

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU MẶT HÀNG RAU QUẢ VIỆT NAM

● NGUYỄN HOÀNG NAM

TÓM TẮT:

Những năm gần đây, cùng với những ưu thế từ điều kiện tự nhiên thuận lợi, mặt hàng rau quả Việt Nam đang có cơ hội lớn khi nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA) được ký kết. Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) có hiệu lực và sắp tới là Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA) được ký kết chính là cơ hội để sản phẩm rau, quả của Việt Nam rộng đường vào các thị trường có quy mô lớn, sức tiêu thụ mạnh. Tuy nhiên, rau quả Việt Nam cũng đang phải đối diện với những thách thức không nhỏ như cạnh tranh thương mại giữa các nước sản xuất, rào cản kỹ thuật từ các nước nhập khẩu, đặc biệt là các yêu cầu về kiểm dịch, an toàn thực phẩm. Bài báo tập trung đưa ra một số thực trạng và gợi ý các giải pháp hữu ích giúp gia tăng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau quả Việt Nam.

Từ khóa: Kim ngạch xuất nhập khẩu rau quả, cơ hội và thách thức với rau quả Việt Nam, giải pháp hữu ích cho rau quả Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Ngành nông nghiệp đang gặp khó khăn khi giá bán của hầu hết các sản phẩm nông nghiệp vẫn đang ở mức thấp so với cùng kỳ năm trước. Nắng nóng gây cháy rừng khiến cho diện tích rừng bị thiệt hại tăng cao ở khu vực Duyên hải miền Trung. Theo Tổng cục Thống kê, 8 tháng năm 2019, các địa phương trên cả nước gieo trồng được 863,3 nghìn ha ngô, bằng 96,9% cùng kỳ năm trước; 100,3 nghìn ha khoai lang, bằng 98,2%; 159,6 nghìn ha lạc, bằng 95,3%; 39,9 nghìn ha đậu tương, bằng 95,9%; 897,7 nghìn ha

rau, đậu, bằng 101,4%. Xuất khẩu nhóm hàng nông sản trong tháng 8 đạt 1,43 tỷ USD, giảm nhẹ 0,06% so với tháng trước, đưa trị giá xuất khẩu nhóm hàng này trong 8 tháng tính từ đầu năm đạt 11,27 tỷ USD, giảm 8,8% so với cùng kỳ năm trước. Trung Quốc vẫn là thị trường lớn nhất nhập khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2019 với 3,81 tỷ USD, giảm 10,4% so với cùng kỳ năm 2018; tiếp theo là thị trường EU (28 nước): 1,73 tỷ USD, giảm 8,5%; Hoa Kỳ: 1,1 tỷ USD, giảm 19,6%. Dựa trên các, các báo cáo về tình hình sản xuất - kinh doanh

nông nghiệp Việt Nam cần xác định rõ thực trạng cho mặt hàng rau quả Việt Nam hiện nay và đề xuất nhóm giải pháp để thúc đẩy gia tăng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản và nâng cao tiêu chuẩn của mặt hàng rau quả Việt Nam trên thị trường quốc tế, như châu Âu, châu Mỹ, châu Á, châu Đại Dương và châu Phi.

2. Thực trạng ngành rau quả Việt Nam

2.1. Diện tích gieo trồng rau quả đến năm 2018

Diện tích rau quả liên tục tăng trong những năm gần đây, tốc độ tăng trưởng bình quân 6%/năm. Năm 2018, diện tích rau quả đạt hơn 1,8 triệu ha, trong đó cây ăn quả đạt gần 1 triệu ha cho sản lượng gần 10 triệu tấn. Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN & PTNT): Miền Nam có 14 loại quả có diện tích lớn (trên 10 ngàn ha/loại), trong đó lớn nhất là xoài (80 ngàn ha), chuối (78 ngàn ha), thanh long (53 ngàn ha), sầu riêng (47 ngàn ha), cam (44 ngàn ha), bưởi (44 ngàn ha), nhãn (35 ngàn ha), dứa (33 ngàn ha), chanh (27 ngàn ha), chôm chôm (25 ngàn ha), mít (20 ngàn ha), quýt (15 ngàn ha), bơ (14 ngàn ha), na (11 ngàn ha). Đồng bằng sông Cửu Long là vùng trồng cây ăn quả chủ lực (chiếm khoảng 58% diện tích cây ăn quả toàn miền Nam), tiếp đến là vùng Đông Nam bộ (17%), vùng duyên hải Nam Trung bộ (15%) và vùng Tây Nguyên (10%).

