

BỘ THƯƠNG MẠI  
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

Chủ biên: PGS.TS. NGUYỄN VĂN NAM

# THỊ TRƯỜNG XUẤT - NHẬP KHẨU Rau Quả



NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ

**BỘ THƯƠNG MẠI  
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI**

**Chủ biên: PGS.TS. Nguyễn Văn Nam**

**THỊ TRƯỜNG XUẤT-NHẬP KHẨU  
RAU QUẢ  
REPORT ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET**

**NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ  
HÀ NỘI, 2005**

## **TẬP THỂ TÁC GIẢ:**

**PGS.TS. Nguyễn Văn Nam**

**ThS. Đỗ Kim Chi**

**ThS. Nguyễn Việt Hưng**

**ThS. Nguyễn Thanh Nga**

**CN. Phạm Hồng Lam**

**33 - 335**

**Mã số: ————— 232 - 133 - 2004**

**TK 2004**

# MỤC LỤC

|                                                                       | <i>Trang</i> |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>LỜI GIỚI THIỆU</b>                                                 | 11           |
| <b>1. THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ THẾ GIỚI</b>                                 | 13           |
| <b>1.1. Đặc điểm thị trường rau quả thế giới</b>                      | 13           |
| 1.1.1. Đặc điểm sản phẩm                                              | 13           |
| 1.1.2. Đặc điểm thị trường                                            | 18           |
| 1.1.3. Mô hình buôn bán rau quả toàn cầu                              | 19           |
| <b>1.2. Thực trạng thị trường rau quả thế giới</b>                    | 33           |
| 1.2.1. Thị trường rau quả tươi thế giới                               | 33           |
| 1.2.2. Thị trường rau quả chế biến thế giới                           | 46           |
| <b>1.3. Dự báo thị trường rau quả tới năm 2010</b>                    | 51           |
| 1.3.1. Các yếu tố tác động tới thị trường rau quả trong những năm tới | 51           |
| 1.3.2. Triển vọng thị trường rau quả thế giới                         | 54           |
| <b>1.4. Một số thị trường nhập khẩu rau quả chủ yếu</b>               | 59           |
| 1.4.1. Thị trường rau quả Hoa Kỳ                                      | 59           |
| 1.4.2. Thị trường EU                                                  | 63           |
| 1.4.3. Thị trường Nhật Bản                                            | 70           |
| 1.4.4. Thị trường Trung Quốc                                          | 76           |
| 1.4.5. Thị trường Nga                                                 | 80           |
| <b>2. THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM</b>                             | 83           |
| <b>2.1. Tình hình sản xuất và tiêu thụ nội địa</b>                    | 83           |
| 2.1.1. Sản xuất                                                       | 83           |
| 2.1.2. Tiêu thụ nội địa                                               | 89           |
| <b>2.2. Tình hình nhập khẩu</b>                                       | 95           |
| <b>2.3. Tình hình xuất khẩu</b>                                       | 97           |

|                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>2.4. Đánh giá năng lực cạnh tranh xuất khẩu rau quả của Việt Nam</b>                | 106 |
| 2.4.1. Khả năng tạo nguồn cung xuất khẩu                                               | 106 |
| 2.4.2. Khả năng phát triển thị trường xuất khẩu                                        | 116 |
| 2.4.3. Các đối thủ cạnh tranh                                                          | 124 |
| <b>3. CÁC CHÍNH SÁCH TÁC ĐỘNG TỚI XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM</b>                   | 129 |
| 3.1. Các chính sách phát triển sản xuất/xuất khẩu rau quả                              | 129 |
| 3.1.1. Các chính sách ảnh hưởng đến sản xuất rau quả                                   | 129 |
| 3.1.2. Chính sách lưu thông và xuất nhập khẩu hàng hoá                                 | 140 |
| 3.2. Chính sách và lộ trình hội nhập                                                   | 152 |
| 3.2.1. Khu vực mậu dịch tự do ASEAN                                                    | 152 |
| 3.2.2. Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ                                          | 154 |
| 3.2.3. Chương trình thu hoạch sớm                                                      | 157 |
| 3.2.4. WTO                                                                             | 158 |
| <b>4. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH</b>                                                  | 161 |
| 4.1. Một số quan điểm về phát triển xuất khẩu rau quả                                  | 163 |
| 4.2. Một số kiến nghị chính sách nhằm phát triển xuất khẩu rau quả trong thời gian tới | 165 |
| 4.2.1. Các chính sách nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm rau quả xuất khẩu | 165 |
| 4.2.2. Chính sách thương mại và khuyến khích xuất khẩu                                 | 179 |
| 4.2.3. Chính sách phát triển thị trường xuất khẩu và xúc tiến thương mại               | 180 |
| 4.2.4. Chính sách phát triển các Hiệp hội ngành hàng                                   | 187 |
| 4.2.5. Hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực                                                | 188 |
| 4.3. Kết luận và đề xuất                                                               | 190 |
| <b>PHỤ LỤC</b>                                                                         | 194 |
| <b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>                                                     | 207 |
| <b>BẢN TÓM TẮT BẰNG TIẾNG ANH – REPORT ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET</b>               | 209 |

# DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, PHỤ LỤC

|                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bảng 1.1. Phân loại rau quả theo mã HS                                                         | 13  |
| Bảng 1.2. Tình hình xuất khẩu một số loại rau quả chủ yếu trên thế giới                        | 23  |
| Bảng 1.3. Tổng giá trị thương mại rau quả toàn cầu                                             | 25  |
| Bảng 1.4. Mô hình buôn bán rau quả toàn cầu giai đoạn 1999-2001                                | 26  |
| Bảng 1.5. Các nước xuất khẩu rau tươi lớn nhất thế giới                                        | 33  |
| Bảng 1.6. Các nước nhập khẩu rau lớn nhất thế giới                                             | 35  |
| Bảng 1.7. Các nước xuất khẩu quả tươi lớn nhất thế giới                                        | 39  |
| Bảng 1.8. Các nước nhập khẩu quả tươi lớn nhất thế giới                                        | 44  |
| Bảng 1.9. Các nước xuất khẩu rau quả chế biến lớn nhất thế giới                                | 47  |
| Bảng 1.10. Các nước nhập khẩu rau quả chế biến lớn nhất thế giới                               | 49  |
| Bảng 2.1. Diện tích trồng rau, quả của Việt Nam                                                | 84  |
| Bảng 2.2. Diện tích trồng cây ăn quả phân theo vùng năm 2002                                   | 86  |
| Bảng 2.3. Kim ngạch xuất khẩu rau quả thời kỳ 1995 - 2003                                      | 98  |
| Bảng 2.4. Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thị trường xuất khẩu chính         | 104 |
| Bảng 2.5. So sánh sản lượng rau quả của một số nước trong khu vực                              | 108 |
| Bảng 2.6. So sánh năng lực sản xuất/xuất khẩu một số loại quả chính năm 2002                   | 10  |
| Bảng 2.7. Thị phần của một số nước châu Á trên thị trường rau quả thế giới giai đoạn 1997-2001 | 117 |
| Bảng 2.8. Tiềm năng xuất khẩu quả của Việt Nam theo thị trường                                 | 124 |

## **Đồ thị**

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| Đồ thị 2.1. Thị trường nhập khẩu rau quả chủ yếu của Việt nam năm 2003 | 96  |
| Đồ thị 2.2. Nhập khẩu một số rau quả chính năm 2003                    | 96  |
| Đồ thị 2.3. Xuất khẩu rau quả theo thị trường năm 2003                 | 100 |

## **Sơ đồ**

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Sơ đồ 1.1. Kênh phân phối rau quả trên thị trường Hoa Kỳ     | 61 |
| Sơ đồ 1.2. Kênh phân phối rau quả trên thị trường EU         | 66 |
| Sơ đồ 1.3. Kênh phân phối rau quả trên thị trường Nhật Bản   | 72 |
| Sơ đồ 1.4. Kênh phân phối rau quả trên thị trường Trung Quốc | 80 |
| Sơ đồ 2.1. Mạng lưới phân phối và tiêu thụ rau của Việt Nam  | 94 |

## **Phụ lục**

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Phụ lục 1A. Các nước xuất khẩu rau trên thế giới (theo HS chương 07)        | 194 |
| Phụ lục 1B. Các nước nhập khẩu rau trên thế giới (theo HS chương 07)        | 197 |
| Phụ lục 2A. Các nước xuất khẩu quả và hạt trên thế giới (Theo HS chương 08) | 199 |
| Phụ lục 2B. Các nước nhập khẩu quả và hạt trên thế giới (Theo HS chương 08) | 201 |
| Phụ lục 3A. Các nước xuất khẩu quả, hạt và rau chế biến (Theo HS chương 20) | 203 |
| Phụ lục 3B. Các nước xuất khẩu quả, hạt và rau chế biến (Theo HS chương 20) | 205 |

# DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

## TIẾNG ANH

|           |                                                    |                                                                  |
|-----------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| APHIS     | Animal and Plant Health Inspection Service         | Cơ quan Kiểm dịch động thực vật trực thuộc Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ |
| ASEAN     | Association of Southeast Asian Nations             | Hiệp hội Các quốc gia Đông Nam Á                                 |
| BANCOMEXT | Foreign Trade National Bank (Mexico)               | Ngân hàng Ngoại thương Mêhicô                                    |
| CA        | Controlled atmosphere                              | Hệ thống Kiểm soát môi trường không khí                          |
| CAFTA     | Central American Free Trade Agreement              | Hiệp định Thương mại tự do Hoa Kỳ – Trung Mỹ                     |
| CAP       | Common Agricultural Policy (of the European Union) | Chính sách Nông nghiệp chung của châu Âu                         |
| CEPT      | Common Effective Preferential Tariff (ASEAN)       | Hiệp định Ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung (ASEAN)             |

|          |                                                       |                                                         |
|----------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| EC       | European Commission<br>(European Union)               | Ủy ban châu Âu                                          |
| ECONOMIA | Ministry of Economia,<br>Mexico                       | Bộ Kinh tế Mêhicô                                       |
| EHP      | Early Harvest Programme                               | Chương trình Thu hoạch sớm                              |
| EMIA     | Export Marketing and Investment Assistance Scheme     | Hệ thống hỗ trợ đầu tư và marketing xuất khẩu (Nam Phi) |
| EP       | Entry prices                                          | Hệ thống Giá tối thiểu                                  |
| ERS      | Economic Research Service                             | Dịch vụ nghiên cứu kinh tế                              |
| EU       | European Union                                        | Liên minh châu Âu                                       |
| EUROGAP  | EU's European Good Agriculture Products               | Cơ quan Chất lượng nông sản thực phẩm của EU            |
| FAO      | Food and Agriculture Organization<br>(United Nations) | Tổ chức Nông lương Thế giới của Liên hiệp quốc          |
| FDA      | Food & Drug Administration<br>(USA)                   | Cơ quan quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ           |

|       |                                                        |                                                        |
|-------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| FTA   | Free Trade Area                                        | Khu vực mậu dịch tự do                                 |
| GDP   | Gross Domestic Product                                 | Thu nhập quốc nội                                      |
| GOST  | Government Committee for Metrology and Standardization | Ủy ban Quốc gia về Đo lường và Tiêu chuẩn hoá (LB Nga) |
| GSP   | Generalized System of Preferences                      | Hệ thống Ưu đãi thuế quan phổ cập                      |
| HS    | Harmonized System                                      | Hệ thống Hải hoà                                       |
| IFPRI | International Food Policy Research Institute           | Viện Nghiên cứu Chính sách lương thực Quốc tế          |
| LDC   | Less Developed Country                                 | Các nước chậm phát triển                               |
| MAP   | Market Access Program                                  | Chương trình Thâm nhập thị trường                      |
| MFN   | Most Efavored-Nation                                   | Quy chế tối huệ quốc                                   |
| MRL   | Minimal Risk Levels                                    | Qui định về giảm tối đa mức độ các chất dư lượng       |
| NAFTA | North American Free Trade Agreement                    | Khu vực Mậu dịch tự do Bắc Mỹ                          |

|        |                                                  |                                                        |
|--------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| TQR    | Tariff Rate Quota                                | Hạn ngạch thuế quan                                    |
| UAE    | United Arab Emirates                             | Cộng đồng các Vương quốc Ả rập thống nhất              |
| UN     | United Nations                                   | Liên hiệp quốc                                         |
| UNCTAD | United Nations Conference on Trade & Development | Hội nghị về Thương mại và Phát triển của Liên hợp quốc |
| USDA   | United States Department of Agriculture          | Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ                                  |
| VAT    | Value Added Tax                                  | Thuế Giá trị gia tăng                                  |
| WTO    | World Trade Organization                         | Tổ chức Thương mại Thế giới                            |

## TIẾNG VIỆT

|         |                                     |
|---------|-------------------------------------|
| DN      | Doanh nghiệp                        |
| DNVVN   | Doanh nghiệp vừa và nhỏ             |
| ĐBSCL   | Đồng bằng sông Cửu long             |
| ĐNB     | Đông Nam bộ                         |
| HTX     | Hợp tác xã                          |
| KNXK    | Kim ngạch xuất khẩu                 |
| NN&PTNT | Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn |
| XHCN    | Xã hội chủ nghĩa                    |

## LỜI GIỚI THIỆU

Sản xuất rau quả đóng vai trò quan trọng trong nền nông nghiệp của nhiều nước trên thế giới. Theo Tổ chức Nông lương Quốc tế, diện tích trồng cây ăn quả của thế giới hiện vào khoảng 12 triệu ha với sản lượng 400-420 triệu tấn, bình quân đầu người 65-70kg/năm. Diện tích trồng rau khoảng 15 triệu ha, sản lượng 590-600 triệu tấn, bình quân đầu người đạt 85-90 kg/năm. Rau quả cũng chiếm một vị trí quan trọng trong thương mại hàng nông sản thế giới với giá trị trao đổi toàn cầu đạt 26,9 tỷ USD trong năm 2003 và cũng là nguồn thu ngoại tệ quan trọng đối với nhiều nước đang phát triển.

Rau quả cũng là một ngành sản xuất quan trọng trong nông nghiệp Việt Nam. Có thể nói, Việt Nam có nhiều điều kiện để phát triển ngành rau quả với các điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng phù hợp với nhiều loại rau quả nhiệt đới, á nhiệt đới và cả một số loại rau quả ôn đới. Chỉ trong 10 năm (1991-2000) diện tích trồng rau của Việt Nam đã tăng từ 249,9 ngàn ha lên 445 ngàn ha, bình quân tăng 5,9%/năm. Diện tích cây ăn quả tăng từ 281,2 ngàn ha lên 541 ngàn ha, bình quân tăng 6,8%/năm. Sản lượng rau tăng từ 3,17 triệu tấn lên 5,95 triệu tấn, bình quân tăng 6,5%/năm và sản lượng quả tăng từ 1,35 triệu tấn lên 5,08 triệu tấn, bình quân tăng 14,2%/năm

Sau khi suy giảm mạnh trong những năm đầu thập niên 90 do mất thị trường xuất khẩu truyền thống ở các nước khối SEV, từ năm 1995, xuất khẩu rau quả của Việt Nam đã hồi phục và đạt được bước tăng trưởng khá quan trọng giai đoạn 1996 - 2000. Kim ngạch xuất khẩu đã tăng từ 56,1 triệu USD năm 1995 lên 305 triệu USD trong năm 2001, đạt mức tăng bình quân 32,6%/năm. Với những thế mạnh là khí hậu và đất trồng thuận lợi, khả năng đa dạng hoá sản phẩm, nguồn lao động dồi dào, rau quả Việt Nam đã vươn tới 50 quốc gia trên thế giới.

Tuy nhiên, sự phát triển của ngành rau quả Việt Nam vẫn còn nhiều vấn đề bất cập. Khả năng dự trữ, chế biến còn rất hạn chế; chất lượng không cao; giá xuất khẩu rau quả của Việt Nam vẫn ở mức thua thiệt trên thị trường thế giới; diện tích trồng trái cây trong nước còn quá manh mún, không có vùng chuyên canh như nhiều nước xuất khẩu rau quả khác, nên khi có đơn đặt hàng số lượng lớn, ổn định thì không đủ cung cấp; thị trường xuất khẩu đã có những bước phát triển nhưng vẫn phụ thuộc vào một số thị trường xuất khẩu chính, đặc biệt là thị trường Trung Quốc. Vì vậy, khi xuất khẩu sang Trung Quốc gặp khó khăn do những thay đổi trong chính sách quản lý nhập khẩu, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam đã giảm mạnh từ năm 2002 đến nay và vẫn chưa có dấu hiệu hồi phục.

Để khắc phục những khó khăn đang hạn chế sự phát triển của ngành rau quả, nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu, cần đánh giá được những yếu tố tác động tới khả năng phát triển xuất khẩu rau quả của Việt Nam trên thị trường thế giới và tìm ra những giải pháp thích hợp cho sự phát triển xuất khẩu.

Cuốn sách này được biên soạn dựa trên kết quả nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Thương mại trong khuôn khổ dự án "Nâng cao năng lực nghiên cứu chính sách thực hiện chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2001-2010" do tổ chức SIDA Thụy Điển tài trợ.

Mục tiêu của cuốn sách này là tập trung mô tả các đặc điểm, cơ cấu và xu hướng phát triển thị trường rau quả thế giới trong những năm tới, triển vọng phát triển sản xuất rau quả của Việt Nam, những mặt hàng Việt Nam có cơ hội xuất khẩu và khả năng thâm nhập của rau quả Việt Nam vào các thị trường nhập khẩu tiềm năng cũng như phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của xuất khẩu rau quả của Việt Nam trên các thị trường xuất khẩu chủ yếu... từ đó tìm ra các giải pháp thích hợp cho sự phát triển của ngành rau quả Việt Nam trong những năm tới.

# 1. THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ THẾ GIỚI

## 1.1. Đặc điểm thị trường rau quả thế giới

### 1.1.1. Đặc điểm sản phẩm:

Theo cách thống kê thương mại của Liên hợp quốc, rau quả được chia thành 6 nhóm với thị phần xuất khẩu tương ứng trong giai đoạn 1999 - 2001 như sau: trái cây tươi (30,6%), rau tươi (20,3%), rau quả chế biến (30,3%), nước ép trái cây (9,0%), hạt và quả có hạt (9,7%). Tổ chức Nông lương Quốc tế (FAO) chia rau quả thành nhóm các mặt hàng xuất khẩu truyền thống (traditional exports - TEs, bao gồm chuối và quả có múi) và các sản phẩm xuất khẩu phi truyền thống (non - traditional exports, bao gồm các loại rau quả còn lại). Theo Hệ thống Hải quan (HS) được nhiều nước áp dụng, các loại rau tươi thuộc nhóm HS 07, các loại quả tươi thuộc nhóm HS 08 và các loại rau quả chế biến thuộc nhóm HS 20, cụ thể như sau:

**Bảng 1.1 : Phân loại rau quả theo mã HS**

| Mã HS   | Rau                                  |
|---------|--------------------------------------|
| 0701    | Khoai tây                            |
| 0702    | Cà chua                              |
| 0703.10 | Hành                                 |
| 0703.20 | Tỏi                                  |
| 0703.90 | Tỏi tây                              |
| 0704.10 | Hoa lơ và hoa lơ kép                 |
| 0704.90 | Bắp cải                              |
| 0705    | Rau diếp, xà lách                    |
| 0706.10 | Cà rốt và củ cải                     |
| 0707.00 | Dưa chuột và dưa chuột ri            |
| 0708    | Các loại rau đậu đã hoặc chưa bóc vỏ |
| 0709.10 | Cây A-ti-sô                          |

|         |               |
|---------|---------------|
| 0709.20 | Măng tây      |
| 0709.30 | Cà tím        |
| 0709.40 | Cần tây       |
| 0709.51 | Nấm chỉ       |
| 0709.52 | Nấm cục       |
| 0709.60 | Ớt quả        |
| 0709.70 | Rau bi-na     |
| 0709.90 | Các loại khác |

| Mã HS   | Quả                                                                                 |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 0803.00 | Chuối, kể cả chuối lá                                                               |
| 0804.10 | Chà là                                                                              |
| 0804.20 | Quả sung, vả                                                                        |
| 0804.30 | Quả dứa                                                                             |
| 0804.40 | Quả bơ                                                                              |
| 0804.50 | Quả ổi, xoài, măng cụt                                                              |
| 0805    | Các loại quả có mùi                                                                 |
| 0806.10 | Nho                                                                                 |
| 0807    | Các loại dưa và đu đủ                                                               |
| 0808.10 | Quả táo                                                                             |
| 0808.20 | Quả lê                                                                              |
| 0809.10 | Quả mơ                                                                              |
| 0809.20 | Quả anh đào                                                                         |
| 0809.30 | Quả đào                                                                             |
| 0809.40 | Quả mận và quả mận gai                                                              |
| 0810    | Dâu tây, dâu tằm, dâu đỏ<br>Quả lý gai đỏ, đen, trắng<br>Quả kiwi, đào, lạc tiên... |
| 0810.90 | Loại khác                                                                           |

| Mã HS               | Rau quả chế biến                                                                           |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Rau đóng hộp</i> |                                                                                            |
| 2001                | Rau, quả, hạt và phần ăn được của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng dấm hoặc axit axetic |
| 1000                | Dưa chuột và dưa chuột bao tử                                                              |
| 2000                | Hành                                                                                       |

|                     |                                                                                                                                                                 |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9010                | Xoài pure                                                                                                                                                       |
| 9020                | Các loại quả thuộc họ Ớt                                                                                                                                        |
| 9030                | Ngô ngọt                                                                                                                                                        |
| 9040                | Củ từ, khoai lang và những phần ăn được tương tự của cây có chứa ít nhất 5% tinh bột                                                                            |
| 9060                | Hạt cò                                                                                                                                                          |
| 9065                | Ôliu                                                                                                                                                            |
| 9070                | Hạt tiêu ngọt                                                                                                                                                   |
| 9075                | Salad củ cải đường                                                                                                                                              |
| 9085                | Bắp cải                                                                                                                                                         |
| 9091/96             | Loại khác                                                                                                                                                       |
| 2005                | Các loại rau khác đã chế biến trừ bảo quản bằng dấm hoặc axit axetic, không đông lạnh không bảo quản bằng đường                                                 |
| 10                  | Các loại rau tương tự                                                                                                                                           |
| 20                  | Khoai tây                                                                                                                                                       |
| 40                  | Đậu Hà Lan                                                                                                                                                      |
| 51/59               | Đậu                                                                                                                                                             |
| 60                  | Măng tây                                                                                                                                                        |
| 70                  | Ôliu                                                                                                                                                            |
| 80                  | Ngô ngọt                                                                                                                                                        |
| 90                  | Các loại rau khác và rau tổng hợp                                                                                                                               |
| <b>Quả đóng hộp</b> |                                                                                                                                                                 |
| 2008                | Rau, quả, hạt và phần ăn được của cây, trừ loại được chế biến hoặc bảo quản bằng đường hoặc các thành phần làm ngọt và lên men, không gồm các chất phụ gia khác |
| 20                  | Dứa                                                                                                                                                             |
| 30                  | Quả có múi                                                                                                                                                      |
| 40                  | Lê                                                                                                                                                              |
| 50                  | Quả mơ                                                                                                                                                          |
| 60                  | Cheri                                                                                                                                                           |
| 70                  | Đào                                                                                                                                                             |

|                     |                                                                                                     |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 80                  | Dầu tây                                                                                             |
| 91                  | Hạt cò                                                                                              |
| 92                  | Quả hỗn hợp                                                                                         |
| 99                  | Các loại quả khác                                                                                   |
| <i>Mứt</i>          |                                                                                                     |
| 2007                | Mứt quả nghiền, thạch, marmalade, có hoặc không thêm đường hay các chất ngọt khác                   |
| 10                  | Mứt nghiền                                                                                          |
| 91                  | Mứt từ quả có mùi                                                                                   |
| 99                  | Mứt từ các loại quả khác                                                                            |
| <i>Nấm chế biến</i> |                                                                                                     |
| 2001                | Rau, quả, hạt và các phần ăn được của cây được chế biến sẵn hoặc bảo quản bằng dấm hoặc axit axetic |
| 9050                | Nấm                                                                                                 |
| 2003                | Nấm và nấm cục, trừ được chế biến hoặc bảo quản bằng dấm hoặc axit axetic                           |
| 1030                | Nấm trồng                                                                                           |
| 1080                | Các loại nấm khác                                                                                   |
| 2000                | Nấm cục                                                                                             |
| 2009                | Nước quả và nước rau, chưa lên men và không cho thêm cồn                                            |
| 11                  | Nước cam ép đông lạnh                                                                               |
| 19                  | Nước cam ép không đông lạnh                                                                         |
| 20                  | Nước nho                                                                                            |
| 30                  | Nước của bất kỳ một loại quả có mùi nào                                                             |
| 40                  | Nước dừa                                                                                            |
| 50                  | Nước khoai tây                                                                                      |
| 60                  | Nước nho (kể cả nước nho lên men)                                                                   |
| 70                  | Nước táo                                                                                            |
| 80                  | Nước của bất kỳ một loại rau nào                                                                    |
| 90                  | Nước rau quả hỗn hợp                                                                                |

Sản phẩm rau quả các loại (ở dạng tươi hoặc đã chế biến) ngày càng giữ một vai trò quan trọng trong cơ cấu tiêu dùng của dân cư. Nhu cầu về rau quả có xu hướng tăng lên và thị trường rau quả thế giới đang mở ra nhiều cơ hội mới cho các nhà kinh doanh xuất khẩu. Tuy nhiên, sản phẩm rau quả có những điểm đặc thù, đặt ra những đòi hỏi riêng trong thực tiễn kinh doanh xuất nhập khẩu:

- Rau quả là một trong những mặt hàng dễ hỏng, có thời gian sử dụng ngắn, giá trị kinh tế tương đối thấp. Cho nên, muốn thu được hiệu quả kinh doanh cao, phải huy động được một số lượng hàng tương đối lớn và hoàn tất hợp đồng trong thời gian ngắn.

Tính mùa vụ của sản phẩm phải được tôn trọng và tập trung khai thác triệt để mới có hiệu quả kinh doanh cao.

- Việc vận chuyển mặt hàng này đòi hỏi phải có những phương tiện vận tải chuyên dụng, hệ thống làm lạnh, hệ thống kho bảo quản chuyên dụng và đồng bộ. Có như vậy mới tránh được những tổn thất thường xuyên phát sinh làm giảm mất giá trị của sản phẩm như bị dập, thối...

- Để duy trì chất lượng của sản phẩm giao xuất khẩu tốt, còn phải có một quy trình xử lý sản phẩm cũng như công nghệ bảo quản sau thu hoạch (kể cả thủ công nhất) phù hợp với yêu cầu riêng của mỗi loại.

- Sản phẩm rau quả các loại đòi hỏi phải có một số lượng lớn bao bì đồng bộ và phù hợp với tính chất của từng loại rau quả sau khi thu hoạch. Rau quả các loại rất khác nhau về khả năng duy trì độ tươi mới sau thu hoạch cũng như chịu tác động của môi trường bên ngoài. Do vậy cấu tạo của từng loại bao bì có ý nghĩa quan trọng trong việc bảo quản chất lượng sản phẩm.

- Sản phẩm rau quả chịu ảnh hưởng rất lớn của điều kiện thiên nhiên, vì vậy việc sản xuất rau quả cung ứng cho xuất khẩu phụ thuộc rất nhiều vào thời tiết. Để kinh doanh mặt hàng này đòi hỏi người làm công tác xuất khẩu phải gắn bó chặt chẽ với người sản xuất trong việc đảm bảo nguồn hàng cung ứng cho xuất khẩu.

Tóm lại, việc kinh doanh ngành hàng rau quả xuất khẩu đòi hỏi phải được hình thành trên cơ sở một dây chuyền đồng bộ, khép kín từ kỹ thuật gieo trồng và trình độ thâm canh cao, tạo nguồn hàng xuất khẩu tập trung, đến quy trình xử lý hợp lý sau thu hoạch, hệ thống bảo quản và vận tải thích hợp.

### ***1.1.2. Đặc điểm thị trường***

- Cung trên thị trường rau quả có hệ số co giãn rất thấp đối với giá cả trong ngắn hạn, khi giá thị trường tăng hay giảm thì lượng cung cũng ít thay đổi do đặc điểm của quá trình sản xuất rau quả: Rau quả là đối tượng có yêu cầu phù hợp cao về đất đai, thổ nhưỡng, khí hậu...

Rau quả tươi là những sản phẩm có thời hạn sử dụng ngắn, chất lượng dễ thay đổi dưới tác động của môi trường bên ngoài. Chi phí để bảo quản rau quả thường rất lớn.

- Cầu về rau quả có những đặc điểm chung như cầu của mọi hàng hoá là chịu sự tác động của rất nhiều yếu tố như: dân số, thu nhập người tiêu dùng, giá cả, phong tục tập quán, thị hiếu, ... ngoài ra nó còn có một số đặc điểm cơ bản khác:

+ Chịu ảnh hưởng lớn bởi thói quen tiêu dùng, việc tiêu dùng phụ thuộc rất lớn vào khẩu vị của người tiêu dùng, đặc điểm này rất quan trọng trong việc nghiên cứu, xác định nhu cầu khác nhau ở mỗi khu vực.

+ Chất lượng và vệ sinh dịch tễ có tác động rất lớn tới nhu cầu tiêu thụ bởi mặt hàng rau quả có tác động trực tiếp tới sức khoẻ và chế độ dinh dưỡng của người tiêu dùng.

+ Có khả năng thay thế cao, khi giá một mặt hàng rau quả nào tăng lên thì người tiêu dùng có thể chuyển sang mua mặt hàng rau quả khác.

### ***1.1.3. Mô hình buôn bán rau quả toàn cầu***

Mô hình buôn bán rau quả được hình thành từ một số yếu tố sau: Các yếu tố địa lý, khí hậu, các yếu tố kinh tế như thu nhập và mức sống của dân cư, các yếu tố xã hội như thị hiếu và tập quán tiêu dùng... sự phát triển của công nghệ và quá trình tự do hoá thương mại toàn cầu.

*- Sản xuất phụ thuộc chặt chẽ vào khí hậu*

Sản phẩm rau quả rất đa dạng, mỗi loại lại có một quy trình gieo trồng cũng như cách bảo quản khác nhau. Ví dụ như táo và khoai tây có thể để được lâu nhưng một số khác lại phải tiêu thụ ngay hoặc phải chế biến ngay sau khi thu hoạch. Một số ít loại là có thể thích ứng với các vùng khí hậu cũng như thổ nhưỡng khác nhau còn phần lớn có “yêu cầu” rất khắt khe về khí hậu và đất đai.

Các nước như Hoa Kỳ và EU có điều kiện khí hậu rất thuận lợi cho việc gieo trồng khá nhiều loại rau quả nhưng không nước nào có thể đáp ứng tất cả những yêu cầu đa dạng từ phía người tiêu dùng đối với những sản phẩm rau quả. Hoa Kỳ và EU vẫn là những nước nhập khẩu rau quả lớn nhất thế giới.

*- Hoạt động buôn bán phụ thuộc nhiều vào sự gắn gũi về mặt địa lý*

Do những đặc điểm của sản phẩm rau quả, đặc biệt là rau quả tươi, khoảng cách địa lý cũng được coi là một yếu tố quyết định đối tác thương mại. Mặc dù chi phí vận chuyển đã giảm xuống rõ rệt trong vòng 20 năm qua nhưng đối với nước xuất khẩu thì đó vẫn là một rào cản. Thương mại nội khu vực chiếm tỷ trọng rất lớn trong thương mại hàng rau quả do thuế quan và chi phí vận chuyển thấp hơn, nhất là đối với các sản phẩm tươi đòi hỏi thời gian vận chuyển ngắn.

#### *- Mùa vụ và giá cả*

Mùa vụ là đặc trưng quan trọng của sản phẩm nông nghiệp nói chung và sản phẩm rau quả nói riêng. Trước đây để có thể có sản phẩm cung cấp cho các nước phương Bắc, các nước phương Nam thường tiến hành sản xuất sớm hơn vào mùa xuân và muộn hơn vào mùa thu so với mùa vụ của các nước phương Bắc. Tuy nhiên khoảng 20 năm trở lại đây, nhờ có những cải tiến trong phương pháp sản xuất cũng như sự xuất hiện ngày càng nhiều và đa dạng các loại rau quả mà người nông dân ở các nước phương Bắc có thể mở rộng mùa vụ sản xuất của mình. Ví dụ như giao dịch nho của Hoa Kỳ, từ tháng 1 đến tháng 4 Hoa Kỳ nhập khẩu nho tươi từ Chile và một phần nhỏ từ Mêhicô nhưng từ tháng 8 đến tháng 11 Hoa Kỳ lại xuất khẩu nho sang các nước NAFTA và Đông Á.

#### *- Tiến bộ khoa học công nghệ*

Công nghệ là điều kiện tiên quyết để mở rộng thương mại rau quả trên phạm vi toàn cầu và giữ cho mức giá tương đối ổn định. Công nghệ có ý nghĩa rất to lớn trong việc hỗ trợ quá trình vận chuyển trở nên dễ dàng hơn bằng cách rút ngắn thời gian giao hàng, bảo quản chất lượng sản phẩm trong suốt quá trình, cắt giảm chi phí vận chuyển. Trong những năm vừa qua

việc vận chuyển sản phẩm tươi tới nước nhập khẩu cách xa hàng nghìn km không còn là khó khăn nữa và lượng hao hụt trong khi vận chuyển là không đáng kể. Đặc biệt công nghệ CA<sup>1</sup> là công nghệ giúp kéo dài vòng đời của sản phẩm và giữ cho sản phẩm được tươi nguyên, giữ nguyên chất lượng trong suốt quá trình vận chuyển bằng cách hạ thấp tần số hô hấp của sản phẩm, kiểm soát và điều chỉnh độ ôxy, cacbon điôxit, nitơ trong container. Bằng cách này CA có thể làm quá trình chín chậm lại, rau quả không bị biến màu, giữ nguyên độ tươi sống với những sản phẩm dễ hư hỏng như đào, xoài, bơ. CA cũng có một hệ thống khác duy trì độ ẩm tương đối rất thích hợp với một số sản phẩm như nho, súp lơ... cho phép kiểm soát mức độ êtylen, khí ga tự nhiên để thúc đẩy nhanh quá trình chín của sản phẩm.

Ngoài ra còn có công nghệ với hệ thống định vị toàn cầu còn được gọi là công nghệ thông qua vệ tinh, công nghệ này cho phép chủ tàu theo dõi hàng ở khắp mọi nơi bằng vì tính do vậy giảm thiểu được rất nhiều rủi ro cũng như chi phí theo trách nhiệm pháp lý, rút ngắn thời gian giao hàng. Công nghệ thông tin với việc phát triển hệ thống điều khiển từ xa các container hàng bằng cách thu phát hình ảnh và có hệ thống báo động tự động khi có sự cố xảy ra do vậy mà không cần kiểm tra trực tiếp khi hàng được chất lên tàu mà vẫn hạn chế tối đa những thiệt hại có thể xảy ra.

#### *- Sự thay đổi thị hiếu tiêu dùng*

Nhu cầu của người tiêu dùng có liên quan tới thu nhập, quá trình đô thị hoá, thông tin và giáo dục. Những thông tin và giáo dục về vấn đề sức khoẻ đã ảnh hưởng tới ưu tiên trong tiêu dùng đối với rau quả của người dân. Rất nhiều chiến dịch khác

---

<sup>1</sup>CA: controlled atmosphere (điều hoà không khí)

nhau đã cung cấp cho người dân những thông tin về lợi ích đối với sức khoẻ từ việc ăn rau quả. Các nghiên cứu khoa học, các chiến dịch thông tin cộng đồng đều khẳng định vai trò của rau quả, khuyến khích tiêu thụ các sản phẩm tươi.

Một thay đổi nữa trong xu hướng tiêu dùng, đó là xu hướng gia tăng nhu cầu với các sản phẩm trái vụ. Người tiêu dùng ở nhiều nước phát triển sẵn sàng trả mức giá rất cao cho các sản phẩm nhập khẩu trái vụ.

Xu hướng tăng cường chế độ ăn kiêng ở các nước phát triển cũng khuyến khích tiêu thụ nhiều rau quả hơn. Tại các nước đang phát triển, lượng rau tiêu thụ tại thành thị còn cao hơn nông thôn. Theo số liệu của FAO nghiên cứu tại Trung Quốc năm 1998, lượng tiêu dùng rau trên đầu người hàng năm ở thành thị cao hơn ở nông thôn khoảng 38 kg. Các nước đang phát triển lại là những nước đang trong quá trình đô thị hoá, do vậy đây chính là các thị trường hứa hẹn đầy tiềm năng trong tương lai.

#### *- Các luồng giao dịch hàng rau quả*

Trong vòng hai thập kỷ qua, thương mại rau quả thế giới có bước phát triển mạnh mẽ. Theo số liệu của Tổ chức Nông lương Quốc tế (FAO), thị phần của rau quả xuất khẩu trong tổng thương mại hàng nông sản toàn cầu đạt tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm 11,7% trong giai đoạn 1977-1981; 15,1% trong giai đoạn 1987-1991 và đạt 16,5% trong giai đoạn 1997-2001.

Tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu cao nhất thuộc nhóm các sản phẩm phi truyền thống như: xoài, khoai tây, cam, nấm, ngô ngọt, bơ... đều tăng ở mức hai con số trong suốt những năm từ 1989 đến 2001. Ngược lại cũng trong giai đoạn này tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu của các sản phẩm truyền thống (chuối và quả có múi) giảm đi. Nếu như năm 1992, giá trị chuối và quả có múi

chiếm 50% giá trị buôn bán quả trên thế giới thì năm 2001 chỉ còn 43%.

**Bảng 1.2: Tình hình xuất khẩu một số loại rau quả chủ yếu trên thế giới (bình quân năm, %)**

|                          | Tỷ trọng trong tổng kim ngạch XK rau quả 1999-2001 | Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu 1989-2001 |
|--------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Chuối                    | 6,3                                                | 4,5                                              |
| Cà chua                  | 4,3                                                | 5,3                                              |
| Nho                      | 3,5                                                | 5,2                                              |
| Táo                      | 3,5                                                | 3,6                                              |
| Khoai tây đông lạnh      | 2,8                                                | 11,2                                             |
| Cam                      | 2,6                                                | 1,1                                              |
| Ớt, hạt tiêu             | 2,3                                                | 7,1                                              |
| Nước cam                 | 2,3                                                | 13,9                                             |
| Khoai tây                | 2,2                                                | 0,7                                              |
| Quýt, quất, chanh lá cam | 2,0                                                | 5,4                                              |
| Nước cam cô đặc          | 1,9                                                | 2,6                                              |
| Đậu hạt                  | 1,7                                                | 4,1                                              |
| Cà chua nghiền           | 1,6                                                | 4,9                                              |
| Lê                       | 1,4                                                | 5,8                                              |
| Rau diếp                 | 1,3                                                | 4,9                                              |
| Đào                      | 1,2                                                | 3,3                                              |

|               |      |      |
|---------------|------|------|
| Hạt điều      | 1,2  | 3,9  |
| Dưa chuột     | 1,2  | 3,7  |
| Quả hạnh      | 1,1  | 4,7  |
| Dâu tây       | 1,1  | 5,7  |
| Chanh         | 1,0  | 4,2  |
| Nấm tươi      | 1,0  | 11,1 |
| Hành khô      | 1,0  | 4,4  |
| Dưa hấu       | 1,0  | 7,8  |
| Ngô ngọt      | 0,6  | 9,3  |
| Xoài          | 0,6  | 12,6 |
| Các loại khác | 49,5 | --   |
| Tổng          | 100  | --   |

*Nguồn: FAOSTAT*

Tổng khối lượng rau quả xuất khẩu toàn cầu tăng nhanh trong vòng 10 năm trở lại đây, từ 31,3 triệu tấn năm 1992 lên 47,0 triệu tấn năm 2001. Trong đó, tỷ trọng rau xuất khẩu trong tổng khối lượng rau quả xuất khẩu tăng từ 20% năm 1992 lên 30% năm 2001. Khối lượng buôn bán quả chiếm khoảng 2/3 tổng khối lượng buôn bán rau quả toàn cầu, tương đương với 33,1 triệu tấn, trong đó 19,6 triệu tấn là các sản phẩm xuất khẩu truyền thống (chuối và quả có múi).

Năm 2001, tổng kim ngạch buôn bán rau quả thế giới đạt 21,4 tỉ USD, trong đó buôn bán rau đạt 7,6 tỉ USD và buôn bán quả đạt 13,8 tỉ USD. Các nước đang phát triển ngày càng có vai trò quan trọng hơn trong xuất khẩu rau quả, đặc biệt là rau quả phi truyền thống. Hiện nay các nước đang phát triển chiếm khoảng 60% thị phần rau quả xuất khẩu trên toàn cầu.

**Bảng 1.3 : Tổng giá trị thương mại rau quả toàn cầu  
(triệu USD)**

|                  | 1992   | 1993   | 1994   | 1995   | 1996   | 1997   | 1998   | 1999   | 2000   | 2001   |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>Quả</b>       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Toàn TG          | 10.673 | 10.446 | 11.542 | 12.989 | 13.793 | 13.953 | 13.364 | 13.269 | 13.268 | 13.826 |
| Nước đpt         | 6.158  | 5.911  | 6.308  | 7.267  | 7.957  | 8.037  | 7.933  | 7.963  | 7.971  | 8.257  |
| Nước pt          | 4.516  | 4.535  | 5.234  | 5.722  | 5.836  | 5.916  | 5.430  | 5.306  | 5.657  | 5.569  |
| <b>Rau</b>       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Toàn TG          | 3.867  | 4.545  | 5.226  | 6.105  | 5.988  | 6.303  | 6.923  | 6.625  | 7.050  | 7.563  |
| Nước đpt         | 2.025  | 2.507  | 2.790  | 3.469  | 3.282  | 3.416  | 3.894  | 3.765  | 4.057  | 4.427  |
| Nước pt          | 1.842  | 2.038  | 2.436  | 2.636  | 2.706  | 2.887  | 3.038  | 2.860  | 2.993  | 3.136  |
| <b>Tổng cộng</b> |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Toàn TG          | 14.541 | 14.991 | 16.768 | 19.094 | 19.781 | 20.256 | 20.295 | 19.894 | 20.678 | 21.389 |
| Nước đpt         | 8.183  | 8.418  | 9.098  | 10.736 | 11.238 | 11.453 | 11.827 | 11.728 | 12.028 | 12.648 |
| Nước pt          | 6.358  | 6.573  | 7.670  | 8.358  | 8.543  | 8.803  | 8.468  | 8.166  | 8.650  | 8.705  |

*Nguồn: FAO STAT, 2003*

Mặc dù hầu hết các nước đều tham gia vào thị trường rau quả thế giới, nhưng các thị trường chủ yếu chiếm một tỷ trọng lớn trong tổng lượng giao dịch rau quả toàn cầu. Các nước nhập khẩu lớn nhất: EU, Hoa Kỳ cũng chính là nước xuất khẩu lớn nhất thế giới. Trong nhóm các nước đang phát triển, Mêhicô và Trung Quốc là hai nước xuất khẩu hàng đầu.

Buôn bán rau quả tập trung vào ba khu vực chính EU, NAFTA, châu Á (Đông Á, Đông Nam Á, Nam Á). Ngoài ra, các nước phương Nam (Áchentina, Australia, Braxin, Chilê, New Zealand, Pêru và Nam Phi) và các nước xuất khẩu chuối (Côlômbia, Côxtarica, Côtđivoa, Êcuado, Guatamêla, Honduras và Panama) cũng là những nước đóng vai trò quan trọng trong thị trường rau quả toàn cầu.

**Bảng 1.4. Mô hình buôn bán rau quả toàn cầu giai đoạn 1999-2001(1)**

|                                          | Quả tươi | Rau tươi | Rau quả chế biến | Nước rau quả ép |
|------------------------------------------|----------|----------|------------------|-----------------|
| Tổng kim ngạch xuất khẩu (triệu USD) (2) | 19.469   | 13.165   | 19.017           | 5.697           |
| Các thị trường nhập khẩu                 | %        |          |                  |                 |
| EU                                       | 57,0     | 56,1     | 51,3             | 63,5            |
| NAFTA                                    | 18,8     | 26,4     | 16,5             | 19,0            |
| Châu Á                                   | 10,8     | 7,7      | 17,5             | 9,4             |
| Nam Mỹ                                   | 2,0      | 0,8      | 2,5              | 0,9             |
| Trung Đông                               | 1,6      | 1,6      | 2,1              | 1,2             |

|                                                |        |        |        |       |
|------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|
| Các nước Tây Âu<br>ngoài EU                    | 1,8    | 1,9    | 1,6    | 0,9   |
| Các nước khác                                  | 8,1    | 5,4    | 8,5    | 4,9   |
| Tổng cộng                                      | 100    | 100    | 100    | 100   |
| Tổng kim ngạch<br>nhập khẩu (triệu<br>USD) (2) | 23.243 | 13.620 | 19.722 | 5.199 |
| Các thị trường xuất<br>khẩu:                   | %      |        |        |       |
| EU                                             | 31,4   | 55,2   | 40,9   | 35,1  |
| NAFTA                                          | 13,1   | 23,4   | 17,0   | 14,1  |
| Châu á                                         | 6,1    | 7,4    | 22,5   | 6,1   |
| Các nước Nam<br>bán cầu <sup>2</sup>           | 19,1   | 4,1    | 5,2    | 32,2  |
| Trung Đông                                     | 3,2    | 2,6    | 5,2    | 3,2   |
| Các nước XK<br>chuối <sup>3</sup>              | 20,3   | 0,4    | 1,7    | 1,5   |
| Nước khác                                      | 6,8    | 7,0    | 7,5    | 7,7   |
| Tổng cộng                                      | 100    | 100    | 100    | 100   |

(1) 30 nước xuất khẩu và nhập khẩu chính

(2) Bao gồm cả thương mại nội khu vực

Nguồn: *Global Trade Pattern in Fruit and Vegetables*,  
ERS, USDA

<sup>2</sup> Bao gồm: Argentina, Úc, Brazil, Chile, New Zealand, Nam Phi và Peru

<sup>3</sup> Bao gồm: Colombia, Costa Rica, Cộng hòa Ecuador, Guatemala, Honduras, Panama

- Các nước Nam bán cầu - nguồn cung cấp chính các loại quả tươi trái vụ:

Các nước Nam bán cầu đóng vai trò ngày càng quan trọng hơn trên thị trường quả tươi toàn cầu. Từ những năm 80, các nước Nam bán cầu đã tăng cường đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm trái vụ sang các nước phương Bắc. Trong giai đoạn 1999-2001, 30 nước nhập khẩu quả tươi lớn nhất thế giới đã nhập tới 19% giá trị xuất khẩu của khu vực này. EU và NAFTA (chủ yếu là Hoa Kỳ) là hai khu vực nhập khẩu lớn nhất thế giới với thị phần tương ứng là 43% và 24%. Các khu vực nhập khẩu lớn khác là châu Á (chủ yếu Đông Á): 16% và Nam Mỹ: 8%.

Chilê là nước xuất khẩu lớn nhất Nam bán cầu, chiếm tới 35% tổng kim ngạch xuất khẩu quả tươi của khu vực này trong giai đoạn 1999-2001. Hoa Kỳ và EU là hai thị trường xuất khẩu quả tươi chủ yếu của Chilê với tỷ trọng tương ứng là 42% và 21% trong giai đoạn 1999-2001. Hoa Kỳ nhập khẩu chủ yếu là nho, mận, đào, sơ-ri trong khi EU nhập khẩu từ Chilê nho, táo, lê.

Đứng thứ hai sau Chilê là Nam Phi, nước chiếm tới 20% kim ngạch xuất khẩu quả tươi của khu vực Nam bán cầu, chủ yếu là xuất khẩu sang EU. Các nước xuất khẩu lớn khác là New Zealand và Áchentina, cả hai nước chiếm khoảng 1/3 tổng kim ngạch xuất khẩu quả tươi của khu vực.

Các loại quả ôn đới như nho, táo và lê...chiếm trên 50% lượng quả tươi xuất khẩu của các nước phương Nam. Chilê và New Zealand cung cấp 2/3 lượng táo xuất khẩu của khu vực này. Chilê và Áchentina là hai nước cung cấp nho và lê chủ yếu. Do khó bảo quản, sự gần gũi về mặt địa lý là yếu tố đặc biệt quan trọng trong xuất khẩu quả tươi. Vì vậy, Áchentina, Braxin và Chilê xuất khẩu nhiều sang thị trường Nam Mỹ trong khi thị

trường châu Á lại quan trọng hơn đối với Australia và New Zealand.

