cả năm để tạo mối quan hệ bền chắc, lâu dài với doanh nghiệp chủ hàng nông sản. Đặc biệt cần áp dụng các ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại giúp chủ hàng có thể theo dõi hàng trình chuyển hàng và tình trạng hàng hoá của mình.

Hoàn thiện chính sách và pháp luật: Chính phủ cần xem xét gỡ bỏ bớt các phụ phí, lệ phí sử dụng hạ tầng. Hiện tại các doanh nghiệp mất rất nhiều cho chi phí vận chuyển với lý do phí cầu đường, BOT và giá xăng dầu không ổn định. Đối với doanh nghiệp nông sản, Nhà nước nên có các chính sách hỗ trợ, khuyến khích về giá để các doanh nghiệp nhỏ và hộ kinh doanh có lợi thế hơn về giá. Thực tế cho thấy nhiều hộ kinh doanh ở các vùng trồng không thu được kết quả khả quan, sau nhiều năm thua lỗ đã phá sản, do đó rất cần Nhà nước có biện pháp hỗ trợ hàng nông sản Việt Nam.

Các cơ quan Hải quan, các cơ quan có thẩm quyền liên quan đến xuất nhập khẩu (kiểm dịch, cấp chứng nhận xuất xứ, lấy mẫu kiểm tra chất lượng lô hàng...) cần bố trí làm việc cả ngày thứ bảy (hiện nay vẫn có làm nhưng chỉ theo nhu cầu khi cần thiết), để giải quyết kịp thời cho doanh nghiệp xuất hàng đi. Nhà nước cần chú trọng đầu tư những nghiên cứu giúp người nông dân tìm ra giải pháp kết nối rộng hơn để không chỉ được mùa, được giá mà còn được xuất khẩu sản phẩm nông sản chất lượng tốt đến các thị trường quốc tế./.

Tài liệu tham khảo

Niên giám thống kê 2021

Báo cáo thị trường kho lạnh Việt Nam tháng 2 năm 2022, Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại - Bộ Công Thương.

Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ: Phát triển Logistics gắn với vùng sản xuất, kinh doanh nông nghiệp - Viện nghiên cứu chiến lược, chính sách công thương, 2021