2.2. Các cơ sở sản xuất rau quả Việt Nam

Cả nước hiện có khoảng 145 cơ sở chế biến rau, quả quy mô công nghiệp, với tổng công suất thiết kế 800.000 tấn sản phẩm/năm. Riêng miền Nam có 71 cơ sở chế biến. Ngoài ra, còn có hàng ngàn cơ sở chế biến quy mô nhỏ.

2.3. Kim ngạch xuất khẩu rau quả giai đoạn 2013 - 2018

Kim ngạch xuất khẩu rau quả liên tục tăng trưởng nhanh từ năm 2013: 1.073 tỷ USD đến 2018 đạt hơn 3,8 tỷ USD. Các thị trường xuất khẩu trái cây của Việt Nam được mở rộng và tăng trưởng mạnh. Từ 13 thị trường đạt kim ngạch trên 1 triệu USD năm 2014, đến năm 2018 đã có 14 thị trường trên 20 triệu USD; 5 thị trường 10 - < 20 triệu USD; 36 thị trường đạt từ 1 - < 10 triệu USD. (Bảng 1).

Bảng 1. Kinh ngạch xuất nhập khẩu rau quả giai đoạn 2013-2018

Đơn vị tính: 1.000 USD

Năm	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Xuất khẩu	1.073	1.489	1.839	2.461	3.502	3.810
Nhập khẩu	415	522	622	925	1.547	1.745

Nguồn: Trích báo cáo tổng kết nhiệm kỳ III 2013-2019 của Hiệp hội Rau quả Việt Nam

3. Cơ hội và thách thức đối với ngành rau quả Việt Nam

3.1. Cơ hội

≈ Các cơ hội từ điều kiện tự nhiên của ngành rau quả Việt Nam hiện nay bao gồm: (1) Giảm thiểu các thủ tục hành chính, khuyến khích thành lập doanh nghiệp mới, doanh nhân trẻ khởi nghiệp, tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững, đẩy mạnh mua bán, sát nhập doanh nghiệp có sự chuyển dịch chủ sở hữu vốn tại một số doanh nghiệp đã góp phần tích cực phát triển số lượng và quy mô hoạt động doanh nghiệp sản xuất-kinh doanh rau, quả; (2) Diện tích đất trồng rau quả gia tăng từ việc chuyển đổi cây công nghiệp lâu năm; (3) Nhiều loại cây ăn quả chủ lực đã hình thành vùng sản xuất tập trung, chuyên canh theo hướng sản xuất hàng hóa. Điển hình là các nhà vườn không ngừng nâng cao trình độ về kỹ thuật canh tác, chăm sóc và thâm canh, như: Unifarm, Lavifoods, Vegetexco, Vegetigi, Antesco, GOC, Doveco...; (4) Bộ giống cây ăn quả, đặc biệt là các giống đặc sắc, phong phú, có giá trị trong xuất khẩu và tiêu thụ nội địa: Việt Nam hiện có 298 giống thuộc 25 nhóm cây ăn quả chủ yếu được trồng trong sản xuất và khoảng 134 giống cây ăn quả bản địa thuộc 15 nhóm cây ăn quả ít phổ biến; (5) Ngành rau quả tiếp tục được sự quan tâm chỉ đạo, lãnh đạo của Đảng, Chính phủ và các bộ, ngành ở Trung ương và các địa phương nhất là Bộ NN & PTNT, Bộ Công Thương. Đặc biệt, một trong các yếu tố quan trọng thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu rau quả là do phát huy tác dụng của Chương trình xúc tiến thương mại cấp quốc gia định hướng phát triển ngành rau quả từ những năm 2014 đến năm

2018. Ngoài ra, Cục Bảo vệ Thực vật - Bộ NN & PTNT năng động, kiên trì thực hiện nhiệm vụ “đi đầu, mở cửa thị trường” cho rau quả. Vừa qua, đã hoàn thành thủ tục để được phép xuất khẩu xoài sang thị trường Hoa Kỳ. Đây là loại trái cây thứ 6 của Việt Nam (sau thanh long, chôm chôm, nhãn, vải thiều và vú sữa) được phép xuất khẩu sang thị trường này.