- *EU*: EU là khu vực nhập khẩu đồng thời cũng là xuất khẩu rau quả lớn nhất thế giới. Giai đoạn 1999-2001, 15 quốc gia EU chiếm gần 50% tổng kim ngạch nhập khẩu và hơn 40% kim ngạch xuất khẩu toàn cầu. Hầu hết các nước EU đều là những nước nhập khẩu rau quả lớn nhưng xuất khẩu tập trung chủ yếu ở các nước: Tây Ban Nha, Hà Lan, Italia, Bỉ, Pháp và Đức. Trong giai đoạn 1999-2001 thương mại rau quả của EU chủ yếu diễn ra trong nội khối (khoảng 78-88% tổng kim ngạch xuất khẩu và 50-85% tổng kim ngạch nhập khẩu tùy thuộc vào từng nhóm hàng). Ngoài ra EU cũng nhập một phần đáng kể từ các nước khác nhưng chủ yếu là với những nước mà EU đã ký hiệp định thương mại ưu đãi. 80% lượng chuối xuất khẩu của các nước xuất khẩu chuối chủ yếu (Côxtarica, Êcuado, Côlômbia và Panama) được xuất sang EU.

- *NAFTA*: NAFTA cũng là một trong những khu vực xuất nhập khẩu rau quả lớn trên thế giới với tỷ trọng 13-24% trong tổng lượng xuất khẩu và 17-26% trong tổng lượng nhập khẩu toàn cầu trong giai đoạn 1999-2001. Trong NAFTA, Hoa Kỳ là nước nhập khẩu đồng thời là nước xuất khẩu lớn nhất hầu hết các sản phẩm rau quả (trừ rau tươi, Mêhicô là nước xuất khẩu lớn nhất).

Buôn bán nội khối chiếm tới 90% tổng lượng xuất khẩu và 86% tổng lượng nhập khẩu rau tươi giữa các nước NAFTA. Trong khi đó, thương mại nội khối chỉ chiếm khoảng 1/3 tổng lượng nhập khẩu quả tươi. 60% tổng lượng nhập khẩu quả tươi của NAFTA được nhập khẩu từ khu vực các nước xuất khẩu chuối và các nước phương Nam.

NAFTA xuất khẩu chủ yếu sang châu Á (chủ yếu là Nhật Bản) các sản phẩm cam, táo, bưởi, nho, sơ-ri... Trong khi thị trường châu Á chiếm tới 1/3 tổng lượng xuất khẩu của NAFTA thì thị trường EU chỉ chiếm 7%.

*Châu Á:* Trong giai đoạn 1999-2001, châu Á chiếm khoảng 6-7% xuất khẩu và 8-11% nhập khẩu rau quả tươi toàn cầu. Châu Á là một thị trường rộng lớn và đa dạng về khí hậu, đất đai, thổ nhưỡng... trình độ phát triển cũng rất khác nhau, do vậy cơ cấu xuất khẩu và nhập khẩu cũng có nhiều điểm khác biệt. Trung Quốc, Thái Lan và Philipin là những nước xuất khẩu chính, ngược lại Nhật Bản và Hàn Quốc - nơi thiếu đất canh tác cộng với chi phí lao động cao - lại là những thị trường nhập khẩu rau quả lớn trên thế giới.

Thương mại nội khu vực cũng chiếm tỷ trọng lớn trong giao dịch rau quả của châu Á. Trung Quốc là nước xuất khẩu hàng đầu về các mặt hàng rau quả (trừ nước trái cây), trong đó 80% rau tươi xuất khẩu được xuất sang các nước nội khối. Trung Quốc hiện đang là thị trường cạnh tranh lớn với các nước châu Á khác cũng như với Hoa Kỳ tại thị trường Nhật Bản.

Tuy nhiên, châu Á cũng nhập một lượng quả tươi lớn từ các khu vực khác và nhập khẩu nhiều rau quả tươi từ Hoa Kỳ. Nhập khẩu rau tươi và quả tươi từ Hoa Kỳ chiếm tới 20% tổng lượng nhập khẩu rau tươi và 34% tổng lượng nhập khẩu quả tươi của các nước châu Á trong giai đoạn 1999 - 2001.

Sản lượng quả nhiệt đới đã tăng bình quân 5%/năm trong thập niên 90, đạt trên 60 triệu tấn trong năm 2000. Châu Á là khu vực trồng quả nhiệt đới lớn nhất, chiếm trên 70% sản lượng quả nhiệt đới toàn cầu, tiếp theo là Mỹ Latinh và Caribê (15%), châu Phi (9%), châu Đại dương, Mỹ và EU.

Tuy xoài là loại quả có tỷ trọng lớn nhất trong tổng sản lượng nhưng dứa lại chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng giao dịch quả nhiệt đới trên thị trường thế giới. Tuy nhiên, buôn bán các loại quả nhiệt đới khác ngoài 4 loại quả chính đã tăng nhanh trong những năm qua và đưa tỷ trọng của các loại quả này tăng nhanh trong tổng lượng giao dịch quả nhiệt đới toàn cầu.

*- Xu hướng tăng cường buôn bán các loại quả nhiệt đới*

Sản lượng quả nhiệt đới toàn cầu năm 2002 vẫn tăng nhẹ so với năm 2001 nhưng tốc độ tăng trưởng đã giảm đi so với những năm trước, chỉ đạt mức tăng khoảng 1,5%, lên 66,9 triệu tấn. Ấn Độ, Trung Quốc, Braxin, Mêhicô, Thái Lan, Indônêxia, Philippin và Nigiêria là những nước sản xuất lớn nhất về 4 loại quả nhiệt đới.

Sản lượng xoài chiếm khoảng 38% tổng sản lượng quả nhiệt đới trong năm 2002, chủ yếu do sản lượng tăng lên từ Trung Quốc và Ấn Độ đã bù đắp cho mức suy giảm sản lượng của Mêhicô. Diện tích trồng xoài tiếp tục tăng lên tại Ấn Độ. Sản lượng dứa đạt 14,4 triệu tấn trong năm 2002 so với 13,7 triệu tấn của năm 2001. Sản lượng đu đủ và quả bơ đạt 8,9 triệu tấn và 2,6 triệu tấn, giảm nhẹ so với năm 2001.

Sản lượng của một số loại quả nhiệt đới khác như vải, sầu riêng, chôm chôm, vả, lạc tiên... tăng mạnh và ước tính đạt khoảng 15,5 triệu tấn, chiếm 23% tổng sản lượng quả nhiệt đới toàn cầu năm 2002, phản ánh mức tăng nhu cầu tiêu thụ các loại quả nhiệt đới lạ trên thị trường nhiều nước nhập khẩu. Tuy nhiên, buôn bán trong khu vực vẫn chiếm tỷ lệ lớn trong giao dịch các loại quả này.

Xuất khẩu xoài của Mêhicô, Braxin và Ấn Độ đã tăng mạnh trong năm 2002. Xuất khẩu của Mêhicô đạt 143.000 tấn,

tăng 13,7%. Xuất khẩu của Ấn Độ tăng 19,7%, đạt 44.000 tấn. Xuất khẩu dưa của Costa Rica tăng 5%, đạt 387.000 tấn. Xuất khẩu quả bơ của Chilê và Nam Phi đạt mức tăng cao nhất trong năm 2002 so với các loại quả nhiệt đới khác.

Dưa là loại quả được giao dịch nhiều nhất trong nhóm quả nhiệt đới, chiếm 47% tổng kim ngạch buôn bán quả nhiệt đới toàn cầu trong khi tỷ trọng xoài là 24%, quả bơ là 11% và đu đủ là 8%. Các loại quả nhiệt đới khác chiếm tổng cộng 9% tổng giá trị buôn bán quả nhiệt đới toàn cầu.

Ấn Độ là một trong những nước có sản lượng quả nhiệt đới lớn nhất thế giới nhưng chủ yếu dùng cho tiêu thụ nội địa, xuất khẩu chỉ chiếm chưa tới 0,5% tổng sản lượng quả nhiệt đới của nước này. Trong khi đó, Thái Lan, Mê hicô và Costa Rica chủ yếu là trồng trái cây để xuất khẩu. Thái Lan và đặc biệt là Philippin có ngành chế biến quả nhiệt đới rất phát triển, quả nhiệt đới chế biến chiếm tỷ trọng khá lớn trong xuất khẩu của các nước này.

Mỹ, EU, Nhật Bản, Canada và Trung Quốc vẫn là những nước nhập khẩu quả nhiệt đới lớn nhất trên thế giới. EU và Mỹ là những nước nhập khẩu dưa lớn nhất thế giới, chiếm 74% tổng lượng nhập khẩu dưa toàn cầu. Mỹ và EU cũng là những nước nhập khẩu xoài lớn nhất thế giới. Tuy nhiên, trong khi nhập khẩu dưa và các loại quả nhiệt đới khác có xu hướng tăng lên thì nhập khẩu xoài có xu hướng giảm đi.

*Tóm lại, trong những năm qua, thu nhập tăng lên, công nghệ có bước phát triển vượt bậc làm cho chi phí vận chuyển giảm xuống, các hiệp định thương mại được ký kết đã làm cho thương mại rau quả toàn cầu có bước phát triển đáng kể. Mặc dù thương mại nội khối chiếm một tỷ trọng đáng kể trong mô hình thương mại toàn cầu song buôn bán với bên ngoài cũng*

đóng vai trò quan trọng, được biểu hiện chủ yếu dưới hình thức thương mại giữa các nước ở bán cầu Nam và các nước ở bán cầu Bắc do sự tuần hoàn mùa vụ ở hai nửa bán cầu. Chính sách nông nghiệp chung của EU và các biện pháp tự do hoá thương mại của NAFTA cũng là những yếu tố tích cực góp phần thúc đẩy sự phát triển của thị trường rau quả thế giới.

## 1.2. Thực trạng thị trường rau quả thế giới

### 1.2.1. Thị trường rau quả tươi thế giới

#### \* Rau tươi

Theo số liệu của Trung tâm Thông tin thương mại toàn cầu, tổng kim ngạch xuất khẩu rau (HS 07) của thế giới đã đạt tốc độ tăng bình quân khoảng 5%/năm trong 5 năm 1999 – 2003, đạt 13,188 tỉ USD trong năm 2003, tăng 11,35% so với năm 2002 và 12,87% so với năm 1999. Các nước đứng đầu về xuất khẩu rau là Mêhico (2,6 tỉ USD), Trung Quốc (2,18 tỉ USD), Hoa Kỳ (2,05 tỷ USD), EU (gần 2 tỷ USD, không kể xuất nhập khẩu nội EU) và Canada (1,27 tỷ USD)

#### - Xuất khẩu rau tươi

**Bảng 1.5: Các nước xuất khẩu rau tươi lớn nhất thế giới**

(1.000 USD)

|                    | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng số</b>     | <b>10.328.118</b> | <b>10.307.853</b> | <b>11.024.076</b> | <b>11.842.019</b> | <b>13.187.972</b> |
| Trong đó           |                   |                   |                   |                   |                   |
| Mêhico             | 2.145.740         | 2.177.340         | 2.330.802         | 2.244.340         | 2.613.682         |
| Trung Quốc         | 1.520.732         | 1.544.583         | 1.746.170         | 1.883.286         | 2.180.735         |
| Hoa Kỳ             | 1.786.431         | 1.890.211         | 1.869.025         | 1.927.826         | 2.045.684         |
| EU 15 (ngoại khối) | 1.290.816         | 1.203.329         | 1.307.123         | 1.751.691         | 1.996.556         |
| Canada             | 1.012.444         | 1.133.427         | 1.186.231         | 1.093.157         | 1.277.580         |

*Nguồn: Trung tâm Thông tin thương mại toàn cầu, Inc.*

### *Mêhicô*

Mêhicô là nước xuất khẩu rau tươi lớn nhất thế giới thế giới. Xuất khẩu rau của Mêhicô sang Hoa Kỳ chiếm tới 95% tổng kim ngạch xuất khẩu rau của Mêhicô và gần 50% tổng kim ngạch nhập khẩu rau của Hoa Kỳ. Các mặt hàng chủ yếu được xuất khẩu sang Hoa Kỳ là cà chua, hạt tiêu, dưa chuột, hành tây và măng tây.

### *Trung Quốc*

Trung Quốc hiện là nước sản xuất rau lớn nhất thế giới. Tổng sản lượng rau Trung Quốc cao gấp 4 lần so với Mỹ, đạt khoảng 405 triệu tấn/năm, chủ yếu là khoai tây, khoai lang, cải bắp, dưa chuột, cà tím, hành tỏi và rau diếp.

Trong năm 2003, Trung Quốc đã vượt Hoa Kỳ, trở thành nước đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu rau. Nhật Bản là thị trường xuất khẩu rau lớn nhất của Trung Quốc, tiếp theo là Hoa Kỳ, các nước Đông Nam Á, Nga và Hàn Quốc. Nấm là loại rau tươi được xuất khẩu nhiều nhất của Trung Quốc, chiếm tới 1/4 tổng kim ngạch xuất khẩu rau tươi. Ngoài ra Trung Quốc cũng xuất khẩu nhiều hành, tỏi, củ cải, bắp cải, đậu các loại.

### *Hoa Kỳ*

Trong năm 2003, Hoa Kỳ đã phải nhường vị trí thứ hai trong xuất khẩu rau tươi cho Trung Quốc, trở thành nước đứng thứ ba thế giới về xuất khẩu rau tươi. Cà chua (135 triệu USD), súp lơ (134 triệu USD), khoai tây (118 triệu USD), đậu sậy (110 triệu USD)... là các mặt hàng rau xuất khẩu chủ yếu của Hoa Kỳ. Tuy vậy không có chủng loại hàng nào nổi bật, chiếm tỷ trọng quá 10%. Có thể thấy mặt hàng xuất khẩu của Hoa Kỳ rất

đa dạng, ít phụ thuộc vào bất kỳ vụ mùa chính nào. Các thị trường xuất khẩu rau lớn nhất của Hoa Kỳ là Canada (32%), Nhật Bản (10%), Mêhicô (9%) và các nước EU.

## EU

Xuất khẩu rau tươi của EU (không kể buôn bán nội khối) đã tăng từ 1,29 tỷ USD năm 1999 lên gần 2 tỷ USD trong năm 2003. Hà Lan và Tây Ban Nha là những nước xuất khẩu rau tươi lớn nhất EU. Chuyển khẩu qua Hà Lan đóng vai trò quan trọng trong xuất nhập khẩu rau tươi của các nước thành viên EU với các nước khác. Từ năm 2002, Hà Lan đã vượt Tây Ban Nha, trở thành nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu rau. Số lượng thống kê của FAO cho thấy, mặc dù chỉ đứng hàng thứ 28 về sản xuất nhưng Hà Lan là một trong những nước xuất khẩu rau lớn nhất thế giới. Hoa Kỳ là thị trường nhập khẩu rau lớn nhất của EU. Các loại rau được EU xuất khẩu nhiều nhất là ô liu, khoai tây và cà chua.

### - Nhập khẩu rau tươi

**Bảng 1.6: Các nước nhập khẩu rau lớn nhất thế giới**

(1.000 USD)

|                           | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <i>Tổng số, trong đó:</i> | <i>11.300.643</i> | <i>11.369.621</i> | <i>12.242.632</i> | <i>12.959.504</i> | <i>13.703.054</i> |
| Hoa Kỳ                    | 2.572.523         | 2.649.443         | 2.961.114         | 3.137.699         | 3.608.033         |
| EU 15<br>(ngoại khối)     | 2.655.180         | 2.497.698         | 2.595.432         | 2.616.852         | 3.020.397         |
| Nhật Bản                  | 2.057.448         | 2.027.249         | 1.962.375         | 1.683.568         | 1.762.682         |
| Canada                    | 974.688           | 1.083.313         | 1.118.506         | 1.250.723         | 1.337.656         |
| Thụy Sĩ                   | 360.325           | 329.157           | 342.805           | 365.265           | 437.631           |

*Nguồn: Trung tâm Thông tin thương mại toàn cầu, Inc*

#### *Hoa Kỳ:*

Hoa Kỳ đứng thứ ba về xuất khẩu rau nhưng cán cân nhập khẩu rau vẫn ở trong tình trạng thâm hụt. Trong năm 2003, xuất khẩu rau chỉ đạt 2,045 tỉ USD nhưng kim ngạch nhập khẩu rau lên tới 3,6 tỉ USD. Người tiêu dùng Hoa Kỳ có xu hướng chuyển sang những mặt hàng nhập khẩu đa dạng, phong phú hơn và lại có mức giá rẻ hơn.

Hoa Kỳ nhập khẩu rau tươi chủ yếu từ Mêhicô (21%), Canada (12%), các nước EU, Chilê, Australia và Trung Quốc.

#### *EU:*

Mặc dù rau tươi của EU chủ yếu được giao dịch nội khối, EU vẫn đứng thứ hai thế giới về nhập khẩu rau tươi với kim ngạch đạt trên 3 tỷ USD trong năm 2003. Các nước nhập khẩu rau tươi lớn nhất EU là Anh (22%), Pháp (14%) và Hà Lan (9%). Các loại rau tươi được nhập khẩu nhiều vào EU là dưa chuột, cà chua, rau diếp, hành và cà rốt.

#### *Nhật Bản:*

Nhật Bản là nước nhập khẩu rau lớn thứ ba thế giới với kim ngạch năm 2003 đạt 1,76 tỉ USD. Nhật Bản nhập khẩu rau tươi chủ yếu từ Trung Quốc, Hoa Kỳ và một số nước Nam bán cầu. Trung Quốc cung cấp hơn 50% lượng nhập khẩu của Nhật Bản trong khi nhập khẩu từ Hoa Kỳ chỉ chiếm 15%. Nấm là loại rau được nhập khẩu nhiều nhất, chiếm tới 15% tổng kim ngạch nhập khẩu rau tươi của Nhật Bản. Nhật Bản cũng nhập khẩu nhiều hành, tỏi, bí ngô, cải bắp và các loại rau cải khác.

## *Canada*

Canada đứng thứ tư thế giới về nhập khẩu rau với kim ngạch đạt 1,34 tỷ USD trong năm 2003. Với mức tiêu thụ rau bình quân đầu người đạt 185 kg/người/năm, Canada là thị trường nhiều tiềm năng đối với các nước xuất khẩu rau. Tuy nhiên, hiện Canada chủ yếu nhập khẩu rau từ Hoa Kỳ (84%), Mêhicô (9%), EU và các nước Nam bán cầu. Các loại rau chủ yếu được nhập khẩu vào Canada là cà chua, ớt, hành, dưa chuột, măng tây, khoai tây và đậu các loại. Cà chua trồng trong nhà kính và ớt là các loại rau được nhập khẩu nhiều từ EU trong khi măng tây và hành, tỏi chủ yếu được nhập khẩu từ các nước Nam bán cầu.

## *Thụy Sĩ*

Nhu cầu rau tươi của Thụy Sĩ khoảng trên 437 ngàn tấn /năm, trong đó Thụy Sĩ nhập khoảng 58 ngàn tấn rau (trị giá khoảng 80 triệu Euro) từ các nước đang phát triển. Xu hướng tiêu dùng hiện nay đang thay đổi rất nhanh chóng do tỷ lệ những người cao tuổi ngày càng tăng, mức tiêu dùng ngày càng đa dạng và cần phải đáp ứng nhiều hơn cho những người có thu nhập cao.

Thụy Sĩ là nước đi đầu trong xu hướng tiêu dùng các sản phẩm bổ dưỡng, sản phẩm sạch. Từ nhiều năm nay, xu hướng này đang ngày càng phát triển trong tiêu dùng rau quả ở EU và Mỹ. Thụy Sĩ luôn đòi hỏi nguồn cung cấp thực phẩm sạch, cũng như những yêu cầu về bảo vệ môi trường sống, môi trường sản xuất ở nông thôn rất khắt khe. Kèm theo xu hướng này là một hệ thống các yêu cầu kỹ thuật, tiêu chuẩn kỹ thuật, tập quán tiêu dùng, qui trình sản xuất, bảo quản và vận chuyển, qui trình cấp phép và nhiều qui định đến tận khi hàng giao đến cho người tiêu dùng.

### *\* Quả tươi*

Sản lượng quả toàn cầu duy trì tương đối ổn định trong 4 năm qua. Năm 2003, tổng sản lượng quả toàn cầu đạt 379,15 triệu tấn, tăng 0,85% so với năm 2002, đạt mức tăng trưởng cao hơn chút ít so với mức tăng trưởng 0,65% của 2 năm 2001 và 2002. Trước khi giảm đi trong năm 2000, tổng sản lượng quả toàn cầu đã tăng 3,15% trong giai đoạn 1995-2000 so với mức tăng trưởng bình quân 0,86% trong giai đoạn 2000-2003.

Trung Quốc là nước sản xuất quả lớn nhất thế giới, chiếm 19% tổng sản lượng quả toàn cầu trong năm 2003. EU đứng thứ hai với tỷ trọng 14% và thứ ba là Ấn Độ, chiếm 12% tổng sản lượng quả toàn cầu. Trung Quốc cũng là nước có mức tăng trưởng sản lượng cao nhất với mức tăng 6% trong giai đoạn 1996 – 2003 trong khi mức tăng trưởng của Ấn Độ là 2,73% và mức tăng trưởng của EU chỉ đạt 0,89% trong cùng giai đoạn. Các nước sản xuất quả lớn khác là Braxin, Hoa Kỳ, Mêhicô, Chilê và Nam Phi. Sản lượng quả của Braxin và Hoa Kỳ tương đối ổn định trong giai đoạn 1996 – 2003 với mức tăng tương ứng 0,61% và 0,34%.

#### *- Xuất khẩu quả tươi*

Trong 5 năm 1999 – 2003, kim ngạch xuất khẩu quả tươi toàn cầu tăng bình quân 4,3%/năm, đạt 17,7 tỷ USD trong năm 2003. Xét về lượng, xuất khẩu quả trong năm 2003 tăng gần gấp đôi so với năm 1996 và tăng 16% so với năm 2000, về kim ngạch tăng hơn gấp đôi năm 1996 và 30% so với năm 2000. Xuất khẩu quả tươi tăng nhanh do nhu cầu tiêu thụ tăng cũng như sự phát triển các phương tiện vận chuyển và bảo quản tạo điều kiện thuận lợi hơn cho buôn bán quả tươi. Những thỏa thuận thương mại tự do có xu hướng gia tăng cũng tạo điều kiện

cho buôn bán quả tăng trưởng nhanh. Tuy nhiên, sự gia nhập của nhiều nước xuất khẩu mới đã làm tăng sức ép cạnh tranh trên thị trường quả toàn cầu.

Xét về kim ngạch xuất khẩu, các nước xuất khẩu quả tươi lớn nhất thế giới là Hoa Kỳ, EU (không kể buôn bán nội EU), Chilê, Mêhicô, Nam Phi và Trung Quốc nhưng xét về lượng xuất khẩu, các nước xuất khẩu nhiều quả tươi nhất là Hoa Kỳ, EU, Philippin, Chilê và Nam Phi.

**Bảng 1.7: Các nước xuất khẩu quả tươi lớn nhất thế giới**

(1000 USD)

|                          | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng số,</b>          | <b>14.370.876</b> | <b>14.284.009</b> | <b>14.330.504</b> | <b>15.787.039</b> | <b>17.736.565</b> |
| <i>Trong đó</i>          |                   |                   |                   |                   |                   |
| Hoa Kỳ                   | 3.660.263         | 3.980.093         | 4.049.642         | 4.241.676         | 4.764.423         |
| EU 15<br>(ngoại<br>khối) | 1.461.255         | 1.545.992         | 1.726.354         | 1.872.064         | 2.236.844         |
| Chilê                    | 1.166.563         | 1.250.439         | 1.215.526         | 1.376.933         | 1.515.098         |
| Mêhicô                   | 884.644           | 781.670           | 777.535           | 784.256           | 1.056.816         |
| Nam Phi                  | 745.403           | 596.665           | 569.264           | 585.189           | 890.918           |
| Trung<br>Quốc            | 425.522           | 417.277           | 434.838           | 555.062           | 751.613           |

*Nguồn: Trung tâm Thông tin thương mại toàn cầu, Inc.*

*- Hoa Kỳ:*

Hoa Kỳ đứng thứ 5 thế giới về sản xuất quả tươi nhưng lại là nước xuất khẩu quả tươi lớn nhất thế giới trong năm 2003 với lượng xuất khẩu đạt 3 triệu tấn và kim ngạch xuất khẩu đạt 4,764 tỷ USD, chiếm 20% tổng kim ngạch xuất khẩu quả tươi

toàn cầu. Hoa Kỳ là nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu cam và táo, đứng thứ hai về xuất khẩu nho. Khoảng 9% tổng sản lượng quả tươi của Hoa Kỳ được dùng cho xuất khẩu. Mặc dù xuất khẩu quả tươi của Hoa Kỳ đã tăng nhanh về lượng cũng như về giá trị trong những năm qua nhưng tỷ trọng của Hoa Kỳ trong tổng lượng và kim ngạch xuất khẩu quả toàn cầu năm 2003 đã giảm tương ứng 2% và 3,2% so với năm 2000.

Hoa Kỳ không trợ cấp cho xuất khẩu quả nhưng hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu qua Chương trình thâm nhập thị trường (Market Access Program- MAP) và nhiều chương trình xúc tiến xuất khẩu khác, bao gồm xúc tiến bán lẻ, đào tạo về công nghệ sinh học và an toàn thực phẩm, hỗ trợ đào tạo cho các nhà cung cấp và chế biến nước ngoài...

Các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Hoa Kỳ là Canada, Nhật Bản, Mêhicô, Hồng Kông, EU và Hàn Quốc.

Canada là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Hoa Kỳ, chiếm 47% tổng kim ngạch xuất khẩu của Hoa Kỳ. Xuất khẩu của Hoa Kỳ sang Canada trong năm 2003 đạt 827 triệu USD, tăng 10% so với năm trước nhưng thị phần của Hoa Kỳ tại Canada đã giảm từ 53% xuống 51% do sức ép cạnh tranh từ Chilê, Costa Rica và Mêhicô. Hoa Kỳ chủ yếu xuất khẩu sang Canada dâu tây, nho và cam.

Nhật Bản là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Hoa Kỳ với kim ngạch xuất khẩu đạt 347 triệu USD trong năm 2003. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Hoa Kỳ sang Nhật Bản là bưởi, cam, chanh, anh đào và dưa bở. Hoa Kỳ chiếm khoảng 33% tổng kim ngạch nhập khẩu quả tươi của Nhật Bản. Tuy nhiên, thị phần của Hoa Kỳ tại Nhật Bản đang có xu hướng giảm mạnh do sức ép cạnh tranh từ Philippin, Niu Dilân, Mêhicô và Chilê.

Mêhicô cũng là thị trường xuất khẩu chính của Hoa Kỳ với kim ngạch xuất khẩu đạt 200 triệu USD hàng năm. Mêhicô nhập khẩu từ Hoa Kỳ táo, lê, nho và dâu tây.

*- EU*

EU đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu quả tươi với kim ngạch xuất khẩu đạt 2,236 tỷ USD trong năm 2003, tăng 20% so với năm trước, chiếm 16% tổng kim ngạch xuất khẩu quả tươi toàn cầu (không kể buôn bán nội EU). Các nước châu Âu như Thụy Sĩ, Ba Lan, Na uy và Nga là thị trường xuất khẩu chủ yếu của EU. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của EU là cam, chanh, quýt, nho và táo, tương tự như các mặt hàng xuất khẩu của Hoa Kỳ và thời vụ của EU cũng tương tự như của Hoa Kỳ.

EU vẫn áp dụng các chính sách hỗ trợ cho xuất khẩu rau quả qua các hiệp hội của các nhà sản xuất và các hình thức hỗ trợ mang tính chất trực tiếp hơn như can thiệp vào thị trường, và trợ cấp xuất khẩu.

*- Chilê*

Chilê đứng thứ ba thế giới về xuất khẩu quả tươi với kim ngạch xuất khẩu đạt 1,5 tỷ USD trong năm 2003. 45% tổng sản lượng quả của Chilê được dành cho xuất khẩu. Xuất khẩu của Chilê tăng mạnh cả về lượng và kim ngạch xuất khẩu, vì vậy, thị phần của Chilê trong tổng kim ngạch xuất khẩu quả tươi toàn cầu duy trì ổn định ở mức 11% trong những năm qua. Các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Chilê là Hoa Kỳ (613 triệu USD), EU và Mêhicô. Nằm ở Nam bán cầu, Chilê có nhiều lợi thế trong xuất khẩu quả tươi trái vụ sang các nước Bắc bán cầu như Hoa Kỳ và EU.

Chile sử dụng nhiều chương trình xúc tiến xuất khẩu, hỗ trợ kỹ thuật và chiến lược marketing để khuyến khích phát triển xuất khẩu quả tươi thông qua Cơ quan xúc tiến xuất khẩu quốc gia PROCHILE. PROCHILE quản lý Quỹ hỗ trợ xuất khẩu 10 triệu USD để tiến hành các chương trình xúc tiến xuất khẩu, phát triển thị trường mới và phát triển xuất khẩu các mặt hàng nông sản phi truyền thống.

*- Mêhicô*

Mêhicô đứng thứ tư thế giới về xuất khẩu quả tươi với kim ngạch xuất khẩu đạt trên 1,1 triệu USD trong năm 2003. Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Mêhicô. Với kim ngạch nhập khẩu hàng năm khoảng 800 triệu USD, Hoa Kỳ chiếm trên 88% tổng kim ngạch xuất khẩu của Mêhicô. Thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Mêhicô là EU, tiếp theo là Canada và Nhật Bản. Hai nước Hoa Kỳ và Canada chiếm trên 95% tổng kim ngạch xuất khẩu của Mêhicô nhờ những ưu đãi trong thoả thuận NAFTA.

Mêhicô đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu nho tươi, chủ yếu là xuất khẩu sang Hoa Kỳ. Mêhicô cũng là một trong những nước xuất khẩu hàng đầu về các loại quả như ổi, chanh, chanh lá cam và dâu tây. Với mức chi phí sản xuất thấp hơn, Mêhicô có nhiều lợi thế cạnh tranh trên thị trường thế giới nói chung cũng như so với Hoa Kỳ và Canada nói riêng.

Để phát triển xuất khẩu quả tươi, Mêhicô cũng thực hiện nhiều chương trình hỗ trợ xuất khẩu qua Bộ Kinh tế (ECONOMIA) và Ngân hàng Ngoại thương Mêhicô (BANCOMEXT).

### *- Trung Quốc*

Sản lượng quả của Trung Quốc cũng có xu hướng tăng nhanh trong những năm qua và Trung Quốc đã trở thành nước đứng đầu thế giới về sản lượng quả nhưng chỉ khoảng 2% tổng sản lượng quả được dùng cho xuất khẩu. Tuy nhiên, xuất khẩu của Trung Quốc vẫn tăng nhanh trong những năm qua và thị phần của Trung Quốc đã tăng lên đáng kể trên nhiều thị trường nhập khẩu chủ yếu.

Trung Quốc là nước xuất khẩu lớn nhất thế giới nhiều loại quả như táo, quýt và lê. Xuất khẩu các loại quả này đã tăng nhanh trong những năm qua với tốc độ tăng tương ứng 40%, 27% và 34%. Nga là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Trung Quốc. Các thị trường xuất khẩu chủ yếu khác của Trung Quốc là những nước Đông Nam Á. Vì vậy, Trung Quốc không đặt ra sức ép cạnh tranh trực tiếp với các nước xuất khẩu lớn khác ngoại trừ trên thị trường Hoa Kỳ và Nhật Bản.

### *- Nam Phi:*

Ngành sản xuất quả của Nam Phi phụ thuộc nhiều vào xuất khẩu với tỷ trọng quả dành cho xuất khẩu lên tới 38% tổng sản lượng quả tươi của Nam Phi. Nam Phi là nước xuất khẩu lớn các loại quả có múi, nho và táo. Các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Nam Phi là EU, Nga, UAE và Nhật Bản.

Nam Phi thực hiện Hệ thống hỗ trợ đầu tư và marketing xuất khẩu (Export Marketing and Investment Assistance Scheme - EMIA), với ngân sách hàng năm 19 triệu USD cho các hoạt động nghiên cứu và cung cấp thông tin, khuyến khích đầu tư trực tiếp của nước ngoài và các hoạt động quảng cáo, hội chợ. Nam Phi cũng thực hiện các chương trình hỗ trợ cho những mặt hàng xuất khẩu riêng biệt và hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ qua hệ

thống Bảo đảm tín dụng xuất khẩu (Export Credit Guarantee Scheme).

- *Nhập khẩu quả tươi*

**Bảng 1.8: Các nước nhập khẩu quả tươi lớn nhất thế giới**

(1000 USD)

|                          | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng số</b>           | <b>21.133.376</b> | <b>20.707.978</b> | <b>20.639.636</b> | <b>23.571.178</b> | <b>26.995.197</b> |
| Trong đó                 |                   |                   |                   |                   |                   |
| EU 15<br>(ngoại<br>khối) | 8.355.975         | 7.474.254         | 7.824.772         | 8.482.069         | 10.575.184        |
| Hoa Kỳ                   | 4.009.037         | 3.919.472         | 3.890.973         | 4.228.932         | 4.590.468         |
| Nhật Bản                 | 2.167.257         | 2.183.719         | 1.952.801         | 2.019.057         | 2.100.778         |
| Canada                   | 1.407.787         | 1.433.305         | 1.463.312         | 1.600.213         | 1.808.653         |
| Nga                      | 439.028           | 656.731           | 671.886           | 802.308           | 1.123.738         |

*Nguồn: Trung tâm Thông tin thương mại toàn cầu, Inc.*

- *EU*

EU là thị trường nhập khẩu quả tươi lớn nhất thế giới với lượng nhập khẩu đạt 8,4 triệu tấn và kim ngạch nhập khẩu đạt 10,575 tỷ USD trong năm 2003. Các nước xuất khẩu sang EU lớn nhất là Nam Phi, Costa Rica và một vài nước Nam Mỹ khác. EU cũng là một trong những nước sản xuất quả lớn nhất thế giới, vì vậy EU chủ yếu nhập khẩu các loại quả trái vụ và các loại quả mà EU không sản xuất được. Mặt hàng được nhập khẩu nhiều nhất vào EU là chuối (chiếm 65% tổng kim ngạch nhập khẩu).

### *- Hoa Kỳ*

Hoa Kỳ đứng thứ hai thế giới về nhập khẩu quả tươi với kim ngạch nhập khẩu 4,59 tỷ USD trong năm 2003. Hoa Kỳ nhập khẩu nhiều táo, nho cũng như nhiều loại quả nhiệt đới như chuối, dưa, ổi, quả bơ... Xuất khẩu quả tươi của Mêhicô chiếm khoảng 1/5 tổng kim ngạch nhập khẩu quả tươi của Hoa Kỳ trong khi Canada chỉ chiếm khoảng 2%. EU, Chilê và Trung Quốc là những nước xuất khẩu quả tươi lớn nhất sang Hoa Kỳ ngoài các nước thuộc khối NAFTA.

### *- Nhật Bản*

Nhật Bản đứng thứ ba thế giới về nhập khẩu quả tươi với kim ngạch nhập khẩu đạt 2,1 tỷ USD trong năm 2003. Các loại quả được nhập khẩu nhiều nhất vào Nhật Bản là chuối và các loại quả có mùi. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, nhập khẩu kiwi và các loại quả nhiệt đới như dưa, xoài cũng tăng lên đáng kể.

Các nước xuất khẩu quả tươi lớn nhất sang Nhật Bản là Hoa Kỳ và Philippin. Nhật Bản nhập khẩu từ Philippin chủ yếu là chuối, dưa và xoài trong khi quả có mùi được nhập khẩu chủ yếu từ Hoa Kỳ.

### *- Canada*

Các loại quả được nhập khẩu nhiều nhất vào Canada là chuối, nho, dưa, táo và các loại quả có mùi. Canada nhập khẩu nhiều quả tươi từ Mêhicô, Hoa Kỳ, các nước Nam Mỹ và các nước Nam bán cầu. Các nước thuộc hai khu vực này chiếm 32% tổng kim ngạch nhập khẩu quả tươi của Canada trong khi hai nước Hoa Kỳ và Mêhicô chiếm tới 57%. Chilê là nước xuất khẩu quả tươi lớn nhất vào Canada ngoài khối NAFTA. Nhập khẩu từ

Chilê đã tăng lên 20% trong năm 2003. Canada nhập khẩu từ Chilê nho, táo và đào – các mặt hàng tương tự với nhập khẩu từ Hoa Kỳ nhưng trái vụ. Nhập khẩu từ Costa Rica cũng tăng nhanh trong những năm qua với những mặt hàng chủ yếu là chuối, dưa và dưa.

- *Nga*

Tiêu thụ quả tươi của Nga ước tính đạt 5,3-5,4 triệu tấn, trong đó 3,2 triệu tấn được đáp ứng từ nguồn nhập khẩu. Táo là loại quả được tiêu thụ nhiều nhất ở Nga. Nhập khẩu quả tươi đã tăng từ 1,2 triệu tấn trong năm 1998/99 lên 3,2 triệu tấn trong năm 2003/04. Táo và lê là những loại quả được nhập khẩu nhiều nhất, tiếp theo là chuối và quả có múi.

Theo Liên minh rau quả Nga, 25% lượng rau quả nhập khẩu được chuyên chở bằng tàu hoả và 10% bằng tàu biển từ Hà Lan. Trong khi giá nhập khẩu quả có múi có xu hướng tăng lên trong những năm qua thì giá nhập khẩu nhiều loại quả khác như chuối, táo, nho... có xu hướng giảm đi do nguồn cung dồi dào và sức ép cạnh tranh tăng lên từ những nước xuất khẩu mới.

Trong khi tốc độ tăng trưởng xuất nhập khẩu các sản phẩm truyền thống (chuối và quả có múi) có xu hướng giảm đi trong những năm gần đây thì xuất nhập khẩu các loại quả phi truyền thống lại có xu hướng tăng mạnh và mở ra nhiều cơ hội mới cho các nước đang phát triển - các nước đóng vai trò quan trọng trong xuất khẩu các sản phẩm phi truyền thống.

### ***1.2.2. Thị trường rau quả chế biến thế giới***

#### ***Xuất khẩu rau quả chế biến***

Xuất khẩu rau quả chế biến toàn cầu đã tăng mạnh trong năm 2002, 2003 sau khi giảm nhẹ trong năm 2000, đạt 14,283 tỷ

USD trong năm 2003. EU (15) vẫn là khu vực xuất khẩu rau quả chế biến lớn nhất thế giới với kim ngạch xuất khẩu đạt 2,55 tỷ USD trong năm 2003 nhưng trong năm 2003, Trung Quốc đã vượt Hoa Kỳ, trở thành nước đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu rau quả chế biến.

**Bảng 1.9. Các nước xuất khẩu rau quả chế biến lớn nhất thế giới**  
(1000 USD)

|                  | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng số</b>   | <b>11.029.749</b> | <b>10.678.320</b> | <b>10.733.149</b> | <b>12.478.060</b> | <b>14.283.368</b> |
| EU 15 (ngoại EU) | 1.952.390         | 1.936.701         | 2.035.023         | 2.314.661         | 2.550.779         |
| Trung Quốc       | 1.127.187         | 1.314.668         | 1.505.767         | 1.761.099         | 2.168.847         |
| Hoa Kỳ           | 2.235.718         | 2.217.014         | 2.100.997         | 2.130.927         | 2.107.467         |
| Braxin           | 1.340.033         | 1.134.436         | 925.855           | 1.133.586         | 1.292.107         |
| Thái Lan         | 769.896           | 628.985           | 648.319           | 755.070           | 916.226           |

*Nguồn: Trung tâm Thông tin thương mại thế giới*

- **EU:** Xuất khẩu rau quả chế biến của EU đạt 2,55 triệu tấn trong năm 2003. Rau quả chế biến của EU chủ yếu được xuất khẩu sang Hoa Kỳ (25%), Nhật Bản (7%), Thụy Sĩ (7%), Nga (6%)... Các loại rau quả chế biến được EU xuất khẩu nhiều nhất là nước quả/nước quả cô đặc (30%), rau đóng hộp (25%), quả đóng hộp (13%), rau đông lạnh (14%) và mứt (6%).

- **Trung Quốc:** Rau quả chế biến chiếm khoảng 2/3 kim ngạch xuất khẩu rau quả của Trung Quốc. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là rau hỗn hợp, rau đông lạnh và nấm. Nhật Bản là thị trường xuất khẩu rau quả chế biến lớn nhất của Trung Quốc, chiếm tới 50% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả chế biến. Xuất khẩu của Trung Quốc đứng thứ hai nhưng chỉ chiếm khoảng 6%

kim ngạch xuất khẩu rau quả chế biến trên thế giới. Trung Quốc cũng xuất khẩu nhiều sang EU, Hồng Kông và một số nước châu Á.

- *Hoa Kỳ*: Xuất khẩu rau quả chế biến của Hoa Kỳ đã giảm từ 2,35 tỷ USD năm 1999 xuống chỉ còn 2,1 tỷ USD trong năm 2003 do kim ngạch xuất nhập khẩu một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Hoa Kỳ như khoai tây chế biến, ngô ngọt, nước cam và nước cam đông lạnh... giảm mạnh trước sức ép cạnh tranh của nhiều nước xuất khẩu mới. Từ năm 2001, Hoa Kỳ đã mất vị trí đứng đầu về xuất khẩu rau quả chế biến và trở thành nước đứng thứ ba về xuất khẩu nhóm hàng này trong năm 2003.

- *Braxin*: Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Braxin là nước cam tươi, nước cam đông lạnh, nước cam cô đặc... Braxin là một trong những nước xuất khẩu nước cam lớn nhất thế giới với lượng xuất khẩu khoảng 1,2 triệu tấn/năm. Các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Braxin là Hoa Kỳ, các nước EU-15, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và Australia.

- *Thái Lan*: Đứng thứ 5 thế giới về xuất khẩu rau quả chế biến với kim ngạch đạt gần 916 triệu USD trong năm 2003. Thị trường xuất khẩu rau quả chính của Thái Lan là Nhật Bản, Mỹ, Australia, Singapore và Hồng Kông. Mặt hàng rau quả chế biến lớn nhất của Thái Lan là dưa đóng hộp. Hiện nay, Thái Lan là nước xuất khẩu dưa hộp đứng đầu thế giới. Các mặt hàng xuất khẩu lớn khác của Thái Lan là rau đóng hộp (cà chua, ngô bao tử, măng tây).

### *Nhập khẩu rau quả chế biến*

Mặc dù là khu vực xuất khẩu rau quả chế biến lớn nhất thế giới, cán cân buôn bán rau quả chế biến của EU vẫn nghiêng về phía nhập siêu với kim ngạch nhập khẩu ngoại khu vực đạt

3,77 tỷ USD trong năm 2003. Hoa Kỳ đứng thứ hai về nhập khẩu rau quả chế biến với kim ngạch đạt 3,23 tỷ USD trong năm 2003. Các nước nhập khẩu rau quả chế biến lớn khác là Nhật Bản, Canada và Nga.

**Bảng 1.10. Các nước nhập khẩu rau quả chế biến lớn nhất thế giới**

(1000 USD)

|                            | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng số</b>             | <b>11.425.437</b> | <b>11.260.235</b> | <b>10.973.521</b> | <b>12.225.496</b> | <b>13.803.325</b> |
| Trong đó                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| EU 15<br>(ngoại<br>thương) | 3.331.934         | 3.114.206         | 2.844.499         | 3.185.294         | 3.770.105         |
| Hoa Kỳ                     | 2.687.578         | 2.678.262         | 2.635.086         | 2.802.196         | 3.232.928         |
| Nhật Bản                   | 2.038.279         | 2.067.291         | 2.049.625         | 1.940.679         | 2.026.497         |
| Canada                     | 829.562           | 813.101           | 816.261           | 889.541           | 917.510           |
| Nga                        | 214.318           | 237.915           | 317.947           | 425.415           | 498.610           |

- **EU:** Lượng rau quả chế biến nhập khẩu vào EU lên tới 4,2 triệu tấn trong năm 2003. Rau quả chế biến được nhập khẩu chủ yếu từ Braxin (20%), Trung Quốc (10%), Thổ Nhĩ Kỳ (12%), Thái Lan (7%) và Ba Lan (7%). Braxin là nguồn cung cấp nước cam lớn nhất sang thị trường EU, Thái Lan chủ yếu xuất khẩu sang EU dưa hóp và ngô ngọt trong khi rau chế biến được nhập khẩu nhiều từ Trung Quốc và Thổ Nhĩ Kỳ.

- **Hoa Kỳ:** Trong khi xuất khẩu rau quả chế biến của Hoa Kỳ giảm mạnh thì nhập khẩu lại tăng lên nhanh chóng với tốc độ tăng trưởng nhập khẩu bình quân 3,7%/năm trong giai đoạn 1999 - 2003. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Hoa Kỳ là

khoai tây, ô liu, dưa và các loại quả chế biến khác, nước táo và nước cam đông lạnh...Ngoài Mêhicô và Canada, Hoa Kỳ chủ yếu nhập khẩu rau quả chế biến từ các nước CAFTA (Các nước tham gia Hiệp định thương mại tự do Hoa Kỳ - Trung Mỹ).

- *Nhật Bản*: Nhập khẩu rau đông lạnh, rau sấy khô và rau sơ chế vào thị trường Nhật Bản đã tăng mạnh trong những năm qua, một phần do đơn giá nhập khẩu giảm đi cùng với sự gia tăng nguồn cung cấp từ nhiều nước xuất khẩu mới, đặc biệt là rau chế biến giá rẻ của Trung Quốc. Nấm, khoai tây và rau hỗn hợp là những loại rau được nhập khẩu nhiều nhất vào thị trường Nhật Bản. Rau quả chế biến được nhập khẩu chủ yếu từ Trung Quốc (với thị phần lên tới trên 50%), Hoa Kỳ và Niu Di lân.

- *Canada*: Đứng thứ tư thế giới về nhập khẩu rau quả chế biến với kim ngạch nhập khẩu đạt gần 917 triệu USD trong năm 2003. Canada chủ yếu nhập khẩu rau quả chế biến từ Hoa Kỳ và Mêhicô, trong đó, Hoa Kỳ chiếm tới 60% tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả chế biến của Canada trong năm 2003.

- *Nga*: Rau quả đóng hộp và nước quả các loại là những mặt hàng chủ yếu được nhập khẩu vào thị trường Nga. Trong năm 2003, Nga nhập khẩu tới 199 ngàn tấn nước quả, chủ yếu là nước cam (32,5%), nước táo (22,3%) và nước dưa (13,7%)... Nước quả được nhập khẩu chủ yếu từ các nước EU cũng như từ Braxin, Iran và Trung Quốc.

*Tóm lại, giao dịch rau quả toàn cầu vẫn có xu hướng tập trung tại một số trung tâm buôn bán chủ yếu như Hoa Kỳ và các nước NAFTA, EU và Nhật Bản. Các nước xuất khẩu rau quả lớn nhất như Hoa Kỳ và EU cũng đồng thời là những nước đứng đầu về nhập khẩu rau quả.*

*Tuy giao dịch rau quả vẫn mang nặng tính buôn bán nội khu vực, nhưng xuất khẩu của các nước đang phát triển như Trung Quốc, Chilê, Braxin, Nam Phi... đã tăng lên nhanh chóng trong những năm qua và đóng vai trò ngày càng quan trọng trên thị trường rau quả toàn cầu.*

*Xu hướng tăng nhu cầu tiêu thụ các loại rau quả trái vụ, các loại quả nhiệt đới cũng đang mở ra những cơ hội mới cho các nước đang phát triển.*

### **1.3. Dự báo thị trường rau quả tới năm 2010**

#### **1.3.1. Các yếu tố tác động tới thị trường rau quả trong những năm tới**

- *Xu hướng tăng tỷ trọng giao dịch rau quả tươi trong tổng giao dịch rau quả toàn cầu*

Thông thường, xuất khẩu các nông sản chế biến được coi là có lợi hơn cho quốc gia so với nông sản chưa qua chế biến vì nó làm tăng giá trị gia tăng của sản phẩm và lợi nhuận xuất khẩu. Tuy nhiên, về phương diện này, thị trường rau quả khá khác biệt so với nhiều loại nông sản khác.

Một mặt xuất khẩu rau quả chế biến ít rủi ro hơn so với rau quả tươi do sản phẩm có thể để được lâu hơn, ít hư hỏng và chi phí vận chuyển cũng thấp hơn vì không yêu cầu cao về bảo quản lạnh. Thêm vào đó, rau quả chế biến cũng có thể dễ dàng xuất khẩu đến các thị trường ở xa nguồn cung cấp sản phẩm. Rau quả chế biến cũng tiện dụng cho người tiêu dùng. Một ưu điểm nữa là công đoạn chế biến các loại rau quả nói chung không quá phức tạp và không đòi hỏi chi phí quá cao, hầu như chỉ cần thái nhỏ và qua sấy khô, muối, đóng hộp hoặc hấp chín rồi đóng thành gói, đưa qua đông lạnh là có thể xuất khẩu được.

Tuy nhiên, các nước đang phát triển khó có thể cạnh tranh với các nước phát triển về xuất khẩu rau quả chế biến. Theo Hội nghị về Thương mại và Phát triển của Liên hợp quốc (UNCTAD), việc xuất khẩu rau quả chế biến (đóng hộp, sấy khô, đông lạnh) sang các nước phát triển gặp phải một số khó khăn như sau:

- Thuế suất nhập khẩu ở các nước phát triển thường cao hơn đối với sản phẩm chế biến so với sản phẩm tươi;

- Tính lợi thế về quy mô của ngành công nghiệp chế biến rau quả là rất đáng kể. Điển hình là quy mô công nghiệp chế biến rất lớn ở các nước có khả năng cạnh tranh cao như sản xuất nước cam ép ở Braxin, dứa đóng hộp ở Thái Lan. Như vậy, để có thể cạnh tranh được đối với những mặt hàng này thì buộc phải đầu tư vào những nhà máy có qui mô lớn, vùng nguyên liệu tập trung và cơ sở hạ tầng thích hợp;

- Thị trường các sản phẩm chế biến như rau quả đóng hộp đã tương đối bão hoà ở các nước phát triển do người tiêu dùng có xu hướng chuyển sang các sản phẩm tươi có giá trị dinh dưỡng cao.

Mặt khác, trừ cây dứa và một số ít cây khác đặc biệt trồng chủ yếu để chế biến (như lạc tiên), thì hầu hết các loại rau quả là để ăn tươi mới đúng giá trị của nó. Nhìn chung các loại rau quả có giá trị dinh dưỡng cao hơn khi tiêu dùng ở dạng tươi với điều kiện phải đảm bảo vệ sinh và an toàn thực phẩm. Do vậy, rau quả tươi thường có đơn giá cao trên thị trường quốc tế và trong nhiều trường hợp thậm chí cao hơn so với ở dạng chế biến. Thêm vào đó, xu hướng tiêu dùng ở các nước hiện nay là gia tăng nhu cầu đối với sản phẩm rau quả tươi.

• - Sự phát triển của thị trường thực phẩm hữu cơ

Theo nghiên cứu về thị trường sản phẩm hữu cơ của FAO, tiêu dùng các sản phẩm hữu cơ tăng lên ở phần lớn các nước. Khối lượng rau quả hữu cơ tăng trung bình từ 20-30% trong khoảng 5 năm trở lại đây. Những nước tiêu thụ rau quả hữu cơ cao nhất là Anh và Italia. Nghiên cứu ở nhiều nước phát triển cũng cho thấy tiêu thụ các sản phẩm hữu cơ đang ngày càng tăng.

Các kênh phân phối sản phẩm hữu cơ thường có sự khác biệt lớn giữa các nước tiêu thụ. Theo nhiều nghiên cứu, vai trò của các siêu thị đang ngày càng tăng lên trong chuỗi cung cấp rau quả toàn cầu. Tuy nhiên, các cửa hàng chuyên bán rau quả hữu cơ cũng ngày càng phát triển mạnh.

Hiện nay, chủ yếu rau quả hữu cơ có nguồn gốc trong nước hoặc nhập khẩu từ các nước láng giềng. Đặc biệt tại Nhật Bản và Hoa Kỳ, người tiêu dùng có xu hướng chỉ tiêu dùng các sản phẩm hữu cơ trong nước. Vì vậy, để xuất khẩu vào các thị trường này các nước cần phải nỗ lực hơn nữa trong các hoạt động marketing nhằm thay đổi quan điểm của người tiêu dùng. Những nhu cầu này ảnh hưởng trực tiếp đến các nhà nhập khẩu, các nhà xuất khẩu, các nhà bán buôn, các nhà bán lẻ. Do đó, các nhà xuất khẩu có thể sử dụng các nhãn chất lượng để giúp người tiêu dùng làm quen với các loại rau quả hữu cơ nhập khẩu.

Nhu cầu rau quả hữu cơ của các nước phát triển ngày càng tăng lên mở ra các cơ hội cho phát triển xuất khẩu rau quả của các nước đang phát triển. Chính phủ nhiều nước đã thực hiện các chương trình trợ giúp nông dân để chuyển sang sản xuất sản

phẩm hữu cơ. Dự báo sản xuất rau quả hữu cơ của các nước đang phát triển sẽ tăng lên trong vài năm tới.

- *Xu hướng tăng cường các biện pháp bảo hộ*

Theo Hiệp định Nông nghiệp trong khuôn khổ WTO và các thoả thuận đa phương, song phương khác, thuế nhập khẩu đối với quả tươi cũng như quả chế biến đã giảm đi đáng kể, nhưng thay vào đó, nhiều rào cản nhập khẩu mới được các nước nhập khẩu áp dụng thông qua các tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn môi trường, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm...

Theo báo cáo thống kê của FAO (tháng 7/2000) thì có đến trên 80% doanh vụ xuất khẩu rau quả tươi trên thế giới gặp khó khăn do những nguyên nhân liên quan đến rào cản kỹ thuật của nước nhập khẩu.

Các Hiệp định tự do thương mại khu vực đang phát triển nhanh chóng với các thoả thuận ưu đãi song phương cũng đang tạo ra những rào cản đối với xuất khẩu của các nước không tham gia các thoả thuận này, tạo ra môi trường cạnh tranh không bình đẳng và rào cản khó vượt qua đối với nhiều nước đang phát triển.

### *1.3.2. Triển vọng thị trường rau quả thế giới*

#### *\* Rau*

Theo dự báo của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), do tác động của các yếu tố như sự thay đổi cơ cấu dân số, thị hiếu tiêu dùng và thu nhập dân cư... tiêu thụ nhiều loại rau sẽ tăng mạnh trong giai đoạn 2000 - 2020, đặc biệt là các loại rau ăn lá. Theo USDA, nếu như nhu cầu tiêu thụ rau diếp và các loại rau xanh khác sẽ tăng khoảng 22 - 23% thì tiêu thụ khoai tây và các loại rau củ khác sẽ chỉ tăng khoảng 7 - 8%. Giá rau tươi các loại

sẽ tiếp tục tăng cùng với tốc độ tăng nhu cầu tiêu thụ nhưng giá rau chế biến sẽ chỉ tăng nhẹ, thậm chí giá khoai tây có thể sẽ giảm nhẹ so với giai đoạn 2000 - 2004.

Nhu cầu nhập khẩu rau dự báo sẽ tăng khoảng 1,8%/năm. Các nước phát triển như Pháp, Đức, Canada... vẫn là khu vực nhập khẩu rau chủ yếu nhưng về phía cung, vai trò của các nước đang phát triển, trong đó phải kể đến Trung Quốc, Thái Lan và các nước Nam bán cầu trong việc cung cấp các loại rau tươi trái vụ.

### *\* Quả nhiệt đới*

Nhu cầu về quả nhiệt đới sẽ tăng trưởng nhanh trong giai đoạn dự báo với tốc độ tăng trưởng 8%. Nhập khẩu toàn cầu sẽ đạt 4,3 triệu tấn năm 2010, trong đó 87% (3,8 triệu tấn) là nhu cầu nhập khẩu của các nước phát triển. Hai khu vực EU và Hoa Kỳ chiếm 70% tổng nhập khẩu quả nhiệt đới toàn cầu. EU vẫn là khu vực nhập khẩu quả nhiệt đới lớn nhất thế giới với Pháp là thị trường tiêu thụ chính và Hà Lan là thị trường trung chuyển lớn nhất châu Âu. Ngoài Hoa Kỳ và EU, thì Nhật Bản, Canada và Hồng Kông cũng là những thị trường nhập khẩu quả nhiệt đới lớn.

Dứa vẫn là loại quả nhiệt đới chiếm tỷ trọng lớn nhất trong giai đoạn dự báo nhưng tốc độ giao dịch xoài đang có xu hướng tăng nhanh hơn. Nhập khẩu dứa sẽ tăng 6% trong giai đoạn dự báo, chiếm 42% tổng lượng giao dịch quả nhiệt đới thế giới so với 50% của năm 1998/2000. Hoa Kỳ là nước nhập khẩu dứa tươi lớn nhất, chiếm 46% tổng lượng nhập khẩu dứa thế giới.

Nhập khẩu xoài dự báo sẽ đạt 1,5 triệu tấn trong năm 2010, trong đó nhập khẩu của EU dự báo đạt 514 000 tấn, tăng

15,7%. Mặc dù Pháp, Hà Lan và Anh vẫn là những nước nhập khẩu chính nhưng nhập khẩu của Tây Ban Nha có xu hướng tăng mạnh, đưa nước này trở thành nước nhập khẩu quan trọng trong những năm tới. Nhập khẩu xoài của Hoa Kỳ dự báo cũng sẽ tăng khoảng 7%, đạt 450 000 tấn vào năm 2010.

Nhập khẩu quả bơ dự báo sẽ đạt 712 000 tấn vào năm 2010, tăng 8% trong giai đoạn dự báo. Tỷ trọng của các nước phát triển trong tổng nhập khẩu đạt khoảng 86%, giảm nhẹ so với năm 1998/2000. Nhập khẩu của các nước đang phát triển chiếm tỷ trọng 14%, chủ yếu là nhập khẩu vào các nước Mỹ Latinh và Caribe.

Hoa Kỳ và Pháp vẫn là những nước nhập khẩu quả bơ lớn nhất thế giới, chiếm 29% và 19% tổng lượng nhập khẩu quả bơ toàn cầu năm 2010. Sản xuất quả bơ của Hoa Kỳ sẽ chỉ tăng 2% trong giai đoạn dự báo, không đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ và nhập khẩu vào nước này dự báo sẽ tăng tới 11%, lên 205 000 tấn vào năm 2010.

Nhập khẩu đu đủ dự báo sẽ tăng 8,3%, đạt 336 000 tấn vào năm 2010. Các nước đang phát triển chiếm tới 29,5% tổng lượng nhập khẩu, tương đương với 99 000 tấn, trong đó, châu Á - Thái Bình Dương chiếm 87% nhập khẩu của các nước đang phát triển. Hoa Kỳ vẫn là nước nhập khẩu đu đủ lớn nhất thế giới với lượng nhập khẩu đạt 161.000 tấn, chiếm 48% tổng nhập khẩu đu đủ toàn cầu năm 2010.

### **\* Quả có múi**

Sản xuất tăng nhanh trong khi nhu cầu tăng trưởng chậm đã gây sức ép lên giá cả các loại quả có múi tươi cũng như chế biến, làm giảm các diện tích trồng mới trong thời gian qua. Vì

vậy, tốc độ tăng sản lượng vẫn sẽ ở mức thấp trong thời gian tới. Sao Paolo của Braxin và Florida của Mỹ vẫn là những khu vực cung cấp quả có múi lớn nhất thế giới. Tuy nhiên, sản lượng quýt của Tây Ban Nha và sản xuất cam quýt của Trung Quốc dự báo cũng sẽ tăng nhanh trong khi sản xuất của các nước Mỹ Latinh như Arhentina, Mêhicô, Cuba, Belize và Costa Rica dự báo cũng tiếp tục tăng nhưng ở mức độ chậm hơn. Sản xuất và tiêu thụ quả có múi ở châu Á cũng có triển vọng tăng lên, tuy nhiên, nhu cầu chủ yếu được đáp ứng từ nguồn cung cấp nội địa, tỷ trọng tham gia vào thị trường thế giới vẫn sẽ khá hạn chế. Tại châu Phi, sản xuất quả có múi chủ yếu chỉ được phát triển tại các nước ven Địa Trung Hải và Nam Phi.

Hiệp định thương mại song phương giữa Trung Quốc và Hoa Kỳ đã mở cửa thị trường Trung Quốc đối với nhập khẩu quả có múi. Tuy nhiên, những hạn chế về cơ sở hạ tầng vẫn tạo ra nhiều khó khăn trong việc mở rộng quy mô nhập khẩu của Trung Quốc về nhóm hàng này.

### **\* Chuối**

Nhập khẩu chuối toàn cầu dự báo sẽ đạt 14,3 triệu tấn năm 2010, thấp hơn 4% so với tổng lượng xuất khẩu chuối do những hao hụt trong quá trình vận chuyển. Nhập khẩu chuối vào các nước đang phát triển và đang chuyển đổi sẽ tăng mạnh hơn ở các nước phát triển, đưa tỷ trọng của các nước này trong tổng lượng nhập khẩu toàn cầu từ 25% hiện nay lên gần 50% vào năm 2010.

Nhập khẩu chuối của các nước phát triển dự báo sẽ tăng 1-2%/năm trong những năm tới. Nhập khẩu của Hoa Kỳ và Canada dự báo sẽ đạt 4,6 triệu tấn vào năm 2010 so với mức 4,3

triệu tấn của năm 2002, nhưng tỷ trọng của hai nước này trong tổng lượng nhập khẩu giảm từ 39% xuống còn 32% trong cùng giai đoạn. Nhập khẩu chuối của Nhật Bản dự báo sẽ tăng khoảng 0,7%/năm, lên 1,1 triệu tấn vào năm 2010, chủ yếu là nhập khẩu từ Philippin. Lộ trình bãi bỏ hạn chế đối với nhập khẩu chuối của EU vào năm 2006 là yếu tố quan trọng đối với triển vọng thị trường chuối thế giới. Dự báo, cùng với chính sách mở cửa thị trường, nhập khẩu chuối của EU năm 2006 sẽ tăng 350 000 tấn so với năm 2005. Tới năm 2010, nhập khẩu chuối vào EU sẽ đạt khoảng 3,9 triệu tấn, tăng 25% so với thập kỷ trước.

Nhập khẩu chuối vào các nước đang phát triển sẽ tăng mạnh trong giai đoạn dự báo, trong đó các nước Đông Á là khu vực có tốc độ tăng trưởng cao nhất - 5,8%/năm. Việc Trung Quốc trở thành thành viên WTO sẽ khuyến khích nhập khẩu chuối vào thị trường này. Dự báo, nhập khẩu chuối của các nước Đông Á sẽ đạt 1,3 triệu tấn vào năm 2010.

Nhập khẩu chuối của khu vực Trung Đông sẽ tăng gần 50% trong giai đoạn dự báo, lên 900 000 tấn vào năm 2010. Ngoài các thị trường nhập khẩu truyền thống như Philippin, Ecuador và Costa Rica, Trung Đông sẽ tăng nhập khẩu chuối từ Yemen, Pakistan và Ấn Độ. Nhập khẩu của khu vực Mỹ La tinh tăng chậm hơn, chỉ đạt khoảng 7% trong suốt giai đoạn dự báo, do những hạn chế về khả năng thanh toán của khu vực.

Nhập khẩu của các nước Trung và Đông Âu dự báo sẽ tăng 20%, lên 900.000 tấn và nhập khẩu vào khu vực Liên xô cũ dự báo sẽ đạt 700.000 tấn vào năm 2010 nhờ giá giảm và những cải thiện trong hệ thống phân phối chuối của các nước này.

## **1.4. Một số thị trường nhập khẩu rau quả chủ yếu**

### **1.4.1. Thị trường rau quả Hoa Kỳ**

#### **\* Đặc điểm thị trường**

Hoa Kỳ là một trong những nước sản xuất rau quả lớn trên thế giới. Năm 2003 sản lượng rau quả của Hoa Kỳ ước đạt 54,97 triệu tấn, với tổng doanh thu khoảng 23 tỷ USD. Trong đó, sản lượng và doanh thu từ quả có múi đạt tương ứng 15,2 triệu tấn và 2,3 tỷ USD; các loại quả khác là 16,6 triệu tấn và 8,49 tỷ USD; các loại hạt là 1,42 triệu tấn và 2,45 tỷ USD; rau xanh là 20,97 triệu tấn và 9,76 tỷ USD.

Mặc dù là một nước sản xuất rau quả lớn nhưng hàng năm Hoa Kỳ vẫn nhập khẩu một khối lượng lớn rau quả. Trong giai đoạn 1994 – 2003, nhập khẩu rau quả của Hoa Kỳ đã tăng 17,25%/năm. Nguồn cung cấp rau quả chủ yếu cho Hoa Kỳ là các nước NAFTA (Mehicô và Canada chiếm gần 50% kim ngạch nhập khẩu rau quả của Hoa Kỳ) và các nước Mỹ La tinh. Ngoài ra Hoa Kỳ cũng nhập khẩu từ một số nước châu Á và châu Âu. Nhập khẩu vào Hoa Kỳ mang tính thời vụ rõ rệt và tăng mạnh trong khoảng tháng 12 đến tháng 4 hàng năm, khi sản xuất rau quả bị ảnh hưởng do thời tiết.

Những mặt hàng nhập khẩu chính của Hoa Kỳ là chuối, cà chua, hạt điều, nho và khoai tây. Trong những năm gần đây, nhập khẩu các loại quả nhiệt đới khác vào Hoa Kỳ có xu hướng tăng lên, đặc biệt là nhập khẩu dưa, xoài và đu đủ.

Nhập khẩu dưa vào Hoa Kỳ đã tăng từ 252,8 ngàn tấn năm 1998 lên 405,7 ngàn tấn năm 2002. Các nước xuất khẩu dưa

chủ yếu vào Hoa Kỳ là Costa Rica (85%), Honduras (5,1%), Mêhicô (4,4%), Ecuador (4,4%) và Thái Lan (0,7%).

Nhập khẩu xoài vào Hoa Kỳ tăng từ 197,4 ngàn tấn năm 1998 lên 263,4 ngàn tấn năm 2002. Xoài được nhập khẩu chủ yếu từ Mêhicô (62,2%), Ecuador (8,2%), Braxin (13,7%), Peru (7,8%) và Haiti (3,2%).

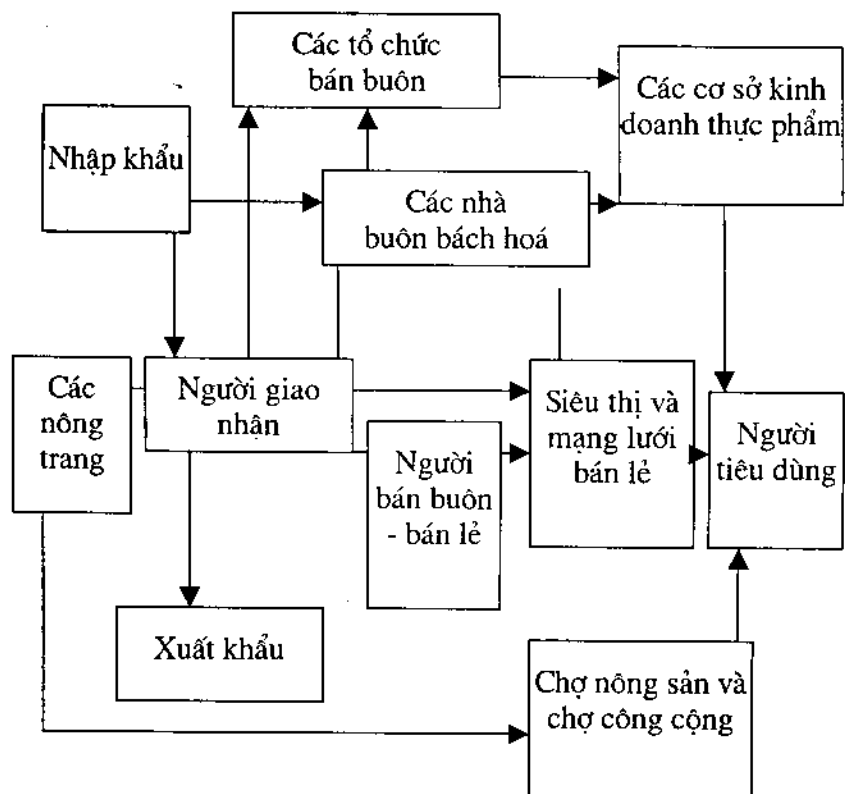
Nhập khẩu đu đủ vào Hoa Kỳ đã tăng gần gấp đôi trong giai đoạn 1998 – 2002, từ 47,91 ngàn tấn lên 88,56 ngàn tấn. Đu đủ cũng được nhập khẩu chủ yếu từ các nước Trung và Nam Mỹ như Mêhicô, Belize và Braxin.<sup>4</sup>

Một đặc điểm của thị trường rau quả Hoa Kỳ là khác với nhiều nước, ngay cả những nước phát triển như các nước thành viên EU và Nhật Bản, các chợ rau quả không đóng vai trò quan trọng trong hệ thống kinh doanh bán lẻ rau quả. Hệ thống dịch vụ ăn uống chiếm tới 50% tổng doanh thu bán lẻ rau quả, hệ thống siêu thị chiếm khoảng 49% và doanh thu bán lẻ tại các chợ ngoài trời và tiêu thụ trực tiếp tại các nông trang chỉ chiếm 1% tổng doanh thu bán lẻ rau quả trên thị trường Hoa Kỳ. Nếu như trước đây, các siêu thị là người cung cấp rau quả chủ yếu thì hiện nay, quan hệ trực tiếp giữa các nhà bán buôn và hệ thống dịch vụ ăn uống đã trở thành phương thức phân phối chủ yếu.

---

<sup>4</sup> Tropical Fruit Statistic, FAO, 2003

## Sơ đồ 1.1. Kênh phân phối rau quả trên thị trường Hoa Kỳ



*Nguồn: Dr.Roberta, UC Davis, U.S Vegetable Consumption*

### **\* Chính sách nhập khẩu**

#### **- Thuế nhập khẩu**

Hoa Kỳ kết hợp cả hai loại đánh thuế: thuế theo giá trị và thuế đặc định. Cũng giống EU, Hoa Kỳ cũng áp dụng thuế rau quả nhập khẩu theo mùa. Ngoài Quy chế Tối huệ quốc (MFN), Hoa Kỳ hiện đang dành ưu đãi GSP cho các sản phẩm nhập khẩu

từ các nước đang phát triển, các nước Cận Đông, Bắc Phi, các nước LDC và thuế suất đặc biệt dành cho các đối tác trong khối NAFTA và CAFTA.

Với các nước đang phát triển được hưởng GSP, có một số sản phẩm được hưởng miễn thuế quanh năm (xoài, táo), tuy nhiên cũng có những sản phẩm được hưởng ưu đãi theo từng thời điểm, ví dụ nho, lê chỉ miễn thuế trong khoảng thời gian từ 1/4 đến 30/6 thời gian còn lại vẫn phải chịu thuế. Các nước NAFTA và CAFTA được hưởng thuế suất bằng 0 trừ một số mặt hàng áp dụng thuế theo mùa đối với Mêhicô như: dưa đỏ, cà chua, măng tây. Các nước LDC được miễn thuế quanh năm với mọi mặt hàng.

(Biểu thuế nhập khẩu rau quả vào Hoa Kỳ tham khảo tại Phụ lục 6 và Phụ lục 7)

#### *- Các rào cản phi thuế quan*

Tất cả sản phẩm khi nhập khẩu vào Hoa Kỳ đều phải qua sự kiểm tra của Cơ quan quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ (FDA). Theo quy định của luật các hàng hoá nhập khẩu cũng phải đáp ứng được các tiêu chuẩn bằng các hàng sản xuất tại Hoa Kỳ. Cơ quan giám định động và thực vật Hoa Kỳ (APHIS) sẽ chịu trách nhiệm kiểm tra các sản phẩm từ nông nghiệp, nhà nhập khẩu của Hoa Kỳ sẽ phải có được chứng chỉ đảm bảo vệ sinh dịch tễ của nước xuất khẩu. Luật kiểm dịch yêu cầu tiến hành kiểm tra hàng hoá ngay tại cảng nhập do APHIS chịu trách nhiệm, nếu APHIS phát hiện có dấu hiệu của dịch bệnh cũng

như khả năng lây lan của dịch bệnh thì ngay lập tức sẽ ra lệnh cấm nhập khẩu.

### **1.4.2. Thị trường EU**

#### **\* Đặc điểm thị trường**

Theo Euromonitor, tổng dung lượng thị trường trái cây EU đạt khoảng 25 triệu tấn, trong đó trên 30% là quả có múi, được tiêu thụ nhiều tại các nước Địa Trung Hải như Pháp, Tây Ban Nha, Italia và Hy Lạp. Italia là nước tiêu thụ trái cây nhiều nhất với lượng tiêu thụ khoảng 6 triệu tấn, tiếp theo là Đức với tổng lượng tiêu thụ 5 triệu tấn, Pháp, Tây Ban Nha và Anh 3,56 triệu tấn (76,8 kg/người) Hà Lan (93 kg/người)<sup>5</sup>.

Tổng mức tiêu thụ rau (bao gồm cả khoai tây) đạt khoảng 29 triệu tấn, trong đó tiêu thụ khoai tây chiếm trên 50% tổng lượng rau tiêu thụ và cà chua chiếm khoảng 10%. Đức là thị trường tiêu thụ rau tươi lớn nhất EU với lượng tiêu thụ khoảng 5,6 triệu tấn, tiếp theo là Italia, Anh và Hà Lan.

Do những hạn chế về mùa vụ, EU là khu vực nhập khẩu rau quả lớn nhất thế giới với tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả lên tới 13,59 tỷ USD trong năm 2003. Các nước chủ yếu xuất khẩu sang EU là Hoa Kỳ (quả hạnh, quả hồ trăn, quả óc chó, bưởi và quả khô), Thái Lan (rau), Nam Phi (cam, nho, đào và táo), Costa Rica, Ecuador và Côlômbia (chuối), Arhentina (chanh, đào), Thổ Nhĩ Kỳ (quả khô và quả phỉ) và Maroc (cà chua và cam). Hoa Kỳ là nước đứng đầu về xuất khẩu rau quả

---

<sup>5</sup> EU Market Survey, Fruit and Vegetables 2004

tươi sang EU với kim ngạch đạt 1,2 tỷ USD trong năm 2003, tiếp theo là Thổ Nhĩ Kỳ (1,1 tỷ USD) và Nam Phi (1 tỷ USD).

Đức là nước nhập khẩu quả tươi lớn nhất EU, chiếm 23% tổng kim ngạch nhập khẩu quả tươi của 15 nước EU, tiếp theo là Anh (17%), Pháp (14%), Hà Lan (11%), Bỉ (11%) và Italia (7%). Đức cũng là nước nhập khẩu rau tươi lớn nhất với tỷ trọng 32% tổng kim ngạch nhập khẩu rau tươi của EU, tiếp theo là Anh (22%), Pháp (14%), Hà Lan (9%), Bỉ (5%) và Italia (4%).

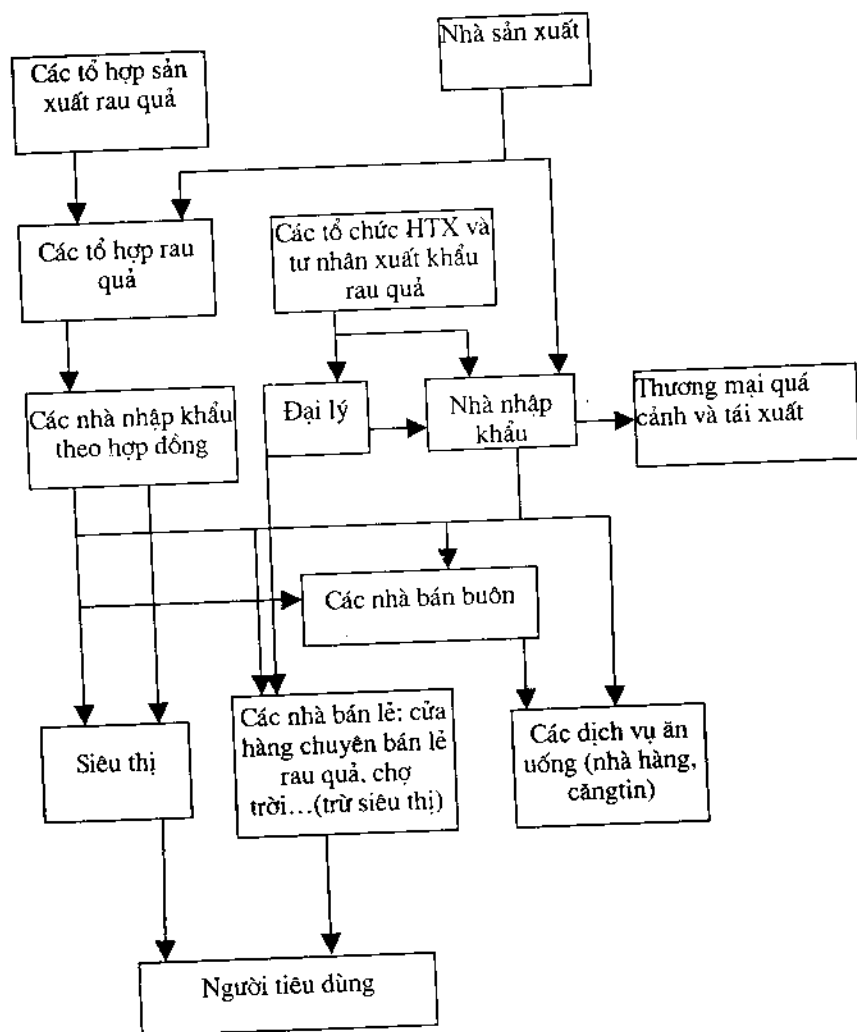
Chuối, táo, nho và một số loại quả có múi là những loại quả được nhập khẩu nhiều nhất vào EU trong những năm qua. Các nước EU nhập khẩu chuối trực tiếp cũng như nhập khẩu gián tiếp qua Bỉ, Pháp và Hà Lan. Là nơi tập trung các phương tiện bảo quản và vận chuyển của nhiều công ty xuyên quốc gia – Hà Lan đã trở thành đầu mối trung chuyển rau quả nhiệt đới. Bên cạnh những loại quả nhập khẩu truyền thống như chuối và quả có múi, trong những năm gần đây, nhập khẩu các loại quả từ các nước nhiệt đới và những nước Nam bán cầu như quả kiwi, dưa, quả bơ, mận, xoài, ổi, đu đủ... vào EU có xu hướng tăng lên.

Nước nhập khẩu nhiều kiwi nhất là Đức (chiếm trên 20% tổng lượng nhập khẩu của EU), tiếp theo là Bỉ (20%), Tây Ban Nha (15%) và Hà Lan (12%). Trong khi đó, Pháp là nước đứng đầu về nhập khẩu dưa (trên 25% tổng lượng nhập khẩu), tiếp theo là Bỉ (18%), Đức (14%) và Italia (14%). Pháp cũng là nước nhập khẩu quả bơ nhiều nhất, chiếm 50% tổng lượng quả bơ nhập khẩu vào EU, tiếp theo là Anh (14%) và Hà Lan (14%). Anh là nước nhập khẩu mận nhiều nhất, chiếm 27 % tổng lượng nhập khẩu, tiếp theo là Đức (19%), Hà Lan (14%) và Bỉ (10%).

Nhập khẩu xoài và ổi cũng tăng nhanh, chủ yếu được nhập khẩu vào Hà Lan (33% tổng lượng nhập khẩu), Pháp (17%), Anh (15%) và Đức (13%). Mặc dù được nhập khẩu chủ yếu từ các nước nhiệt đới và các nước Nam bán cầu, xuất nhập khẩu nội EU cũng chiếm tỷ lệ khá lớn trong giao dịch các loại quả này. Các loại rau châu Á như bí xanh, mướp tây, cà tím, củ chanh... cũng trở nên ngày càng quen thuộc hơn trên thị trường EU, đặc biệt là thị trường Anh, nơi người dân gốc châu Á chiếm tỷ lệ khá lớn.

Cùng với xu hướng tăng nhập khẩu các loại rau quả nhiệt đới, tỷ trọng của các nước đang phát triển trong tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả của EU đã tăng từ 35% lên 37% trong giai đoạn 1999 – 2002. Các nước đang phát triển xuất khẩu rau quả lớn nhất sang EU là các nước Nam Phi và Mỹ La tinh như Costa Rica, Ecuador, Chile, Côlômbia, Arhentina và Braxin và một số nước khác như Côtđivoa, Thổ Nhĩ Kỳ, Maroc và Camorun. Các nước đang phát triển đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các loại quả như đu đủ, vải, dứa, chuối, chà là, xoài, ổi và lạc tiên vào thị trường EU. Nếu như các nước Mỹ Latinh chiếm tỷ trọng lớn hơn trong xuất khẩu quả tươi vào thị trường EU thì các nước châu Phi lại đóng vai trò quan trọng hơn trong việc cung cấp rau tươi. Các nước xuất khẩu rau tươi lớn nhất sang EU là Kênia, Thổ Nhĩ Kỳ, Ai Cập và Thái Lan. Đậu các loại ngô ngọt và ngô bao tử là các loại rau được nhập khẩu nhiều từ các nước đang phát triển. Tuy nhiên, do điều kiện vận chuyển và bảo quản phức tạp hơn, rau tươi vẫn chủ yếu được buôn bán giữa các nước EU.

**Sơ đồ 1.2: Kênh phân phối rau quả trên thị trường EU**



*Nguồn: EU Market Survey, Fruits and Vegetables 2004*

Kinh doanh rau quả tươi ở thị trường châu Âu chủ yếu là do mạng lưới các siêu thị đảm nhận, ngoại trừ ở Italia, các nhà

nhập khẩu thường là các trung gian phân phối. Trong tất cả các trường hợp nhà nhập khẩu thường có mối quan hệ làm ăn lâu dài với các nhà cung cấp. Nhà nhập khẩu đôi khi còn là người cố vấn cho nhà cung cấp về chất lượng, kích cỡ và bao bì sản phẩm. Chức năng chuyên môn của các đại lý là tạo cầu nối giữa nhà xuất khẩu và nhà nhập khẩu, thông qua liên lạc với các nhà cung cấp sau đó cung cấp sản phẩm trở lại cho khách hàng của mình.

Tại châu Âu, phương thức buôn bán trực tiếp giữa nhà sản xuất/nhà xuất khẩu và mạng lưới bán lẻ rộng khắp đã phần nào thu hẹp dần vai trò của nhà nhập khẩu. Tuy nhiên, các nhà nhập khẩu vẫn có vai trò quan trọng trong mạng lưới bởi vì họ có một vai trò không thể thiếu trong việc mua gom sản phẩm và tạo nguồn cung ứng ổn định cho các khâu tiếp theo. Các khách hàng cũng đang ngày càng gia tăng mối liên kết với các nhà cung cấp có khả năng đảm bảo lượng hàng ổn định theo chu kỳ một tuần hay một tháng. Tuy nhiên chỉ có một số ít trong số các nhà cung cấp quy mô lớn mới có khả năng về tài chính và tiềm lực mới có thể chịu được chi phí và cũng như những rủi ro về mùa vụ để đáp ứng yêu cầu khách hàng quanh năm. Việc duy trì nguồn cung liên tục ổn định đã trở thành lợi thế cạnh tranh của nhiều công ty.

Các hình thức chủ yếu của mạng lưới bán lẻ rau quả bao gồm: Các cửa hàng chuyên bán rau quả; Siêu thị hay cửa hàng bán tự động; Chợ ngoài trời; Nhà sản xuất/nông dân. Các kênh buôn bán truyền thống như chợ, cửa hàng rau quả vẫn có một vai trò quan trọng tại hầu hết các thị trường kinh doanh rau quả.

### ***\* Chính sách nhập khẩu***

Chính sách đối với rau quả nhập khẩu vào EU nằm trong sự điều tiết của Chính sách Nông nghiệp chung (CAP) bao gồm:

tiêu chuẩn thị trường chung, thuế nhập khẩu, giá nhập khẩu, các biện pháp tự vệ đặc biệt và vệ sinh dịch tễ.

### *- Thuế nhập khẩu*

Thuế nhập khẩu vào EU có một số đặc điểm sau: (i) thuế dành cho trái cây nhiệt đới tương đối thấp (dứa: 5,8% đủ và xoài: 0%); (ii) thuế theo vụ: thuế khá cao vào chính vụ và khá thấp với sản phẩm trái mùa; (iii) các loại rau nói chung đều phải chịu mức thuế rất cao, không phân biệt mùa vụ

Ngoài ra EU còn đưa ra hệ thống giá nhập khẩu tối thiểu (entry prices - EP)<sup>6</sup> hay còn gọi là giá tham chiếu. Cách áp dụng giá tham chiếu như sau:

+ Nếu giá C.I.F nhập khẩu của một hàng hoá > giá tham chiếu thì hàng hoá đó chỉ phải bị đánh thuế tính theo giá trị (Ad-valorem);

+ Nếu giá C.I.F nhập khẩu của một hàng hoá < giá tham chiếu thì hàng hoá đó ngoài việc phải chịu thuế theo giá trị còn bị đánh thuế đặc định (Special duty). Thuế đặc định lại dựa trên mức giá C.I.F nhập khẩu;

+ Nếu  $92\% EP < C.I.F \text{ nhập khẩu} < 94\% EP$  thì giá hàng hoá đó sẽ được tính là:  $C.I.F + 8\% EP$ ;

+ Nếu  $94\% EP < C.I.F \text{ nhập khẩu} < 96\% EP$  thì giá hàng hoá đó sẽ được tính là:  $C.I.F + 6\% EP$ ;

+ Nếu  $96\% EP < C.I.F \text{ nhập khẩu} < 98\% EP$  thì giá hàng hoá đó sẽ được tính là:  $C.I.F + 4\% EP$ ;

---

<sup>6</sup> Entry prices được áp dụng cho các loại quả sau: cà chua, dưa chuột, a-ti-sô, bí xanh, quả có múi, nho, táo, mơ, anh đào, mận.

+ Nếu  $98\% \text{ EP} < \text{C.I.F nhập khẩu} < 100\% \text{ EP}$  :thì giá hàng hoá đó sẽ được tính là  $\text{C.I.F} + 2\% \text{ EP}$ .

Giá tham chiếu của EU cũng thay đổi theo mùa: cao vào chính vụ và khá thấp với sản phẩm trái mùa ví dụ bí xanh trong khoảng tháng 4 và 5 giá tham chiếu có thể dao động từ 451Euro/tấn lên 730Euro/tấn.

Cho đến nay, thuế quan nhập khẩu không còn bị coi là rào cản đối với các nước xuất khẩu thuộc nhóm đang phát triển vào thị trường EU bởi EU đã dành nhiều ưu đãi bằng cách áp dụng mức thuế suất thấp hoặc bằng 0 cho các sản phẩm nhập khẩu phi truyền thống. Hệ thống ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) bao gồm một loạt các thoả thuận phổ cập bên cạnh các ưu đãi đặc biệt mà EU dành cho các nước kém phát triển (LDCs). (Mức thuế nhập khẩu rau quả vào EU tham khảo tại Phụ lục 6 và Phụ lục 7).

- *Tiêu chuẩn thị trường chung* (Common Agricultural Policy - CAP)

Đây là các tiêu chuẩn đưa ra cho mọi loại sản phẩm tươi trong các công đoạn phân phối cho tất cả các sản phẩm được sản xuất ra tại EU. Với những loại rau quả nhập từ các nước ngoài EU cũng phải đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn này về chất lượng, bao bì, nhãn mác. Sau khi đã có đầy đủ các tiêu chuẩn này hàng hoá sẽ được cấp chứng chỉ công nhận, các sản phẩm không được cấp chứng chỉ này sẽ không được chấp nhận vào thị trường EU. Từ năm 1993 EU đã ban hành các qui định thống nhất trong EU về tiêu chuẩn chất lượng và đến năm 1996 ban hành qui định EC 2200/96 về CAP. Ngoài các tiêu chuẩn chất lượng được EU qui định riêng theo yêu cầu của các nhà nhập khẩu, EU còn áp dụng bổ sung một số tiêu chuẩn của Liên hiệp quốc (UN) đối với

những trường hợp không có trong tiêu chuẩn của EU. Điều này giúp giải quyết những kẽ hở trong tranh chấp khi hàng vào các thị trường này.

Năm 2001, EU thông qua qui định về chứng nhận xuất xứ EC (1148/2001 áp dụng cho các lô hàng nhập khẩu vào EU từ các nước ngoài EU, phải tuân theo các qui định về “Tiêu chuẩn tiếp cận thị trường” của EU.

Các sản phẩm rau quả lưu thông trên thị trường EU cũng phải tuân thủ theo các qui định về giảm tối đa mức độ các chất dư lượng (MRLs) của hàng loạt loại thuốc trừ sâu sử dụng ngay từ trong cây trồng gốc và trong từng thành phẩm rau quả được đưa ra thị trường theo Quyết định số 90/642/EEC. Các qui định của EUROGAP được xem là quan trọng nhất đối với rau quả tiêu thụ trên thị trường EU; ngoài ra các qui định của CODEX và ISO 9000 cũng được áp dụng.

### ***1.4.3. Thị trường Nhật Bản***

#### ***\* Đặc điểm thị trường***

Nhật Bản là một trong những thị trường nhập khẩu nông sản lớn nhất thế giới. Tuy đã áp dụng nhiều chính sách mở cửa thị trường nông sản theo những cam kết trong khuôn khổ WTO, Nhật Bản vẫn áp dụng nhiều chính sách hạn chế nhập khẩu để bảo vệ sản xuất nông sản trong nước. Tuy nhiên, từ năm 1990, tỷ trọng rau tươi nhập khẩu dần tăng lên trên thị trường Nhật Bản khi các nhà bán lẻ Nhật Bản bắt đầu nhập khẩu rau tươi từ các nước Nam bán cầu trong mùa đông. Rau nhập khẩu từ các nước Nam bán cầu với mức giá rẻ và chất lượng tốt, đáp ứng được những yêu cầu rất khắt khe của thị trường Nhật Bản về tiêu chuẩn vệ sinh dịch tễ đã làm cho xu hướng tiêu thụ rau tươi nhập khẩu phổ biến nhanh trên thị trường Nhật Bản và trở thành

nguồn cung có sức cạnh tranh mạnh mẽ với rau sản xuất nội địa, ngay cả khi Chính phủ Nhật Bản thực hiện các chính sách hỗ trợ cho những trang trại trồng rau cũng như thị trường bán buôn rau tươi sản xuất nội địa.

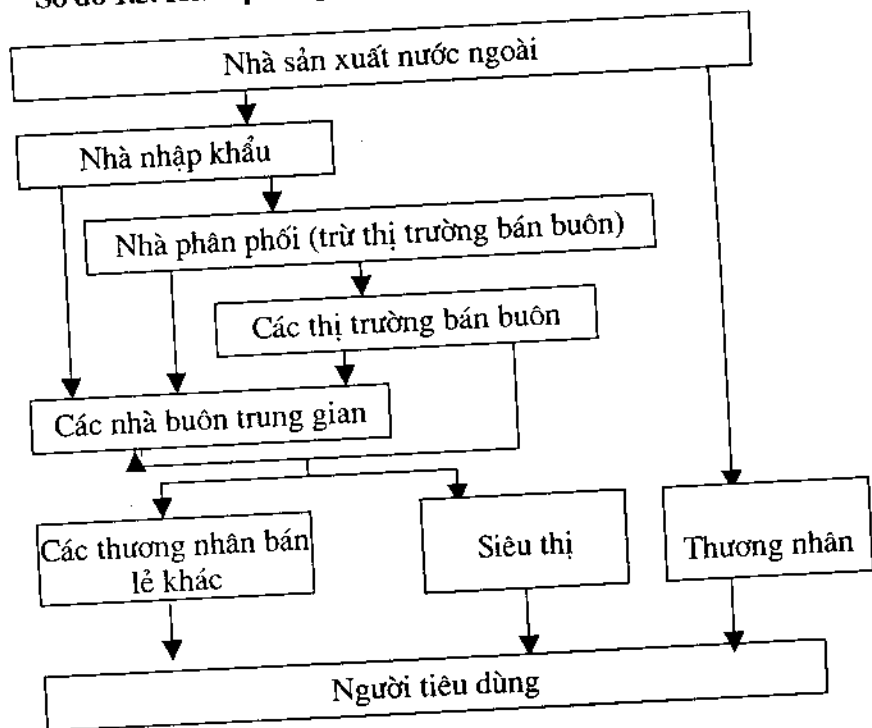
Nhập khẩu rau tươi vào Nhật Bản trong năm 2002 lên tới 737 ngàn tấn, trị giá 76.153 triệu yên và nhập khẩu rau đông lạnh đạt 718 ngàn tấn, trị giá 102.938 triệu yên. Nhật Bản nhập khẩu rau chủ yếu từ Trung Quốc (28,7% tổng trị giá nhập khẩu năm 2002), Hoa Kỳ (24,3%), Niu Dilân (11,5%), Mêhicô, Hàn Quốc...

Hệ thống phân phối của tại Nhật Bản tương đối phức tạp, cần huy động nhiều nhân công, bộ máy công kênh. Sự phức tạp của hệ thống phân phối làm tăng chi phí và đó cũng là lý do khiến cho giá thành hàng hoá bán tại Nhật cao hơn rất nhiều so với các thị trường khác trên thế giới. Khó khăn đối với việc phân phối tại Nhật cũng một phần do vấn đề văn hoá. Người Nhật rất do dự về việc phải làm gián đoạn các mối quan hệ truyền thống với các nhà cung cấp, ngay cả khi các nhà xuất khẩu nước ngoài có thể cung cấp các sản phẩm tốt hơn với giá thành hạ hơn.

Ở Nhật Bản, rau tươi thường được phân phối thông qua thị trường bán buôn. Hệ thống đấu giá tại thị trường bán buôn là một đặc điểm riêng của hệ thống phân phối rau quả. Hàng ngày, những người bán buôn đưa hàng ra đấu giá tại thị trường bán buôn. Những người bán buôn trung gian và những người mua được uỷ quyền sẽ mua hàng từ những cuộc đấu giá hàng ngày, sau đó bán cho những người bán lẻ. Theo nghiên cứu cho thấy, có khoảng 80% lượng rau quả tiêu thụ được phân phối theo cách này. Còn 20% còn lại được phân phối trực tiếp (không qua thị trường bán buôn) cho các cửa hàng thực phẩm, hợp tác xã nông

nghiệp, các công ty thương mại và những người mua khối lượng lớn trong ngành công nghiệp thực phẩm, sau đó những người này lại bán cho người tiêu dùng. Kênh phân phối chủ yếu đối với rau quả tươi nhập khẩu là từ nhà nhập khẩu đến nhà buôn hoa quả quốc gia hoặc địa phương, từ nhà bán buôn sơ cấp đến nhà bán buôn thứ cấp, đến người bán lẻ và cuối cùng, đến người tiêu dùng. Gần đây những cửa hàng mua bán lớn và những cửa hàng chuyên kinh doanh rau đã trực tiếp nhập khẩu để cung cấp rau phù hợp nhu cầu và hình thức này có xu hướng ngày càng tăng.

**Sơ đồ 1.3. Kênh phân phối rau quả trên thị trường Nhật Bản**



*Nguồn: JETRO*

Những nhà bán buôn chuyên nghiệp bán trực tiếp cho người bán lẻ cũng phân phối một vài loại rau quả tươi, trong khi những loại khác do các công ty thương mại nhập khẩu bán cho nhà chế biến thực phẩm. Rau quả tươi được bán ở nhiều cửa hàng bán lẻ, như các quầy rau quả, siêu thị, cửa hàng bách hoá và sạp rau quả. Năm loại quả hàng đầu, trong đó có chuối và lê, có bán tại hầu hết tất cả các cửa hàng bán lẻ. Tuy nhiên, nhiều loại khác chỉ được bán ở các cửa hàng chuyên dụng, các siêu thị cao cấp và cửa hàng bách hoá. Việc tăng kim ngạch nhập khẩu rau quả tươi dẫn đến tăng các kênh phân phối ngoài kênh thị trường bán buôn. Các công ty đa quốc gia và các công ty thương mại nhập khẩu rau quả nhận các nhà bán buôn như chi nhánh của mình, mặc dù phần lớn các hoạt động kinh doanh của họ là kinh doanh trực tiếp với các siêu thị.