**Các cơ hội đến từ các thị trường rau quả trên thế giới:* (1) Kim ngạch nhập khẩu rau quả thế giới luôn ở mức cao và liên tục tăng trưởng trong những năm gần đây. Thống kê của tổ chức lương thực và nông nghiệp (FAO) trong 9 năm (2007-2016), giá trị nhập khẩu rau quả luôn ở mức trên 100 tỷ USD/năm, bình quân tăng 12%/năm (từ 110,7 tỷ USD lên 232,1 tỷ USD); (2) Trong các năm gần đây, các hiệp định thương mại tự do (FTA) đa phương và song phương đã ký kết giúp mở rộng các thị trường cho rau quả Việt Nam. Thương mại rau quả thế giới tiếp tục bị chi phối bởi các xu hướng chính: nhu cầu tiêu dùng trái cây nhập khẩu, trái cây lạ, đặc sản gia tăng; tiêu thụ mặt hàng trái cây an toàn, hữu cơ, có giá trị dinh dưỡng cao, thực phẩm chức năng; nhu cầu về sản phẩm chế biến tự nhiên/nguyên chất, tiện lợi, ăn liền. Trong thời gian qua, xuất khẩu trái cây nước ta tăng trưởng ở nhiều thị trường.

Dự báo trong những năm tới thị trường xuất khẩu còn tiếp tục ổn định và phát triển mở rộng với 5 khu vực chính, gồm: (1) Trung Quốc (2) các nước ASEAN, Hong Kong và Đài Loan (3) Nhật Bản, Hàn Quốc (4) Hoa Kỳ và Canada (5) Châu Âu. Bên cạnh đó là các thị trường mới, tiềm năng như Ấn Độ, UAE, Australia và New Zealand; (3) Theo dự báo của FAO, dân số thế giới tiếp tục tăng trưởng cao ở mức 1,1%/năm trong giai đoạn 2011 - 2020; dân số thế giới sẽ tăng thêm 2,5 tỷ người vào năm 2020 (riêng châu Á tăng 1,5 tỷ); (4) Tác dụng của rau, quả đối với sức khỏe con người ngày càng được quan tâm, phổ biến và trở nên thiết yếu. (5) Mức thu nhập của người dân tăng lên, triển vọng giai đoạn 2011-2020 tăng trưởng kinh tế thế giới đạt mức 3,2%/năm giúp mức thu nhập của người dân được cải thiện. Cũng theo dự báo của FAO, thị phần rau quả có tỷ trọng lớn nhất trong nhóm thực phẩm tươi sống toàn cầu, trong đó rau và trái cây chiếm tới hơn

59% và có tốc độ tăng trưởng 2,88% trong giai đoạn 2016-2021.

3.2. Thách thức

(1) Sự tác động của biến đổi khí hậu (khô hạn, xâm nhập mặn,...), tình hình sâu bệnh gây hại, lạm dụng phân bón và thuốc bảo vệ thực vật gây ảnh hưởng đến tuổi thọ vườn trồng, năng suất, chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm.

(2) Hạn chế từ khâu tổ chức sản xuất chưa thực sự đáp ứng được đầy đủ các yêu cầu, đặc biệt là yêu cầu xuất khẩu, thiếu mô hình sản xuất theo chuỗi do quy mô nhỏ lẻ, manh mún, phân tán, khó khăn cho hoạch định đầu tư, quản lý chất lượng và tiêu thụ, còn nhiều doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm trong việc liên kết sản xuất.

(3) Mặc dù có sự cải thiện đáng kể, tuy nhiên năng suất cây ăn quả Việt Nam nhìn chung còn thấp so với bình quân chung thế giới và khu vực, làm giảm hiệu quả và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

(4) Diện tích trồng cây ăn quả áp dụng quy trình sản xuất an toàn (GlobalGAP, VietGAP) hoặc theo hướng an toàn còn thấp (chiếm 10-15% trên tổng diện tích). Việc lạm dụng phân hóa học, thuốc bảo vệ thực vật luôn là nguyên nhân dẫn đến không đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, ảnh hưởng đến thương hiệu trái cây Việt Nam trên thị trường nội địa và xuất khẩu. Hiện nay, 70 - 80% hàng nông sản Việt Nam khi xuất khẩu không mang thương hiệu của doanh nghiệp Việt Nam.