### *\* Các biện pháp quản lý nhập khẩu*

Các biện pháp hạn chế nhập khẩu rau của Nhật Bản bao gồm thuế quan, hạn ngạch thuế quan với đậu Hà Lan và các quy định vệ sinh dịch tễ nghiêm ngặt đối với nhiều loại rau tươi.

#### *- Thuế quan*

Mức thuế quan phổ biến đối với hầu hết các loại rau tươi là 3%, với rau đông lạnh là 6% và với rau chế biến/rau sấy khô là 9%. Mức thuế cao hơn – 12% – được áp dụng đối với khoai tây, khoai lang, ngô ngọt, khoai sọ, một số loại nấm, gừng bằng đông lạnh và chế biến, đậu tươi và đậu đông lạnh. Ngoài ra, đậu và đậu sấy khô còn phải áp dụng hạn ngạch thuế quan (TQRs). Mức thuế phổ cập được áp dụng đối với cả các nước phát triển và

các nước đang phát triển, ngoại trừ rau sấy khô: áp dụng thuế 0% với các nước kém phát triển, trừ các loại ngô ngọt, khoai sọ, nấm shiitake và khoai lang. Đối với nấm matsutake và ngưi bằg, mức thuế 0% được áp dụng đối với tất cả các nước đang phát triển.

Trong GSP, Nhật Bản dành tương đối ít các ưu đãi thuế quan cho các nước đang phát triển. Thuế suất trong GSP và MFN tương đối giống nhau. GSP dành cho các sản phẩm: xoài, vải, lạc tiên, chôm chôm, ổi cùng một số sản phẩm rau tươi và sấy khô khác. Các nước LDC được miễn thuế hoàn toàn chủ yếu là đối với các sản phẩm nhiệt đới, rau sấy khô, được thảo và gừng.

Thuế đối với quả tươi như sau: đu đủ 2%, dứa và táo 17%, quả có mùi 36%. Thuế mùa vụ được áp dụng với nho và chuối, từ tháng 11 đến tháng 3 thuế giá trị (Ad valorem) của nho là 7,8% thời gian còn lại thuế lên đến 17%. Tương tự với chuối thuế thời điểm trái vụ (từ tháng 4 đến tháng 9) là 23,3% trong khi lúc chính vụ là từ tháng 10 đến tháng 3 thuế lên tới 29,2%. Với các nước đang phát triển sẽ được hưởng mức thuế suất ưu đãi vào hai thời điểm trên tương ứng 10% và 20%.

Hệ thống thuế quan của Nhật Bản tương đối phức tạp, bao gồm nhiều loại thuế suất khác nhau. Hiện nay, Việt Nam đang được hưởng chế độ thuế suất ưu đãi MFN và GSP của Nhật. Thuế suất MFN nhập khẩu bình quân đối với rau, quả của Nhật Bản từ 5 - 20%. Thuế MFN của Nhật thường thấp hơn thuế phổ thông từ 3 - 5%. Thuế suất GSP của Nhật khá thấp, thường dưới 5% hoặc bằng 0% nhưng chỉ áp dụng đối với một số ít mặt hàng.

### *- Các quy định về sinh dịch tế*

Các quy định về sinh dịch tế nghiêm ngặt của Nhật Bản có ảnh hưởng lớn đến nhập khẩu rau tươi. Nhập khẩu một số loại rau từ một số nước bị cấm hoàn toàn do những lo ngại về lây nhiễm dịch bệnh. Dưa chuột, ớt tươi, cà tím, khoai tây và một số loại rau khác cũng chỉ được nhập khẩu với số lượng hạn chế do những quy định này. Nhập khẩu một số loại rau khác bị ảnh hưởng bởi qui định về qui trình hun khói để diệt côn trùng và sâu bệnh tại các cảng đến của Nhật Bản. Quá trình hun khói có thể ảnh hưởng lớn đến chất lượng rau nhập khẩu, đặc biệt là các loại rau mềm hoặc có màu sáng, trong đó phải kể đến rau diếp và rau cải bông. Cơ quan chức năng của Nhật Bản sẽ tiến hành hun khói bất cứ lô hàng nhập khẩu nào nếu họ phát hiện thấy côn trùng, ngay cả khi loại côn trùng này là loại đặc hữu ở Nhật Bản.

Người Nhật rất chú trọng đến vệ sinh và rất nhạy cảm với thức ăn, họ ăn thức ăn tươi thường xuyên hơn các dân tộc khác, họ cũng rất chú ý đến vấn đề khẩu vị. Khi chọn mua rau, quả, người tiêu dùng thường để ý đến độ tươi, hình dáng, màu sắc, độ sáng, giá cả... trong đó, độ tươi đóng vai trò cốt yếu.

Rau quả tươi sống vào thị trường Nhật Bản còn phải tuân thủ Luật Bảo vệ cây trồng và Luật Vệ sinh thực phẩm. Thủ tục nhập khẩu đối với các mặt hàng tươi sống thường lâu và không rõ ràng. Theo đánh giá của nhiều chuyên gia, các tiêu chuẩn của Nhật về độ phân giải thuốc trừ sâu trong hoa quả tươi, phụ gia thực phẩm, dư lượng thuốc trừ sâu... thường rất cao, thậm chí còn hơn cả EU, Hoa Kỳ và các tiêu chuẩn quốc tế khác.

#### **1.4.4. Thị trường Trung Quốc**

##### **\* Đặc điểm thị trường**

Trung Quốc là nước sản xuất, xuất khẩu và tiêu thụ rau, quả lớn nhất châu Á. 90% rau, quả của Trung Quốc hiện nay được tiêu thụ dưới dạng tươi, 10% còn lại được chế biến thành nước ép, đóng hộp, đông lạnh, sấy khô, mứt quả... Mức tiêu thụ rau quả bình quân đầu người của Trung Quốc đã tăng từ 41,11 kg/người năm 1990 lên 56,52 kg/người năm 2002. Trung Quốc cũng là một trong những nước sản xuất quả hàng đầu thế giới, với sản lượng quả hàng năm đạt khoảng 62 triệu tấn. Những loại quả chính là táo (21 triệu tấn), bưởi chùm (8 triệu tấn), chuối (4 triệu tấn) và nho (3 triệu tấn). Sơn Đông ở miền Đông đất nước là nơi trồng chính nho, bưởi chùm và táo. Quảng Đông, sản xuất cam và các loại quả nhiệt đới khác. Trước đây, các loại quả được trồng nhiều ở Trung Quốc như táo, lê, nho, quýt và dưa là những loại quả được tiêu thụ chủ yếu nhưng trong những năm gần đây, các loại quả nhiệt đới được trồng ở các tỉnh nam Trung Quốc như vải, nhãn...được tiêu thụ rộng rãi hơn. Thuế nhập khẩu thấp đối với các loại quả nhiệt đới nhập khẩu từ các nước Đông Nam Á càng làm cho các loại quả này phổ biến hơn trên thị trường Trung Quốc.

Năm 2003, Trung Quốc xuất khẩu 2,9 tỷ USD rau, quả các loại và nhập khẩu 736 triệu USD rau, quả các loại. Trung Quốc đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu rau tươi nhưng cán cân thương mại quả tươi lại nghiêng về phía nhập khẩu.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Trung Quốc là nấm, hành tỏi, củ cải và một số loại rau tươi và rau chế biến khác, quýt, táo, hạnh đào nhân, hạt dẻ... Các thị trường xuất khẩu rau quả chủ yếu của Trung Quốc là Nhật Bản, Hồng Kông, EU, Nga, Hàn Quốc và các nước Đông Nam Á.

Các loại rau quả nhập khẩu chủ yếu là chuối, nho, cam, táo, cần tây, đậu hạt, nấm. Trung Quốc nhập khẩu chủ yếu từ Hoa Kỳ, Chilê, Philippin, Ecuador, Niu Di lân và các nước Đông Nam Á.

Trước đây, sản lượng rau quả Trung Quốc chủ yếu được tiêu thụ nội địa nhưng đầu tư tăng mạnh trong ngành sản xuất rau quả cũng mở ra nhiều cơ hội cho phát triển xuất khẩu. Từ năm 1999, các công ty thương mại và các nhà đầu tư nước ngoài đã được phép đầu tư vào ngành rau quả Trung Quốc, kể cả trồng trọt và vận chuyển, để đáp ứng nhu cầu cả trong và ngoài nước. Trong năm 2003, Trung Quốc đã vượt Hoa Kỳ, trở thành nước xuất khẩu rau lớn thứ hai thế giới. Táo Phúc Kiến của Trung Quốc đã chiếm lĩnh được thị trường Hồng Kông, là thị trường trước đây chủ yếu tiêu thụ táo Washington (Mỹ). Trên thị trường Nhật Bản, súp lơ xanh của Mỹ đã gặp phải sự cạnh tranh mạnh mẽ với súp lơ xanh Trung Quốc. Trên thị trường Thái Lan, rau và quả Trung Quốc đang cạnh tranh với sản phẩm nội địa.

Chi phí sản xuất thấp là yếu tố chính đem lại thành công cho rau quả xuất khẩu của Trung Quốc. Giá bán buôn rau quả ở các thị trường tại Bắc Kinh rẻ hơn 10 - 30 % so với giá bán buôn

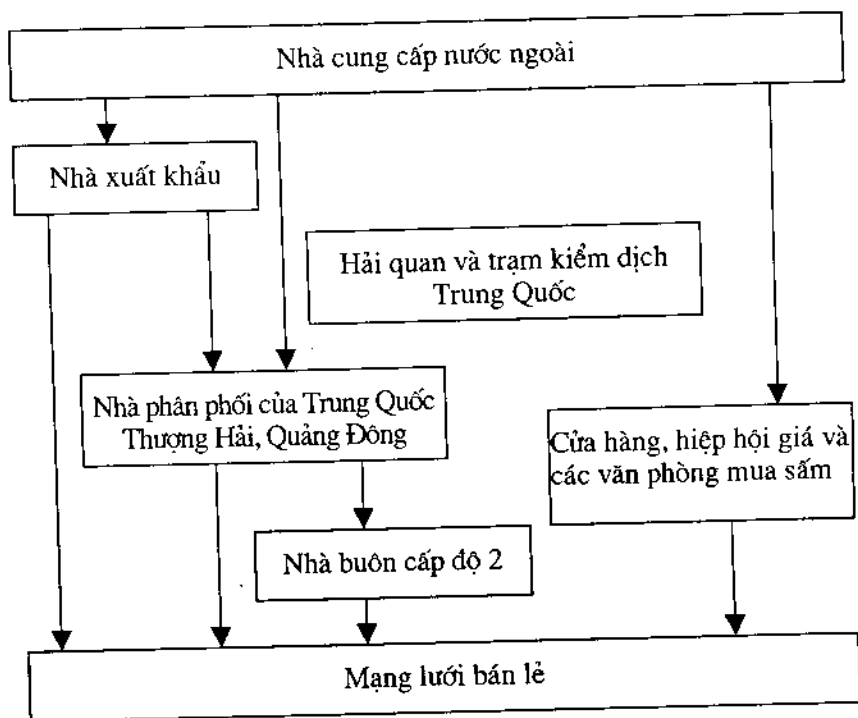
ở nhiều nước. Đây một phần là kết quả của đầu tư lớn của các nhà đầu tư trong và ngoài nước vào sản xuất rau quả, tận dụng nguồn nhân lực giá rẻ ở Trung Quốc, làm tăng sản lượng rau cho cả tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

Hệ thống siêu thị và các cửa hàng bán lẻ hiện đại đã phát triển nhanh chóng ở trong những năm qua, thay thế dần các chợ ngoài trời trong kinh doanh bán lẻ rau quả. Rau quả nhập khẩu ngày càng trở nên phổ biến hơn trên thị trường Trung Quốc. Đã bắt đầu hình thành những cửa hàng chuyên doanh rau quả chất lượng cao và rau quả nhập khẩu. Các nhà bán lẻ và các chuỗi cửa hàng bán lẻ thường tổ chức các hình thức hợp tác trong mua gom rau quả nội địa cũng như nhập khẩu, ký kết hợp đồng cung ứng với các nhà sản xuất trong và ngoài nước để tiết kiệm chi phí nhờ quy mô. Các Hiệp hội của các nhà sản xuất rau quả cũng có xu hướng phát triển nhanh chóng và ngày càng đóng vai trò quan trọng hơn trong hệ thống kinh doanh rau quả, trở thành cầu nối giữa người sản xuất và kinh doanh. Các nhà cung cấp nước ngoài có thể xuất khẩu hàng vào Trung Quốc thông qua các công ty nhập khẩu/phân phối, các nhà nhập khẩu nhỏ, các công ty mua gom, đóng gói cũng như cung cấp trực tiếp cho các nhà bán lẻ lớn.

Nhập khẩu qua Hồng Kông đóng vai trò quan trọng trong hệ thống kinh doanh rau quả nhập khẩu của Trung Quốc. Nhiều nhà phân phối rau quả nhập khẩu Trung Quốc có quan hệ chặt chẽ với các công ty thương mại của Hồng Kông. Trước đây, rau quả nhập khẩu của Hồng Kông chiếm tới 50% tổng lượng bán

buôn rau quả nhập khẩu của Trung Quốc nhưng hiện nay tỷ trọng này đã giảm đi ít nhiều cùng với sự phát triển của hệ thống dịch vụ vận chuyển và cảng biển ở các tỉnh phía bắc Trung Quốc, cho phép tiết kiệm chi phí nhập khẩu qua các cảng biển này vào thị trường các tỉnh trung và bắc Trung Quốc.

#### Sơ đồ 1.4. Kênh phân phối rau quả trên thị trường Trung Quốc



#### \* Chính sách quản lý nhập khẩu

Trung Quốc áp dụng các mức thuế nhập khẩu tương đối cao và chính sách phi thuế quan khá chặt chẽ. Thuế suất trung bình phổ thông đối với rau chủ yếu khoảng 70% (thuế suất MFN

tương ứng là 13%), trừ một số mặt hàng như nấm, măng, hành khô hoặc sơ chế, có thuế suất phổ thông cao hơn, khoảng 80%-90% (nhưng thuế suất MFN vẫn là 13%); nhưng các loại hạt giống rau có thuế suất MFN khoảng 0-8%, các loại đậu, lạc thuế MFN khoảng 30%. Riêng các loại quả tươi, khô có thuế suất cao hơn. Thuế suất MFN trung bình với quả khoảng từ 30%-50% (thuế phổ thông lên tới 100%). (Thuế suất nhập khẩu rau quả của Trung Quốc tham khảo tại Phụ lục 10).

Về chính sách phi thuế quan, Trung Quốc áp dụng chủ yếu các hình thức hạn ngạch, giấy phép hoặc chế độ đăng ký đặc định nhập khẩu.

#### ***1.4.5. Thị trường Nga***

##### ***\* Đặc điểm thị trường***

Các loại rau chủ yếu được nhập khẩu vào Nga là bắp cải tươi (khoảng 200.000 tấn, chủ yếu được nhập khẩu từ Hà Lan, Trung quốc và Ba Lan); cà rốt ( 70.000- 100.000 tấn, chủ yếu nhập khẩu từ Trung Quốc, Hà Lan, Ba Lan và Bỉ); khoai tây (150.000-200.000 tấn, chủ yếu nhập khẩu từ Hà Lan, Ba Lan và Pháp), tỏi và hành tây (350.000-450.000, chủ yếu từ các nước CISs, Hà Lan, Trung Quốc và Ba Lan).

Cam và chuối là những loại quả tươi chủ yếu được nhập khẩu vào thị trường Nga. Hàng năm Nga nhập khẩu khoảng 300.000 tấn cam, chủ yếu từ Maroc, Thổ Nhĩ Kỳ, Ixrael và Hy Lạp; 600.000 tấn chuối, chủ yếu được nhập khẩu từ Cólombia, Costarica và Philippin.

Nhu cầu hoa quả đóng hộp cũng có xu hướng tăng nhanh. Nhập khẩu hoa quả đóng hộp vào Nga đã tăng 20 - 25%/năm trong những năm qua. Năm 2003, tiêu thụ hoa quả đóng hộp ở Nga tăng 23%, trong đó, đào đóng hộp tăng 9%, mơ tăng 47%, lê tăng 100%, hoa quả hỗn hợp tăng 42%. Nhập khẩu đào đóng hộp chiếm 59% hoa quả đóng hộp vào Nga trong năm 2003. Trung Quốc đang từng bước thay thế Hy Lạp trong việc cung cấp đào đóng hộp vào thị trường Nga. Hoa quả hỗn hợp đóng hộp là loại hoa quả được ưa chuộng vào hàng thứ hai trên thị trường, sau đào đóng hộp. Xuất khẩu mặt hàng này từ Ukraina vào Liên bang Nga tăng 21% trong năm 2003. Lê đóng hộp, nhất là loại lê Trung Quốc với giá rẻ đang được ưa chuộng tại Nga, với mức nhập khẩu vào Nga tăng 9 lần trong năm 2003.

Hàng năm Nga nhập khẩu trung bình trên 200 triệu lít nước quả các loại, trị giá khoảng trên 100 triệu USD, chủ yếu là nước quýt, táo, cam bưởi, nho, cà chua, dưa, xoài và một số loại nước quả tổng hợp.

Nhiều nhà nhập khẩu/phân phối có trụ sở chính tại Maxcova. Có thể nói, Maxcova là trung tâm trung chuyển hàng nhập khẩu sang các khu vực phía tây đất nước. Cảng Vladivostok cũng là nơi tập trung cơ sở của nhiều nhà nhập khẩu/phân phối, hàng nhập khẩu được chuyển từ đây đến các tỉnh thuộc Viễn Đông và đến Sibêri. Các nhà nhập khẩu Nga cũng thường nhập hàng qua cảng của các nước Baltic và Phần Lan. Rau quả nhập khẩu từ các nước châu Âu phần lớn được đưa qua cảng Amstecđam của Hà Lan.

Các nhà nhập khẩu Nga thường nhập khẩu nhiều loại thực phẩm, trong đó có rau quả, thông qua các nhà xuất khẩu nước ngoài mặc dù hình thức ký kết hợp đồng với các nhà sản xuất của nước ngoài đã trở nên phổ biến hơn trong những năm gần đây.

Khác với nhiều nước châu Âu, các chợ ngoài trời vẫn chiếm một tỷ trọng khá lớn trong hệ thống bán lẻ rau quả tuy các hình thức kinh doanh bán lẻ hiện đại hơn như siêu thị và các cửa hàng chuyên doanh phát triển khá nhanh trong những năm qua. Sự tham gia của các nhà kinh doanh bán lẻ vào hệ thống phân phối của Nga đã đem lại những tác động tích cực trong việc áp dụng các công nghệ và hình thức dịch vụ hiện đại. Nhiều nhà bán lẻ ký hợp đồng trực tiếp với các nhà cung cấp của các nước xuất khẩu và có phương tiện bảo quản, vận chuyển cũng như bao gói riêng, có nhãn mác bán lẻ riêng như hệ thống “Cash & Carry” của Metro.

#### ***\* Chính sách quản lý nhập khẩu***

Thuế nhập khẩu rau theo chế độ tối huệ quốc thường ở mức là 15%, thuế VAT là 10%. Thuế nhập khẩu quả theo chế độ tối huệ quốc là 5% nhưng không ít hơn 0,02 Euro/Kg. Thuế VAT là 20%. Thuế nhập khẩu nước quả là 15%, nhưng không dưới 0,07 Euro/lit. Thuế nhập khẩu theo chế độ tối huệ quốc là 15%, nhưng không dưới 0,07 Euro/lít, Việt Nam được hưởng quy chế GSP, thuế VAT là 20%. Thuế nhập khẩu rau chế biến theo chế độ tối huệ quốc là 20%, nhưng không ít hơn 0,1Euro/kg. Thuế VAT là 10%.

(Biểu thuế nhập khẩu rau quả của Nga tham khảo tại Phụ lục 11).

Rau quả cũng như các mặt hàng thực phẩm nhập khẩu vào Nga phải có giấy chứng nhận an toàn thực phẩm phù hợp với tiêu chuẩn quốc gia (GOST) của Liên bang Nga và “Quy định vệ sinh, an toàn thực phẩm” của Bộ Y tế Nga, ban hành ngày 1/9/2002 (SanPin-01).

Với 143 triệu người tiêu dùng, GDP bình quân đầu người năm 2003 đạt 3018 USD/người (8900 USD/người tính theo ngang giá sức mua), Nga là một thị trường nhiều tiềm năng đối với các nhà xuất khẩu.

## 2. THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM

### 2.1. Tình hình sản xuất và tiêu thụ nội địa

#### 2.1.1. Sản xuất

Việt Nam có điều kiện về đất đai và khí hậu thích hợp trồng các loại cây rau quả nhiệt đới và ôn đới, ở miền Bắc khí hậu chia làm hai mùa tương đối rõ rệt là mùa nóng và mùa lạnh, mùa nóng thích hợp cho các loại cây ăn quả như: nhãn, vải, mận, xoài, dứa, chuối... Mùa lạnh thích hợp cho gieo trồng các loại rau như: bắp cải, su hào, súp lơ, khoai tây, cà chua, dưa chuột, dưa hấu... Ở Miền Nam nhiệt độ trung bình năm khá cao nên thích hợp cho trồng các loại cây ăn quả nhiệt đới như: nhãn, chôm chôm, xoài, thanh long, măng cầu, dứa, chuối... Sản xuất rau quả của Việt Nam những năm qua đã có những bước tiến đáng kể về qui mô cũng như cơ cấu sản phẩm, nhiều loại rau quả đặc sản, có chất lượng cao được qui hoạch thành những vùng chuyên canh. Diện tích trồng rau quả của Việt Nam đã tăng từ 771,4 nghìn ha năm 1993 nên đã tăng lên đến 1440,1 nghìn ha năm 2002, trong đó diện tích cây ăn quả tăng 2,3 lần, bình quân tăng 10,1%/năm và diện tích rau các loại tăng 1,6 lần, bình quân tăng 5,6%/năm.

**Bảng 2.1. Diện tích trồng rau, quả của Việt Nam**

|      | Diện tích trồng rau, quả<br>(Nghìn ha) |              | Tăng trưởng so với năm trước (%)<br>(Năm trước=100%) |              |
|------|----------------------------------------|--------------|------------------------------------------------------|--------------|
|      | Cây ăn quả                             | Rau các loại | Cây ăn quả                                           | Rau các loại |
| 1993 | 296,0                                  | 475,4        | 113,5                                                | 106,9        |
| 1994 | 320,1                                  | 494,9        | 108,1                                                | 104,1        |

|      |       |       |       |       |
|------|-------|-------|-------|-------|
| 1995 | 346,4 | 515,8 | 108,2 | 104,2 |
| 1996 | 375,1 | 566,2 | 108,3 | 109,8 |
| 1997 | 425,8 | 595,6 | 113,5 | 105,2 |
| 1998 | 449,8 | 636,7 | 105,6 | 106,9 |
| 1999 | 512,7 | 659,7 | 114,0 | 103,6 |
| 2000 | 564,8 | 661,9 | 110,2 | 100,3 |
| 2001 | 609,6 | 720,7 | 107,9 | 108,9 |
| 2002 | 677,5 | 762,5 | 111,1 | 105,8 |

*Nguồn: Niên giám thống kê 2003, Tổng cục thống kê*

Khu vực sản xuất rau chủ yếu là vùng Đồng bằng Sông Hồng chiếm 25,26% diện tích và 30,78% sản lượng rau của cả nước, tiếp đến là vùng Đồng bằng Sông Cửu Long với 23,28% diện tích và 25,46% sản lượng (số liệu năm 2002), ngoài ra còn có Đà Lạt - vùng chuyên canh rau có chất lượng và hiệu quả cao.

Sản lượng rau bình quân đầu người đã tăng từ 68,25 kg/người/ trong năm 1998 lên 93,9 kg/người/ trong năm 2002. Nếu so sánh với mức tiêu dùng rau bình quân đầu người 2,44 kg/người/tháng (tức 29,28 kg/người/năm) theo kết quả “Điều tra mức sống hộ gia đình năm 2002” của Tổng cục Thống kê thì lượng dư cung về sản lượng rau của Việt Nam là rất lớn (kể cả loại trừ đi lượng thất thoát, hao hụt sau thu hoạch, dùng rau để chế biến, làm thức ăn cho gia súc... khoảng 30%).

Sản xuất cây ăn quả tập trung nhiều tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long, nơi chiếm tới 34,1% diện tích cây ăn quả của cả nước, tiếp đến là Đông Bắc 19%, Đông Nam Bộ 17,4%... Sản xuất cây ăn quả phát triển ở mọi vùng đất nước và hình thành

nên các vùng sản xuất cây ăn trái hàng hoá phù hợp với điều kiện khí hậu và tập quán của từng vùng.

**Bảng 2.2. Diện tích trồng cây ăn quả phân theo vùng năm 2002**

| Tên vùng                   | Diện tích<br>(Nghìn ha) | Tỷ trọng<br>(%) | Loại cây ăn quả chủ yếu                                                                      |
|----------------------------|-------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Đông Bắc                | 70,4                    | 10,39           | Mận, đào, hồng, chuối, xoài, cam, quýt, mơ, vải, nhãn, mít.                                  |
| 2. Tây Bắc                 | 128,9                   | 19,03           | Mận, đào, hồng, chuối, xoài, cam, quýt, mơ, vải, nhãn, mít.                                  |
| 3. Đồng bằng Sông Hồng     | 33,4                    | 4,93            | Vải, nhãn, chuối, dứa, mít, na, đu đủ, hồng.                                                 |
| 4. Bắc Trung bộ            | 51,4                    | 7,59            | Cam, quýt, dứa, dứa                                                                          |
| 5. Duyên hải Trung bộ      | 26,7                    | 3,94            | Xoài, nho, thanh long, dứa                                                                   |
| 6. Tây Nguyên              | 18,0                    | 2,66            | Hồng, lê, chuối, dâu, mận.                                                                   |
| 7. Đông Nam bộ             | 117,7                   | 17,37           | Chôm chôm, mít, sầu riêng, chuối, quả có múi, thanh long...                                  |
| 8. Đồng bằng Sông Cửu Long | 231,0                   | 34,10           | Nhãn, xoài, dứa, chôm chôm, ổi, dứa, bưởi, roi, sapôchê, dứa, măng cụt, chuối, thanh long... |
| Tổng số:                   | 677,5                   | 100,00          | x x x                                                                                        |

*Nguồn: Tổng cục Thống kê*

Sản lượng quả hiện nay đạt trên 5 triệu tấn, nếu trừ đi khoảng 20 - 25% số này bị tổn thất trong khâu thu hoạch, bảo quản, vận chuyển... và một phần xuất khẩu thì sản lượng quả tiêu thụ nội địa ước khoảng 3,5 triệu tấn/năm (bình quân đầu người khoảng 50 kg/năm ở thành thị và khoảng 20 - 30 kg ở

nông thôn), thấp hơn nhiều so với bình quân chung của thế giới là 69 kg/năm. Quả được tiêu thụ chủ yếu ở các thành phố lớn như Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.

Năm 1999, Chính phủ đã phê duyệt đề án phát triển rau, quả và hoa, cây cảnh giai đoạn 1999 - 2010. Sau 4 năm thực hiện đề án, đến cuối năm 2003, tổng diện tích rau quả đạt 1.270.000 ha, sản lượng đạt trên 13,8 triệu tấn. Trong đó, rau và gia vị đạt trên 577.000 ha, đạt sản lượng 8,18 triệu tấn. Bình quân mỗi năm tăng trên 13% về diện tích và trên 2% về sản lượng.

Trên phạm vi cả nước đã hình thành một số vùng rau đặc trưng như rau bắp cải ở Hải Phòng, Hà Nội, Hải Dương, Hưng Yên, Đà Lạt; hành tây ở Nam Định, Hà Nam, Ninh Bình, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh; tỏi ở Hải Dương, Bắc Giang, đảo Lý Sơn (Quảng Ngãi); ớt Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam, Đà Nẵng, Thái Bình, Bắc Ninh, Bắc Giang; dưa ở Bến Tre, Trà Vinh, Vĩnh Long...

Việc nâng cao năng lực chế biến rau, quả đã được chú ý đầu tư. Trước năm 1999, cả nước chỉ có 12 nhà máy và 48 cơ sở chế biến rau, quả có thiết bị, công nghệ lạc hậu, sản phẩm làm ra không phù hợp với thị trường, công suất chỉ khoảng 150 nghìn tấn/năm. Sau 4 năm triển khai chương trình, đã có thêm 12 nhà máy chế biến, nâng tổng công suất cả nước lên gần 290 nghìn tấn với các thiết bị tiên tiến của châu Âu; sản phẩm chế biến của nước ta đã có mặt tại hơn 50 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó có những thị trường khó tính như: Hoa Kỳ, EU...

Nếu như 5 năm trước đây ngành công nghiệp chế biến rau quả ở Việt Nam chủ yếu gồm các doanh nghiệp nhà nước, đặc biệt là Tổng Công ty Rau quả Việt Nam (Vegetexco) thì trong vòng vài năm trở lại đây các nhà máy chế biến của tư nhân và có vốn đầu tư nước ngoài đã phát triển rất mạnh như Nhà máy Chế biến nước giải khát DELTA ở Long An có công suất 10.000 tấn sản phẩm/năm. Như vậy, cơ cấu của ngành công nghiệp chế biến rau quả đã thay đổi đáng kể trong vài năm qua với việc mở rộng và nâng cao vai trò của các cơ sở và nhà máy chế biến của tư doanh. Theo điều tra của Viện Nghiên cứu chính sách lương thực quốc tế (IFPRI), hiện nay trên cả nước có hàng trăm nhà máy và cơ sở chế biến rau quả có qui mô nhỏ và vừa với công suất bình quân khoảng 1.000-1.500 tấn nguyên liệu/năm. Trong số đó khoảng 2/3 chỉ chế biến rau, khoảng 1/5 chỉ chế biến quả và phần còn lại thì chế biến cả rau và quả. Phần lớn khoảng 4/5 các nhà máy là thuộc kinh tế tư nhân, chỉ có khoảng trên dưới 10% là doanh nghiệp nhà nước và còn lại là các nhà máy liên doanh có vốn đầu tư nước ngoài.<sup>7</sup>

Hầu như tất cả các cơ sở sản xuất đều có hệ thống kho dự trữ sản phẩm với công suất khác nhau tuy nhiên rất ít cơ sở chế biến có hệ thống kho lạnh. Đối với những cơ sở chế biến nhỏ vài trăm tấn sản phẩm hàng năm thì họ thường sử dụng nhà ở kết hợp làm kho. Chỉ có những nhà máy chế biến có qui mô vừa và

---

<sup>7</sup> IFPRI, Fruits and Vegetables in Vietnam, 2002

lớn thì có hệ thống nhà kho riêng và một số có những kho lạnh có thể bảo quản được sản phẩm lâu hơn.

Tuy nhiên, việc sản xuất rau quả vẫn còn nhiều bất cập như diện tích còn manh mún, chưa hình thành các vùng tập trung lớn để cung cấp nguyên liệu ổn định cho thị trường, năng suất chưa cao, chất lượng nguyên liệu còn thấp chưa đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng, đặc biệt là cho xuất khẩu; những sản phẩm có thị trường tiêu thụ thì thiếu nguyên liệu để chế biến. Hầu hết các nhà máy chế biến hiện đều thiếu nguyên liệu, nhất là cà chua và dưa, dẫn đến việc các nhà máy hoạt động không đủ công suất, bình quân chỉ đạt 20-25% so với công suất thiết kế.

### **2.1.2. Tiêu thụ nội địa**

Rau quả Việt Nam vẫn chủ yếu được sản xuất để phục vụ cho nhu cầu tiêu thụ nội địa. Theo số liệu Điều tra mức sống dân cư của Tổng cục Thống kê thì mức tiêu thụ bình quân rau quả tươi của mỗi người dân Việt Nam là 71 kg/người/năm. Tuy nhiên con số này chưa bao gồm rau quả được tiêu thụ gián tiếp trong các sản phẩm chế biến như nước ép trái cây, mứt hay rau quả tươi được tiêu thụ bên ngoài gia đình. Về mặt giá trị, tiêu thụ rau quả chiếm khoảng 4% tổng chi tiêu bình quân của các hộ gia đình.

Mức tiêu thụ rau quả tươi theo đầu người cũng có sự khác biệt đáng kể giữa các vùng. Nếu như mức tiêu thụ rau quả tươi chỉ có 31 kg/người/năm ở vùng núi phía Bắc thì tại 2 thành phố lớn là Hà Nội và Hồ Chí Minh mức tiêu thụ lên tới 159

kg/người. Mức tiêu thụ ở các vùng đô thị nói chung cũng ở mức cao từ 106-159 kg/người/năm, trong khi đó người dân ở nông thôn chỉ tiêu thụ có 31-99 kg/người/năm. Điều tra này cũng cho thấy, các hộ gia đình có mức thu nhập cao hơn thì tiêu dùng nhiều rau quả hơn. Mức tiêu thụ rau quả tươi của nhóm hộ giàu nhất (134 kg/người/năm) gấp hơn 5 lần so với mức tiêu thụ của nhóm hộ nghèo nhất (26 kg/người/năm).<sup>8</sup>

Hiện nay có rất ít thông tin về tiêu thụ trong nước đối với rau quả chế biến. Tuy nhiên rau quả chế biến đang ngày càng trở nên phổ biến hơn trong cơ cấu tiêu thụ thực phẩm. Các dạng chế biến cơ bản được tiêu thụ ở Việt Nam gồm có nước ép trái cây, quả ướp đường, mứt, sấy khô và một số quả đóng hộp. Trong đó phổ biến nhất là nước ép trái cây như nước ép táo, cam, dưa, vải, chôm chôm, đào, xoài, lạc tiên, ổi. Các loại quả khô và quả tẩm đường cũng rất phổ biến ở Việt Nam. Các loại quả tẩm đường gồm có mơ, mận, khế, quýt, táo, dưa, mít và chuối. Các loại quả sấy khô gồm vải, nhãn, táo, mít, chuối và nhiều loại khác. Các sản phẩm quả khô và tẩm đường phần lớn được sản xuất tại Việt Nam chỉ có một số ít được nhập khẩu từ một số nước như Trung Quốc, Thái Lan, Pháp, Australia.

Các loại rau chế biến phần lớn ở dạng đóng hộp hay ngâm dấm, một tỷ lệ nhỏ hơn được sấy khô. Trong các loại rau đóng hộp và ngâm dấm, phổ biến nhất là nấm, ngô rau, đậu,

---

<sup>8</sup> IFPRI, Fruits and Vegetables in Vietnam, 2002

măng, dưa chuột. Phần lớn những sản phẩm này được sản xuất trong nước, trong đó, các sản phẩm của Vegetexco chiếm tỷ lệ khá lớn, tuy nhiên cũng có một lượng đáng kể các sản phẩm rau đóng hộp được nhập khẩu từ nhiều nước trên thế giới như Thái Lan, Australia, Trung Quốc và Hoa Kỳ.

Gần đây, tại một số siêu thị lớn tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh đã xuất hiện các loại rau qua sơ chế làm sạch mà người tiêu dùng có thể nhanh chóng sử dụng mà không cần phải mất nhiều thời gian chuẩn bị. Với xu hướng đô thị hoá, nhu cầu tiêu thụ những loại rau sơ chế này sẽ tăng nhanh ở các vùng đô thị đối với những lớp người có mức thu nhập trung bình hoặc cao.

Hệ thống phân phối và tiếp thị rau quả tại Việt Nam phát triển tương đối mạnh nhưng chủ yếu về mặt số lượng. Hầu hết quả được các lái thương mua của nông dân và bán lại cho người trung gian khác hoặc vận chuyển trực tiếp chủ yếu bằng ghe thuyền, ô tô hay tàu hoả đến người mua đối với cả thị trường nội tiêu cũng như xuất khẩu.

Hình thức hợp đồng mua bán thẳng giữa nông dân và các công ty chế biến - tiêu thụ đã xuất hiện nhưng vẫn còn rất hạn chế và chỉ đối với những loại sản phẩm được chế biến cho xuất khẩu như dưa, cà chua, rau cao cấp.<sup>9</sup> Hình thức hợp đồng cũng

---

<sup>9</sup> Số liệu điều tra của Dự án do IFPRI thực hiện cho thấy, 16% số hộ điều tra có ký hợp đồng sản xuất tiêu thụ sản phẩm. Trong đó, 80% hợp đồng cho dưa và dưa chuột.

phổ biến ở miền Bắc hơn so với miền Nam, chủ yếu thông qua các hợp tác xã hay với nông hộ thuộc các nông trường của Nhà nước. Nhiều hộ nông dân khác cũng mong muốn ký hợp đồng sản xuất tiêu thụ với các doanh nghiệp tuy nhiên họ chưa được các đối tác tiếp cận.

Hệ thống tiếp thị rau quả phụ thuộc nhiều vào loại sản phẩm được tiêu thụ. Trong phần lớn các trường hợp, rau quả được tiêu thụ trong phạm vi gần xung quanh vùng sản xuất. Mặc dù điều kiện phương tiện vận chuyển hiện nay rất sẵn có nhưng rất ít sử dụng xe lạnh do chi phí cao. Hệ thống vận chuyển bằng xe lạnh vẫn chưa được phát triển ở Việt Nam. Số liệu điều tra cho thấy, trong năm 2000 chỉ có khoảng 17% các nhà kinh doanh rau quả tươi sử dụng xe lạnh để vận chuyển sản phẩm của mình và chủ yếu phục vụ cho thị trường xuất khẩu. Do vậy đã hạn chế phạm vi thị trường mà loại rau quả tươi có thể tiếp cận được.

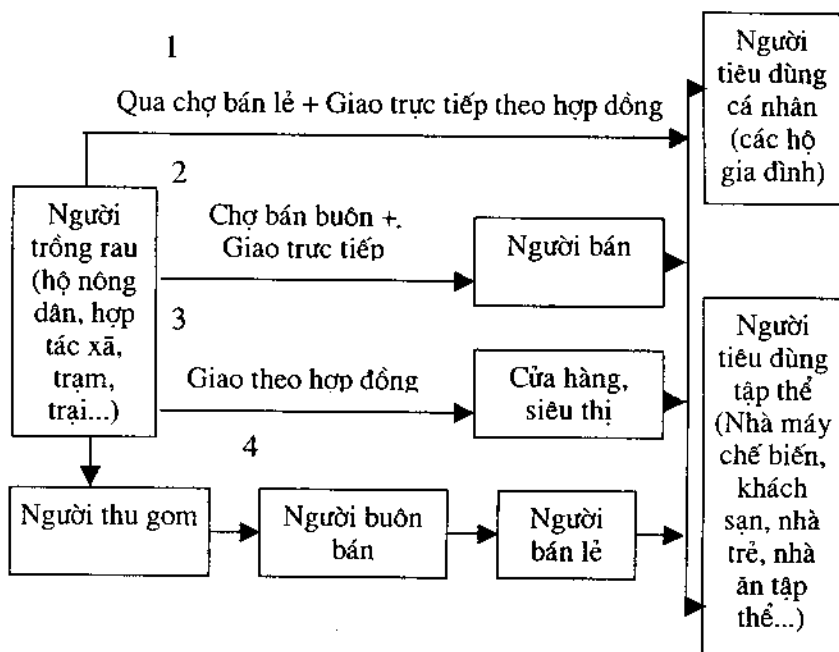
Rau quả được thu hoạch và chuyển đến các vùng đô thị xung quanh bằng các phương tiện vận tải đơn giản và sau đó được bán tại các chợ bán buôn rau quả đầu mối ở các đô thị lớn hoặc các chợ nông sản ở các đô thị có qui mô nhỏ hơn.

Đối với các nhà máy chế biến rau quả lớn thì họ có nhiều phương pháp thu mua nguyên liệu khác nhau. Trong trường hợp của dứa đóng hộp thì thường được sản xuất ngay tại các nông trường của nhà máy. Các nông trường này thường thuộc sở hữu trực tiếp của các nhà máy chế biến của Nhà nước. Tuy nhiên, ở

miền Nam thì không có nhiều các nông trường quốc doanh, do vậy, các nhà máy chế biến chủ yếu thu mua từ nông dân trồng dưa.

Các kênh tiêu thụ rau quả về cơ bản là như nhau. Theo điều tra tại đồng bằng Sông Hồng, các loại rau được người sản xuất đưa ra thị trường thông qua 4 kênh tiêu thụ: thông qua các chợ nội thành Hà Nội; thông qua một số chợ nhỏ vùng ngoại ô; trực tiếp liên hệ với người chế biến và thương gia xuất/nhập khẩu; giao dịch trực tiếp giữa người sản xuất với các nhà hàng và người bán lẻ lớn. Một kênh tiêu thụ phổ biến là những người sản xuất trực tiếp mang sản phẩm đến các chợ nội và ngoại thành, giao dịch trực tiếp với những người bán buôn hoặc bán lẻ. Một kênh tiêu thụ phổ biến khác là: người sản xuất  $\Rightarrow$  người thu mua tại địa phương  $\Rightarrow$  người bán buôn  $\Rightarrow$  người bán lẻ  $\Rightarrow$  người tiêu dùng. Kênh tiêu thụ thứ hai thường áp dụng cho thị trường rau đòi hỏi phải vận chuyển xa cũng như áp dụng cho nhiều loại quả, đặc biệt là từ các vùng sản xuất chuyên canh. Trong khi ở các chợ của thành phố Hồ Chí Minh, chức năng bán buôn và bán lẻ được phân định rõ, thì ở Hà Nội hai chức năng này thường ở cùng một chỗ. Tại thành phố Hồ Chí Minh, người bán buôn đôi khi được những người thu mua tại địa phương/thương gia ký gửi. Gần đây, trao đổi buôn bán trực tiếp giữa người sản xuất và người bán lẻ lớn hoặc người chế biến/ nhập khẩu thông qua các hợp đồng có xu hướng gia tăng.

## Sơ đồ 2.1: Mạng lưới phân phối và tiêu thụ rau hiện tại



*Nguồn: IFPRI, Fruits and Vegetables in Vietnam, 2002*

Tại các tỉnh phía Bắc, rau được phân phối và tiêu thụ chủ yếu theo cách thức của kênh 1, kênh 2 và kênh 3. Tại các tỉnh phía Nam, cả 4 kênh đều được áp dụng phổ biến. Trong kênh 4, khâu người bán buôn có thể bao gồm hai khâu phụ là người bán buôn lớn và người bán buôn nhỏ. Do phân phối và tiêu thụ qua nhiều khâu, chi phí lưu thông trong kênh này rất lớn, chỉ riêng hao hụt khối lượng rau có thể chiếm tới 30%. Tuy nhiên, trong điều kiện sản xuất nhiều loại rau khá phân tán, lại phải cung ứng cho thành phố lớn như T.P Hồ Chí Minh và các địa bàn trải rộng như các tỉnh miền Tây, một kênh phân phối như vậy trong nhiều trường hợp là cần thiết.

Nhìn chung, mạng lưới phân phối và tiêu thụ rau thông thường như đã mô tả được hình thành và phát triển trong giai đoạn lâu dài và về cơ bản thích hợp với điều kiện kinh tế - xã hội và tập quán sản xuất, tiêu dùng nội địa của nước ta.

## 2.2. Tình hình nhập khẩu

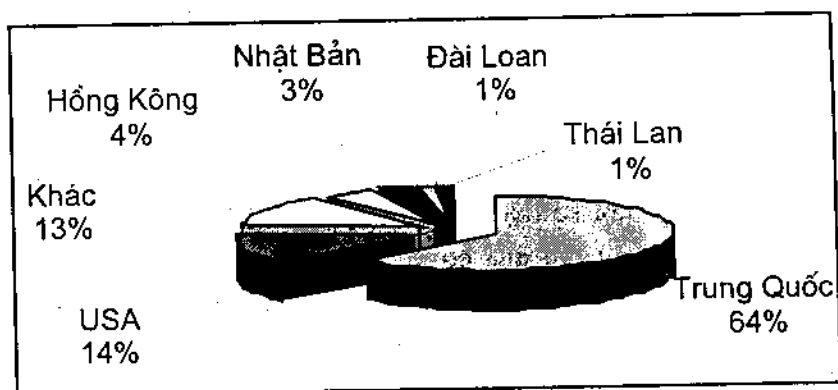
Mặc dù nguồn cung nội địa khá dồi dào nhưng Việt Nam vẫn nhập khẩu một số loại rau quả, chủ yếu là các loại rau quả ôn đới. Nhập khẩu rau quả có xu hướng tăng lên trong những năm qua để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về chất lượng và chủng loại rau quả của người tiêu dùng. Các chính sách tự do hoá thương mại như cắt giảm thuế và các rào cản phi thuế cũng như mức sống tăng lên là những yếu tố tạo điều kiện cho tăng trưởng nhập khẩu.

*Một số sản phẩm rau quả nhập khẩu chủ yếu là:*

- Đậu Hà Lan, đậu hạt, bắp cải, hoa lơ, cà chua, cà rốt, khoai tây, măng tây.
- Dưa, dưa chuột, dưa tây.
- Rau, rau đã bảo quản tạm thời...
- Ổi, anh đào, mơ, mận, nho, quả kiwi, táo tây, chanh, chuối, lê, quả hạch, ô liu, dâu tây, chà là.

Việt Nam nhập khẩu rau quả chủ yếu từ Trung Quốc, Hoa Kỳ, Hồng Kông và một số nước khác trong khu vực. Trung Quốc là nước xuất khẩu nhiều rau quả nhất sang Việt Nam, chủ yếu là các loại quả như táo, lê, quýt... Sầu riêng, xoài, măng cụt được nhập khẩu từ Thái Lan. Việt Nam cũng nhập khẩu nhiều nho và táo từ Hoa Kỳ.

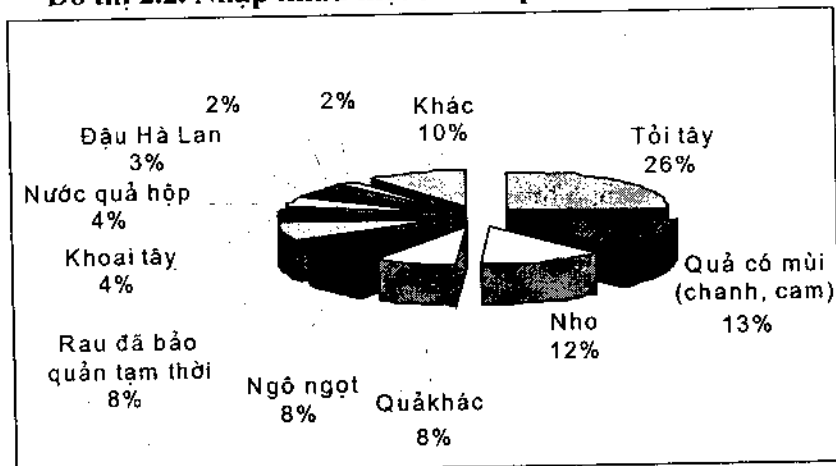
**Đồ thị 2.1. Thị trường nhập khẩu rau quả chủ yếu của Việt Nam năm 2003**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan, năm 2004*

Rau quả tươi được nhập khẩu chủ yếu từ các nước trong khu vực, trong khi các loại rau quả chế biến được nhập khẩu từ Hoa Kỳ và một số nước châu Âu.

**Đồ thị 2.2. Nhập khẩu một số rau quả chính năm 2003**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan, 2003*

Nhìn chung, rau quả nhập khẩu vào Việt Nam chủ yếu để bổ sung cho nhu cầu tiêu thụ trong nước, không nhằm mục tiêu tái xuất khẩu. Rau quả nhập khẩu qua các công ty nhập khẩu chuyên doanh hoặc công ty kinh doanh tổng hợp, sau đó được phân phối trực tiếp cho hệ thống bán lẻ.

### **2.3. Tình hình xuất khẩu**

Trước năm 1991, rau quả của Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu sang Liên Xô cũ và thị trường các nước XHCN (chiếm 98% sản lượng xuất khẩu), cơ cấu thị trường nghèo nàn, bấp bênh, hiệu quả xuất khẩu không cao, ảnh hưởng lớn đến sự phát triển chung của ngành sản xuất và chế biến rau quả thời kỳ này. Năm 1992 kim ngạch xuất khẩu rau quả giảm rõ rệt khi những biến động chính trị làm sụp đổ hệ thống các nước XHCN trong khối SEV.

Từ năm 1995 xuất khẩu rau quả bắt đầu hồi phục và phát triển. Năm 1995 xuất khẩu rau quả Việt Nam mới chỉ đạt con số 56,1 triệu USD nhưng đến năm 2001 đã đạt mức kỷ lục với giá trị 330 triệu USD, tăng gấp gần 6 lần so với năm 1995 và 2,2 lần so với năm 2000, chiếm 2,2% trong tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam năm 2001. Tuy nhiên, đến năm 2002 kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam giảm đáng kể, năm 2002 giá trị xuất khẩu rau quả chỉ đạt 200 triệu USD, giảm 39,4% so với năm 2001 và năm 2003 đạt 152 triệu USD, giảm 24,4% so với năm 2002.

**Bảng 2.3. Kim ngạch xuất khẩu rau quả thời kỳ 1995 - 2003**

|       | Kim ngạch<br>xuất khẩu rau<br>quả<br>(Triệu USD) | Chỉ số phát<br>triển (năm trước<br>=100)% | Tổng kim ngạch xuất<br>khẩu của Việt Nam<br>(Triệu USD) | Xuất khẩu rau<br>quả so với tổng<br>kim ngạch (%) |
|-------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1995  | 56,1                                             | 269,7                                     | 5448,9                                                  | 1,03                                              |
| 1996  | 90,2                                             | 160,8                                     | 7255,9                                                  | 1,24                                              |
| 1997  | 71,2                                             | 78,9                                      | 9185,0                                                  | 0,78                                              |
| 1998  | 56,2                                             | 78,9                                      | 9360,3                                                  | 0,60                                              |
| 1999  | 106,6                                            | 189,7                                     | 11541,4                                                 | 0,92                                              |
| 2000  | 213,1                                            | 199,9                                     | 14482,7                                                 | 1,47                                              |
| 2001  | 330,0                                            | 154,9                                     | 15029,0                                                 | 2,20                                              |
| 2002  | 200,0                                            | 60,6                                      | 16706,1                                                 | 1,21                                              |
| 2003  | 152,5                                            | 75,6                                      | 20176,0                                                 | 0,75                                              |
| 2004* | 140,0                                            | 91,8                                      | 25800,0                                                 | 0,54                                              |

\* Ước tính

Nguồn: Niên giám Thống kê 2003, Tổng cục Thống kê.

Tình hình thương mại tháng 11/2004 và dự báo 2004, Bộ Thương mại.

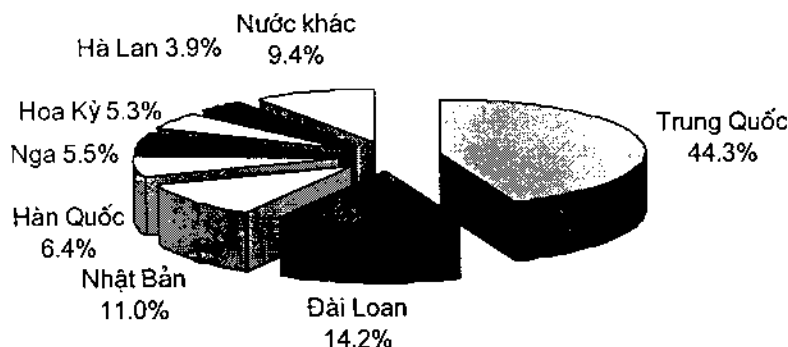
Nguyên nhân chủ yếu dẫn đến tình trạng yếu kém và sa sút của xuất khẩu rau quả là do các yếu tố quy hoạch phát triển, tổ chức sản xuất, năng lực chế biến và khai thác thị trường. Rất dễ nhận thấy việc quy hoạch chưa có trọng tâm, chưa tập trung tối ưu để tạo nên những vùng chuyên canh các loại rau quả có lợi thế cạnh tranh. Hiện tại, cả nước chỉ có vài vùng chuyên canh như thanh long ở Bình Thuận, nho ở Ninh Thuận, vải thiều ở Bắc

Giang, vú sữa ở Tiền Giang. Còn lại phần lớn được bố trí rải rác, phân tán, dẫn đến tình trạng sản xuất manh mún, nhỏ lẻ. Điều này dẫn đến một nghịch lý là tuy sản lượng rau quả của Việt Nam khá lớn, nhưng khi khách hàng cần với số lượng lớn một mặt hàng trong thời gian ngắn thì rất khó thu gom, chưa kể nguồn nguyên liệu không ổn định do được trồng bằng nhiều giống và quy trình chăm sóc khác nhau, ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm chế biến. Chính vì thế, hầu hết các cơ sở chế biến rau quả đều thừa nhận: Xây dựng nhà máy chế biến, mua sắm dây chuyền, thiết bị sản xuất hiện đại không khó, mà vấn đề khó khăn nhất là nguồn nguyên liệu không ổn định cả về số lượng lẫn chất lượng và giá cả.

Trong khi ngành chế biến cho rằng khó khăn lớn nhất là nguồn nguyên liệu không ổn định nên chưa thể phát triển mạnh ngành chế biến rau quả, thì người sản xuất lại cho rằng nguyên nhân chính của tình trạng phải bán rau quả với giá rẻ mạt chủ yếu là do công tác bảo quản và chế biến quá kém. Đến nay, mặc dù đã hoàn thành thêm 12 dự án xây dựng nhà máy chế biến rau quả, nâng tổng công suất chế biến rau quả của cả nước lên 290.000 tấn sản phẩm/năm, nhưng so với chỉ tiêu của Chương trình phát triển rau, quả và hoa cây cảnh thì năng lực chế biến công nghiệp hiện nay mới đạt 44%. Bên cạnh đó, việc bảo quản rau quả tươi mới chỉ mạnh nha với kết quả rất khiêm tốn. Trong khi đó, các chủng loại rau quả trên cả nước đều có chung đặc tính là dễ hư hỏng, khó bảo quản dài ngày dưới dạng tươi, thô... Điều đó cho thấy, có một khoảng trống đáng kể trong công nghệ sản xuất và bảo quản, chế biến của Việt Nam hiện nay.

Một hạn chế lớn trong phát triển xuất khẩu rau quả hiện nay là khả năng phát triển thị trường xuất khẩu. Mặc dù mặt hàng rau quả của nước ta đã xuất hiện ở gần 50 nước, cơ cấu thị trường trong những năm gần đây hầu như không có sự thay đổi lớn và Trung Quốc vẫn là nước nhập khẩu chủ yếu, chiếm gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam... Năm 2003, kim ngạch xuất khẩu rau quả Việt Nam sang Trung Quốc đạt 67,1 triệu USD, chiếm 44,3% kim ngạch xuất khẩu rau quả, tiếp đến là Đài Loan, đạt 20,6 triệu USD chiếm 14,2%; Nhật Bản đạt 16,7 triệu USD, chiếm 11,0%; Nga đạt 8,3 triệu USD, chiếm 5,5%; Hoa Kỳ đạt 8,1 triệu USD, chiếm 5,3%... và các nước trong khu vực. Rau quả xuất sang Trung Quốc chủ yếu là rau quả tươi, còn các loại rau quả xuất sang các nước khác thì chủ yếu là rau quả đông lạnh hoặc qua chế biến.

### **Đồ thị 2.3. Xuất khẩu rau quả theo thị trường năm 2003**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan, năm 2004*

Có thể thấy, thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam chủ yếu là các nước châu Á (chiếm khoảng 90% tổng giá trị), còn các thị trường nhập khẩu rau quả chính của thế giới như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản thì mặt hàng này của Việt Nam hiện tại vẫn chiếm một tỷ lệ rất nhỏ.

Trung Quốc là thị trường tiêu thụ nông sản lớn của Việt Nam, nhất là rau quả tươi. Xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm 80% giá trị rau quả tươi xuất khẩu của Việt Nam và gần 50% giá trị xuất khẩu rau quả của cả nước. Vì vậy, khi xuất khẩu sang Trung Quốc phải đối mặt với những thách thức mới, xuất khẩu rau quả của Việt Nam đã bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

Sau khi Thái Lan ký với Trung Quốc Hiệp định ưu đãi thuế quan cho mặt hàng rau quả của hai nước, xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc gặp nhiều khó khăn trước sức ép cạnh tranh của Thái Lan. Theo Hiệp định thì có đến 188 mặt hàng, tức gần hết rau quả của Thái Lan xuất vào Trung Quốc được hưởng thuế suất 0% trong khi đó các mặt hàng rau quả của Việt Nam xuất vào Trung Quốc phải chịu thuế suất từ 10 - 15%. Mặt khác, sau khi ra nhập WTO, từ tháng 4 năm 2002, Trung Quốc qui định mặt hàng rau quả tươi nhập khẩu vào nước này phải có hạn ngạch và đáp ứng yêu cầu về kiểm dịch thực phẩm. Do không có sự chuẩn bị thích ứng, nhiều lô hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam đã bị trả lại, không được đưa qua biên giới Trung Quốc.

Một số thị trường khác ở các nước châu Á như Đài Loan, Hồng Kông, Singapore, Nhật Bản cũng là những nước có nhu cầu cao về mặt hàng rau quả, nhưng những điều kiện để nhập khẩu rau quả tươi vào những nước này tương đối khắt khe về các chủng loại rau quả, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm. Vì vậy, trong những năm qua Việt Nam hầu như chỉ xuất khẩu được các mặt hàng rau quả đã qua chế biến và một lượng rất ít rau quả tươi vào các thị trường này. Mặt hàng xuất khẩu được nhiều ở các thị trường này là quả thanh long. Trong giai đoạn 1997 – 1999, bình quân mỗi năm Việt Nam xuất khẩu được 6 nghìn tấn, giai đoạn 2001 – 2002, bình quân mỗi năm Việt Nam xuất khẩu được khoảng 10.000 tấn. Lượng xuất khẩu tăng nhanh do gần đây thanh long là loại quả được khách hàng rất ưa chuộng, trước đây chỉ bán được cho Đài Loan và Hồng Kông nhưng hiện nay Singapore là khách hàng tiềm năng vượt cả Đài Loan về tiêu thụ mặt hàng này. Nhưng tại thị trường Nhật Bản, từ khi phát hiện ra một loại dòi trong quả thanh long nhập khẩu thì phía Nhật Bản đã đưa quả thanh long của Việt Nam vào danh sách cấm nhập khẩu.

Thị trường Nga, cũng là thị trường có nhu cầu cao về các sản phẩm rau quả nhiệt đới, mặt khác đời sống của người dân Nga đang dần được cải thiện nên nhu cầu về rau quả đang có xu hướng tăng lên. Đây là thị trường tiềm năng cho các nhà xuất khẩu rau quả của Việt Nam trong những năm tới, vấn đề cần giải quyết ở thị trường này là do điều kiện địa lý xa cách nên đòi hỏi nhà sản xuất phải có công nghệ bảo quản tốt. Năm 2003, xuất khẩu rau

quả sang Nga đạt 8,3 triệu USD, chiếm 5% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam.

Hoa Kỳ là một trong những nước xuất khẩu rau quả lớn nhất thế giới nhưng hàng năm nước này vẫn phải nhập một lượng lớn rau quả tươi và chế biến. Từ khi ký Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ, thị trường này đã mở ra nhiều triển vọng cho xuất khẩu các loại rau quả nhiệt đới sang thị trường này. Nhưng do các điều kiện về chất lượng, tiêu chuẩn và vệ sinh an toàn thực phẩm rau quả nhập khẩu ở thị trường này là khá cao, mặt khác do địa lý cách xa nên mặt hàng rau quả xuất khẩu sang Mỹ của Việt Nam chủ yếu là các loại rau quả đông lạnh và qua chế biến và một phần rất ít một số rau quả tươi đi bằng đường hàng không. Năm 2003, thị trường Hoa Kỳ nhập khẩu từ Việt Nam lượng rau quả trị giá là 8,1 triệu USD, chiếm gần 5% tổng giá trị xuất khẩu rau quả của Việt Nam, các loại rau quả chủ yếu là dưa đóng hộp, xoài tươi và bắp non.

Thị trường EU là thị trường nhập khẩu rau quả lớn nhất thế giới và có nhu cầu tiêu thụ ngày càng tăng đối với các loại rau quả nhiệt đới. Tuy nhiên, tính cạnh tranh ở thị trường này là rất cao, đòi hỏi mặt hàng rau quả của Việt Nam phải có chất lượng, giá cả cạnh tranh, chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm... Mặt hàng rau quả hiện tại của Việt Nam xuất hiện ở thị trường các nước EU chủ yếu là các mặt hàng trái cây tươi và một số loại rau quả chế biến như: nhãn, xoài, dưa chuột bao tử muối, cà muối... Các nước EU nhập khẩu nhiều rau quả nhất của Việt Nam là Hà Lan, Italia, Pháp và Đức.

**Bảng 2.4. Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thị trường xuất khẩu chính**

(1000 USD)

|              | 1997  | 1998  | 1999   | 2000   | 2001   | 2002   | 2003   |
|--------------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| KNXK rau quả | 71232 | 53392 | 104922 | 213100 | 329972 | 201156 | 152470 |
| Trung Quốc   | 24493 | 10454 | 35686  | 120351 | 142801 | 121529 | 37068  |
| Đài Loan     | 12295 | 6055  | 11895  | 20841  | 23319  | 20897  | 21584  |
| Nhật Bản     | 8676  | 6570  | 9365   | 11729  | 14527  | 14527  | 16710  |
| Hàn Quốc     | 2599  | 4088  | 10074  | 13691  | 20194  | 7783   | 9660   |
| Nga          | 3633  | 1248  | 995    | 4654   | 5030   | 8506   | 8293   |
| Hoa Kỳ       | 3196  | 2559  | 3209   | 2178   | 1971   | 5318   | 8073   |
| Hà Lan       | 880   | 1260  | 1589   | 2160   | 2381   | 3870   | 5899   |
| Campuchia    |       | 235   | 2792   | 798    | 2276   | 4411   | 4651   |
| Singapore    | 2442  | 2322  | 2073   | 1226   | 13     | 3401   | 4454   |
| Lào          | 255   | 4456  | 9234   | 2086   | 1626   | 4405   | 4300   |
| Hồng Kông    | 3122  | 5094  | 3222   | 3316   | 4334   | 4581   | 3699   |

*Nguồn: Số liệu thống kê xuất nhập khẩu, Tổng cục Hải quan*

*Tóm lại, hoạt động sản xuất, chế biến, xuất nhập khẩu rau quả của Việt Nam còn có một số hạn chế cơ bản sau:*

- Thiếu giống tốt: năng suất rau quả phụ thuộc vào nhiều yếu tố như giống, phương pháp canh tác, đất đai, thời tiết,... trong đó giống đóng vai trò rất quyết định. Hiện nay, tuy Nhà nước đã có nhiều chương trình và chính sách khuyến khích du nhập và sản xuất giống có năng suất và chất lượng cao, sử dụng giống xác nhận nhưng vẫn không đủ giống tốt để phục vụ sản

xuất. Mặt khác, việc sản xuất và kinh doanh giống chưa được tổ chức và quản lý chặt chẽ, nên hiện tượng giống rởm, giống kém chất lượng vẫn xảy ra gây thiệt hại lớn cho người sản xuất.

- Thiếu ứng dụng công nghệ sau thu hoạch: Rất ít tiến bộ kỹ thuật về lĩnh vực này được chuyển giao đến nông dân nên thất thoát sau thu hoạch cao, tác động đến chất lượng, sản lượng và giá thành sản phẩm hàng hoá. Hoạt động sau thu hoạch chủ yếu là phân loại, chiếm 76% và sấy tại hộ gia đình chiếm 14% (trong đó: 98% người trồng vải và 42% người trồng nhãn).

- Công nghệ và trang thiết bị xử lý sau thu hoạch để trừ côn trùng, vi sinh vật có hại, bảo vệ chất lượng rau quả cũng như công nghệ bảo quản rau quả tươi chưa được ứng dụng rộng rãi. Kho lạnh ít, nhưng phần lớn đặt không đúng chỗ, ít phát huy tác dụng.

- Trong lĩnh vực ứng dụng công nghệ sau thu hoạch thì công nghệ chế biến được chú ý hơn cả, nhiều nhà máy chế biến rau quả đã được đầu tư với tổng công suất năm 2003 là 290.000 tấn sản phẩm/năm, nhưng công suất thực tế chỉ đạt 20 -25%, chủ yếu là chế biến dưa, cá biệt có nhà máy chỉ đạt 10% vì thiếu nguyên liệu. Hơn nữa, một số nhà máy lâu năm, công nghệ lạc hậu, năng suất thấp, không đảm bảo vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Chi phí vận chuyển cao: theo kết quả điều tra của IFPRS, 73% sử dụng xe tải bình thường, hơn 11% sử dụng thuyền máy, số còn lại sử dụng các phương tiện chuyên chở khác để vận chuyển rau quả. Chi phí vận chuyển đường dài bằng xe

lạnh quá cao, chiếm khoảng 60% chi phí kinh doanh, chưa tính đến thất thoát trong vận chuyển. Các hình thức vận chuyển khác chưa phổ biến, cước phí hàng không cao nhất khu vực.

- Hình thức kinh doanh manh mún, lặt vặt: Rau quả tươi trên thị trường nội địa chủ yếu do doanh nghiệp tư nhân đảm nhận ở các chợ, các cửa hàng nhỏ và một số ít ở siêu thị. Vì vậy, việc cung ứng rau quả hiện nay xảy ra tự phát, thiếu tổ chức, chủ yếu vì lợi nhuận chứ chưa vì an sinh xã hội.

- Việc phát triển các sản phẩm chất lượng cao, đáp ứng được yêu cầu khắt khe của các thị trường nhập khẩu còn khá hạn chế.

- Chưa mở rộng được nhiều thị trường xuất khẩu, còn quá phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc nên khi xuất khẩu sang Trung Quốc gặp khó khăn do những thay đổi trong cơ chế, chính sách quản lý nhập khẩu hoạt động xuất khẩu bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

Tất cả các yếu tố trên đã làm ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh xuất khẩu rau quả của Việt Nam trên thị trường thế giới, hạn chế khả năng phát triển xuất khẩu rau quả của Việt Nam.

## **2.4. Đánh giá năng lực cạnh tranh xuất khẩu rau quả của Việt Nam**

### ***2.4.1. Khả năng tạo nguồn cung xuất khẩu***

Việt Nam là một nước có tiềm năng về phát triển rau quả. Với khí hậu nhiệt đới và ôn đới cùng 7 vùng sinh thái khác nhau,

Việt Nam có khả năng trồng luân canh nhiều loại rau và cây ăn quả phong phú, đa dạng.

Ở trung du và miền núi phía Bắc có thể trồng mận, hồng, đào, chuối, dưa, vải, nhãn, đậu cove, súp lơ xanh, su hào, khoai tây... Đồng bằng Sông Hồng có thể trồng nhãn, cam, quýt, na, chuối và các loại rau vụ đông (bắp cải, cà chua, cà rốt...) và cả các loại rau mùa hè (rau muống, bí xanh, dưa chuột,...). ở đồng bằng sông Cửu Long có thể trồng vải, nhãn, xoài, sầu riêng, măng cụt, cam, quýt, dưa... Miền Đông Nam bộ và Tây Nguyên có thể trồng dưa, chuối, mít, chôm chôm, trái bơ, thanh long...

Hiện nay, nhiều vùng quy hoạch trồng rau quả đã được xác lập trong cả nước. Việc chế biến cũng đã được đầu tư và những mặt hàng chế biến bằng các phương pháp cổ truyền như muối mặn, muối chua, sấy... cùng những mặt hàng đồ hộp của Việt Nam đã có mặt ở nhiều nước trên thế giới. Với nhiều công nghệ chế biến hiện đại, ngành rau quả đã có nhiều sản phẩm mới đa dạng, phong phú: sấy khô; rau, quả hộp các loại (như dưa, vải, nhãn, dưa chuột...); nước uống tươi đóng lon, chai, hộp giấy hoặc trong thùng, can, hộp lớn; nước quả cô đặc; sản phẩm muối...

Tuy nhiên, trong hoạt động sản xuất/kinh doanh rau quả của Việt Nam vẫn tồn tại nhiều bất cập, ảnh hưởng đến hiệu quả và tiềm năng phát triển xuất khẩu:

#### ***a. Năng lực sản xuất***

Mặc dù có sự phát triển đáng kể trong thời gian qua cả về sản lượng và diện tích gieo trồng, năng lực sản xuất rau quả của

Việt Nam vẫn còn rất khiêm tốn, ngay cả so với các nước khác trong khu vực.

**Bảng 2.5. So sánh sản lượng rau quả của một số nước trong khu vực**

(1000 tấn)

|            | Sản lượng rau |        |                  | Sản lượng quả |       |                  |
|------------|---------------|--------|------------------|---------------|-------|------------------|
|            | 1995          | 2001   | % tăng<br>bq/năm | 1995          | 2001  | % tăng<br>bq/năm |
| Việt Nam   | 4645          | 7614   | 10,1             | 3889          | 4248  | 1,7              |
| Trung Quốc | 194715        | 341794 | 11,9             | 47136         | 78250 | 10,7             |
| Ấn Độ      | 55640         | 77402  | 6,9              | 36380         | 46866 | 5,2              |
| Thái Lan   | -             | -      | -                | 7149          | 7671  | 1,5              |
| Philippin  | 4508          | 4903   | 1,7              | 8988          | 11122 | 4,4              |

*Nguồn: Tropical Products, FAOSTAT, 2002*

Ngay cả với những loại quả nhiệt đới mà Việt Nam có ưu thế sản xuất, sản lượng của Việt Nam vẫn ở mức thấp so với các nước trong khu vực. Nếu chỉ tính riêng 2 mặt hàng có tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam là xoài và dứa thì sản lượng của chúng ta thấp hơn hẳn so với các nước thành viên của ASEAN.

**Bảng 2.6. So sánh năng lực sản xuất/xuất khẩu một số loại quả chính năm 2002**

(1000 tấn)

|           | Xoài  | Dứa   | Nhãn | Sầu riêng | Chôm chôm |
|-----------|-------|-------|------|-----------|-----------|
| Malaixia  | 19,6  | 276,2 | -    | 245,0     | 134,0     |
| Indonesia | 891,6 | 462,6 | -    | 275,0     | 350,0     |

|             |        |         |       |       |       |
|-------------|--------|---------|-------|-------|-------|
| Philippines | 886,0  | 1 635,9 | -     | 27,0  | 13,1  |
| Thái Lan    | 1700,0 | 2035,0  | 386,8 | 889,0 | 700,0 |
| Trung Quốc  | 650,0  | 900,0   | 620,7 | -     | -     |
| Việt Nam    | 332,8  | 301,6   | 431,9 | -     | -     |

*Nguồn: Tropical Fruits, FAO, 2003*

Cũng như nhiều loại cây trồng khác, sự phát triển cây ăn quả trong thời gian qua phần nào mang nặng tính tự phát của người dân trước mức lợi nhuận do các cây ăn quả đem lại. Sản xuất cây ăn quả ở Việt Nam còn rất manh mún, phân tán, chưa có nhiều vùng chuyên canh lớn trồng một giống cây, các hình thức liên kết sản xuất, tiêu thụ khép kín còn rất hạn chế... Qui mô vườn cây của phần lớn các hộ trồng rau quả còn rất nhỏ, chỉ vài nghìn m<sup>2</sup> đối với rau và trên dưới 1 ha đối với cây ăn quả. Hơn nữa, một số vùng trồng cây ăn quả và rau xanh đặc chủng (như các loại rau, quả ôn đới) lại thường ở vùng núi cao, giao thông cách trở, cơ sở hạ tầng điện, nước, chợ chưa phát triển nên hạn chế việc phát huy các tiềm năng và lợi thế của vùng.

Các loại rau quả hầu hết là các cây truyền thống, tuy có khả năng chống chịu sâu bệnh và thời tiết bất thuận nhưng năng suất rất kém và không ổn định (chuối chỉ đạt 15-16 tấn/ha, cam 7-8 tấn/ha, dứa 10-15 tấn/ha, xoài 8-12 tấn/ha). Số khác bị thoái hoá nghiêm trọng, chất lượng thấp, quả nhỏ, nhiều hạt, mẫu mã xấu, bị nhiễm bệnh (bệnh vàng lá, sâu đầu, ruồi đục quả...). Từ năm 1999, nhiều công ty kinh doanh đã nhập nhiều giống mới từ Đài Loan, Nhật, Trung Quốc... vào Việt Nam. Tuy nhiên, việc

khảo sát, đánh giá điều kiện khí hậu - sinh thái đối với từng loại giống, kể cả các giống nội và ngoại nhập vẫn chưa được tiến hành đồng bộ.

Năng suất các cây rau quả Việt Nam còn thấp so với mức chuẩn trung bình của khu vực cũng như trên thế giới, như năng suất dưa của Việt Nam chỉ đạt bình quân 13 tấn/ha trong khi đó Thái Lan đạt mức 24,5 tấn/ha, năng suất các vườn cà chua của Việt Nam chỉ đạt mức bình quân 15-20 tấn/ha so với mức trung bình trên thế giới là 50 tấn/ha. Mặc dù đây không phải là yếu tố quan trọng hàng đầu để đánh giá khả năng cạnh tranh, tuy nhiên với một nước có nguồn đất đai hạn chế và đông dân như Việt Nam thì để có thể cạnh tranh được chúng ta phải đạt được mức năng suất tương đương với các nước trong khu vực.

Việc cung ứng trái cây cho thị trường và cho công nghiệp chế biến được thực hiện bằng hình thức thu gom. Do đó, sản xuất không tạo được khối lượng hàng hoá đủ lớn, đủ tiêu chuẩn xuất khẩu, khó có thể đáp ứng được nếu khách cần mua lô hàng với khối lượng lớn.

#### ***b. Chi phí và giá cả***

Giá rau quả Việt Nam thường đắt hơn so với rau quả cùng loại của các nước nhiệt đới khác. Trong tháng 12/2001, khi sầu riêng Mongthon hạt lép của Thái Lan giá 0,5 USD/kg, thì sầu riêng trái vụ của ta giá đến 20.000 đ/kg, đắt gấp 3 lần mà chất lượng so với sầu riêng Thái Lan kém hơn. Giá thành chuối tươi xuất khẩu được ở các tỉnh đồng bằng Sông Cửu Long thường ở mức 115-120 USD/tấn chưa kể bao bì và chi phí khác trong khi giá xuất khẩu FOB trong nhiều năm tại các cảng của

Philippines cũng ở mức 110-115 USD/tấn với khối lượng lớn và đồng đều.

Hơn nữa, các chi phí dịch vụ cho xuất khẩu, nhất là chi phí vận tải của Việt Nam cũng cao hơn hẳn so với các nước trong khu vực. Đơn cử, giá cước vận chuyển tàu thủy của Việt Nam cao hơn các nước trong khu vực như Thái Lan, giá cước vận chuyển container của Việt Nam đến Yokohama năm 2003 là 1470 USD/tấn trong khi từ Thái Lan là 1304 USD/tấn.

### *c. Chất lượng*

Hiện nay, chất lượng của nhiều loại rau quả tiêu thụ trong nước hay xuất khẩu luôn là một vấn đề nổi cộm. Chất lượng của rau quả phụ thuộc vào nhiều yếu tố như giống, phương pháp canh tác - thu hoạch, bảo quản - chế biến và vận chuyển.

Giống rau quả và kỹ thuật trồng trọt là yếu tố quan trọng hàng đầu để nâng cao năng suất và đặc biệt là chất lượng quả. Việt Nam có nhiều loại giống rau quả bản địa phong phú. Tuy nhiên sự phong phú này đã không được khai thác phát triển một cách thích hợp. Do vậy, nhiều giống rau quả hiện nay của Việt Nam chỉ phù hợp với thị trường trong nước chứ chưa thích hợp cho xuất khẩu thị trường quốc tế hay để chế biến. Việt Nam mới dừng ở mức độ khai thác các giống đã có sẵn chứ chưa đầu tư thích đáng cho phát triển những giống mới có chất lượng cao hơn, phù hợp với thị hiếu phức tạp của các thị trường khác nhau. Đây chính là một trong những điểm yếu cơ bản về khả năng cạnh tranh của rau quả Việt Nam. Một khó khăn nữa là các

giống không thuần chủng, bị lai tạp nhiều do một thực tế là tập quán nhiều vườn cây ăn trái trước đây được trồng bằng hạt do vậy bị thoái hoá. Các giống bị lai tạp nhiều không thuần chủng tạo ra những khó khăn cơ bản cho sản phẩm như tính đồng đều, sự ổn định về chất lượng và tiêu chuẩn hoá. Việc nhập giống tiến bộ, tuyển chọn giống nội địa tốt mới bắt đầu vài năm trở lại đây. Trong khi Thái Lan đã thực hiện 35 năm nay.

Giống vải thiều hiện nay được trồng phổ biến ở các tỉnh phía Bắc, nhất là Bắc Giang, Hưng Yên. Nếu để ăn tươi thì được nhưng khi chế biến thì quả vải đổi màu sau khi đóng hộp 2-3 tháng. Với nhãn thì hầu hết các giống đang được trồng ở cả miền Nam và miền Bắc đều có chất lượng hạn chế so với các nước trồng nhãn khác. Nói chung nhãn có kích thước quả còn nhỏ trong khi kích thước hạt lại lớn do vậy cùi nhãn (thịt nhãn) mỏng. Giống dứa phổ biến ở Việt Nam hiện nay là giống Queen Victoria cho quả nhỏ, năng suất thấp (trên dưới 10 tấn/ha) và phù hợp với tiêu dùng tươi hơn là đóng hộp. Diện tích dứa Queen đến nay vẫn chiếm hơn 90% tổng diện tích trồng dứa trên cả nước. Trong khi đó giống dứa Cayen có năng suất cao hơn có thể đạt được 50-60 tấn/ha, nhiều nước và quả lớn thích hợp hơn đối với chế biến đóng hộp thành dứa khoanh hoặc nước dứa ép. Mặc dù vậy đến nay diện tích dứa Cayen chỉ chiếm có không quá 10%. Tương tự như vậy các giống chuối và cây có múi ở Việt Nam hiện nay cũng chỉ phù hợp với thị trường trong nước trong khi kích thước, năng suất và các đặc điểm màu sắc, mùi vị đều không phù hợp cho xuất khẩu sang thị trường quốc tế.

Bên cạnh đó, các nước trong khu vực đã bằng cách này hay cách khác lấy giống một số loại quả của Việt Nam như thanh long và họ đã phát triển nhanh hơn chúng ta về việc đa dạng hoá và đưa ra nhiều đặc tính mới cho loại quả về màu sắc, hương vị. Chỉ một vài năm gần đây, Việt Nam mới bắt đầu nhập nhiều giống chất lượng cao của các nước đối với một số cây ăn quả nhiệt đới như xoài từ Thái Lan và Ôxtrâylia, dưa từ Trung Quốc và Thái Lan, hồng từ Đài Loan, nhãn từ Trung Quốc.

Một vấn đề tác động rất lớn đến chất lượng rau quả là dư lượng thuốc trừ sâu trong sản phẩm do rau quả phần lớn được tiêu dùng ở dạng tươi sống, không qua chế biến hay nấu chín. Trong số đó có một tỷ lệ đang kể ngộ độc từ tiêu dùng rau quả do tình hình sử dụng thuốc trừ sâu hoặc thuốc bảo quản bị cấm sử dụng hoặc sử dụng không đúng với qui cách.

Công nghệ sau thu hoạch còn rất kém và đã có rất ít tiến bộ kỹ thuật về lĩnh vực này được chuyển giao đến nông dân. Việc thu hoạch, vận chuyển, đóng gói, bao bì và bảo quản không đúng cách làm cho rau quả bị hư hỏng nhiều (trên 20%). Một số công nghệ bảo quản rau quả tươi mới chỉ dừng ở mức độ áp dụng thử nghiệm nên Việt Nam mới xuất khẩu được số lượng ít trái cây tươi bằng tàu thủy sang một số nước châu Á gần Việt Nam và một số rất ít trái cây bằng máy bay sang một số nước châu Âu. Do những hạn chế về công nghệ bảo quản sau thu hoạch đối với rau quả tươi nên giá rau quả trái vụ thường cao hơn rất nhiều lần so với chính vụ.

Do hạn chế về công nghệ xử lý sau thu hoạch nên hầu hết trái cây Việt Nam bị ruồi đục quả, một loại dịch hại cây trồng và là đối tượng kiểm dịch của các nước có nhu cầu lớn về trái cây nhiệt đới như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Australia, New Zealand, Hàn Quốc,... Các nước này bắt buộc quả tươi phải qua xử lý diệt ruồi đục quả bằng công nghệ hiện đại mới cho nhập khẩu. Việt Nam chưa có hệ thống xử lý ruồi đục quả vì chưa có qui trình kỹ thuật thích hợp để xử lý quả tươi có tiềm năng xuất khẩu cao như thanh long, mà hiện nay mới đang hợp tác với nước ngoài nghiên cứu. Trong những năm gần đây, vấn đề ruồi đục quả là một trong những nguyên nhân chính làm giảm đáng kể lượng xuất khẩu thanh long tươi sang thị trường Đài Loan và Singapore.

Phương tiện vận chuyển thô sơ theo đường bộ hay bằng ghe thuyền và hạ tầng giao thông còn yếu kém dẫn đến tỷ lệ hư hỏng khá cao trong quá trình vận chuyển. Kho lạnh tuy đã có ít nhiều một vài nơi nhưng nguyên liệu đầu vào không tốt lại không có công nghệ bảo quản phù hợp vì vậy không phát huy được hết tác dụng. Hiện nay ở nước ta vẫn còn thiếu các thiết bị vận chuyển lạnh như tàu lạnh hoặc container có thiết bị làm lạnh nên đã ảnh hưởng không ít tới khả năng xuất khẩu khối lượng lớn đến các thị trường xa.

Chất lượng của việc đóng gói và nhãn mác cũng là vấn đề nổi cộm. Sản phẩm bao bì còn đơn điệu, nghèo nàn. Trình độ công nghệ và thiết bị chế biến còn lạc hậu, không đồng bộ, đặc biệt là tại các xưởng chế biến rau quả thủ công của dân với qui mô nhỏ và thô sơ.

Việc quản lý chất lượng nguyên liệu đầu vào ở phần lớn các đơn vị chế biến (nhất là cơ sở thủ công) chỉ dừng ở mức độ rửa và loại bỏ vật lạ. Chỉ có một số ít các nhà máy chế biến lớn hiện đại (chủ yếu phục vụ xuất khẩu) là có công đoạn khử trùng nguyên liệu đầu vào trước khi chế biến. Hơn nữa, việc quản lý chất lượng trong quá trình chế biến thường hạn chế ở việc đảm bảo rằng máy móc và môi trường sạch. Tính đến nay mới chỉ có khoảng 15% các cơ sở chế biến rau quả ở Việt Nam (chủ yếu là các cơ sở chế biến lớn) được cấp giấy chứng nhận bảo đảm chất lượng rau quả chế biến. Chất lượng rau quả chế biến cũng bị hạn chế phần nào vì mới chỉ có 3% các đơn vị chế biến có sử dụng kho lạnh. Nhiều cơ sở thủ công sử dụng luôn nhà ở làm kho chứa, do vậy chất lượng bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

#### ***d. Tổ chức tiêu thụ và xuất khẩu***

Hiện nay so với nhiều loại nông sản của Việt Nam, tỉ lệ rau quả xuất khẩu của Việt Nam hiện nay còn khá thấp - chỉ khoảng 20-25%. Thực tế cho thấy rằng năng lực quản lý - kinh doanh xuất khẩu rau quả chưa đáp ứng được yêu cầu trong điều kiện tự do thương mại, đặc biệt là khâu Marketing, phần lớn các doanh nghiệp còn thụ động trong việc tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm, công tác nghiên cứu thị trường chưa được chú trọng đúng mức nên cũng gây ra nhiều khó khăn cho hoạt động xuất nhập khẩu. Mối liên kết giữa các khâu chế biến, sản xuất và cung ứng dịch vụ đầu vào như vốn, giống, khuyến nông và các vật tư khác với các khâu sản xuất của nông dân chưa được thiết lập để đảm bảo sự ổn định về chất lượng, số lượng hàng rau quả xuất khẩu theo yêu cầu của thị trường. Các khâu từ thu hái, lựa

chọn, đóng gói, bốc xếp, vận chuyển, bảo quản và xuất khẩu chưa được vận hành thông suốt. Mạng lưới vận tải kho chuyên dụng trong nước và hệ thống giao nhận vận tải ngoại thương cũng chưa được phối hợp nhịp nhàng gây ra khó khăn cho công tác xuất khẩu ảnh hưởng đến chất lượng rau quả xuất khẩu.

Các doanh nghiệp xuất khẩu hiện nay chủ yếu thu gom sản phẩm sau đó xuất khẩu theo đơn đặt hàng của nước ngoài vì vậy chất lượng hàng hoá xuất khẩu thường thấp không đáp ứng được yêu cầu của các nhà nhập khẩu nước ngoài. Kinh nghiệm một số nước cho thấy, để có thể xuất khẩu rau quả thành công cần phải có sự liên kết chặt chẽ từ người sản xuất giống, người trồng, người thu gom, nhà chế biến, nhà xuất khẩu mới có thể thành công được. Hiện nay phần lớn các nhà xuất khẩu rau quả của Việt Nam chỉ đảm trách phần xuất khẩu còn khả năng liên kết với người sản xuất còn rất hạn chế. Có thể nói, các nhà xuất khẩu chưa làm tốt vai trò định hướng cho sản xuất để tạo ra các loại rau quả có hiệu quả kinh tế cao, đáp ứng yêu cầu xuất khẩu.

#### ***2.4.2. Khả năng phát triển thị trường xuất khẩu***

Với nhiều lợi thế trong sản xuất rau quả và mặt hàng xuất khẩu đa dạng, Việt Nam đã xuất khẩu được nhiều loại rau quả tươi cũng như chế biến sang hơn 50 nước trên thế giới nhưng Việt Nam chưa hình thành được các mặt hàng chủ lực, có địa vị thống trị trên thị trường như dứa của Thái Lan, chuối của Philippin, rau tươi và rau chế biến của Trung Quốc. Thị phần của hầu hết các mặt hàng rau quả Việt Nam còn ở mức rất hạn chế, không tạo được tác động chi phối đến thị trường thế giới.

**Bảng 2.7. Thị phần của một số nước châu Á trên thị trường rau quả thế giới giai đoạn 1997-2001**

|          | Việt Nam | Trung Quốc | Thái Lan | Indônêxia | Ấn Độ |
|----------|----------|------------|----------|-----------|-------|
| Quả tươi | 4,8      | 2,6        | 32,6     |           | 2,7   |
| Quả khô  | 5,8      | 10,6       | 18,3     |           | 1,6   |
| Dứa hộp  | 0,9      | 3,4        | 45,2     | 11,5      |       |
| Nấm hộp  | 1,2      | 52,0       | 1,7      | 7,4       | 1,1   |

*Nguồn: FAOSTAT, 2003.*

Nguyên nhân của tình trạng đó là tuy đã có những tiến bộ nhất định khả năng mở rộng xuất khẩu thị trường xuất khẩu của Việt Nam khá hạn chế, chủ yếu phụ thuộc vào thị trường những nước lân cận như Trung Quốc. Xuất khẩu rau quả, đặc biệt là rau quả tươi sang các thị trường nhập khẩu lớn như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản còn gặp nhiều trở ngại về công nghệ bảo quản và chế biến cũng như khả năng đáp ứng các yêu cầu về hàng nhập khẩu của các thị trường này.

*- Khả năng thâm nhập thị trường Trung Quốc*

Trong những năm tới đây, thị trường Trung Quốc vẫn là thị trường có nhiều tiềm năng phát triển đối với rau quả xuất khẩu của Việt Nam. Trung Quốc là thị trường lớn, dễ thâm nhập, yêu cầu về chất lượng không quá cao, nhu cầu tiêu dùng của cư dân cũng rất đa dạng. Xuất khẩu sang Trung Quốc có nhiều thuận lợi như chi phí vận chuyển thấp và có khả năng duy trì độ tươi của sản phẩm rau quả. Thị trường Trung Quốc phát triển

nhANH cả về tốc độ tăng dân số cũng như thu nhập dân cư và có nhu cầu đa dạng đối với sản phẩm nhiều phẩm cấp khác nhau. Trung Quốc nằm ngay sát với Việt Nam, các mặt hàng rau quả của ta xuất sang Trung quốc có thể chuyên chở bằng đường bộ, đường sắt nên chi phí vận chuyển không cao, thời gian vận chuyển ngắn. Quy định về vệ sinh thực phẩm của Trung Quốc không quá khắt khe như Nhật Bản, Đài Loan, Hồng Kông hay Singapore. Mặc dù Trung Quốc xuất khẩu đến 3 tỷ USD rau quả và chỉ nhập khẩu 300-400 triệu USD, Việt Nam vẫn có nhiều cơ hội xuất khẩu sang Trung Quốc, đặc biệt là những loại quả nhiệt đới mà Việt Nam có ưu thế sản xuất hơn như xoài, vải, nhãn, thanh long, dưa và dứa, chủ yếu là xuất khẩu sang các tỉnh Quảng Đông, Quảng Tây và Vân Nam. Đảo Hải Nam của Trung Quốc cũng nhập khẩu dưa của Việt Nam để sản xuất sữa dưa.

Hiện Trung Quốc nhập khẩu một số lượng lớn các loại rau quả của Việt Nam như: dưa chuột, khoai tây, đậu quả các loại, măng tây, cà chua, gừng, ớt, tỏi, nghệ... Ngoài việc phục vụ nhu cầu trong nước, Trung Quốc còn chế biến và xuất khẩu sang nhiều thị trường khác trên thế giới. Tuy nhiên, xuất khẩu sang Trung Quốc cũng gặp nhiều khó khăn do sức ép cạnh tranh của Thái Lan.

Ngoài thị trường Trung Quốc – thị trường tiêu thụ rau quả chính của Việt Nam trong những năm qua, Việt Nam nằm gần các nước có nhu cầu rau quả lớn như Nhật Bản (chuối và các loại rau mùa hè); vùng Viễn Đông nước Nga (các loại quả nhiệt đới như vải, dứa, chuối, cam, quýt... và các loại rau, gia vị); Hàn

Quốc (các loại rau vụ đông). Đó là những yếu tố thuận lợi cho phát triển thị trường xuất khẩu rau quả nước ta.

*- Các nước khác trong khu vực*

Đài Loan và Hàn Quốc cũng là thị trường xuất khẩu rau quả lớn thứ hai của Việt Nam, chiếm khoảng 10% và 6% tổng kim ngạch xuất khẩu. Khoảng cách đến các thị trường này không quá xa, chi phí vận chuyển thấp và các thị trường này lại có nhu cầu và thu nhập cao.

Các nước ASEAN cũng là những thị trường xuất khẩu rau quả quan trọng của Việt Nam, trong đó Singapore, Malaysia và Indonesia nhập khẩu 1-2 triệu USD/năm. Tuy nhiên, do điều kiện tự nhiên và cơ cấu sản xuất tương đồng, các nước ASEAN được xem là những đối thủ cạnh tranh hơn là những thị trường xuất khẩu tiềm năng.

Trong khu vực ASEAN, thị trường có nhiều tiềm năng phát triển là Singapore. Singapore là một trong những thị trường tiêu thụ nhiều chủng loại rau quả trong khu vực châu Á, hàng năm nhập khẩu từ 1,2-1,4 triệu tấn rau quả các loại với tổng kim ngạch trị giá từ 550 đến 600 triệu USD. Trong số các loại rau quả nhập khẩu vào Singapore thì rau quả tươi chiếm khoảng 80% vì tập quán tiêu dùng của người dân Singapore chủ yếu rau quả tươi sống. Nguồn cung cấp rau quả tươi cho Singapore phần lớn là các nước Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam với kim ngạch xuất khẩu đạt xấp xỉ 2 triệu USD/năm. Còn rau quả đã qua chế biến thì Singapore lại nhập chủ yếu từ các nước có nền công nghiệp thực phẩm phát triển cao như các nước Tây Âu, Mỹ...

nhằm đảm bảo độ tin cậy về chất lượng vệ sinh. Do đó, nếu biết khai thác một cách hiệu quả, đây sẽ là thị trường tiềm năng chuyên dành cho xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam trong thời gian tới.

### *- Thị trường Nhật Bản -*

Hàng năm Nhật Bản tiêu dùng 16 triệu tấn rau quả (trong đó khoai tây chiếm tới 5 triệu tấn). Hiện tại và trong những năm tới, Nhật Bản vẫn là khu vực đầy tiềm năng của nhiều loại rau quả như bắp cải, dưa chuột, khoai tây, đậu quả các loại, dưa, cà chua, thanh long, tỏi, hoa... Đây cũng là những mặt hàng mà nước ta có năng lực sản xuất khá dồi dào. Năm 2003, Nhật Bản đã nhập khẩu một lượng rau quả trị giá khoảng trên 16 triệu USD từ Việt Nam. Tuy vậy, lượng kim ngạch này mới chỉ chiếm 0,4% tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả của Nhật Bản. Xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản cũng như sang các thị trường nhập khẩu lớn khác như EU, Hoa Kỳ... chỉ có thể thực hiện được khi các sản phẩm, bao bì được cải tiến đáp ứng yêu cầu chất lượng và mẫu mã, có giá thành cạnh tranh. Thêm vào đó, các nhà cung cấp cũng phải đảm bảo tính đồng nhất của sản phẩm và sự ổn định của nguồn hàng. Đây chính là những nguyên nhân chính khiến các nhà xuất khẩu Việt Nam khó tiếp cận được thị trường các nước đang phát triển.

Sắp tới, rau quả Việt Nam xuất sang Nhật có thể sẽ gặp khó khăn do nước này chuẩn bị áp dụng quy định mức giới hạn tối đa hoá chất (MRL) đối với thực phẩm nhập khẩu. Mức MRL dự kiến áp dụng lần này sẽ tập trung vào dư lượng thuốc trừ sâu

(Tolfenpyrad) và thuốc diệt nấm (Cyazofamid). Các thực phẩm nhập khẩu nếu vi phạm quy định mới về MRL này sẽ không được phép đưa vào thị trường. Hiện tại Nhật đã ban hành MRL đối với 242 chất hoá học. Riêng lần này sẽ áp dụng cho 25 mặt hàng (đối với thuốc trừ sâu) và 19 mặt hàng (với thuốc diệt nấm). Nhật đang lấy ý kiến đóng góp của các cơ quan hữu quan về thời điểm cụ thể áp dụng những rào cản mới này.

Theo đánh giá của Thương vụ Việt Nam tại Nhật, quy định MRL lần này đối với dư lượng thuốc trừ sâu và dư lượng thuốc diệt nấm nghiêm ngặt hơn nhiều so với lần sửa đổi năm 2003. Ngoài mục đích bảo vệ sức khoẻ người tiêu dùng, Nhật còn nhắm đến việc bảo hộ nông sản trong nước, nhất là trong bối cảnh các vòng đàm phán WTO theo chương trình nghị sự Doha về hạn chế trợ cấp và giảm thuế đối với lĩnh vực nông sản đang đạt được nhiều tiến bộ.

#### *- Thị trường EU*

Do khoảng cách xa và chi phí vận chuyển cao, Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang châu Âu các loại rau quả đóng hộp, nước quả. Các thị trường xuất khẩu quan trọng nhất của Việt Nam trong khu vực này là Đức, Pháp, Hà Lan, Italia, Anh và Thụy Sĩ. Trong những năm gần đây, các nước châu Âu có xu hướng tăng cường nhập khẩu các loại quả nhiệt đới. Đây là cơ hội tốt cho xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, các nước EU có yêu cầu rất chặt chẽ về môi trường, kiểm dịch thực vật và vệ sinh an toàn thực phẩm. Xuất khẩu quả nhiệt đới sang EU cũng phải đối mặt với sức ép cạnh tranh mạnh mẽ từ nhiều nước Mỹ La tinh và

châu Phi - những nước đã có nhiều kinh nghiệm xuất khẩu sang thị trường này.