(5) Cơ sở hạ tầng các vùng sản xuất cây ăn quả tập trung còn yếu và thiếu, chưa đáp ứng kịp tốc độ phát triển của sản xuất như hệ thống giao thông nội vùng, phương tiện vận chuyển chuyên dùng, chi phí logistic và giá cước vận chuyển cao.

(6) Hệ thống phân phối, tiêu thụ sản phẩm chưa chuyên nghiệp; thiếu chuỗi liên kết giữa doanh nghiệp, người nông dân và người tiêu dùng; chuỗi giá trị trái cây còn nhiều khâu trung gian làm giá thành tăng cao.

(7) Tỷ lệ thất thoát sau thu hoạch còn cao, công nghệ xử lý sau thu hoạch tốn thời gian.

(8) Công tác nghiên cứu, sản xuất và ứng dụng giống cây ăn quả còn thiếu và yếu, giống “yếu” nên phải sử dụng nhiều thuốc bảo vệ thực vật, thuốc kích thích sinh trưởng.

(9) Thiếu công nghệ và nhà máy chế biến. Các sản phẩm chế biến chủ yếu phục vụ cho xuất khẩu, tuy nhiên chưa đa dạng, nhiều nhà máy chưa có công nghệ hiện đại.

(10) Rau quả có nhiều chủng loại nên còn nhiều mặt hạn chế trong lập hệ thống dữ liệu thống kê và thông tin thị trường, chưa nghiên cứu đầy đủ và toàn diện về cung cầu ngành hàng rau quả. Đặc biệt là những thị trường lớn, còn phụ thuộc nhiều vào thị trường Trung Quốc.

(11) Cạnh tranh thương mại giữa các nước sản xuất, rào cản kỹ thuật từ các nước nhập khẩu. Đặc biệt là các yêu cầu về kiểm dịch, an toàn thực phẩm. Về quả, Trung Quốc yêu cầu chất lượng rau quả nhập khẩu ngày càng cao, có truy xuất nguồn gốc. Rau quả vào châu Âu bị rà soát và xiết chặt quy định về an toàn thực phẩm và gia tăng tần suất kiểm tra, gây bất lợi đến tiến độ xuất khẩu. Hiện nay, châu Âu đang tiếp tục dự thảo các quy định mới chặt chẽ hơn về tiêu chuẩn chất lượng đối với một số sản phẩm trồng trọt nhập khẩu từ Việt Nam. Chẳng hạn tháng 11 năm 2018, châu Âu thông báo thay đổi quy định kiểm soát dư lượng thuốc trừ sâu từ Regulation số 669/2009 chuyển sang Regulation số 1660/2018 đối với trái Thanh long (Việt Nam), Lá nho (Thổ Nhĩ Kỳ), Lá cà ry (Ấn Độ), tần suất kiểm tra Thanh long là 10% áp dụng từ ngày 8/12/2018 trở đi.

4. Giải pháp phát triển ngành rau quả Việt Nam

(1) Tập hợp nhiều nông dân sản xuất nhỏ lẻ tham gia hình thành các hợp tác xã trái cây, nông trại có quy mô lớn hay vùng trồng cây ăn trái tập trung (giống như cánh đồng lớn).

(2) Phổ biến và áp dụng các kỹ thuật canh tác mới hiệu quả, đặc biệt là hướng đến trồng cây ăn trái an toàn theo tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP và có chỉ dẫn địa lý, truy xuất nguồn gốc rõ ràng.

(3) Đẩy mạnh liên kết giữa các vùng lại với nhau để giúp việc sản xuất, tiêu thụ và xuất khẩu được hiệu quả hơn.

(4) Phối hợp tốt hơn với các nhà khoa học trong việc nghiên cứu, nhân giống nhằm tạo ra những cây ăn quả mới tốt hơn, hấp dẫn hơn về mẫu mã, màu sắc, mùi vị.

(5) Nghiên cứu thị hiếu người tiêu dùng để tăng sản lượng xuất khẩu, cạnh tranh hiệu quả

với các nước xung quanh khu vực và trên thế giới.

(6) Đầu tư trung tâm với hệ thống logistic hiện đại khép kín từ sân bay, cảng đến đóng gói, chế biến xuất khẩu.