*- Thị trường Bắc Mỹ*

Trong những năm qua, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường Bắc Mỹ, đặc biệt là thị trường Hoa Kỳ, đã có những bước tiến đáng kể. Hoa Kỳ nhập khẩu từ Việt Nam chủ yếu là rau quả chế biến và nước quả. Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ, kim ngạch nhập khẩu rau quả chế biến của Hoa Kỳ từ Việt Nam đã tăng từ 5,0 triệu USD năm 1999 lên 5, 7 triệu USD năm 2003.

Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ đã tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này. Kể từ khi Hiệp định thương mại song phương Việt Nam và Hoa Kỳ được ký kết, xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Hoa Kỳ trở nên dễ dàng hơn. Nhờ được hưởng quy chế đối xử tối huệ quốc (MFN), thuế nhập khẩu giảm đáng kể (ví dụ: thuế nhập khẩu nấm giảm từ 22cent/kg + 45% xuống còn 1,3cent/kg + 1,8%; hoặc đào lộn hột từ 35% xuống còn 3,2%). Tuy vậy, hàng rau quả xuất khẩu từ Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ phải đương đầu với sức ép cạnh tranh mạnh mẽ từ các nước NAFTA, CAFTA và Chilê. Những nước này được hưởng quy chế xuất khẩu rau quả vào Hoa Kỳ hoàn toàn miễn thuế.

Đối với rau quả tươi, Việt Nam chưa có danh mục riêng được phép nhập khẩu vào Hoa Kỳ mà chỉ được nhập khẩu theo danh mục chung của APHIS (Cơ quan Kiểm dịch động thực vật

trực thuộc Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ). Các mặt hàng rau quả xuất khẩu chính của Việt Nam (như vải, hồng xiêm, thanh long, v.v...) lại không nằm trong danh sách này. Như vậy, Việt Nam muốn xuất khẩu rau quả tươi vào Hoa Kỳ cần phải tuân thủ quy chế của APHIS về việc đăng ký các loại rau quả tươi để được phép nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Thủ tục này thường kéo dài 5 năm. Hiện tại, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đang tiến hành làm việc với phía Hoa Kỳ. Tiến trình triển khai chậm nên chưa rõ khả năng khi nào sẽ kết thúc. Nếu thủ tục này không được giải quyết thì xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam vào Mỹ sẽ khó có thể thực hiện được ở quy mô lớn.

*- Thị trường Nga*

Trước đây Nga và các nước Đông Âu là thị trường chính cho xuất khẩu rau quả của Việt Nam. Họ không yêu cầu quá cao về tiêu chuẩn chất lượng và các điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm. Đây là một thị trường nhiều tiềm năng phát triển với nhu cầu nhập khẩu có xu hướng tăng cao trong những năm tới.

Việt Nam được hưởng chế độ GSP của Nga nên chính sách thuế không đặt ra áp lực cạnh tranh đối với xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường này. Thị trường Nga trước mắt và lâu dài còn cần nhiều hàng nông sản, rau, trái cây vùng nhiệt đới. Việt Nam có nhiều cơ hội có thể chiếm lĩnh được thị trường khu vực Viễn Đông của Nga, như đã làm trước kia. Vấn đề đặt ra là cách thức tổ chức sản xuất và xuất khẩu rau quả từ lúc chọn giống, cách trồng, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản, vận chuyển nội địa, giao hàng lên tàu lạnh.

**Bảng 2.8 . Tiềm năng xuất khẩu quả của Việt Nam  
theo thị trường<sup>10</sup>**

| Quả          | Biên giới Trung Quốc | Khu vực Châu Á | EC, Mỹ, Nhật       |
|--------------|----------------------|----------------|--------------------|
| Quả có múi   | Thấp                 | Thấp           | Không có           |
| Sầu riêng    | Thấp                 | Thấp           | Không có           |
| Nhãn         | Cao                  | Thấp           | Trung bình tới cao |
| Vải          | Cao                  | Trung bình     | Trung bình tới cao |
| Xoài         | Cao                  | Trung bình     | Trung bình         |
| Thanh long   | Cao                  | Trung bình     | Trung bình         |
| Dứa          | Thấp                 | Thấp           | Cao                |
| Chôm chôm    | Cao                  | Thấp           | Thấp               |
| Rau tươi     | Cao                  | Thấp           | Trung bình (Nhật)  |
| Rau chế biến | Thấp                 | Thấp           | Trung bình         |

### **2.4.3. Các đối thủ cạnh tranh**

Nghiên cứu thị trường của những loại rau quả mà Việt Nam có lợi thế sản xuất/ xuất khẩu, cho thấy Việt Nam sẽ gặp phải những đối thủ cạnh tranh sau:

- Trong lĩnh vực xuất khẩu rau, Việt Nam cũng gặp phải sức ép cạnh tranh rất lớn mà đối thủ cạnh tranh là Thái Lan, Trung Quốc và Đài Loan - những nước có tiềm năng lớn hơn

<sup>10</sup> ADB, FAO, Dự án khuyến khích đa dạng hoá cây trồng và phát triển xuất khẩu.

nhiều về sản xuất, bảo quản rau tươi và chế biến rau cũng như về kinh nghiệm phát triển thị trường.

- Chuối: Việt Nam phải cạnh tranh với các nước Mỹ - La tinh và Caribe - nơi có sản lượng chuối lớn nhất thế giới và là những nước xuất khẩu chuối truyền thống. Trong khu vực, nước xuất khẩu chuối có tiềm năng nhất là Philippin, nước đóng vai trò thống trị trên nhiều thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam như Nhật Bản và Nga.

- Dứa: Các nước châu Á có sản lượng dứa khoảng 7 triệu tấn, trong đó sản lượng của Thái Lan là 2 triệu tấn, chiếm 1/3 sản lượng của các nước châu Á; sản lượng của Philippin là 1,6 triệu tấn trong khi sản lượng của Việt Nam là 301 ngàn tấn. Thái Lan là nước xuất khẩu dứa chế biến lớn nhất thế giới trong khi nước xuất khẩu dứa tươi nhiều nhất là Philippin. Đây là đối thủ cạnh tranh lớn nhất trên thị trường xuất khẩu dứa đối với Việt Nam.

- Xoài: Mặc dù được đánh giá là loại quả có lợi thế cạnh tranh, hiện sản lượng xoài của Việt Nam mới chỉ đạt khoảng 332 ngàn tấn, chiếm khoảng 10% tổng sản lượng xoài thế giới trong khi sản lượng của Ấn Độ đạt gần 11,4 triệu tấn, chiếm 43% tổng sản lượng xoài toàn cầu, sản lượng của Trung Quốc đạt 650 ngàn tấn, Thái Lan đạt trên 1,7 triệu tấn. Đây là những đối thủ cạnh tranh chủ yếu của Việt Nam trong xuất khẩu xoài.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> FAO, Tropical Fruits, Report CCP: BA/TF 03/9

- Sầu riêng: Nước sản xuất sầu riêng lớn nhất là Thái Lan với sản lượng năm 2002 đạt khoảng 900 ngàn tấn, chiếm 60% tổng sản lượng sầu riêng toàn cầu, các nước sản xuất lớn khác là Philippin, Malaixia và Indônêxia. Đây cũng là những nước xuất khẩu sầu riêng lớn nhất thế giới.

- Chôm chôm: Thái Lan cũng là nước sản xuất chôm chôm lớn nhất thế giới với sản lượng khoảng 700 ngàn tấn, chiếm gần 60% tổng sản lượng chôm chôm toàn cầu. Các nước sản xuất lớn khác là Malaixia, Indônêxia và Philippin nhưng chỉ Thái Lan và Malaixia là đóng vai trò quan trọng trên thị trường chôm chôm thế giới.

Theo các chuyên gia quốc tế, có 3 loại lợi thế cơ bản được tính đến trong cạnh tranh của ngành rau quả:

- Có chi phí sản xuất thấp: Về nguyên tắc, điều này đồng nghĩa với việc giảm chi phí chế biến, chi phí vận chuyển mà nhất là chi phí nguyên liệu. Trong thực tế, chi phí nguyên liệu thường chiếm một tỷ trọng rất lớn trong tổng chi phí thành phẩm và đóng vai trò quyết định đối với giá thành của sản phẩm cuối cùng, do vậy các nhà sản xuất phải tìm mọi cách để giảm được chi phí nguyên liệu trong khi vẫn đảm bảo được chất lượng. Những quốc gia có ưu thế lớn về chi phí sản xuất thấp như Brazil đối với sản xuất nước cam ép, Thái Lan đối với sản xuất dưa hóp.

Đối với mặt hàng rau quả, ngoài chi phí nguyên liệu, chi phí cho chế biến rau quả và bảo quản rau quả tươi có thể làm giá

tăng lên rất nhiều nhưng sản phẩm rau quả đảm bảo được độ tươi mới hoặc các loại rau quả chế biến mà vẫn giữ nguyên được hương vị và giá trị dinh dưỡng lại có thể bán với giá cao trên thị trường quốc tế. Điều quan trọng là phải lựa chọn và đầu tư cho công nghệ bảo quản, chế biến phù hợp.

- Dạng lợi thế thứ hai là cung cấp hoa quả trái vụ. Trên thế giới, nhiều nước xuất khẩu rau quả lớn như Chile, Nam Phi, New Zealand chủ yếu dựa vào lợi thế về khả năng của họ cung cấp những sản phẩm rau quả tươi cho thị trường các nước phía Bắc bán cầu. Bên cạnh đó, các nước nhiệt đới như Kenya và Mêhicô cũng rất thành công trong việc tận dụng khí hậu ấm áp của họ để cung cấp rau quả sang các nước châu Âu vào mùa đông.

Việt Nam có nhiều khả năng để cung ứng rau quả quanh năm. Đây là một lợi thế lớn để xuất khẩu sang nhiều nước ôn đới và hàn đới, tận dụng các mùa vụ mà nguồn cung cấp nội địa của họ bị hạn chế do thời tiết.

- Lợi thế thứ ba là cung cấp những sản phẩm khác lạ hay dựa vào dịch vụ cung cấp. Điều này thể hiện rõ ở các nước châu Âu, nhu cầu ngày càng tăng đối với quả nhiệt đới do họ không thể sản xuất được<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Nguồn: Jaffee, 1992, *Exporting high-value food commodities: Success stories from developing countries*. World Bank discussion papers No. 198. Washington, DC.

Có thể nhận thấy, xuất phát điểm của Việt Nam là phải dựa vào lợi thế về chi phí sản xuất thấp (dựa trên mức lương nhân công thấp và ưu đãi về đất đai, khí hậu, vị trí địa lý) để xuất khẩu sang các thị trường có chi phí nhân công cao như châu Âu, Bắc Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hồng Kông và Singapore. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng cần tận dụng tối đa lợi thế về khí hậu để cung cấp những sản phẩm rau quả trái vụ. Một mặt, Việt Nam có thể cung cấp quả nhiệt đới (tươi và chế biến) và rau tươi trong mùa đông cho thị trường các nước ôn đới như châu Âu, Nga, Nhật Bản, và Bắc Mỹ. Mặt khác, Việt Nam có thể cung cấp rau ôn đới được sản xuất ở miền núi phía Bắc và Lâm Đồng cho các thị trường nhiệt đới như Singapore và các nước trong khu vực ASEAN.

### 3. CÁC CHÍNH SÁCH TÁC ĐỘNG TỚI XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM

#### 3.1. Các chính sách phát triển sản xuất/xuất khẩu rau quả

##### 3.1.1. Các chính sách ảnh hưởng đến sản xuất rau quả

###### (1) Chính sách đất đai

Trong những năm qua, Chính phủ đã không ngừng ban hành, sửa đổi và bổ sung những chủ trương, chính sách về đất đai nhằm mục đích thúc đẩy phát triển sản xuất nông nghiệp nông thôn.

- Luật đất đai sửa đổi (chính thức có hiệu lực ngày 1/7/2003) đã thể chế hoá và nới rộng quyền của người sử dụng đất. Đây là một chính sách khuyến khích người nông dân đầu tư vào sản xuất dài hạn, thay đổi cơ cấu cây trồng nhằm phát triển sản xuất hàng hoá một cách có hiệu quả.

Bằng việc khẳng định bằng pháp lý quyền của người sử dụng đất và giao quyền sử dụng đất lâu dài và ổn định cho người nông dân, Luật đất đai sửa đổi đã tạo động lực khuyến khích người nông dân chuyển đổi cơ cấu nông nghiệp, nông thôn phát huy được lợi thế so sánh của từng vùng, từng miền nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu thị trường. Đối với khu vực trồng cây ăn quả lâu năm, người dân có điều kiện đầu tư dài hạn, khai thác tốt lợi thế về thời gian của các loại cây ăn trái lâu năm. Nhờ Luật đất đai sửa đổi nhiều khu vực vùng sâu, vùng xa cũng có điều

kiến phát triển thông qua chuyển dịch cơ cấu cây trồng phù hợp với đặc thù của từng vùng.

Chính sách đất đai sửa đổi đã tạo tâm lý yên tâm trong đầu tư, ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất. Luật đất đai cũng tạo cơ sở tốt cho phát triển sản xuất nông sản nói chung và sản xuất rau quả và rau quả xuất khẩu nói riêng. Luật cũng tạo cơ sở cho việc hình thành các vùng sản xuất hàng hoá nông sản tập trung. Luật đất đai cũng đã tác động tích cực đến người dân trong việc tận dụng và mở rộng những diện tích đất mà trước kia không trồng trọt được. Thông qua việc khai hoang phục hoá, thâm canh tăng vụ và đổi mới cơ cấu cây trồng. Chuyển đổi hình thức và phương pháp canh tác, ứng dụng các kỹ thuật mới trong sản xuất.

Thực tế cho thấy chính sách về đất đai thông thoáng sẽ là cơ sở để hình thành các hình thức, phương thức sản xuất mới như thâm canh tăng vụ, nâng cao hiệu quả sử dụng đất canh tác đặc biệt là sử dụng để sản xuất rau mầu. Theo các chuyên gia dự báo hệ số sử dụng đất canh tác có thể tăng lên từ khoảng 1,5 đến 2,3 lần.

Trong Luật đất đai mới có những sửa đổi, mở rộng hơn về đối tượng được thuê đất. Các tổ chức cá nhân được quyền lựa chọn hình thức giao đất có thu tiền sử dụng đất, thuê đất hoặc tự nhận chuyển nhượng quyền sử dụng đất, thuê đất, góp vốn liên doanh bằng giá trị quyền sử dụng đất. Với việc mở rộng quyền sử dụng và cho thuê đất đối với sản xuất nông, lâm nghiệp đã

khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư vào sản xuất nông nghiệp. Khuyến khích phát triển các mô hình sản xuất rau quả mới hiệu quả cao hơn như trang trại, khu sản xuất liên hợp, vùng sản xuất tập trung...

Chính sách đất đai mới tạo điều kiện hình thành các trang trại sản xuất tập trung có quy mô lớn. Trang trại đang là một xu thế phát triển hiện nay. Nhiều trang trại sản xuất cây ăn quả có qui mô lớn trên các vùng sản xuất tập trung như vùng Lục Nam, Lục Ngạn, miền núi trung du phía Bắc, Tây Nguyên, Đông Nam Bộ và Nam Bộ...

Bên cạnh những tác động tích cực, việc triển khai Luật đất đai sửa đổi trên thực tế cũng còn nhiều hạn chế. Việc giao đất còn manh mún, phân tán đã gây ra không ít khó khăn cho quá trình tích tụ tập trung và mở rộng qui mô, đầu tư cho sản xuất theo yêu cầu của sản xuất hàng hoá. Mặt khác việc giao đất cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng còn chậm (theo đánh giá của Tổng cục Địa chính cả nước mới có khoảng 73% số hộ có sổ đỏ về quyền sử dụng đất lâu dài, quyền sử dụng đất nông nghiệp còn thấp hơn nữa). Mặt khác, thực tế việc thực hiện 7 quyền của Luật đất đai sửa đổi còn gặp khó khăn, việc theo dõi quản lý đất đai đang phát sinh nhiều hiện tượng tiêu cực như chuyển đổi sai mục đích sử dụng làm hạn chế hiệu quả sử dụng đất đai, gây lãng phí nguồn lực trong nông nghiệp, nông thôn.

- Thông tư số 95/2004/TT-BTC ngày 11/10/2004 "Hướng dẫn một số chính sách hỗ trợ tài chính và ưu đãi về thuế phát

triển vùng nguyên liệu và công nghiệp chế biến nông, lâm, thủy sản, muối” quy định:

+ Trên cơ sở vùng nguyên liệu và công nghiệp chế biến nông, lâm, thủy sản, muối đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương sẽ tạo điều kiện thuận lợi để các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế được thuê đất hoặc thực hiện hợp đồng với nông dân đầu tư phát triển vùng nguyên liệu; thuê đất xây dựng cơ sở công nghiệp chế biến rau quả.

+ Các cơ sở chế biến, tiêu thụ, xuất khẩu rau quả sẽ được hỗ trợ ưu tiên sử dụng đất đai xây dựng các nhà máy chế biến, kho bãi, cơ sở bảo quản và vận chuyển hàng hoá được hưởng ưu đãi về giá thuê đất với mức giá thuê đất thấp nhất theo quy định của pháp luật hiện hành.

+ Trường hợp doanh nghiệp có cơ sở chế biến, tiêu thụ, xuất khẩu rau quả nằm trong thành phố, thị xã khi thực hiện di chuyển mặt bằng sản xuất ra khỏi thành phố, thị xã theo quy hoạch được hưởng chế độ miễn tiền thuê đất 3 năm kể từ ngày hoàn thành xong việc xây dựng cơ sở sản xuất trên mặt bằng mới, hoặc được hưởng chế độ ưu đãi về miễn, giảm tiền thuê đất theo quy định tại Thông tư số 35/2001/TT-BTC ngày 25/5/2001 của Bộ Tài chính về hướng dẫn nộp tiền thuê đất, góp đất liên doanh bằng giá trị quyền sử dụng đất của các tổ chức, hộ gia đình, cá nhân trong nước.

Chính sách này đã tạo điều kiện phát triển các vùng nguyên liệu tập trung làm cơ sở để xuất khẩu rau quả với khối lượng lớn. Với nhiều quy định ưu đãi các doanh nghiệp và người dân sẽ có điều kiện đầu tư vào trồng các loại cây có năng suất chất lượng cao nhằm đáp ứng nhu cầu của các thị trường xuất khẩu cao cấp như Hoa Kỳ, EU và Nhật Bản. Vừa khuyến khích phát triển các vùng nguyên liệu vừa đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, nhà máy chế biến... sẽ giúp ngành rau quả phát triển hiệu quả.

## *(2) Quy hoạch vùng sản xuất rau quả*

Tháng 8/1999, Chính phủ đã phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành trồng trọt, theo đó đến năm 2010, tiêu dùng rau bình quân đầu người sẽ tăng từ 60-65 kg năm 1997 lên 80-90 kg và quả từ 55-60 kg lên 60-70 kg, tổng sản lượng rau quả sẽ đạt tương ứng 1,4 triệu tấn và 1,6 triệu tấn, trong đó 720.000 tấn rau và 717.000 tấn quả được xuất khẩu, đạt tổng doanh thu 1 tỷ USD. Nếu trừ xuất khẩu hạt tiêu, giá trị xuất khẩu đạt khoảng 900 triệu USD.

Theo Quy hoạch, gần một nửa diện tích rau năm 2010 sẽ tập trung ở đồng bằng sông Hồng và đồng bằng sông Cửu Long và một nửa diện tích trồng các loại quả tập trung ở vùng miền núi phía Bắc và đồng bằng sông Cửu Long; Diện tích chuyên canh xuất khẩu sẽ khoảng 130.000 héc ta; Khoảng 1.736 tỷ đồng sẽ được đầu tư cho xây dựng các nhà máy bảo quản và chế biến và đầu tư vào đường xá.

Tuy nhiên, Quy hoạch phát triển ngành trồng trọt cũng như Đề án phát triển rau quả và cây cảnh của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn được phê duyệt theo Quyết định số 1820/1999/QĐ-TTg ngày 30/9/1999 còn chưa chú ý đến liên kết giữa vùng sản xuất với khả năng tạo đầu ra cho rau quả. Công tác quy hoạch, kế hoạch đối với vùng sản xuất rau quả hiện nay của Việt Nam chưa thực sự phù hợp với sự phát triển thực tế của khu vực cũng như điều kiện về tự nhiên, xã hội của những vùng quy hoạch. Do đó, hiện tượng trồng rau quả theo kiểu tự phát của người dân vẫn là hình thức chủ yếu với hiệu quả không cao.

### ***(3) Chính sách tài chính***

#### ***\* Thuế***

- Quyết định số 09/2000/QĐ-TTg ngày 15/06/2000 của Thủ tướng Chính phủ về “một số chính sách và biện pháp khuyến khích tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp” quy định ngoài diện miễn giảm theo chính sách đã ban hành, kể từ năm 2001, còn được xét miễn giảm khi gặp rủi ro về thị trường và giá cả, cắt giảm thuế đối với nhiều loại mặt hàng vật tư, phân bón, giống cây trồng khi thị trường những mặt hàng này có những biến động lớn bất lợi cho người nông dân. Cụ thể là nếu giá các loại phân bón trên thế giới tăng quá cao Chính phủ sẽ giảm thuế nhập khẩu phân bón xuống 0% để ổn định giá phân bón trong nước. Qua đó chi phí sản xuất cũng giảm nếu thị trường đầu vào cho sản xuất nông nghiệp có những biến động quá lớn.

- Thông tư số 95/2004/TT-BTC cũng quy định các tổ chức, cá nhân thuê đất đầu tư phát triển vùng nguyên liệu rau quả được miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp theo quy định tại Thông tư số 112/2003/TT-BTC ngày 19/11/2003 hướng dẫn việc miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp từ năm 2003 đến năm 2010 theo Nghị định số 129/2003/NĐ-CP ngày 3/11/2003 của Chính phủ.

*\* Đầu tư, tín dụng và bảo hiểm*

- Quyết định 09/2000/QĐ-TTg chỉ đạo Bộ Tài chính, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Thủy sản và các Bộ, ngành có liên quan nghiên cứu xây dựng chính sách hỗ trợ đầu tư từ Quỹ hỗ trợ phát triển với các điều kiện và lãi suất ưu đãi đối với các dự án sản xuất nông nghiệp khó thu hồi vốn nhanh như cây lâu năm, chăn nuôi gia súc lớn, thủy sản và phát triển công nghiệp chế biến.

Quyết định số 09 cũng chỉ đạo lập Quỹ bảo lãnh tín dụng để tạo điều kiện cho hộ nông dân, các chủ trang trại, các chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hợp tác xã vay đủ vốn phát triển sản xuất, kinh doanh trong điều kiện khó đảm bảo về thế chấp. Với việc thành lập các quỹ bảo lãnh tín dụng sẽ hỗ trợ người dân trong ngành tiếp cận với các nguồn vốn, các hoạt động tín dụng vốn được coi là xa với với người dân trước kia.

Thị trường nông sản hàng hoá thường gặp rủi ro, ảnh hưởng đến lợi ích của nông dân và doanh nghiệp. Ngoài các chính sách tài trợ hiện hành thì Nhà nước khuyến khích lập Quỹ

bảo hiểm xuất khẩu ngành hàng. Rau quả là một trong những mặt hàng được khuyến khích lập quỹ bảo hiểm và được hỗ trợ ở mức cao vì đây là một ngành kinh doanh có mức độ rủi ro thị trường tương đối cao do giá cả rau quả biến động thất thường.

Tuy nhiên, các hình thức bảo hiểm rủi ro đối với sản xuất nông nghiệp hiện còn rất hạn chế. Các hình thức mua bán hiện đại như thị trường triển hạn, kỳ hạn, quyền chọn, hay hoán đổi để sử dụng công cụ thị trường bảo hiểm cho người nông dân mới bắt đầu được quan tâm hình thành.

#### *(4) Chính sách phát triển khoa học, chuyển giao công nghệ sản xuất mới*

- Nhận thức rõ vai trò của khoa học công nghệ, Chính phủ đã chủ trương: tăng cường, nghiên cứu, áp dụng những thành quả mới nhất của khoa học công nghệ; nâng cao dân trí, đào tạo bồi dưỡng nhân lực tại chỗ, cung cấp kịp thời các tri thức khoa học và công nghệ hiện đại, các quy trình sản xuất tiên tiến, các thông tin về thị trường tiêu thụ; cơ cấu lại sản xuất nông nghiệp, phát triển ngành nghề ở nông thôn; tạo lập, phát triển thị trường và xây dựng kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội nông thôn; hoàn thiện quan hệ sản xuất, đổi mới tổ chức quản lý, tạo nhiều việc làm, tăng thu nhập, tích lũy cho nông dân...

- Quyết định số 09/2000/QĐ-TTg đã đưa ra nhiều chính sách về hỗ trợ phát triển công nghệ về giống, chăm sóc bảo vệ cây trồng vật nuôi, bảo quản, chế biến..., theo đó:

+ *Về giống*, đảm bảo trên 70% giống được dùng trong sản xuất là giống tiến bộ kỹ thuật. Phần lớn giống tốt phải được sản xuất trong nước. Khuyến khích việc nghiên cứu lai tạo và ứng dụng giống ưu thế lai. Đầu tư đảm bảo yêu cầu xây dựng cơ sở vật chất cho công tác nghiên cứu tạo giống mới và sản xuất giống gốc. Giành đủ kinh phí cần thiết để nhập khẩu nguồn gen và giống tiến bộ kỹ thuật phục vụ công tác nghiên cứu, lai tạo giống mới và để nhân nhanh giống tốt phục vụ sản xuất đại trà.

Mở rộng từng bước việc áp dụng kỹ thuật di truyền trong công tác tạo giống cây trồng, vật nuôi có hiệu quả kinh tế cao, song phải đảm bảo tính đa dạng sinh học và bảo vệ môi trường.

Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chương trình giống cây trồng, giống vật nuôi thời kỳ 2000-2005 (Quyết định số 225/1999/QĐ-TTg ngày 10/12/1999), khuyến khích các nhà đầu tư và các địa phương nhập giống, đồng thời Chính phủ cũng hỗ trợ một số địa phương và doanh nghiệp nhập giống cây trồng, vật nuôi có năng suất, chất lượng cao, khả năng chống bệnh tốt.

Tuy nhiên, giống hiện nay vẫn là khâu yếu nhất, chưa có đủ các loại giống tốt và giá rẻ, đảm bảo chất lượng để cung cấp cho người sản xuất, việc kiểm tra chất lượng giống còn nhiều yếu kém đã tác động xấu đến năng suất và chất lượng.

+ *Về chăm sóc và bảo vệ cây trồng, vật nuôi*

Đẩy mạnh việc nghiên cứu và áp dụng công nghệ sinh học trong chăm sóc và bảo vệ cây trồng, vật nuôi, trong đó cần đặc biệt quan tâm phát triển các loại phân bón và thuốc bảo vệ

thực vật sinh học, các loại hình công nghệ phục vụ sản xuất các sản phẩm nông nghiệp sạch.

Đẩy mạnh nghiên cứu và áp dụng các biện pháp tổng hợp, có hiệu quả về phòng trừ sâu bệnh, dịch bệnh gây hại cây trồng và vật nuôi, chặn đứng được một số dịch bệnh nguy hiểm đối với chăn nuôi và nuôi trồng thủy sản.

*+ Về tưới, tiêu nước và cơ giới hoá*

Khoa học công nghệ phải đưa ra được các giải pháp công nghệ để phục vụ mục tiêu trong 10 năm tới, về cơ bản, hoàn thành đầu tư phát triển thủy lợi phục vụ yêu cầu tưới, tiêu nước đối với các cây trồng có giá trị kinh tế cao, có nhu cầu và thủy sản.

Phải đẩy mạnh nghiên cứu và áp dụng rộng rãi công nghệ tưới tiết kiệm nước như: tưới phun, tưới nhỏ giọt, tưới thấm... cho các loại cây trồng cần thiết ở các vùng sinh thái thích hợp.

Nghiên cứu, lựa chọn công nghệ và thiết kế chế tạo các kiểu máy thích hợp phục vụ cơ giới hoá khâu làm đất trên 70%, khâu gieo hạt cây ngắn ngày, nuôi trồng và thu hoạch một số ngành sản xuất cần thiết. Nghiên cứu nâng cao trình độ chế tạo một số trang thiết bị để các sản phẩm chế tạo trong nước cạnh tranh được với các sản phẩm cùng loại của nước ngoài hiện có trên thị trường Việt Nam và vươn tới xuất khẩu.

### *+ Về bảo quản, chế biến*

Nghiên cứu và áp dụng công nghệ hiện đại để bảo quản, sơ chế, chế biến nông sản nhằm giảm được tổn thất sau thu hoạch, nâng cao giá trị hàng hoá, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng quốc tế và đa dạng hoá các sản phẩm phục vụ tiêu dùng nội địa và xuất khẩu. Trước mắt phải đẩy nhanh quá trình đổi mới công nghệ đối với các cơ sở sản xuất hiện có và sử dụng công nghệ mới tiên tiến đối với các cơ sở sản xuất xây dựng mới, phù hợp nhu cầu thị hiếu của từng thị trường xuất khẩu hàng hoá.

### *(5) Chính sách khuyến nông*

Khuyến nông là một trong những chính sách quan trọng của Việt Nam nhằm phát triển nông nghiệp nông thôn. Ngày 3/11/2003 Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ra quyết định thành lập trung tâm khuyến nông quốc gia. Trung tâm khuyến nông quốc gia hiện nay là đầu mối cho các hoạt động khuyến nông với kinh phí năm 2004 lên đến 90 tỉ đồng. Đây là đầu mối quan trọng cho hoạt động khuyến nông trên cả nước góp phần tích cực vào quá trình tăng trưởng của ngành rau quả.

Trong lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu rau quả, chính sách khuyến nông có tác dụng tạo giống mới có năng suất cao, chất lượng thích ứng với nhu cầu thị trường (giống dưa mới, giống dưa, giống cải, su hào... ) Nghiên cứu và hướng dẫn áp dụng các biện pháp sản xuất có hiệu quả cho người dân như: chọn giống,

xử lý đất, phòng trừ sâu bệnh tổng hợp... để nâng cao chất lượng rau quả sản xuất.

Mặc dù có những tác động tích cực đem lại hiệu quả kinh tế cao cho hoạt động sản xuất - kinh doanh, hoạt động khuyến nông còn nhiều hạn chế do chưa được triển khai trên diện rộng, chậm triển khai tới các vùng sản xuất hàng hoá hoặc triển khai với hiệu quả chưa cao. Nguyên nhân là do sự đầu tư cho hoạt động này chưa thoả đáng. Tuy đã có trung tâm khuyến nông quốc gia nhưng trung tâm này mới ra đời nên hiệu quả cũng như cách thức thực hiện còn hạn chế và cần có thời gian mới có thể phát huy hiệu quả của công tác khuyến nông.

### ***3.1.2. Chính sách lưu thông và xuất nhập khẩu hàng hoá***

#### ***(1) Chính sách khuyến khích tiêu thụ***

- Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định của số 80/2002/QĐ-TTg ngày 24/6/2002 về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hoá thông qua hợp đồng, theo đó Nhà nước khuyến khích các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hoá (bao gồm nông sản, lâm sản, thuỷ sản và muối) với người sản xuất, hợp tác xã, hộ nông dân, trang trại, đại diện hộ nông dân) nhằm gắn sản xuất với chế biến và tiêu thụ nông sản hàng hoá để phát triển sản xuất ổn định và bền vững. Hợp đồng sau khi đã ký kết là cơ sở pháp lý để gắn trách nhiệm và nghĩa vụ của các bên, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp giữa người sản xuất nguyên liệu và

các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, chế biến và xuất khẩu theo các quy định của hợp đồng.

Nhà nước cũng hỗ trợ cho hoạt động đầu tư vào những vùng sản xuất nguyên liệu tập trung gắn với cơ sở chế biến, tiêu thụ nông sản hàng hoá có hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hoá được ngân sách nhà nước hỗ trợ một phần về đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng (đường giao thông, thuỷ lợi, điện,...), hệ thống chợ bán buôn, kho bảo quản, mạng lưới thông tin thị trường, các cơ sở kiểm định chất lượng nông sản hàng hoá. Cơ chế tài chính và hỗ trợ ngân sách thực hiện như quy định tại Điều 3 Quyết định số 132/2001/QĐ-TTg ngày 07 tháng 9 năm 2001 của Thủ tướng Chính phủ.

Mặt khác, người sản xuất, doanh nghiệp ký hợp đồng tiêu thụ nông sản có dự án sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu được hưởng các hình thức đầu tư nhà nước từ Quỹ Hỗ trợ phát triển theo quy định tại Nghị định số 43/1999/NĐ-CP ngày 29 tháng 6 năm 1999 của Chính phủ về tín dụng đầu tư của Nhà nước và Quyết định số 02/2001/QĐ-TTg ngày 02 tháng 1 năm 2001 của Thủ tướng Chính phủ.

Các doanh nghiệp ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản để xuất khẩu, có dự án sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu được vay vốn từ Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu theo quy định tại Quyết định số 133/2001/QĐ-TTg ngày 10 tháng 9 năm 2001 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế Tín dụng hỗ trợ xuất khẩu. Các doanh nghiệp tiêu thụ nông sản mang tính thời vụ được vay

vốn từ Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu để mua nông sản hàng hoá theo hợp đồng và được áp dụng hình thức tín chấp hoặc thế chấp bằng tài sản hình thành từ vốn vay để vay vốn.

Chính sách khuyến khích các hình thức tiêu thụ đã phát huy tác dụng thúc đẩy liên kết giữa các đối tượng hoạt động trong ngành rau quả. Tuy nhiên, mức độ liên kết cũng như điều phối giữa các đối tượng này còn thấp và thường tạo rủi ro cao cho cả người sản xuất và người buôn bán cũng như xuất khẩu rau quả trên thị trường. Mặc dù đã có chế tài điều chỉnh những hành vi vi phạm hợp đồng này nhưng khả năng thực hiện chưa cao. Mặt khác, chính sách này chưa phát huy hiệu quả một phần cũng là do nhận thức của người dân còn thấp, một phần là do chúng ta vẫn chưa tìm được cơ chế đặc thù phù hợp hơn với các điều kiện của Việt Nam hiện nay.

Sự liên kết "bốn nhà" thời gian qua chưa thực sự có hiệu quả như mong muốn. Phần lớn hợp đồng giữa doanh nghiệp và người sản xuất thiếu tính bền vững. Mối liên kết lỏng lẻo giữa "4 nhà" thể hiện ở ngay hợp đồng liên kết. Việc xử lý các vi phạm gặp nhiều khó khăn, chưa có giải pháp phù hợp để ràng buộc hai bên. Do nhận thức chưa đầy đủ về trách nhiệm tuân thủ các quy định của pháp luật nên nông dân dễ vi phạm hợp đồng trong quá trình liên kết. Đối với doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp tư nhân, họ không chỉ thiếu sự quan tâm, hỗ trợ của các "nhà" khác mà còn phải chịu rủi ro cao khi ứng vốn cho nông dân dẫn đến tâm lý ngần ngại đầu tư cho sản xuất, kinh doanh nông - lâm -

ngư nghiệp. Tổ chức khoa học giữ vai trò rất quan trọng trong quá trình liên kết. Tuy nhiên, cho đến nay, số đông các cơ quan khoa học vẫn lúng túng khi thực hiện liên kết "bốn nhà". Vẫn còn thiếu vắng các cơ quan hay tổ chức nghiên cứu mạnh dạn, chủ động đưa định hướng liên kết thành một ưu tiên trong việc triển khai các chương trình, dự án nghiên cứu. Giữ vai trò quan trọng hơn cả trong liên kết "4 nhà" phải kể đến là Nhà nước nhưng Nhà nước vẫn chưa tạo ra được một hành lang pháp lý phù hợp cho việc giải quyết tranh chấp trong liên kết giữa các nhà, đặc biệt là hợp đồng sản xuất và tiêu thụ sản phẩm giữa nhà doanh nghiệp và nhà nông. Trong một số trường hợp, các bộ, ngành còn lúng túng, chưa có chế tài phù hợp để hỗ trợ giải quyết tranh chấp hợp đồng thu mua giữa doanh nghiệp và người sản xuất. Đối với những trường hợp thiệt hại do các nguyên nhân bất khả kháng, Nhà nước cũng chưa có chính sách cụ thể để hỗ trợ thiệt hại cho các bên tham gia liên kết. Ngoài ra, một số lãnh đạo địa phương còn không biết hoặc không hiểu đầy đủ về chính sách liên kết "4 nhà" nên chưa có sự hỗ trợ một cách hợp lý.

## ***(2) Chính sách phát triển thị trường trong nước***

- Ngày 14/1/2003, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 02/2003/NĐ-CP về Phát triển và quản lý chợ, đây là một trong những quyết định quan trọng liên quan đến phát triển thị trường rau quả do phần lớn các loại rau quả của Việt Nam hiện nay chủ yếu được bán qua hệ thống chợ nông thôn, chợ đầu mối. Quyết định số 311/QĐ-TTg ngày 20/3/2003 phê duyệt Đề án tổ chức

thị trường trong nước, tập trung phát triển thương mại nông thôn đến năm 2010 cũng đã được thực hiện và đang phát huy hiệu quả.

Chính sách tự do lưu thông hàng hoá và phát triển thị trường đã phát huy được sức mạnh của các thành phần kinh tế tham gia sản xuất - lưu thông tiêu thụ hàng hoá trên thị trường trong và ngoài nước. Về cơ bản trong vòng 10 năm trở lại đây, thị trường trong cả nước đã được tự do hoá. Các nông sản hàng hoá cũng như các hàng hoá công nghiệp tiêu dùng và tư liệu sản xuất được tự do lưu thông rộng rãi trong cả nước. Giá cả được hình thành khách quan trên cơ sở quan hệ cung - cầu trên thị trường. Tình trạng sản xuất khép kín, tự túc được khắc phục dần. Sản xuất đã bước đầu hướng ra thị trường, phát huy lợi thế so sánh của từng vùng, từng địa phương. Để bảo đảm cân đối cung - cầu về rau quả, hệ thống thị trường mới đã hình thành với sự phát triển của hệ thống chợ, các trung tâm thương mại, hệ thống thương mại nhà nước và tư nhân tham gia kinh doanh rau quả.

Các chính sách, biện pháp nhằm tổ chức và phát triển thị trường trong nước được ban hành và triển khai đã tác động tích cực đối với sản xuất, lưu thông hàng hoá trong cả nước. Thị trường trong nước đã không ngừng mở rộng, lưu chuyển hàng hoá ngày một tăng, đáp ứng nhu cầu sản xuất và đời sống. Tuy vậy, hoạt động thương mại trên thị trường trong nước còn nhiều bất cập như chậm xác lập và phát triển các mô hình tổ chức thị trường và kênh lưu thông bảo đảm gắn kết ổn định giữa người mua và người bán, giữa sản xuất và thương mại; kết cấu hạ tầng

thương mại ít được đầu tư phát triển; công tác dự báo cung - cầu, giá cả chưa đáp ứng yêu cầu chỉ đạo điều hành vĩ mô nền kinh tế; quá trình liên kết và tích tụ doanh nghiệp diễn ra chậm, không tạo được sức mạnh cạnh tranh trước yêu cầu hội nhập kinh tế.

### ***(3) Chính sách khuyến khích xuất khẩu rau quả***

Trong lĩnh vực xuất khẩu hàng hoá, thực hiện chính sách mở cửa, thị trường được hội nhập và phát triển theo hướng đa phương hoá, đa dạng hoá. Bên cạnh những thị trường đã có, ta đã xâm nhập nhiều thị trường mới. Tuy lĩnh vực tìm kiếm và mở rộng thị trường xuất khẩu chưa đạt được kết quả mong muốn, nhưng bước đầu đã định hướng cho người sản xuất tập trung vào những hàng hoá có ưu thế. Đặc biệt, xuất hiện nhiều công ty thuộc mọi thành phần kinh tế cùng tham gia xuất khẩu rau quả.

Thực hiện chính sách mở cửa, thị trường xuất khẩu rau quả được mở rộng theo hướng đa phương hoá, đa dạng hoá. Bên cạnh hệ thống thị trường xuất khẩu truyền thống, nhiều thị trường mới đã mở ra, đây là những thị trường tiềm năng cho ngành sản xuất và xuất khẩu rau quả. Để mở rộng thị trường xuất khẩu rau quả Nhà nước đã thực hiện rất nhiều biện pháp nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp, các nhà kinh tế sản xuất, xuất khẩu rau quả. Thông qua nhiều biện pháp như hoàn thuế giá trị gia tăng cho rau quả xuất khẩu, thường xuất khẩu đối với nhiều mặt hàng rau quả mới xuất khẩu. Hỗ trợ thông tin cho các doanh nghiệp tìm kiếm thị trường.

- Thông tư số 83/1998/TT/BTC ngày 26/8/1998 trong đó quy định các doanh nghiệp xuất nhập khẩu rau quả được phép hoàn thuế tiêu thụ đặc biệt đối với mặt hàng rau quả xuất khẩu. Điều này đã khuyến khích các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu rau quả ra nhiều thị trường. Quy định này là một trong những ưu đãi lớn của Chính phủ đối với xuất khẩu rau quả. Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu sản phẩm rau quả cũng được hưởng chế độ ưu đãi về thuế xuất nhập khẩu.

- Ngày 19/9/1998, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 178/1998/QĐ- TTg, về hỗ trợ lãi suất vay vốn ngân hàng đối với một số mặt hàng xuất khẩu. Thực hiện chủ trương của Chính phủ về khuyến khích xuất khẩu, góp phần hỗ trợ về vốn cho những doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh những mặt hàng xuất khẩu, Chính phủ cho vay với lãi suất thấp hơn 0,2%/tháng so với mức lãi suất cho vay xuất khẩu mà ngân hàng thương mại áp dụng.

- Hiện nay, Luật Thương mại đang được dự thảo để sửa đổi, những quy định mới có thể được đưa vào Luật Thương mại như quy định về sàn giao dịch, sàn đấu giá... Nếu những quy định này được thông qua sẽ khuyến khích các hình thức trao đổi, buôn bán rau quả mới hiệu quả hơn với thời gian ngắn hơn. Mặt khác, các giao dịch kỳ hạn cũng là cơ sở bảo đảm rủi ro cho người sản xuất, giúp người sản xuất yên tâm hơn trong sản xuất vì họ có thể bảo hiểm rủi ro trên thị trường.

- Quyết định số 1116/QĐ-BTM ngày 9/9/2003 về quy chế thưởng xuất khẩu đối với phân kim ngạch xuất khẩu năm 2003 vượt so với năm 2002 áp dụng cho 13 mặt hàng và nhóm mặt hàng, trong đó có rau quả các loại. Trong số 13 nhóm hàng được thưởng thì rau quả là một trong 3 nhóm hàng có mức thưởng cao nhất - đến 1000đồng/USD tăng thêm. Hình thức này sẽ tạo điều kiện kích thích xuất khẩu rau quả trong thời gian tới.

Tuy cơ chế quản lý hoạt động xuất - nhập khẩu có nhiều bước cải tiến, tạo môi trường thương mại thông thoáng, thúc đẩy hoạt động xuất - nhập khẩu song vẫn còn một số hạn chế sau:

- Cơ chế quản lý xuất - nhập khẩu chưa tác động tích cực đến việc hình thành kênh lưu thông xuất khẩu. Nhìn chung, các doanh nghiệp chưa quan tâm tới sự vận động của hàng hoá từ sản xuất đến xuất khẩu, qua đó chủ động tổ chức nguồn hàng, tổ chức bảo quản, chế biến, nâng cao giá trị hàng hoá của sản phẩm. Đồng thời thông qua đó đảm bảo lợi ích cho người sản xuất, người xuất khẩu.

- Còn thiếu những quy định về tổ chức liên kết trong hoạt động xuất khẩu nên còn tình trạng cạnh tranh không lành mạnh, ép cấp, ép giá, gây thiệt hại lợi ích kinh tế cho người kinh doanh, mất cơ hội xuất khẩu. Hiện nay các liên kết, điều phối theo ngành dọc của Việt Nam còn lỏng lẻo nên chưa khai thác được một cách hiệu quả những lợi thế về sản xuất, chế biến và kinh doanh rau quả trên thị trường hiện nay.

- Việc quản lý điều hành xuất - nhập khẩu còn hạn chế về hiệu quả, đặc biệt là việc quản lý hoạt động xuất khẩu qua các cửa khẩu. Hoạt động của hệ thống ngân hàng không khuyến khích xuất khẩu sang Trung Quốc. Hiện nay tại khu vực biên giới phía Bắc, hoạt động xuất nhập khẩu rau quả rất sôi động, tuy nhiên các ngân hàng chỉ chấp nhận hình thức mở LC bằng đồng USD chứ không được dùng đồng Nhân dân tệ hay đồng Việt Nam, do đó gây khó khăn cho các doanh nghiệp trong quá trình xuất nhập khẩu mặt hàng này tại biên giới phía Bắc. Các quy định này cũng không khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện hình thức xuất khẩu chính ngạch trong hoạt động buôn bán rau quả với Trung Quốc - đối tác xuất nhập khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam. Đây là một trong những nguyên nhân dẫn đến tình trạng xuất khẩu rau quả sang Trung Quốc chủ yếu được thực hiện dưới hình thức biên mậu, dẫn đến nhiều rủi ro và thua thiệt trong hoạt động xuất khẩu.

#### ***(4) Chính sách phát triển thị trường xuất khẩu và xúc tiến thương mại***

Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách phát triển thị trường nhằm khuyến khích mở rộng thị trường rau quả đặc biệt là thị trường xuất khẩu. Nhiều chương trình xúc tiến thương mại đã được thực hiện.

Ngày 22/10/2003, Bộ Thương mại đã ban hành “Danh mục hàng hoá trọng điểm và Danh mục thị trường trọng điểm xúc tiến thương mại quốc gia năm 2004” trong đó quy định Các

chương trình xúc tiến thương mại năm 2004 do các Bộ, cơ quan ngang Bộ, các Hiệp hội ngành hàng, các Tổng Công ty ngành hàng đề xuất, đáp ứng các quy định tại Quy chế xây dựng và quản lý Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia ban hành kèm theo Quyết định số 0104/2003/QĐ-BTM ngày 24/01/2003 của Bộ trưởng Bộ Thương mại và thuộc các danh mục hàng hoá trọng điểm, thị trường trọng điểm theo đó sẽ được Bộ Thương mại ưu tiên hỗ trợ. Trong đó mặt hàng rau quả và rau quả chế biến nếu xuất khẩu vào các thị trường như: Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Nga và các nước Đông Âu, Hàn Quốc sẽ được ưu tiên trong chương trình xúc tiến thương mại.

Tuy nhiên, các chương trình xúc tiến thương mại hiện nay vẫn chưa chú trọng vào phát triển thị trường phi truyền thống trong khi chính những thị trường này mới là những thị trường mà Nhà nước cần hỗ trợ xúc tiến thương mại để các doanh nghiệp có thể thâm nhập thị trường.

Hiện nay các hoạt động đàm phán để ký kết các thoả thuận hoặc các hiệp định về thương mại rau quả của Việt Nam còn chậm và cần phải triển khai mở rộng cũng như đẩy nhanh tiến độ của các hoạt động này thông qua đàm phán ký kết các FTA hoặc các hiệp định về buôn bán rau quả với một số thị trường trọng điểm như Trung Quốc, Nhật Bản, EU và Hoa Kỳ... Do chưa ký kết được thoả thuận song phương về buôn bán rau quả với một số thị trường, đặc biệt là với Trung Quốc nên rau quả của Việt Nam hiện nay rất kém cạnh tranh với rau quả của

những nước đã có thoả thuận cắt giảm thuế quan như Thái Lan tại thị trường quốc tế. Đây là một trong những rào cản đối với rau quả của Việt Nam. Chính phủ Trung Quốc cũng thắt chặt hoạt động kiểm soát rau quả nhập khẩu sau khi Trung Quốc gia nhập WTO tạo thêm khó khăn cho rau quả xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này.