(7) Huy động các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh rau, quả tham gia vào Hiệp hội Rau quả Việt Nam;

(8) Tham gia các triển lãm AsiaWorld-Expo. Diễn đàn kinh doanh Asiafruit sẽ cung cấp một loạt các ý tưởng và giải pháp thiết thực để giúp các công ty phát triển kinh doanh sản phẩm tươi sống. Hiệu ứng Spotlight - một tính năng mới trên trang web Asia Fruit Logistica - mô tả một loạt các sáng kiến được đưa ra hoặc trưng bày lần đầu tiên tại triển lãm, cung cấp một hướng dẫn nhanh chóng hữu ích cho khách thương mại tham quan và đại diện truyền thông Asia Fruit Logistica và Asiafruit Congress đang cung cấp nhiều cơ hội kinh doanh và thông tin toàn diện nhất cho thương mại rau quả tươi châu Á.

(9) Khuyến khích các doanh nghiệp trong Hiệp hội Rau quả Việt Nam tham gia triển lãm EXPO 2020 tại thành phố Dubai để giới thiệu quảng cáo về mặt hàng rau quả Việt Nam. Tham gia triển lãm & hội nghị quốc tế (HortEx Vietnam) lần thứ 3 về công nghệ sản xuất và chế biến rau, hoa quả tại Việt Nam 2020.

5. Kết luận

Qua số liệu xuất nhập khẩu của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu rau quả Việt Nam có xu hướng gia tăng do nhu cầu sử dụng rau quả của một số quốc gia trong châu Âu, châu Mỹ. Hơn nữa, diện tích canh tác rau quả gia tăng từ chuyển dịch các cây trồng công nghiệp lâu năm. Tuy nhiên, rau quả Việt Nam còn gặp các thách thức đến từ việc kiểm định dư lượng thuốc bảo vệ thực vật tại các thị trường châu Mỹ, châu Âu. Thiếu hiệu quả đồng bộ từ nơi canh tác cho đến nơi sơ chế rau quả làm cho quá trình xuất khẩu bị chậm tiến độ và công nghệ xử lý hậu thu hoạch đặt ra nhiều thách thức cho rau quả Việt Nam. Bài báo tập trung nêu ra thực trạng và giải pháp cho rau quả Việt Nam tại thời điểm hiện tại nhằm đáp ứng yêu cầu chất lượng rau quả của các nước phát triển và đẩy mạnh hơn nữa hoạt động xuất khẩu rau quả Việt Nam trong thời gian tới. ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- (1) Tổng cục Thống kê (2019), *Thông tin Kinh tế - Xã hội 8 tháng năm 2019*.
- (2) Tổng cục Hải quan (2019), *Số liệu kim ngạch xuất nhập khẩu nông sản Việt Nam*.
- (3) Hiệp hội Rau quả Việt Nam (2019), *Báo cáo tổng kết nhiệm kỳ III 2013-2019*.
- (4) Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp - FAO (2016), *Kim ngạch xuất nhập khẩu rau quả thế giới*.

Ngày nhận bài: 2/8/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/8/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/8/2019

Thông tin tác giả:

Th.S NGUYỄN HOÀNG NAM

Khoa Quản trị kinh doanh

Trường Đại học Thương mại

CURRENT SITUATION AND FEASIBLE SOLUTIONS TO INCREASE VIETNAM'S EXPORT TURNOVER OF FRUITS AND VEGETABLES

● Master. **NGUYEN HOANG NAM**

Faculty of Business Administration

Thuongmai University

ABSTRACT:

In recent years, along with the advantages of favorable natural conditions, Vietnam's fruits and vegetables have had great opportunities thanks to many free trade agreements (FTAs) that Vietnam signed. The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) and the upcoming Vietnam-European Union Free Trade Agreement (EVFTA) bring opportunities to Vietnam's fruits and vegetables exporters to enter into large markets. However, Vietnamese vegetables and fruits are also facing significant challenges such as the competition from other countries and technical barriers of importing countries, especially requirements on quarantine and food safety. This paper presents some facts and suggests some feasible solutions to increase Vietnam's export turnover of fruits and vegetables.

Keywords: Import-export turnover of fruits and vegetables, opportunities and challenges for Vietnamese vegetables and fruits, useful solutions for Vietnamese vegetables and fruits.