Công tác dự báo thị trường, tổ chức thu thập và xử lý thông tin đã có những tiến bộ đáng kể nhưng còn rời rạc, chậm về thời gian, thiếu hệ thống từ cơ sở vật chất đến phương thức tổ chức, nghèo nàn về nội dung, chưa thực sự trở thành một công cụ mạnh để chỉ đạo, hướng dẫn sản xuất. Do thiếu thông tin về thị trường nên người sản xuất rất lúng túng trong việc quyết định nên đầu tư trồng cây gì? qui mô ra sao để có hiệu quả? Thị trường chưa thực sự hướng dẫn sản xuất, chưa có tác động tích cực đổi mới cơ cấu sản xuất hướng theo nhu cầu của thị trường. Công tác tổ chức dự báo thị trường, thu thập xử lý thông tin chậm về thời gian, mức độ tin cậy không cao, trên thực tế chưa trở thành công cụ mạnh hướng dẫn sản xuất.

Tầm vĩ mô, hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước trong việc xây dựng và phát triển thị trường, xúc tiến thương mại, xây dựng các quan hệ song phương và đa phương, tạo điều kiện xuất khẩu rau quả còn rất hạn chế, thiếu chủ động. Hoạt động nghiên cứu tiếp thị thuộc các tổ chức kinh tế, chuyên môn chậm phát triển, còn bị xem nhẹ, chưa tương xứng với yêu cầu phát triển ngành rau quả nói chung, đẩy mạnh xuất khẩu rau quả nói

riêng. Sự yếu kém trong việc xác định hệ thống thị trường xuất khẩu chủ lực và những mặt hàng rau quả xuất khẩu trọng điểm là một trong những nguyên nhân hạn chế quá trình phát triển sản xuất - lưu thông - xuất khẩu rau quả.

Để sản xuất đạt hiệu quả cao cần đầu tư vào những lĩnh vực thị trường thực sự có nhu cầu. Người sản xuất đòi hỏi phải có nhu cầu thường xuyên về thông tin thị trường tiêu thụ để có quyết định đầu tư sản xuất hợp lý. Tuy vậy, người sản xuất không thể tự giải quyết vấn đề này cho mình, mà đòi hỏi có sự hỗ trợ của Nhà nước, các tổ chức kinh tế và các doanh nghiệp.

Tóm lại, trong lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu nông sản các chính sách đã ban hành bước đầu tạo nên khung khổ pháp lý mang tính hệ thống, tạo môi trường hoạt động để kinh doanh xuất khẩu đi vào quỹ đạo của quản lý luật pháp và theo các qui luật của thị trường. Thành tựu về kinh doanh xuất khẩu nông sản thời gian qua là yếu tố quan trọng khẳng định hiệu quả của hệ thống chính sách và cơ chế đã ban hành. Tuy nhiên, trong lĩnh vực sản xuất - chế biến - lưu thông xuất khẩu rau quả, Nhà nước, các Bộ, ngành có liên quan chưa tạo lập được cơ chế quản lý và chính sách kinh tế thực sự khuyến khích đối với người kinh doanh rau quả nói chung, kinh doanh xuất khẩu rau quả nói riêng như chính sách đầu tư vào lĩnh vực nghiên cứu khoa học; đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch; chính sách khuyến khích về thuế; chính sách khuyến nông; chính sách bảo hiểm đối với lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu rau quả... Đồng thời, chưa có các giải

*pháp đủ mạnh có tác dụng thúc đẩy tăng trưởng của xuất khẩu rau quả. Những chính sách đã ban hành chung trong lĩnh vực sản xuất - lưu thông xuất khẩu nông sản vẫn còn hạn chế ở nhiều khía cạnh, cần được bổ sung nhằm khuyến khích xuất khẩu rau quả.*

Để phát huy lợi thế so sánh của rau quả Việt Nam trên thị trường thế giới, để thúc đẩy xuất khẩu rau quả cần phải có cơ chế quản lý và chính sách kinh tế thực sự tạo môi trường thuận lợi, khuyến khích xuất khẩu, phát huy tiềm năng của mọi thành phần kinh tế đầu tư sản xuất và tham gia xuất khẩu rau quả. Đồng thời, thực thi đồng bộ các giải pháp kinh tế - tổ chức - kỹ thuật nhằm nâng cao hiệu quả của kinh doanh rau quả xuất khẩu, thúc đẩy hoạt động kinh doanh xuất khẩu rau quả phát triển.

## **3.2. Chính sách và lộ trình hội nhập**

### **3.2.1. Khu vực mậu dịch tự do ASEAN**

Việc tham gia AFTA đang và sẽ tác động trực tiếp đến xuất nhập khẩu rau quả và qua đó ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành hàng này. Tác động của việc tham gia AFTA phụ thuộc chủ yếu vào khả năng cạnh tranh của ngành hàng rau quả của Việt Nam so sánh với các nước thành viên khác trong khu vực. Thêm vào đó, tham gia AFTA có một tác động trực tiếp nhất tới yếu tố giá cả của hàng hoá nhập khẩu so với hàng hoá sản xuất trong nước, bởi vì với việc cắt giảm thuế, đơn giản hoá thủ tục thương mại và kiểm dịch thực vật, thì giá bán của hàng hoá sẽ giảm hơn. Các yếu tố khác như chất lượng, mẫu mã cũng

thay đổi do sức ép cạnh tranh của các nhà sản xuất trong các nước thành viên của AFTA.

Đối với việc thực hiện CEPT, các nước ASEAN đã đưa mặt hàng rau quả tươi vào Danh mục cắt giảm để thực hiện cắt giảm thuế. Chỉ ngoại trừ một số các mặt hàng sau được các nước đưa vào Danh mục hàng nông sản nhạy cảm: dưa, khoai tây, nhãn, hành, tỏi (Thái Lan); chuối, nhãn, chanh (Malaysia); xoài, dứa, đu đủ (Philippin). Hiện nay các mặt hàng rau quả của Việt Nam đã được chuyển từ Danh mục loại trừ tạm thời sang Danh mục cắt giảm với mức thuế suất nằm trong khoảng 10-20% và sau đó sẽ tiếp tục giảm xuống mức 5% vào năm 2006.

Hầu hết các sản phẩm rau quả chế biến đều được các nước thành viên khác của ASEAN đưa vào Danh mục cắt giảm ngay để thực hiện theo một tiến trình giảm thuế bình thường. Nhiều sản phẩm của Philippin và một số của Thái Lan (phần nhiều là sản phẩm chế biến từ quả), nước quả ép của Indonesia được để trong Danh mục loại trừ tạm thời. Tuy nhiên, chỉ có Indonesia là có lịch trình giảm chậm nhất đối với mặt hàng nước quả ép. Các sản phẩm loại này của Thái Lan tuy có thuế suất cao, nhưng đang được áp dụng tiến trình giảm thuế khá nhanh.

Căn cứ trên tình hình sản xuất hiện nay của ngành chế biến rau quả, cũng như tiềm năng để phát triển ngành sản xuất này, tiến trình thực hiện CEPT của các nước khác, phần lớn các sản phẩm rau quả chế biến của Việt Nam đã được xếp trong Danh mục loại trừ tạm thời với một tiến trình cắt giảm thuế quan

chậm nhất, để tạo thời gian cho sản xuất trong nước có thể nâng cấp lên một mức độ nhất định trước khi phải thực hiện mở cửa thị trường. Tính đến nay, các mặt hàng rau quả chế biến cũng đã được chuyển sang Danh mục cắt giảm với mức thuế suất áp dụng là 20% và sẽ giảm xuống còn 5% vào năm 2006.

Như vậy có thể thấy được là theo lịch trình cắt giảm thuế thì đến năm 2006, rau quả tươi và chế biến của các nước thành viên ASEAN sẽ được hưởng mức thuế thấp 5% khi nhập khẩu vào Việt Nam. Do vậy, sẽ gia tăng đáng kể áp lực cạnh tranh đối với rau quả sản xuất trong nước, nhất là đối với rau quả chế biến. Với mức thuế thấp hơn nhiều so với hiện nay, rau quả chế biến của các nước, đặc biệt là Thái Lan sẽ có ưu thế đáng kể để thâm nhập vào thị trường Việt Nam. Đến khi đó, các nhà sản xuất trong nước chỉ có thể tồn tại và phát triển được sản xuất với chi phí thấp và chất lượng đảm bảo. Ngược lại, rau quả Việt Nam nhất là rau quả tươi sẽ có điều kiện thuận lợi hơn để thâm nhập vào thị trường của các nước ASEAN. Tuy nhiên, cần phải khẳng định do điều kiện khí hậu và cơ cấu sản phẩm tương đối giống nhau, nên tác động của cam kết giảm thuế xuống mức 0-5% đến kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và các nước ASEAN sẽ không lớn. Thị trường rau quả chủ yếu của Việt Nam vẫn sẽ nằm ngoài khu vực ASEAN.

### **3.2.2. Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ**

Trong phạm vi Hiệp định thương mại Việt - Mỹ, Việt Nam cam kết cắt giảm hoặc giữ nguyên thuế suất hiện hành đối

với 195 dòng thuế hàng nông sản, trong đó có 38 dòng thuế đối với rau quả tươi (giảm xuống mức thuế suất 15-25% sau 6 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, tức là vào năm 2007) và 41 dòng thuế rau quả chế biến (giảm xuống mức thuế 40%).

Về quyền kinh doanh nhập khẩu và phân phối sản phẩm tại Việt Nam, Việt Nam đã cam kết 3 năm sau khi Hiệp định có hiệu lực, các công ty Hoa Kỳ được phép liên doanh với phía Việt Nam để kinh doanh xuất nhập khẩu tất cả các mặt hàng, trừ những mặt hàng bảo lưu tại Phụ lục D. Tỷ lệ góp vốn của phía Hoa Kỳ có thể bằng 49% vốn pháp định, và 3 năm sau đó có thể lên đến 51%. Trong Phụ lục D có bao gồm quả có múi (tươi), rau quả được bảo quản bằng đường, mứt, nước rau quả ép. Đối với những mặt hàng này, Việt Nam bảo lưu từ 3-5 năm sẽ loại bỏ hạn chế về quyền kinh doanh nhập khẩu và quyền phân phối đối với các công ty Hoa Kỳ.

Các loại quả tươi như nho, lê, dưa,... là những mặt hàng hiện đang có mức thuế nhập khẩu cao nhưng hàng năm vẫn được nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam và đưa vào tiêu thụ ở thị trường cao cấp của Việt Nam. Chất lượng của các loại quả này của Mỹ hơn hẳn so với hàng của Việt Nam nên được nhiều người tiêu dùng có thu nhập cao chấp nhận. Như vậy, sau 3 năm thuế nhập khẩu các mặt hàng này sẽ giảm xuống mức 15-25% sẽ tạo điều kiện cho quả tươi của Hoa Kỳ vào Việt Nam để rẻ hơn, rẻ hơn.

Đồng thời, về phía Việt Nam hàng hoá xuất khẩu của chúng ta sẽ được hưởng mức thuế theo qui chế thương mại thông thường (NTR). Đối với rau quả tươi, chênh lệch thuế giữa đối xử theo NTR và đối xử phi-NTR là tương đối lớn, từ 3-21% so với 10-50% tùy theo từng loại. Tuy nhiên, hiện nay Việt Nam xuất khẩu rau tươi vào Hoa Kỳ không đáng kể. Kim ngạch chỉ đạt trên dưới 100 nghìn USD, chủ yếu là đậu xanh và một ít hành, tỏi là những mặt hàng có mức thuế nhập khẩu phi NTR đã thấp sẵn rồi. Nếu chúng ta cải thiện về chất lượng, vệ sinh dịch tễ và phương tiện vận chuyển, bảo quản thì kim ngạch xuất khẩu rau tươi vào Hoa Kỳ có thể tăng lên.

Đối với rau quả chế biến, thì mức thuế phi NTR là rất cao (trên 30%) trong khi đó mức thuế NTR thấp hơn 2-3 lần. Hàng năm, Hoa Kỳ nhập khẩu một khối lượng lớn trên 3 tỷ USD rau quả chế biến. Năm 2003, Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ 5687 ngàn USD rau quả chế biến và 400 ngàn USD nước quả, sản phẩm chủ yếu là dưa hộp, Việt Nam đứng thứ 8 trong số các nước xuất khẩu dưa hộp vào Hoa Kỳ (đứng đầu là các nước Philipin, Indonesia và Thái Lan).

Việt Nam có điều kiện trồng rau quả tương tự như một số nước trong khu vực như Thái Lan, Philippin và Indonesia. Đây là những nước xuất khẩu mạnh mặt hàng rau quả tươi và chế biến vào thị trường Hoa Kỳ. Do vậy, khi hàng hoá rau quả của Việt Nam được hưởng mức thuế nhập khẩu tương tự như các nước này thì chúng ta hoàn toàn có quyền hy vọng tăng nhanh kim ngạch

xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ, mức tăng trưởng này sẽ phụ thuộc chủ yếu vào nỗ lực phấn đấu của các doanh nghiệp Việt Nam. Nước ta có tiềm năng lớn về sản xuất và chế biến rau quả. Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ có hiệu lực sẽ tăng khả năng xuất khẩu rau quả của Việt Nam và do đó tăng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào thị trường rộng lớn này, nhất là đối với rau quả chế biến.

### ***3.2.3. Chương trình thu hoạch sớm***

Nhằm thúc đẩy việc thực thi “Hiệp định khung về hợp tác kinh tế toàn diện giữa Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á và Cộng hoà nhân dân Trung Hoa” hai bên đã xây dựng Chương trình thu hoạch sớm (EHP) đối với một số sản phẩm đặc biệt là sản phẩm nông sản. Theo EHP, Việt Nam sẽ có 484 dòng thuế phải cắt giảm từ 2004 đến 2008, riêng trong năm 2004 sẽ phải cắt giảm 376 dòng thuế. Ngược lại, Trung Quốc sẽ phải cắt giảm 584 dòng thuế (với các nước ASEAN) và riêng với Việt Nam sẽ cắt giảm 536 dòng thuế. Riêng năm 2004, Trung Quốc sẽ cắt giảm 473 dòng thuế với hàng hoá nhập khẩu từ Việt Nam. Tuy nhiên, Việt Nam và Trung Quốc đã thoả thuận là có 26 dòng thuế loại trừ (cả 2 phía sẽ đưa ra khỏi danh mục các mặt hàng cắt giảm thuế), trong đó có các mặt hàng “nhạy cảm” như trứng, thịt gia cầm, quả có múi...

Lộ trình có lịch trình tương tự lộ trình cắt giảm theo thoả thuận CFPT/AFTA. Tuy nhiên, nhanh hơn nên việc xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc sẽ thuận lợi hơn các nước ASEAN.

Khi thực hiện EHP hàng Việt Nam trên thị trường nội địa sẽ không bị cạnh tranh nhiều vì chủ yếu cơ cấu hàng nhập khẩu là loại hàng bổ trợ lẫn nhau, Việt Nam xuất khẩu nhiều loại rau, hoa quả nhiệt đới, còn Trung Quốc chủ yếu xuất khẩu sang Việt Nam rau, hoa quả ôn đới. Trước đây, phần lớn rau quả này xuất theo đường biên mậu nên được giảm 50% thuế. Nhưng từ ngày 1/1/2004, Trung Quốc bỏ cơ chế này nên bất lợi cho rau quả của Việt Nam. Tuy nhiên, theo chương trình "Thu hoạch sớm", các mặt hàng này được giảm thuế sẽ tăng khả năng cạnh tranh của rau quả Việt Nam trên thị trường Trung Quốc.

### **3.2.4. WTO**

Gia nhập tổ chức WTO với 146 nước thành viên sẽ là cơ hội lớn đối với Việt Nam để mở rộng thị trường xuất khẩu sang tất cả các nước trong một môi trường công bằng hơn. Tuy nhiên, thách thức đặt ra là rau quả của Việt Nam sẽ phải cạnh tranh với nhiều nước có công nghiệp rau quả phát triển hơn Việt Nam như Thái Lan. Đặc biệt, ngày 1/10/2003 Thái Lan và Trung Quốc đã ký thoả thuận buôn bán rau quả. Trong đó mức thuế nhập khẩu sẽ hạ xuống mức 0% đối với 188 chủng loại rau quả đã gây nên những khó khăn không nhỏ cho xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc.

Ngoài những thuận lợi về mặt thị trường ngành sản xuất rau quả của Việt Nam sẽ thuận lợi hơn khi thuế nhập khẩu đầu vào cho sản xuất rau quả như phân bón, thuốc bảo vệ thực vật và một số loại vật tư nông nghiệp sẽ giảm xuống, sẽ tạo điều kiện

tốt cho sản xuất các mặt hàng rau quả đặc biệt là rau quả tươi phục vụ cho tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Tuy nhiên, thuế nhập khẩu các loại rau quả chế biến sẽ giảm đi và các loại rau quả chế biến phải chịu áp lực cạnh tranh rất lớn từ những sản phẩm nhập khẩu của các nước trong khu vực.

Quá trình gia nhập WTO chắc chắn không dễ dàng đối với ngành rau quả của Việt Nam. Tuy nhiên, Việt Nam cần phải cân nhắc đến lợi ích lâu dài mà tổ chức này mang lại đối với ngành rau quả. Ngoài những nỗ lực trong quá trình đàm phán thuộc về Chính phủ, ngành rau quả cũng cần phải nâng cao khả năng cạnh tranh nhằm đứng vững trên thị trường.

**Phân tích SWOT- Ngành rau quả Việt Nam phải đối đầu với những vấn đề gì?**

| Điểm mạnh (S)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Điểm yếu (W)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trong thập niên 90, ngành rau quả có sự phát triển khá. Diện tích tăng nhanh, bình quân rau tăng 5,9%/năm, quả tăng 6,8%/năm. Nhiều giống mới được đưa vào sản xuất nên năng suất ngày càng tăng, chủng loại rau quả rất đa dạng, phong phú.</li> <li>- Sản xuất và xuất khẩu rau quả là một trong những hướng ưu tiên phát triển của Chính phủ. Rau quả là một trong những mặt hàng xuất khẩu có lợi thế của Việt Nam hiện nay.</li> <li>- Điều kiện thiên nhiên thuận lợi cho</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diện tích sản xuất rộng lớn, nhưng qui mô sản xuất của các hộ nông dân nhỏ, chủ yếu sử dụng các lao động không chuyên nghiệp, mức đầu tư vào các thiết bị sản xuất trong các hộ gia đình thấp, công nghệ sản xuất còn lạc hậu.</li> <li>- Việc cơ cấu lại giống rau quả có chất lượng cao mới chỉ ở giai đoạn khởi động và diễn ra tương đối chậm.</li> <li>- Nhìn chung giống rau quả còn kém, chất lượng rau quả thấp. Kỹ thuật canh tác, trình độ sản xuất rau còn thấp so với nhiều nước trên thế giới.</li> </ul> |

sự phát triển của các loại rau quả. Đặc biệt là các loại rau quả nhiệt đới, chi phí nguồn lực nội địa thấp.

- Chính sách phát triển các loại rau quả mới, sử dụng các loại giống mới đang được đầu tư tương đối bài bản và bước đầu đã mang lại kết quả, nâng cao năng suất rau quả. Việt Nam rất có tiềm năng để phát triển các loại rau quả chất lượng cao để xuất khẩu.

- Tiềm năng xuất khẩu rau quả còn rất lớn do hiện nay chỉ có khoảng từ 20-30% rau quả được xuất khẩu, vì vậy vẫn có khả năng mở rộng xuất khẩu.

- Bên cạnh các doanh nghiệp Nhà nước, nhiều doanh nghiệp tư nhân đã tham gia vào thị trường sản xuất, chế biến, xuất khẩu rau quả và đã có kinh nghiệm trong xuất khẩu rau quả.

- Có khả năng trồng rau quả quanh năm, do đó có khả năng mở rộng xuất khẩu, đặc biệt là các loại rau quả trái vụ ra thị trường thế giới.

- Tổn thất trong khâu thu hoạch, vận chuyển rau quả lớn làm giảm hiệu quả sản xuất, tăng giá thành sản phẩm.

- Khâu chế biến rau quả xuất khẩu còn nhiều hạn chế cả về công suất chế biến, trình độ công nghệ và phương thức bảo quản chế biến.

- Cơ sở hạ tầng nông thôn kém phát triển, chi phí vận chuyển cao làm gia tăng giá thành sản phẩm.

- Môi trường, điều kiện tiếp cận thông tin thị trường và công nghệ còn thấp.

- Chính sách hỗ trợ xuất khẩu rau quả chưa thật công bằng giữa các doanh nghiệp trong và ngoài quốc doanh.

- Hệ thống kho dự trữ, kho lạnh, bảo quản và chuẩn bị giao hàng phân tán, qui mô nhỏ. Việc bảo quản bằng kỹ thuật lạnh chưa được sử dụng nhiều do giá thành còn cao. Bảo quản bằng hoá chất thì độc hại khó bán và không phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế.

- Khả năng giao dịch, đàm phán của các doanh nghiệp Việt Nam với khách hàng nước ngoài còn yếu, chưa tạo được lợi thế trong đàm phán, ký kết hợp đồng.

| Cơ hội (O)                                                                                                                                                | Nguy cơ (T)                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Thị trường xuất khẩu rau quả bắt đầu được khôi phục và phát triển. Kim ngạch xuất khẩu rau quả 10 năm</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu rau quả sẽ diễn ra khốc liệt hơn do sự tham gia của các nước xuất khẩu tiềm</li> </ul> |

tăng bình quân 14,6%/năm, là một trong những ngành xuất khẩu có kim ngạch tăng nhanh nhất trong thời gian vừa qua.

- Nhu cầu tiêu dùng và nhập khẩu rau quả trên thị trường thế giới ngày càng tăng.

- Xu hướng tự do hoá thương mại và yêu cầu mở cửa thị trường cho các sản phẩm nông nghiệp sẽ tác động mạnh đến chính sách bảo hộ, trợ cấp nông sản của các nước, lượng nhập khẩu rau quả của các nước tăng.

- Những yêu cầu về cắt giảm trợ cấp xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp và giảm hỗ trợ trong nước tại các nước phát triển tạo điều kiện cạnh tranh công bằng hơn cho các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam.

năng như: Trung Quốc, Thái Lan...

- Năng lực hoạt động marketing xuất khẩu rau quả của Việt Nam còn thấp và rất khó được cải thiện trong ngắn hạn do trình độ của các doanh nghiệp cũng như của Hiệp hội còn nhiều hạn chế.

- Chất lượng rau quả xuất khẩu của Việt Nam vẫn bị đánh giá thấp. Phần lớn các loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam hiện nay vẫn chưa đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, môi trường... của nhiều nước, đặc biệt là các nước phát triển. Chưa ký kết được các thoả thuận song phương về kiểm dịch thực vật và vệ sinh dịch tễ.

- Việc hạ thấp chi phí xuất khẩu liên quan đến việc sử dụng kết cấu hạ tầng không thể giải quyết trong ngắn hạn.

## 4. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

Từ những năm 1980, thị trường rau quả thế giới đã bắt đầu có xu hướng tăng trưởng nhanh hơn thị trường các sản phẩm nông sản khác. Giá trị buôn bán rau quả năm 1961 là 3,4 tỉ USD, chỉ chiếm 10,6% giá trị buôn bán nông sản toàn cầu nhưng đến năm 2001 đã đạt trên 70 tỉ USD, chiếm 16,9% giá trị buôn bán nông sản. Cơ cấu giao dịch sản phẩm rau quả cũng đã có sự thay đổi lớn. Nếu như chuối, táo, cam và khoai tây chiếm đến 30%

tổng giá trị rau quả buôn bán trên thị trường thế giới trong những năm 60-70, thì đến những năm 90 các sản phẩm này chỉ chiếm chưa đến 20% giá trị buôn bán rau quả. Giá trị buôn bán các sản phẩm nhỏ tươi, rau tươi, khoai tây đông lạnh, các loại hạt trên thị trường thế giới ngày càng tăng. Xuất khẩu một số sản phẩm rau quả phi truyền thống như nấm tươi, tỏi, ngô ngọt, xoài, quả bơ và nhiều loại quả nhiệt đới khác đã tăng trưởng với tốc độ 2 con số trong giai đoạn 1989-2001, mở ra những cơ hội mới cho các nước đang phát triển xuất khẩu rau quả.

Mặc dù buôn bán vẫn mang nặng tính nội khu vực và tập trung tại các khu vực như EU, Bắc Mỹ, châu Á nhưng sự phát triển của công nghệ bảo quản và vận chuyển đã tạo điều kiện cho xuất nhập khẩu các loại rau quả trái vụ. Khối lượng rau quả buôn bán tăng rất nhanh giữa Nam bán cầu và Bắc bán cầu và một số nước đang phát triển đã trở thành những nước đóng vai trò quan trọng trên thị trường rau quả quốc tế như Trung Quốc, Chilê và Mêhicô. Các nước đang phát triển cũng đang trở thành nguồn cung cấp quan trọng các sản phẩm rau quả hữu cơ - nhóm sản phẩm có nhu cầu ngày càng cao trên thị trường thế giới.

Theo Đề án đẩy mạnh xuất khẩu rau, hoa quả trong giai đoạn 2001-2010 của Bộ Thương mại, ước tính đến năm 2010 Việt Nam sẽ xuất khẩu 100-150 USD triệu, nếu cao hơn có thể lên đến 180-300 triệu USD rau quả tươi và ướp lạnh, từ 500- 550 triệu USD đến 1.000 - 1.100 triệu USD rau quả chế biến, từ 300 triệu USD đến 350-400 triệu USD gia vị, từ 60 triệu USD đến 100 triệu USD hoa, cây cảnh.

Các loại rau xuất khẩu chủ yếu cần phát triển là cải bắp, bắp ngọt, cà tím, hành hương, hành poaro, các loại đậu, bí đỏ vỏ xanh, su su, khoai sọ, khoai mỡ và hành tây. Các loại quả có tiềm năng xuất khẩu là dứa, chuối, vải, xoài, dứa, thanh long, hồng xiêm, dưa hấu, quả có múi, nhãn. Các chủng loại rau quả chế biến gồm nấm, đậu nành, các loại rau chế biến theo kiểu muối, đóng hộp và sấy khô như dưa chuột, dưa bao tử, ngô rau, khoai sọ, khoai lang, khoai mỡ trắng, khoai tây chiên, cà rốt, bí đỏ vỏ xanh, các loại đậu rau, hành hương, tỏi tây, rau cải xanh, bó xôi, mướp đắng. Nước quả và nước quả cô đặc sẽ là mặt hàng mũi nhọn trong nhóm hàng này, nhất là dứa hộp, chôm chôm hộp, ngoài ra còn các loại vải, nhãn, mít sấy khô, xoài, đu đủ nghiền, mít quả. Trong 10 năm tới, thị trường châu Á - Thái Bình Dương vẫn là thị trường xuất khẩu chủ yếu do thuận lợi về vị trí địa lý, có thể tổ chức khai thác xuất khẩu một số loại rau quả dưới dạng tươi hay ướp lạnh, nhất là trong những năm tiếp theo, trước mắt chưa có điều kiện vươn tới các thị trường xa.

Thị trường rau quả thế giới đang có xu hướng phát triển thuận lợi, Việt Nam có nhiều cơ hội để phát triển xuất khẩu rau quả nếu có những chính sách và giải pháp phù hợp để khắc phục những bất cập đang tạo ra những trở ngại không nhỏ cho phát triển sản xuất/xuất khẩu rau quả.

#### ***4.1. Một số quan điểm về phát triển xuất khẩu rau quả***

- *Kích thích phát triển sản xuất sản phẩm rau quả xuất khẩu trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh của mỗi vùng, mỗi địa*

*phương nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, góp phần tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu, tạo thêm việc làm, nâng cao thu nhập cho nông dân.*

Quan điểm này đòi hỏi cần phân tích và tìm ra những vùng, địa phương có lợi thế trong việc phát triển sản xuất rau quả xuất khẩu trên cơ sở vận dụng lý thuyết về lợi thế so sánh. Từ đó có kế hoạch, qui hoạch phát triển sản xuất, đảm bảo sản phẩm sản xuất ra có sức cạnh tranh cả về chi phí, chất lượng.

*- Đẩy mạnh xuất khẩu cần xuất phát từ nhu cầu thị trường, lấy thị trường làm căn cứ chủ yếu để xây dựng kế hoạch, qui hoạch sản xuất kinh doanh.*

Quan điểm này đòi hỏi cần làm tốt công tác nghiên cứu nhu cầu, thị hiếu khách hàng, từ đó xác định được thị trường trọng điểm, ổn định với những mặt hàng có khả năng cạnh tranh cao, đem lại hiệu quả kinh tế lớn. Từ đó quay trở lại định hướng qui hoạch sản xuất, xây dựng các vùng rau quả chuyên canh xuất khẩu, gắn với công nghệ sau thu hoạch phục vụ xuất khẩu.

*- Phát triển xuất khẩu trên cơ sở ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật với công nghệ tiến tiến nhằm nâng cao năng suất, giá trị sản phẩm xuất khẩu kết hợp với tổ chức tốt quá trình cung ứng dịch vụ xuất khẩu.*

Quan điểm này đòi hỏi quá trình sản xuất - chế biến - tổ chức xuất khẩu rau quả, cần chú ý ứng dụng kết quả nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực tạo giống, áp dụng công nghệ canh tác tiên tiến, đồng thời đổi mới công nghệ và thiết bị công nghiệp chế biến rau quả, bảo quản rau quả theo hướng hiện đại, tăng

khả năng cạnh tranh của các loại rau quả xuất khẩu của nước ta trên thị trường thế giới.

*- Phát triển rau quả xuất khẩu trên cơ sở khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia nhằm huy động mọi tiềm năng còn tiềm ẩn.*

Chính phủ khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia sản xuất- kinh doanh xuất khẩu rau quả nếu đủ điều kiện. Quán triệt quan điểm này nhằm phát huy được tiềm năng, thế mạnh của từng thành phần kinh tế.

*- Kích thích phát triển sản xuất rau quả xuất khẩu cần có sự hỗ trợ của Nhà nước, các cấp, các ngành có liên quan.*

Kinh doanh trong điều kiện kinh tế thị trường, để thúc đẩy sản xuất - xuất khẩu rau quả đòi hỏi phải xuất phát từ động lực trực tiếp của người sản xuất kinh doanh. Mặt khác, nó cũng phụ thuộc vào sự tác động từ phía các cơ quan quản lý vĩ mô thông qua hệ thống cơ chế - chính sách khuyến khích cụ thể đối với lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu rau quả, nhằm nâng cao lợi thế cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường thế giới.

## **4.2. Một số kiến nghị chính sách nhằm phát triển xuất khẩu rau quả trong thời gian tới**

### **4.2.1. Các chính sách nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm rau quả xuất khẩu**

#### **a. Chính sách phát triển các vùng sản xuất hàng hoá**

Qui hoạch vùng sản xuất rau quả hàng hoá tập trung, chuyên canh, tạo điều kiện đầu tư áp dụng tiến bộ kỹ thuật, thực

hiện thâm canh tổng hợp, tạo ra vùng nguyên liệu gắn với công nghệ sau thu hoạch, gắn với hệ thống tiêu thụ.

Để đảm bảo khối lượng, chất lượng rau quả xuất khẩu, thực hiện tốt hợp đồng đã ký, cần qui hoạch các vùng chuyên canh rau quả theo hướng sản xuất hàng hoá, với kỹ thuật tiến bộ, được thu hoạch, xử lý bảo quản chế biến theo tiêu chuẩn quốc tế, không đơn thuần chỉ dựa vào thu gom từ các vườn của hộ gia đình. Hướng qui hoạch như sau:

+ Qui hoạch vùng sản xuất rau tập trung chuyên canh xuất khẩu gần các nhà máy chế biến, gần đường giao thông, thuận tiện cho khâu vận chuyển nguyên liệu, sản phẩm tới nơi tập trung phục vụ xuất khẩu.

+ Qui hoạch vùng rau chuyên canh xuất khẩu ở vùng đồng bằng sông Hồng, tổng diện tích trên 20.000 ha, với các mặt hàng như dưa chuột, khoai tây, cải bắp và cà chua.

+ Qui hoạch vùng rau ôn đới ở Đà Lạt (Lâm Đồng) với các sản phẩm khoai tây, cải bắp chùm, cải bắp tím, súp lơ, ngô rau, cần tỏi tây, su su, su hào,... thời gian thu hoạch từ tháng 3 - 7 cung cấp cho các khách sạn, các bếp ăn của ngoại giao đoàn ở Thành phố Hồ Chí Minh, Vũng Tàu, các tàu biển vào ăn hàng, có thể bán thu ngoại tệ mạnh ( xuất khẩu tại chỗ).

+ Qui hoạch các vùng quả tập trung cung cấp cho xuất khẩu: Để chủ động nguồn nguyên liệu đáp ứng nhu cầu xuất khẩu, cần phải xây dựng các vùng chuyên canh cung cấp quả cho xuất khẩu.

+ Để cung cấp các loại quả phục vụ xuất khẩu tươi hoặc nguyên liệu cho công nghiệp chế biến, ngoài các vùng quả tập trung có sẵn từ trước, cần mở rộng diện tích trồng cây ăn quả trên đất trống đồi núi trọc, phù hợp với loại cây dài ngày (cây vải); chuyển một số đất ruộng lúa chân cao, có khả năng tưới tiêu sang trồng cây ăn quả, chủ yếu là trồng chuối xuất khẩu quả tươi (với cây giống cấy mô) khoảng 4.000 ha ở vùng đồng bằng sông Hồng, 4.000 ha ở vùng ven sông Thao.

+ Đối với vùng đồng bằng sông Cửu Long không mở rộng diện tích, chủ yếu tập trung thâm canh và cải tạo vườn tạp theo hướng trồng những loại cây ăn quả phục vụ xuất khẩu như chuối, xoài, nhãn.

+ Vùng Đông Nam Bộ, thu hẹp diện tích chuối (chuối sứ) do không có thị trường xuất khẩu chuối sấy khô, mở rộng diện tích các loại cây ăn quả có nhu cầu xuất khẩu như chôm chôm, măng cụt, sầu riêng.

#### *b. Chính sách đầu tư*

- Đầu tư cho công tác nghiên cứu, lai tạo giống, tạo ra những giống rau quả cho năng suất cao, chất lượng đáp ứng được nhu cầu của thị trường xuất khẩu.

Hiện ngành rau quả nước ta cũng đã tiếp thu được những tiến bộ kỹ thuật của thế giới về chọn giống như chiết, ghép, nuôi cấy mô... nhưng việc cung cấp giống mới tới tay người trồng còn quá ít. Phần lớn giống do dân tự làm nên không được thuần

chúng, không sạch bệnh... ảnh hưởng tới chất lượng rau quả sản xuất ra. Để nâng cao chất lượng cây giống, thực hiện rộng rãi kỹ thuật cây giống, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn cần chú trọng tổ chức phong trào bình tuyển các giống tốt trong các vườn quả tập trung để chọn ra các cây giống lấy mắt ghép sản xuất cây giống và xây dựng một hệ thống sản xuất cây giống cung cấp cho người sản xuất.

Nhà nước cần thực hiện chức năng quản lý các giống cây này, cấp giấy chứng nhận cho các cơ sở được phép cung cấp mắt giống cho hệ thống tổ chức sản xuất cây giống. Các cơ sở sản xuất giống nhân nhanh và sản xuất các giống trong nước đã qua tuyển chọn và các giống mới của nước ngoài nhập nội đã được Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn cho phép đưa ra sản xuất, nhằm cung cấp giống cây chất lượng tốt, sạch sâu bệnh. Biện pháp tạo giống một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là:

+ *Cây chuối*: Mở rộng qui mô sản xuất cây giống bằng phương pháp cấy mô để cung cấp đủ cây giống cho yêu cầu phát triển chuối xuất khẩu, trước hết là cho vùng chuối đồng bằng sông Hồng, ven sông Tiền, sông Hậu, đồng bằng sông Cửu Long.

+ *Cây dứa*: Viện nghiên cứu rau quả đã áp dụng thành công phương pháp nhân giống mới bằng thân cây dứa giống Cayenne. Giống dứa này cho năng suất cao, sẽ làm giảm giá nguyên liệu dẫn tới giảm giá thành, nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu trên thị trường thế giới.

+ *Cây rau*: Cần đầu tư nâng cấp các trung tâm sản xuất giống rau, nhất là những giống rau phải nhập ngoại với giá đắt như giống bắp cải, su hào, su lơ, cà rốt, hành tây. Cần chú trọng công tác nghiên cứu lai tạo những giống rau cho năng suất cao, chất lượng tốt, cho ra những sản phẩm có giá trị xuất khẩu. Nếu tự sản xuất được các giống rau, sẽ góp phần hạ thấp giá thành sản phẩm, chủ động trong việc tăng diện tích gieo trồng. Hướng thời gian tới, cần qui hoạch vùng sản xuất rau chuyên canh cung cấp cho nông dân vùng giống cà chua ở An Hải (Hải Phòng), vùng giống su hào Sapa (Lào Cai), vùng giống bắp cải Bắc Hà (Lào Cai), vùng giống khoai tây Sapa...

- Đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch

Để đáp ứng yêu cầu xuất khẩu, cần đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch (bảo quản và chế biến). Hiện hầu hết các nhà máy chế biến đã ở trong tình trạng lạc hậu, không đáp ứng được yêu cầu bảo quản, chế biến phục vụ xuất khẩu. Để nâng cao sức cạnh tranh của rau quả trên thị trường thế giới, cần triển khai việc đầu tư mở rộng các nhà máy hiện có và xây dựng mới theo hướng:

+ Nâng cấp các nhà máy chế biến hiện có, mở rộng qui mô tương xứng với nhu cầu chế biến.

+ Xây dựng một số nhà máy chế biến đặt tại vùng nguyên liệu đã được qui hoạch (ví dụ: xây dựng nhà máy chế biến quả đặt tại vùng quả Lục Ngạn - Hà Bắc, nhà máy chế biến rau quả vùng chuyên canh rau Vạn Đông...). Tùy qui mô chế biến lớn hay nhỏ mà ứng dụng công nghệ chế biến từ thủ công

tới hiện đại cho phù hợp, đa dạng hoá các sản phẩm chế biến (bảo quản lạnh và đông lạnh, đóng hộp, sấy khô, muối chua, muối mặn...). Nơi chế biến có thể tại gia đình nông hộ, tại nơi sản xuất, tại các vùng chuyên canh rau quả hay tại các xí nghiệp chế biến rau quả.

Cần chú ý khi xây dựng nhà máy chế biến rau quả đặt tại vùng nguyên liệu, nên tính đến khả năng chế biến các sản phẩm khác thời vụ để tận dụng công suất máy.

+ Làm tốt công tác bảo quản rau quả: Đối với rau quả, trong tương lai nhu cầu xuất khẩu tươi chiếm tỉ trọng lớn. Do vậy, việc đầu tư cho công nghệ bảo quản tươi là rất quan trọng. Những giải pháp đặt ra đối với vấn đề này là kết hợp xử lý bảo quản tại vùng nguyên liệu, tại cơ sở chế biến gần vùng nguyên liệu, tại các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, tại các kho cảng bến bãi tùy thuộc vào đặc tính của từng loại rau quả để vừa giữ được chất lượng rau quả, vừa giảm tỉ lệ hư hao, hạ giá thành sản phẩm. Cần áp dụng rộng rãi các kinh nghiệm cổ truyền về bảo quản rau quả kết hợp với từng bước áp dụng các công nghệ tiên tiến, hiện đại (như xử lý hoá học, lý học, sinh học) vào bảo quản rau quả để đảm bảo chất lượng sản phẩm trong khi thời gian cung cấp rau quả cho thị trường xuất khẩu đòi hỏi kéo dài.

- Thu hút đầu tư của các thành phần kinh tế vào hoạt động sản xuất/ kinh doanh rau quả.

Các công ty rau quả Việt Nam có thể mở rộng liên doanh và liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài nhằm lợi dụng vốn

của họ tăng quy mô đầu tư, tập trung cho việc xử lý, bảo quản rau quả trong quá trình lưu thông. Nhà nước nên thử nghiệm cho phép các nhà đầu tư nước ngoài thành lập các công ty thương mại - xuất khẩu rau quả và cho công ty nước ngoài thành lập các chi nhánh thu mua rau quả nhằm tạo ra một kênh mới đưa rau quả của Việt Nam ra thị trường quốc tế, vì bản thân những doanh nghiệp nước ngoài này hiểu rất rõ nghiên cứu thị trường của nước ngoài. Thông qua đó, các doanh nghiệp Việt Nam có thể học tập nhằm từng bước mở rộng kinh doanh ra thị trường quốc tế.

### *c. Chính sách quản lý chất lượng*

Hiện nay các rào cản qui định về chất lượng an toàn thực phẩm mặt hàng rau quả ở các nước nhập khẩu là rất cao, nhưng vấn đề này ở Việt Nam người sản xuất chưa quan tâm đúng mức, việc sử dụng phân bón và thuốc trừ sâu trong canh tác còn tùy tiện, vừa ảnh hưởng đến chất lượng của rau quả, vừa không đạt được những tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm của nước nhập khẩu. Trong khi chưa có cơ quan quản lý chất lượng và vệ sinh rau quả chuyên làm chức năng vừa xây dựng những tiêu chuẩn chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm, vừa phối hợp với các nước nhập khẩu giám sát chất lượng rau quả tạo điều kiện cho việc xuất khẩu rau quả tươi. Vì vậy trong thời gian tới, các ngành, các cơ quan có chức năng cần nghiên cứu và phổ biến các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của một số nước được coi là thị trường tiềm năng của mặt hàng rau quả Việt Nam như Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU, Trung Quốc... Bên cạnh đó, cần khẩn trương ký

kết Hiệp định kiểm dịch thực vật với các nước đang xúc tiến và mở rộng ra các nước có nhu cầu nhập rau quả Việt Nam. Có như vậy, mới tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường rau quả ở nước ngoài.

Các cơ quan chức năng, cụ thể là Cục Bảo vệ thực vật, Cục Quản lý thị trường và Tổng cục Hải quan cần phối hợp chặt chẽ việc nhập khẩu và quản lý sử dụng thuốc bảo vệ thực vật cũng như công tác kiểm tra dư lượng hoá chất đối với rau quả tiêu thụ trong nước cũng như xuất khẩu.

#### *d. Chính sách tổ chức tiêu thụ*

Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg-CP ngày 24/6/2002 về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hoá thông qua hợp đồng. Thông qua đó, Nhà nước khuyến khích các doanh nghiệp ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hoá với người sản xuất nhằm gắn sản xuất với chế biến và tiêu thụ nông sản hàng hoá để phát triển sản xuất ổn định và bền vững hơn. Thông qua hình thức hợp đồng, các doanh nghiệp chế biến - tiêu thụ sẽ hỗ trợ người sản xuất về giống, vật tư nông nghiệp, kỹ thuật canh tác. Nhờ vậy, người sản xuất mới tuân thủ một cách nghiêm ngặt các qui trình canh tác và phương pháp sử dụng các hoá chất trong sản xuất rau quả. Sản phẩm rau quả không những có chất lượng được nâng cao mà còn đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Kinh nghiệm nhiều nước trên thế giới cũng cho thấy đối với nhiều loại rau quả như măng tây, dưa, hình thức hợp đồng giữa người sản xuất và

nhà máy chế biến - tiêu thụ có ưu thế cơ bản quyết định khả năng cạnh tranh của mặt hàng đó. Để làm tốt công tác tiêu thụ rau quả, cần nhanh chóng cụ thể hoá và hướng dẫn việc thi hành Quyết.định 80/2002 của Thủ tướng Chính phủ.

Có thể nhận thấy, cho đến nay đầu tư từ ngân sách Nhà nước vẫn chủ yếu tập trung vào lĩnh vực sản xuất mà chưa có sự hỗ trợ thích đáng cho khâu tiêu thụ - thị trường. Theo số liệu điều tra thì chi phí vận chuyển chiếm đến 60% tổng chi phí hoạt động của người buôn bán rau quả. Chính vì vậy, việc phát triển đồng bộ hệ thống kết cấu hạ tầng phục vụ vận chuyển, lưu thông hàng hoá sẽ góp phần quan trọng giảm giá thành rau quả và tạo điều kiện thuận lợi cho việc lưu thông trao đổi rau quả giữa các vùng trong cả nước và phục vụ cho xuất khẩu. Do đó, một hướng cần ưu tiên đầu tư hơn nữa từ nguồn ngân sách Nhà nước là hệ thống kết cấu hạ tầng cho tiêu thụ (kho tàng, bến bãi, phương tiện vận tải...), đặc biệt là các chợ đầu mối, chợ bán buôn rau quả, để khuyến khích phát triển mạng lưới giao lưu rau quả trên phạm vi toàn quốc.

Công tác xây dựng và phát triển các chợ bán buôn rau quả cần được đưa vào thành một chương trình ưu tiên đầu tư cho các chợ nông sản trong thời gian tới. Các chợ đầu mối bán buôn rau quả là những cơ sở quan trọng cung ứng rau quả đảm bảo chất lượng để cung cấp cho thị trường nội địa cũng như xuất khẩu, cũng như nguyên liệu cho công nghiệp chế biến. Các chợ này cũng là những nơi cung cấp đầy đủ thông tin về giá cả và

diễn biến nhu cầu của thị trường cho doanh nghiệp và các hộ nông dân.

*- Chính sách phát triển dịch vụ xuất khẩu*

Để tổ chức hoạt động xuất khẩu có hiệu quả, cần thiết phát triển các loại hình dịch vụ có liên quan như dịch vụ bảo quản, vận chuyển, chế biến, tiêu thụ sản phẩm... hỗ trợ cho quá trình kinh doanh xuất khẩu rau được thông suốt. Kinh nghiệm của một số nước trong khu vực như Thái Lan, Indônêxia, Đài Loan cho thấy, nơi nào hoạt động dịch vụ phát triển thì nơi đó sản xuất nông nghiệp cũng phát triển.

Đối với các vùng chuyên canh rau quả xuất khẩu nên tổ chức các hoạt động dịch vụ như sau:

+ Dịch vụ chế biến đối với những sản phẩm đòi hỏi kỹ thuật chế biến phức tạp, qui trình công nghệ hiện đại, khối lượng sản phẩm lớn, cần phải các xí nghiệp quốc doanh, các hợp tác xã thực hiện (đối với sản phẩm dưa hộp, vải hộp, chuối sấy, cà chua cô đặc...). Còn đối với những sản phẩm yêu cầu sơ chế với qui trình đơn giản, lượng sản phẩm nhỏ có thể do các tổ, nhóm làm dịch vụ thực hiện.

+ Dịch vụ tiêu thụ sản phẩm có thể thực hiện dưới nhiều hình thức như các tổ chức dịch vụ thông tin thương mại, giới thiệu khách hàng, xuất khẩu uỷ thác cho các hộ xã viên, các nông trại hoặc tổ chức dịch vụ vận tải chuyên vận chuyển, bốc dỡ, tổ chức thu gom, đóng gói sản phẩm.

Bên cạnh việc nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu, một yếu tố rất quan trọng trong cạnh tranh xuất khẩu là phải giảm được chi phí trong các khâu của tổ chức hoạt động xuất khẩu. Hiện chi phí cho hầu hết dịch vụ xuất khẩu của Việt Nam đều ở mức cao hơn so với các nước trong khu vực, làm tăng chi phí, ảnh hưởng lớn đến hiệu quả của hoạt động xuất khẩu và làm giảm năng lực cạnh tranh xuất khẩu. Để khắc phục tình trạng này, cần khuyến khích sự tham gia của các thành phần kinh tế vào đầu tư cho kết cấu hạ tầng và dịch vụ xuất khẩu, tạo ra môi trường cạnh tranh trong lĩnh vực này, tạo điều kiện giảm mức giá và nâng cao hiệu quả dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu.

Một vấn đề cần quan tâm từ phía các cơ quan Nhà nước là tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu. Theo đánh giá của nhiều chuyên gia kinh tế, việc thực hiện EHP có thể tạo ra nhiều cơ hội cho xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc. Tuy nhiên, kết quả khảo sát về tác động việc cắt giảm thuế đối với nhiều mặt hàng nông sản của Việt Nam khi xuất sang thị trường Trung Quốc cho thấy, đa số thương nhân kinh doanh tại biên giới Việt Nam - Trung Quốc vẫn phải chịu mức thuế cũ đến 60%. Mặc dù "Chương trình thu hoạch sớm" theo Hiệp định khung về hợp tác toàn diện ASEAN - Trung Quốc đã được áp dụng, tỉ lệ các doanh nghiệp xin mẫu C/O form E (xuất xứ hàng hoá) để hưởng thuế suất ưu đãi khi xuất hàng sang Trung Quốc còn rất hạn chế. Nguyên nhân chính

là do thủ tục cấp C/O phía Việt Nam vẫn còn khá phức tạp, không có cơ quan cấp mẫu C/O tại các cửa khẩu, trong khi do đặc thù của mặt hàng rau quả là phải xuất nhanh nên doanh nghiệp không thể lần nào cũng về được Hà Nội xin cấp C/O. Trong khi đó, phía Trung Quốc do cơ quan cấp C/O đặt ngay tại cửa khẩu nên gần như 100% hàng nhập từ Trung Quốc nếu nằm trong danh mục được cắt giảm đều được giảm thuế ưu đãi từ phía Việt Nam.

*e. Khuyến khích hình thức liên kết trong sản xuất rau quả*

Sau khi có Quyết định số 80/2002 của Thủ tướng Chính phủ về “Khuyến khích hình thức tiêu thụ nông sản theo hợp đồng”, sự liên kết trong tiêu thụ nông sản với mô hình liên kết 4 nhà có tác dụng thiết thực hơn. Tuy nhiên, trong quá trình hình thành và phát triển của mô hình vẫn còn những vấn đề rất cơ bản đang đặt ra cần được giải quyết như quan niệm rõ về vai trò, chức năng, nội dung hoạt động của mỗi nhà, phương thức liên kết; Mục đích chung, nguyên tắc, hình thức liên kết. Chỉ làm rõ được những vấn đề trên mới có thể khắc phục được sự trục trặc, một rào cản lớn hiện nay trong mô hình là quan hệ về lợi ích, trách nhiệm và nghĩa vụ giữa các nhà với nhau.

Với mục đích chung của mô hình liên kết bốn nhà: Phát huy sức mạnh tổng hợp của “4 nhà” nhằm tận dụng tiềm năng lợi thế sẵn có của ngành sản xuất rau quả. Tăng cường công tác quản lý hành chính Nhà nước và đưa công nghệ vào trong sản

xuất. Tăng cường mối quan hệ hỗ trợ lẫn nhau giữa các nhà tham gia liên kết nhằm tạo điều kiện phát triển ngành rau quả.

Mặc dù đã có chính sách khuyến khích phát triển các hình thức liên kết trong sản xuất rau quả, tuy nhiên mô hình liên kết vẫn bộc lộ nhiều thiếu sót cần khắc phục. Nhà nông thường là đối tượng không tôn trọng hợp đồng đã ký kết với các doanh nghiệp. Nhà doanh nghiệp lo sợ rủi ro nên chưa thực sự tham gia vào hoạt động liên kết. "Nhà khoa học" thiếu mạnh dạn, rất ít các cơ quan hay tổ chức nghiên cứu mạnh dạn, chủ động đưa định hướng liên kết thành một ưu tiên trong việc triển khai các chương trình, dự án nghiên cứu. Ngay cả những hợp đồng được ký kết thông qua hoạt động liên kết thì quyền lợi vật chất của các cơ quan khoa học hay các nhà khoa học cũng chưa được xác định rõ ràng.

*Nhà nước cần phải giữ vai trò chủ động hơn trong liên kết "4 nhà". Nhà nước cần tạo ra một hành lang pháp lý phù hợp để giải quyết tranh chấp trong liên kết giữa các nhà, đặc biệt là hợp đồng sản xuất và tiêu thụ sản phẩm giữa nhà doanh nghiệp và nhà nông. Ngoài ra, để thành công, Nhà nước cần hỗ trợ để sự liên kết này thực sự trở thành một mắt xích, nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm. Lúc đó, từng "nhà" sẽ nhận thấy rằng, sản phẩm của họ sẽ không thể có được giá trị gia tăng nếu họ tự động rút ra khỏi mắt xích.*

Đối với việc hình thành mắt xích giá trị này, Nhà nước cần có chính sách khuyến khích đầu tư để hình thành nên các

doanh nghiệp công nghiệp lớn. Với tầm của các doanh nghiệp này, bên cạnh việc huy động vốn đầu tư trong nước, Nhà nước nên khuyến khích sự tham gia của nước ngoài vào các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp này sẽ trở thành mắt xích quan trọng nhất trong liên kết bốn nhà. Họ sẽ ràng buộc các nhà khoa học bằng các hợp đồng đặt hàng nghiên cứu theo yêu cầu cụ thể của thị trường. Họ sẽ ràng buộc người nông dân dưới hình thức hợp đồng cung cấp dịch vụ khuyến nông như kỹ thuật gieo trồng, chế biến v.v... dựa trên các kết quả nghiên cứu của “nhà khoa học” và cung cấp các đầu vào cho sản xuất dưới hình thức giống, phân bón v.v... và đảm bảo thu mua sản phẩm cho nông dân. Muốn làm được việc trên, nhà doanh nghiệp công nghiệp phải có mạng lưới thu mua tốt, có đủ vốn, có cơ sở hạ tầng và trình độ kỹ thuật để bảo quản, chế biến rau quả và có các kênh phân phối nội địa và hệ thống xuất khẩu tốt. Chính vì vậy, bên cạnh các chính sách khuyến khích đầu tư, Nhà nước cũng cần có các chính sách hỗ trợ khác cho các doanh nghiệp này như về tín dụng, xây dựng cơ sở hạ tầng tiêu thụ sản phẩm, nghiên cứu thị trường và xúc tiến thương mại.

- Các bộ, ngành có liên quan cần phải có các chế tài phù hợp để hỗ trợ giải quyết tranh chấp hợp đồng thu mua giữa doanh nghiệp và người sản xuất. Đối với những trường hợp thiệt hại do các nguyên nhân bất khả kháng, Nhà nước cũng phải có chính sách cụ thể để hỗ trợ thiệt hại cho các bên tham gia liên kết.

Các chính sách khuyến khích xuất khẩu trong những năm qua đã góp phần tạo điều kiện để các doanh nghiệp hạ giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh về giá của rau quả Việt Nam trên thị trường thế giới, khuyến khích các doanh nghiệp gia tăng đầu tư sản xuất chế biến hàng rau quả xuất khẩu. Tuy nhiên, về lâu dài chúng ta không thể tiếp tục các chính sách trợ cấp xuất khẩu như trợ giá xuất khẩu và thưởng xuất khẩu vì các chính sách này vi phạm qui định về cấm trợ cấp xuất khẩu trực tiếp của WTO. Do vậy, chúng ta phải nghiên cứu chuyển sang các dạng trợ cấp khác phù hợp hơn với các qui định của các tổ chức kinh tế - thương mại khu vực và quốc tế. Để làm được điều này, chúng ta phải đa dạng hoá các hình thức tín dụng xuất khẩu, tiếp tục hoàn thiện và tăng cường các giải pháp ưu đãi tín dụng xuất khẩu, hoàn thiện Quỹ hỗ trợ xuất khẩu tiến tới thành lập Ngân hàng xuất nhập khẩu và triển khai bảo hiểm xuất khẩu.

#### ***4.2.3. Chính sách phát triển thị trường xuất khẩu và xúc tiến thương mại***

##### ***\* Phát triển thị trường***

Trong lĩnh vực xuất khẩu rau quả, cũng như các hàng hoá khác để đạt được hiệu quả kinh tế cao trong lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu cần coi trọng công tác nghiên cứu dự báo, tổ chức và mở rộng thị trường xuất khẩu cả ở tầm vĩ mô và vi mô. Kinh nghiệm của một số nước kinh doanh thành đạt trong lĩnh vực xuất khẩu rau quả cho thấy, cần thiết phải có những tổ chức

- Nhà nước cần thực thi những chính sách khuyến khích, giúp đỡ để doanh nghiệp yên tâm đầu tư, nông dân yên tâm sản xuất... như chính sách tín dụng ưu đãi khi doanh nghiệp động vốn do nông dân mất mùa chưa trả được nợ, chính sách khấu trừ thuế VAT đầu vào cho sản phẩm, chính sách liên kết sản xuất bao tiêu với nông dân.

- Nhà nước có thể đưa ra và khuyến khích áp dụng nhiều hình thức liên kết phù hợp với từng mặt hàng và từng đối tượng tham gia theo mục tiêu, nội dung, thời gian, phạm vi hoạt động và đối tượng liên kết.

#### ***4.2.2. Chính sách thương mại và khuyến khích xuất khẩu***

Đối với các chính sách thương mại, trong quá trình Việt Nam đàm phán gia nhập Tổ chức thương mại thế giới sẽ phải đưa ra các cam kết ràng buộc và tiến tới cắt giảm thuế suất nhập khẩu. Ngay đối với những mặt hàng chúng ta cần bảo hộ trong thời gian tới thì cũng nên thí điểm áp dụng các cơ chế linh hoạt như hạn ngạch thuế quan hay thuế thời vụ. Theo đó, chúng ta sẽ mở cửa thị trường nội địa phần nào để gia tăng sức ép cạnh tranh buộc sản xuất trong nước, nhất là các doanh nghiệp, phải cố gắng vươn lên. Một môi trường cạnh tranh lành mạnh sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà sản xuất nâng cao hiệu quả hoạt động và qua đó, từng bước cải thiện vị thế cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam trên thị trường trong nước cũng như quốc tế.

chuyên trách trong việc nghiên cứu thị trường ngoài nước. Tổ chức này có nhiệm vụ:

- Thu thập thông tin về cung, cầu, giá cả, thị hiếu tiêu thụ, dung lượng, khả năng cạnh tranh đối với từng nhóm hàng, mặt hàng.

- Xử lý thông tin, dự báo sản phẩm tiềm năng ở mỗi thị trường cụ thể về các mặt: số lượng, chất lượng, giá cả, thị hiếu.

- Cung cấp thông tin đã xử lý một cách nhanh nhất cho các cấp lãnh đạo, làm cơ sở để xây dựng chiến lược kinh doanh, chỉ đạo điều hành kinh doanh.

- Cung cấp thông tin qua các phương tiện thông tin đại chúng, qua các tổ chức khuyến nông, các cấp chính quyền, đoàn thể... tới người sản xuất, giúp họ định hướng sản xuất lâu dài, ổn định, có căn cứ phù hợp với nhu cầu của khách hàng.

- Cung cấp thông tin về những ưu thế của sản phẩm trong nước tới khách hàng thông qua các cuộc hội thảo, hội chợ, triển lãm quốc tế. Giúp họ hiểu rõ về sản phẩm Việt Nam nhằm tạo ra nhu cầu tiêu thụ.

Tổ chức hệ thống thông tin thường xuyên về thị trường, tạo điều kiện cho người kinh doanh sản xuất, kinh doanh xuất khẩu nắm bắt được những cơ hội của thị trường, đồng thời giúp các cơ quan chức năng của Nhà nước nắm được những diễn biến của thị trường để kịp thời ứng phó nhằm thực hiện chức năng điều hành vĩ mô đối với thị trường.

Đối với nước ta, để thực hiện tốt công tác này, đòi hỏi phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa Bộ Thương mại và Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn. Để phát triển thị trường xuất khẩu, các cơ quan quản lý vĩ mô cần nâng cao vai trò và hiệu quả trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu thông qua các hoạt động đàm phán ký kết các thoả thuận song phương và đa phương, định hướng cho các doanh nghiệp phát triển thị trường.

Bộ Thương mại có hệ thống các Vụ chính sách thị trường ngoài nước, có hệ thống thương vụ, đại diện thương mại của nước ta đặt tại các nước. Đây là những đầu mối quan trọng tổ chức thu thập thông tin thường xuyên, cung cấp thông tin một cách nhanh nhất về các bộ phận có chức năng nghiên cứu thị trường, tổ chức thông tin thị trường (các vụ thị trường ngoài nước, trung tâm thông tin, viện nghiên cứu), cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp và người sản xuất.

Theo kinh nghiệm của các nước, để thúc đẩy xuất khẩu, việc thành lập bộ phận xúc tiến thương mại là rất cần thiết. Tổ chức này có nhiệm vụ thu thập và nghiên cứu thông tin về thị trường ngoài nước, tổ chức triển lãm, hỗ trợ việc thực hiện các chương trình nằm trong chính sách xuất khẩu của Nhà nước và tổ chức hợp tác kinh tế đối ngoại. Tổ chức này sẽ tăng cường hợp tác với các tổ chức xúc tiến thương mại của các nước đặt tại Việt Nam trong việc phát triển thị trường.

Nhằm phát huy tính chủ động sáng tạo của hệ thống các vụ Chính sách thị trường ngoài nước, hệ thống Thương vụ Việt Nam

ở nước ngoài, cần bổ sung chức năng, nhiệm vụ, đổi mới phương thức hoạt động để các cơ quan này thực sự là tổ chức xúc tiến thương mại, hỗ trợ hướng dẫn người sản xuất kinh doanh xuất khẩu phát triển kinh doanh theo sát nhu cầu của thị trường.

Đồng thời Bộ Thương mại và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cũng tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu rau quả xúc tiến mở văn phòng đại diện ở nước ngoài, tạo điều kiện củng cố và phát triển thị trường, thực hiện quan hệ kinh tế, thương mại với bạn hàng nước ngoài.

Tuy nhiên, để phát triển thị trường xuất khẩu không chỉ là việc riêng của Bộ Thương mại, mà đòi hỏi có sự phối hợp chặt chẽ của các ngành, các địa phương và các doanh nghiệp cùng tham gia. Về phía các doanh nghiệp cũng cần chủ động, tích cực tìm kiếm thị trường, nguồn hàng, vận dụng kinh nghiệm đã được tổng kết qua nhiều năm trong lĩnh vực xuất khẩu rau quả. Trong điều kiện kinh phí có hạn, cũng nên tổ chức các đoàn công tác đi tiếp thị, tổ chức tham quan, khảo sát, tham gia hội thảo, hội chợ để học tập kinh nghiệm tiên tiến của nước ngoài, giới thiệu sản phẩm và tìm kiếm bạn hàng mới.

Đối với các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu rau quả, đặc biệt là Tổng công ty Rau quả, nông sản Việt Nam, nhiệm vụ của phòng Thông tin kinh tế và thị trường là hết sức cần thiết. Tổ chức này phải thường xuyên thu thập thông tin về rau quả qua nhiều kênh thông tin khác nhau, qua các thông báo của nhiều tổ chức sản xuất - kinh doanh rau quả thế giới. Sau khi thông tin

được xử lý, sẽ cung cấp cho lãnh đạo đơn vị, cho các cơ quan có liên quan sử dụng vào việc điều hành sản xuất - kinh doanh, hoạch định chính sách kịp thời.

Để đảm bảo an toàn trong hoạt động xuất khẩu, đòi hỏi ở tầm vĩ mô cần phát triển quan hệ hợp tác lâu dài ở cấp Trung ương, cấp tỉnh giữa hai nước, thực hiện ký kết các Hiệp định thương mại, đảm bảo duy trì quan hệ thương mại lâu dài, tạo sự ổn định cho sản xuất - kinh doanh xuất khẩu, tránh tình trạng bị động như thời gian qua.

Để có thị trường ổn định, cần tăng cường hợp tác, liên doanh và kêu gọi đầu tư nước ngoài. Đây là giải pháp mà hiện nay nhiều địa phương có tiềm năng về xuất khẩu rau quả đã và đang làm. Hiện nay đã có một số doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài và liên doanh bắt đầu hoạt động trong lĩnh vực này.

Về phía Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn cũng nên phân bổ một phần ngân sách nghiên cứu khoa học cho các đề tài nghiên cứu thị trường nông lâm sản. Từ trước đến nay, chúng ta vẫn thiếu vắng các đề tài nghiên cứu khoa học về lĩnh vực này. Đây là thiếu sót mà chúng ta cần nhanh chóng điều chỉnh.

#### *\* Xúc tiến thương mại*

Đẩy mạnh xúc tiến thương mại đang trở thành vấn đề bức xúc hiện nay vì môi trường cạnh tranh về mặt hàng rau quả hiện đang rất gay gắt. Để củng cố các thị trường đã có và mở rộng

thêm các thị trường mới, cần có chính sách xúc tiến thương mại thích hợp. Trước mắt Nhà nước cần lựa chọn các loại rau, quả đặc sản và tài trợ việc quảng bá tại các thị trường có tiềm năng như Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU, đồng thời thông qua các Hiệp hội, doanh nghiệp nước ngoài hoặc tổ chức xúc tiến thương mại các nước tại Việt Nam để phối hợp, hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu nông sản thâm nhập thị trường nước ngoài.

Công tác xúc tiến thương mại cần được đẩy mạnh hơn nữa. Trong thời gian tới đây, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cùng với các hiệp hội ngành hàng cùng hợp tác xây dựng nhà trưng bày sản phẩm và giao dịch, trước tiên ở những thị trường quan trọng như Trung Quốc, Nga, Hoa Kỳ. Việc tham gia hội chợ triển lãm cũng nên thực hiện theo hình thức hợp tác để có thể hỗ trợ lẫn nhau tăng thêm sức mạnh và giới thiệu sản phẩm nông nghiệp của Việt Nam một cách phong phú, đa dạng hơn. Tuy nhiên, cần lưu ý tham dự một cách có chọn lọc thay vì chiếu lệ, hình thức. Riêng đối với thị trường Trung Quốc là thị trường lớn nhất tiêu thụ rau quả Việt Nam và tiềm năng của thị trường này vẫn còn rất lớn thì cần phải đặc biệt có chiến lược xúc tiến thương mại đặc biệt có quy mô và bài bản.

Để thực hiện được nhiệm vụ này, đầu tư đào tạo một đội ngũ cán bộ xúc tiến thương mại có trình độ chuyên môn cao, trình độ ngoại ngữ, am hiểu thị trường nước ngoài. Hỗ trợ cho các trung tâm thông tin nhằm nắm bắt kịp thời thông tin về nhu cầu, giá cả thị trường... và thông báo tới các doanh nghiệp xuất khẩu.

### *\* Xây dựng thương hiệu*

Cũng như các các loại hàng hoá nông sản khác, mặt hàng rau quả của Việt Nam tuy xuất khẩu đi nhiều nước trên thế giới nhưng phần lớn không có nhãn hiệu nên ít người biết đến. Chính vì vậy các vùng trồng các loại rau quả đặc sản cũng như các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải quan tâm đầu tư xây dựng và bảo vệ nhãn hiệu hàng hoá cho sản phẩm của mình. Căn cứ vào chiến lược phát triển thị trường, tiến hành xúc tiến đăng ký nhãn hiệu hàng hoá ở cả trong nước và quốc tế cho hàng rau quả đặc sản của Việt Nam (nhất là các loại trái cây đặc sản) như vải thiều Lục Ngạn, nhãn lồng Hưng Yên, cam sành Tam Bình, xoài cát Hoà Lộc, bưởi Năm Roi, bưởi Phúc Trạch, vú sữa Lò Rèn, thanh long Bình Thuận, nhãn tiêu Da Bò, v.v... tại những thị trường lớn và tiềm năng nhằm tránh tình trạng nước ngoài đăng ký trước tên mà chúng ta không thể khiếu nại được.

Thương hiệu sẽ mang lại cho các doanh nghiệp sở hữu thêm nhiều lợi nhuận trên sản phẩm bán ra và hơn nữa tạo ra một thị trường tương đối ổn định. Với các thương hiệu khác nhau, các doanh nghiệp kinh doanh rau quả có thể phân biệt sản phẩm của mình qua hình ảnh và hương vị, tránh phải cạnh tranh đơn thuần về giá. Sức mạnh thương hiệu cho phép doanh nghiệp chế biến - kinh doanh có thêm đòn bẩy thương lượng với khách hàng trong nước cũng như quốc tế. Tuy nhiên, để làm tốt công tác này, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ tài chính thích hợp cho các doanh nghiệp thông qua Hiệp hội ngành hàng để đăng ký tại

những thị trường chính. Thực tế cho thấy kiến thức và kinh nghiệm về thương hiệu hàng hoá của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung, bao gồm doanh nghiệp kinh doanh rau quả còn hạn chế nên cần có sự hỗ trợ ban đầu từ phía Nhà nước.

#### ***4.2.4. Chính sách phát triển các hiệp hội ngành hàng***

- Chính phủ tạo điều kiện để phát huy hơn nữa vai trò của Hiệp hội Trái cây, Hiệp hội rau quả Việt Nam. Các tổ chức này là đầu mối giao lưu với các tổ chức quốc tế, thống nhất điều hành kinh doanh sản xuất và xuất khẩu rau quả. Hiệp hội được thành lập còn nhằm mục đích xúc tiến sự liên kết giữa khu vực Nhà nước và tư nhân. Nhiệm vụ của Hiệp hội là:

+ Tư vấn giúp Chính phủ trong việc xác định các chính sách có liên quan tới sản xuất, thị trường, vấn đề chế biến, xuất-nhập khẩu, vận chuyển và một số lĩnh vực khác có liên quan tới sự phát triển của ngành rau quả.

+ Thu thập, phân tích, thống kê một cách có hệ thống, phổ biến những thông tin có liên quan tới ngành rau quả.

+ Phổ biến các tiến bộ kỹ thuật về cây ăn quả...

+ Tổ chức, hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu trong việc xâm nhập, tìm kiếm thị trường mới, tham gia hội chợ, triển lãm quốc tế. ..

Chế độ chi hỗ trợ xúc tiến thương mại cần phải được cải tiến theo đó tập trung cho các Hiệp hội để tổ chức đoàn đi tìm kiếm thị trường, thông tin và tổ chức các lớp tập huấn chung cho

tất cả các thành viên và hỗ trợ cho các doanh nghiệp thành lập văn phòng đại diện ở các thị trường tiềm năng. Thực tế qui định về chi hỗ trợ xúc tiến thương mại như hiện nay để lại cho từng doanh nghiệp thì rất nhỏ, dàn trải, hiệu quả không cao. Thay vào đó, hỗ trợ của Nhà nước cho xúc tiến thương mại cần tập trung thông qua các Hiệp hội ngành hàng để hình thành những chương trình xúc tiến thương mại có qui mô.

#### ***4.2.5. Hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực***

Bên cạnh những tiềm năng to lớn như nguồn lao động dồi dào, thông minh, khéo tay, chịu khó, ham học hỏi và nhanh chóng tiếp thu tri thức và công nghệ..., nguồn nhân lực Việt Nam còn bộc lộ những hạn chế và những thách thức lớn đối với sự phát triển kinh tế xã hội đất nước nói chung như: tác phong và tư duy của người sản xuất nhỏ chưa quen với điều kiện nền kinh tế thị trường và công nghiệp hoá, thói quen mạnh ai nấy làm, thiếu sự hợp tác, chia sẻ và thiếu ý thức làm việc theo nhóm, thiếu kiến thức và kỹ năng chuyên môn làm việc hợp lý và hiệu quả...

Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả và các cơ quan chức năng quản lý hoạt động xuất khẩu rau quả. Cần phải được hỗ trợ đào tạo các kiến thức về xuất nhập khẩu thị trường, marketing xuất khẩu. Hỗ trợ và khuyến khích của Nhà nước đối với việc phát triển nguồn nhân lực xuất khẩu rau quả có thể gồm các hoạt động:

- Nhà nước, tùy điều kiện và tình hình cụ thể có thể hỗ trợ một phần hay toàn bộ kinh phí cho hoạt động đào tạo cán bộ

quản lý và kinh doanh của các doanh nghiệp, tổ chức xuất rau quả hoặc hướng dẫn, giúp đỡ để các doanh nghiệp tiếp cận được các nguồn tài trợ khác cho hoạt động đào tạo cán bộ.

- Các cơ quan nhà nước đứng ra tổ chức (và hỗ trợ một (phần kinh phí) các lớp đào tạo ngắn hạn hay dài hạn, tổ chức các hội nghị, hội thảo khoa học về xuất khẩu rau quả cho doanh nghiệp, mời các chuyên gia của Việt Nam, chuyên gia quốc tế giảng dạy về nghiệp vụ xuất khẩu.

- Nhà nước sẽ áp dụng các biện pháp khuyến khích và hỗ trợ các hoạt động đào tạo nghề, đào tạo công nhân kỹ thuật cho các doanh nghiệp sản xuất rau quả xuất khẩu, Nhà nước cũng có thể đàm phán với chính phủ các nước để hỗ trợ hoạt động đào tạo thông qua các dự án ODA. Các hoạt động phát triển lĩnh vực đào tạo ngành nghề ở Việt Nam cũng như gửi cán bộ đào tạo ở nước ngoài, đặc biệt là những thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam.

- Nhà nước tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tham quan, khảo sát thị trường rau quả chính, học hỏi kinh nghiệm quản lý kinh doanh của các nước xuất khẩu rau quả thành công như Thái Lan, Australia...

- Khuyến khích nhà đầu tư nước ngoài chuyển giao công nghệ và đào tạo quản lý cho các doanh nghiệp Việt Nam

- Khuyến khích các doanh nghiệp tự đào tạo thông qua các biện pháp chính sách về thuế, hỗ trợ tài chính xây dựng quỹ đào tạo ở doanh nghiệp...

- Khuyến khích các hình thức hợp tác đào tạo giữa các doanh nghiệp và các cơ sở đào tạo nghề của cả khu vực nhà nước và tư nhân, cả trong nước và quốc tế.

### 4.3. Kết luận và đề xuất

Rau quả là mặt hàng xuất khẩu có nhiều tiềm năng của Việt Nam. Đây là nhóm hàng có tiềm năng xuất khẩu, có giá trị cao và có khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới. Tuy nhiên, để thúc đẩy sản xuất - xuất khẩu rau quả đòi hỏi phải xuất phát từ động lực trực tiếp của người sản xuất, kinh doanh. Mặt khác, hoạt động xuất khẩu rau quả cũng phụ thuộc vào sự tác động từ phía các cơ quan quản lý vĩ mô thông qua hệ thống cơ chế, chính sách khuyến khích cụ thể đối với lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu rau quả. Để nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu rau quả trong những năm tới đòi hỏi phải có những thay đổi cơ bản trong đầu tư phát triển, chuyển từ sản xuất rau quả theo kiểu tự phát sang sản xuất rau quả hàng hoá, đầu tư phát triển các mặt hàng xuất khẩu có giá trị cao... thông qua các giải pháp sau:

- *Phát triển các vùng sản xuất hàng hoá*, qui hoạch vùng sản xuất rau quả hàng hoá tập trung, chuyên canh, tạo điều kiện đầu tư áp dụng tiến bộ kỹ thuật, thực hiện thâm canh tổng hợp, tạo ra vùng nguyên liệu gắn với công nghệ sau thu hoạch, gắn với hệ thống tiêu thụ.

- *Đầu tư cho công tác nghiên cứu*, lai tạo giống, tạo ra những giống rau quả cho năng suất cao, chất lượng đáp ứng được nhu cầu của thị trường xuất khẩu. Đầu tư cho công nghệ sau thu

hoạch như các nhà máy chế biến, các kho lạnh, phương tiện vận chuyển làm lạnh... để nâng cao và duy trì chất lượng rau quả cũng như tạo ra giá trị gia tăng cho rau quả. Thu hút đầu tư của các thành phần kinh tế vào hoạt động sản xuất/kinh doanh rau quả thông qua các hình thức liên doanh liên kết giữa các thành phần kinh tế, giữa trong nước và ngoài nước.

- *Tăng cường quản lý chất lượng*, tăng cường phổ biến các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của một số nước được coi là thị trường tiềm năng của mặt hàng rau quả của Việt Nam như Hoa Kỳ, Nhật, EU, Trung Quốc... Khẩn trương ký kết Hiệp định kiểm dịch thực vật với các nước có nhu cầu nhập rau quả Việt Nam. Các cơ quan chức năng cần phối hợp chặt chẽ nhập khẩu và quản lý sử dụng thuốc bảo vệ thực vật cũng như công tác kiểm tra dư lượng hoá chất đối với rau quả

- *Tăng cường liên kết “4 nhà”*. Nhà nước cần đóng vai trò chủ động và tích cực hơn trong liên kết 4 nhà nhằm phát huy tác dụng của hình thức liên kết này. Nhà nước cần thực thi những chính sách khuyến khích, giúp đỡ để doanh nghiệp yên tâm đầu tư, nông dân yên tâm sản xuất... như chính sách tín dụng khi doanh nghiệp động vốn do nông dân mất mùa chưa trả được nợ, chính sách khấu trừ thuế VAT đầu vào cho sản phẩm, chính sách liên kết sản xuất bao tiêu với nông dân.

Ngoài ra, để thành công, Nhà nước cần hỗ trợ để sự liên kết này thực sự tạo ra một mắt xích, nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm. Lúc đó, từng “nhà” sẽ nhận thấy rằng sản phẩm của

họ sẽ không thể có được giá trị gia tăng nếu họ tự động rút ra khỏi mắt xích. Đối với việc hình thành mắt xích giá trị này, Nhà nước cần có chính sách khuyến khích đầu tư để hình thành nên các doanh nghiệp công nghiệp lớn. Với tầm của các doanh nghiệp này, bên cạnh việc huy động vốn đầu tư trong nước, Nhà nước nên khuyến khích sự tham gia của nước ngoài vào các doanh nghiệp.

- *Tổ chức mạng lưới tiêu thụ hiệu quả*, phát triển đồng bộ hệ thống cơ sở hạ tầng cho tiêu thụ rau quả như kho tàng, bến bãi, phương tiện vận tải..., đặc biệt là các chợ đầu mối, chợ bán buôn rau quả, để khuyến khích phát triển mạng lưới giao lưu rau quả trên phạm vi toàn quốc. Đối với xuất khẩu, cần phát triển các loại hình dịch vụ có liên quan như bảo quản, vận chuyển, chế biến, tiêu thụ sản phẩm... nhằm hỗ trợ cho quá trình kinh doanh xuất khẩu rau quả. Đầu tư hỗ trợ cũng như có chính sách thích hợp nhằm giảm chi các dịch vụ xuất khẩu đối với mặt hàng rau quả. Tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu như các thủ tục cấp giấy chứng nhận xuất xứ, thủ tục hải quan...

- *Hoàn thiện chính sách thương mại và khuyến khích xuất khẩu*, cần thí điểm áp dụng các hình thức bảo hộ mới như hạn ngạch thuế quan hay thuế thời vụ. Nghiên cứu chuyển sang các dạng trợ cấp khác phù hợp hơn với các qui định của các tổ chức kinh tế - thương mại khu vực và quốc tế. Để làm được điều này, chúng ta phải đa dạng hoá các hình thức tín dụng xuất khẩu, tiếp tục hoàn thiện và tăng cường các giải pháp ưu đãi tín dụng

xuất khẩu, hoàn thiện Quỹ hỗ trợ xuất khẩu, tiến tới thành lập Ngân hàng xuất nhập khẩu và triển khai bảo hiểm xuất khẩu.

- *Phát triển thị trường xuất khẩu và xúc tiến thương mại*, Tăng cường công tác nghiên cứu dự báo, tổ chức và mở rộng thị trường xuất khẩu cả ở tầm vi mô và vĩ mô. Đàm phán ký kết các thoả thuận song phương và đa phương, định hướng cho các doanh nghiệp phát triển thị trường. Nâng cao hơn nữa vai trò của các tổ chức xúc tiến thương mại. Mở các văn phòng đại diện ở nước ngoài để giúp các doanh nghiệp mở rộng thị trường xuất khẩu.

- *Xây dựng thương hiệu cho rau quả của Việt Nam*, các doanh nghiệp cũng như Nhà nước cần quan tâm hơn nữa đến công tác xây dựng thương hiệu và bảo vệ nhãn hiệu sản phẩm rau quả xuất khẩu của Việt Nam. Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ tài chính và kỹ thuật thích hợp cho các doanh nghiệp thông qua Hiệp hội ngành hàng để đăng ký tại những thị trường chính. Nhà nước cũng hỗ trợ đào tạo kiến thức về xây dựng và phát triển thương hiệu cho các doanh nghiệp.

- *Phát triển các Hiệp hội ngành hàng*, Chính phủ tạo điều kiện để phát huy hơn nữa vai trò của Hiệp hội Trái cây, Hiệp hội Rau quả Việt Nam. Các tổ chức này sẽ là đầu mối giao lưu với các tổ chức quốc tế, thống nhất điều hành kinh doanh sản xuất và xuất khẩu rau quả.

## PHỤ LỤC

### PHỤ LỤC 1A. CÁC NƯỚC XUẤT KHẨU RAU TRÊN THẾ GIỚI (THEO HS CHƯƠNG 07)

Đơn vị: Ngàn USD

|                   | 1999       | 2000       | 2001       | 2002       | 2003       |
|-------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Tổng              | 10.328.118 | 10.307.853 | 11.024.076 | 11.842.019 | 13.187.972 |
| Mêhicô            | 2.145.740  | 2.177.340  | 2.330.802  | 2.244.340  | 2.613.682  |
| Trung Quốc        | 1.520.732  | 1.544.583  | 1.746.170  | 1.883.286  | 2.180.735  |
| Hoa Kỳ            | 1.786.431  | 1.890.211  | 1.869.025  | 1.927.826  | 2.045.684  |
| EU -15 (Nội khối) | 1.290.816  | 1.203.329  | 1.307.123  | 1.751.691  | 1.996.556  |
| Canada            | 1.012.444  | 1.133.427  | 1.186.231  | 1.093.157  | 1.277.580  |
| Thổ Nhĩ Kỳ        | 274.632    | 262.844    | 372.099    | 319.041    | 469.211    |
| Ba Lan            | 0          | 0          | 0          | 279.956    | 426.455    |
| Thái Lan          | 445.745    | 303.784    | 378.366    | 322.568    | 399.101    |
| Australia         | 311.532    | 384.517    | 404.834    | 378.418    | 257.105    |
| Niudilân          | 209.000    | 181.783    | 190.442    | 195.586    | 239.561    |
| Ấn Độ             | 200.130    | 252.098    | 234.080    | 246.736    | 0          |
| Áchentina         | 271.398    | 211.594    | 234.604    | 185.122    | 186.783    |
| Pêru              | 106.161    | 103.347    | 123.600    | 155.977    | 178.790    |
| Hungary           | 0          | 0          | 0          | 147.095    | 159.625    |

|           |         |         |         |        |        |
|-----------|---------|---------|---------|--------|--------|
| Hàn Quốc  | 107.914 | 105.003 | 113.200 | 83.572 | 91.140 |
| Chile     | 86.351  | 71.852  | 73.499  | 73.449 | 80.991 |
| Malaixia  | 47.000  | 53.917  | 62.651  | 69.905 | 78.747 |
| Đài Loan  | 90.633  | 86.730  | 74.810  | 69.183 | 75.911 |
| Nam Phi   | 32.876  | 22.278  | 23.552  | 29.915 | 43.125 |
| Indônêxia | 53.659  | 40.676  | 46.066  | 44.758 | 39.330 |
| Cyprus    | 0       | 0       | 0       | 24.414 | 39.248 |
| Rumani    | 0       | 17.751  | 35.673  | 35.338 | 37.652 |
| Nga       | 9.316   | 18.917  | 19.796  | 27.016 | 37.357 |
| Lithuania | 0       | 0       | 0       | 14.792 | 34.688 |
| Philippin | 23.665  | 26.029  | 23.916  | 26.518 | 30.506 |
| Slovakia  | 0       | 0       | 0       | 23.198 | 25.170 |
| Singapore | 50.483  | 36.702  | 37.359  | 39.772 | 22.873 |
| Nhật Bản  | 16.500  | 16.332  | 17.625  | 24.737 | 20.990 |
| Hồng Kông | 157.624 | 86.465  | 49.448  | 27.198 | 19.226 |
| CH Séc    | 0       | 0       | 0       | 13.468 | 16.380 |
| Côlômbia  | 32.163  | 40.027  | 33.922  | 15.822 | 14.877 |
| Braxil    | 27.356  | 21.902  | 18.951  | 20.694 | 13.715 |
| Ukraina   | 0       | 0       | 0       | 27.373 | 13.107 |
| Sri Lanka | 7.643   | 8.029   | 6.477   | 6.929  | 7.138  |
| Estônia   | 0       | 0       | 0       | 2.425  | 3.305  |
| Thụy Sĩ   | 4.968   | 2.704   | 2.111   | 2.573  | 2.845  |
| Malta     | 0       | 0       | 0       | 3.253  | 2.673  |
| Latvia    | 0       | 0       | 0       | 1.058  | 2.273  |

|           |       |       |       |       |       |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Venezuela | 4.203 | 2.900 | 2.193 | 2.223 | 1.675 |
| Slovenia  | 0     | 0     | 0     | 908   | 1.380 |
| Angêri    | 0     | 138   | 4.528 | 130   | 0     |
| Nauy      | 850   | 609   | 918   | 583   | 754   |
| Băng Đảo  | 153   | 34    | 7     | 16    | 27    |

*Ghi chú: Không có số liệu trước năm 2002 của các nước thành viên mới gia nhập EU như: Cyprus, CH Séc, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Malta, Ba Lan, Slovakia và Slovenia. Do đó, tổng của các năm trước năm 2002 sẽ không bao gồm những nước này.*

*Nguồn: Global Trade Information Services, Inc.*

**PHỤ LỤC 1B. CÁC NƯỚC NHẬP KHẨU RAU  
TRÊN THẾ GIỚI (THEO HS CHƯƠNG 07)**

*Đơn vị: Ngàn USD*

|                    | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng</b>        | <b>11.300.643</b> | <b>11.369.621</b> | <b>12.242.632</b> | <b>12.959.504</b> | <b>13.703.054</b> |
| Hoa Kỳ             | 2.527.523         | 2.649.443         | 2.961.114         | 3.137.699         | 3.608.033         |
| EU15 (Nội<br>khối) | 2.655.180         | 2.497.698         | 2.595.432         | 2.616.852         | 3.020.397         |
| Nhật Bản           | 2.057.448         | 2.027.249         | 1.962.375         | 1.683.568         | 1.762.682         |
| Canada             | 974.688           | 1.083.313         | 1.118.506         | 1.250.723         | 1.337.656         |
| Ấn Độ              | 117.219           | 85.901            | 574.343           | 678.916           | 0                 |
| Thụy Sĩ            | 360.325           | 329.157           | 342.805           | 365.265           | 437.631           |
| Nga                | 360.736           | 311.968           | 196.963           | 251.441           | 418.210           |
| Malaysia           | 258.516           | 244.014           | 266.858           | 284.058           | 281.639           |
| Trung Quốc         | 83.265            | 81.810            | 209.748           | 194.214           | 241.074           |
| Hồng Kông          | 315.210           | 300.225           | 249.497           | 232.629           | 219.221           |
| Hàn Quốc           | 131.467           | 137.041           | 151.100           | 134.867           | 217.595           |
| Mexico             | 174.771           | 178.975           | 203.714           | 225.407           | 203.378           |
| Singapo            | 192.242           | 184.511           | 195.121           | 207.953           | 197.123           |
| CH Séc             | 0                 | 0                 | 0                 | 162.859           | 190.671           |
| Na uy              | 125.026           | 114.385           | 125.442           | 141.381           | 187.888           |
| Braxin             | 209.745           | 171.183           | 189.529           | 142.968           | 148.735           |
| Ba Lan             | 0                 | 0                 | 0                 | 141.494           | 141.672           |
| Australia          | 84.062            | 78.930            | 79.481            | 91.531            | 119.637           |
| Angêri             | 0                 | 145.267           | 132.708           | 161.335           | 0                 |
| Đài Loan           | 78.174            | 89.158            | 99.470            | 91.652            | 99.280            |
| Indônêxia          | 76.741            | 84.867            | 92.380            | 94.644            | 92.434            |

|            |         |         |        |        |        |
|------------|---------|---------|--------|--------|--------|
| Sri Lanka  | 106.066 | 100.075 | 93.988 | 89.775 | 82.883 |
| Hungary    | 0       | 0       | 0      | 41.223 | 70.232 |
| Côlômbia   | 73.992  | 91.992  | 70.275 | 69.180 | 61.311 |
| Nam Phi    | 32.864  | 28.706  | 19.426 | 30.522 | 57.112 |
| Slovenia   | 0       | 0       | 0      | 42.578 | 56.134 |
| Venezuela  | 82.037  | 87.419  | 71.820 | 58.579 | 53.786 |
| Rumani     | 0       | 20.586  | 22.893 | 25.998 | 47.898 |
| Slovakia   | 0       | 0       | 0      | 38.061 | 44.819 |
| Thái Lan   | 19.891  | 20.503  | 21.058 | 25.961 | 42.182 |
| Lithuania  | 0       | 0       | 0      | 24.028 | 37.761 |
| Philippin  | 45.448  | 29.788  | 35.537 | 28.163 | 32.940 |
| Niudilân   | 23.167  | 22.106  | 26.473 | 30.853 | 30.490 |
| Thổ Nhĩ Kỳ | 56.006  | 97.850  | 69.650 | 52.252 | 30.203 |
| Latvia     | 0       | 0       | 0      | 24.287 | 24.490 |
| Estonia    | 0       | 0       | 0      | 16.070 | 21.460 |
| Pêru       | 22.402  | 20.026  | 19.442 | 16.889 | 18.732 |
| Chilê      | 11.959  | 13.957  | 10.102 | 13.847 | 18.453 |
| Cyprus     | 0       | 0       | 0      | 10.432 | 12.748 |
| Áchentina  | 38.164  | 35.590  | 29.040 | 7.339  | 10.433 |
| Băng Đảo   | 6.310   | 5.927   | 6.342  | 8.121  | 10.376 |
| Malta      | 0       | 0       | 0      | 5.915  | 7.975  |
| Ukraina    | 0       | 0       | 0      | 7.973  | 5.678  |

*Ghi chú: Không có số liệu trước năm 2002 của các nước thành viên mới gia nhập EU như: Cyprus, CH Séc, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Malta, Ba Lan, Slovakia và Slovenia. Do đó, tổng của các năm trước năm 2002 sẽ không bao gồm những nước này.*

*Nguồn: Global Trade Information Services, Inc*

**PHỤ LỤC 2A. CÁC NƯỚC XUẤT KHẨU QUẢ VÀ HẠT  
TRÊN THẾ GIỚI (THEO HS CHƯƠNG 08)**

*Đơn vị: Ngàn USD*

|                 | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng</b>     | <b>14.370.876</b> | <b>14.284.009</b> | <b>14.330.504</b> | <b>15.787.039</b> | <b>17.736.565</b> |
| Hoa Kỳ          | 3.660.263         | 3.980.093         | 4.049.642         | 4.241.676         | 4.764.423         |
| EU15 (Nội khối) | 1.461.255         | 1.545.992         | 1.726.354         | 1.872.064         | 2.236.844         |
| Chile           | 1.166.563         | 1.250.439         | 1.215.526         | 1.376.933         | 1.515.098         |
| Thổ Nhĩ Kỳ      | 1.246.946         | 1.022.362         | 1.189.420         | 1.166.361         | 1.379.946         |
| Mêhicô          | 884.644           | 781.670           | 777.535           | 784.256           | 1.056.816         |
| Nam Phi         | 745.403           | 596.665           | 569.264           | 585.189           | 890.918           |
| Trung Quốc      | 425.522           | 417.277           | 434.838           | 555.062           | 751.613           |
| Niudilân        | 588.588           | 507.549           | 418.070           | 515.338           | 574.870           |
| Áchentina       | 493.618           | 451.273           | 536.928           | 432.151           | 524.361           |
| Philippin       | 393.934           | 435.270           | 431.844           | 473.257           | 518.660           |
| Brasil          | 323.974           | 369.182           | 346.456           | 369.177           | 504.314           |
| Ba Lan          | 0                 | 0                 | 0                 | 346.029           | 452.471           |
| Côlômbia        | 573.599           | 495.295           | 420.252           | 442.704           | 432.364           |
| Ấn Độ           | 691.847           | 607.623           | 540.989           | 576.438           | 0                 |
| Australia       | 302.762           | 319.227           | 310.676           | 369.583           | 362.607           |
| Canada          | 176.261           | 188.404           | 183.401           | 196.039           | 244.838           |
| Thái Lan        | 185.609           | 253.665           | 203.238           | 222.300           | 238.906           |
| Hồng Kông       | 268.720           | 316.075           | 328.527           | 342.990           | 235.666           |
| Indônêxia       | 158.523           | 126.788           | 104.865           | 132.333           | 142.302           |
| Hàn Quốc        | 118.226           | 129.721           | 128.675           | 128.220           | 117.605           |
| Pêru            | 41.316            | 42.441            | 56.746            | 82.039            | 99.892            |
| Hungary         | 0                 | 0                 | 0                 | 67.594            | 98.875            |

|           |         |         |        |         |        |
|-----------|---------|---------|--------|---------|--------|
| Malaixia  | 102.143 | 102.427 | 99.476 | 102.813 | 90.898 |
| Singapo   | 106.060 | 90.902  | 64.744 | 75.258  | 68.888 |
| Nga       | 25.915  | 36.778  | 41.560 | 32.899  | 64.389 |
| Nhật Bản  | 28.046  | 21.161  | 18.434 | 37.161  | 55.393 |
| Sri Lanka | 90.032  | 76.380  | 42.405 | 39.409  | 48.124 |
| Ukraina   | 0       | 0       | 0      | 35.944  | 44.136 |
| Đài Loan  | 59.186  | 52.948  | 29.512 | 29.205  | 41.136 |
| Cyprus    | 0       | 0       | 0      | 30.669  | 39.807 |
| Rumani    | 0       | 21.146  | 25.510 | 24.834  | 35.636 |
| CH Séc    | 0       | 0       | 0      | 23.626  | 27.028 |
| Slovakia  | 0       | 0       | 0      | 13.350  | 22.045 |
| Lithuania | 0       | 0       | 0      | 12.416  | 18.287 |
| Angêri    | 0       | 14.399  | 10.563 | 16.547  | 0      |
| Venezuela | 42.734  | 24.135  | 18.437 | 16.691  | 10.317 |
| Slovenia  | 0       | 0       | 0      | 4.232   | 9.711  |
| Latvia    | 0       | 0       | 0      | 3.408   | 5.198  |
| Estonia   | 0       | 0       | 0      | 5.207   | 4.843  |
| Thụy Sĩ   | 4.913   | 3.121   | 4.156  | 3.444   | 4.572  |
| Nauy      | 4.218   | 3.555   | 2.449  | 2.137   | 2.690  |
| Băng Đảo  | 55      | 47      | 13     | 29      | 56     |
| Malta     | 0       | 0       | 0      | 29      | 23     |

*Ghi chú: Không có số liệu trước năm 2002 của các nước thành viên mới gia nhập EU như: Cyprus, CH Séc, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Malta, Ba Lan, Slovakia, và Slovenia. Do đó, tổng của các năm trước năm 2002 sẽ không bao gồm những nước này.*

*Nguồn: Global Trade Information Services, Inc*

**PHỤ LỤC 2B. CÁC NƯỚC NHẬP KHẨU QUẢ VÀ HẠT  
TRÊN THẾ GIỚI (THEO HS CHƯƠNG 08)**

*Đơn vị: Ngàn USD*

|                 | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng</b>     | <b>21.133.376</b> | <b>20.707.978</b> | <b>20.639.636</b> | <b>23.571.178</b> | <b>26.995.197</b> |
| EU15 (Nội khối) | 8.355.975         | 7.474.254         | 7.824.772         | 8.482.069         | 10.575.184        |
| Hoa Kỳ          | 4.009.037         | 3.919.472         | 3.890.937         | 4.228.932         | 4.590.468         |
| Nhật Bản        | 2.167.257         | 2.183.719         | 1.952.801         | 2.019.057         | 2.100.778         |
| Canada          | 1.407.787         | 1.433.305         | 1.463.312         | 1.600.213         | 1.808.653         |
| Nga             | 439.028           | 656.731           | 671.886           | 802.308           | 1.123.738         |
| Hồng Kông       | 945.168           | 911.080           | 911.037           | 1.015.070         | 1.002.541         |
| Thụy Sĩ         | 553.026           | 504.868           | 530.787           | 552.895           | 670.667           |
| Ba Lan          | 0                 | 0                 | 0                 | 502.507           | 585.921           |
| Mêhicô          | 360.934           | 463.887           | 517.118           | 506.467           | 523.115           |
| Trung Quốc      | 257.964           | 368.413           | 366.596           | 377.619           | 494.734           |
| Ấn Độ           | 423.422           | 433.171           | 250.481           | 360.739           | 0                 |
| Na uy           | 243.087           | 221.745           | 235.245           | 276.568           | 348.451           |
| Hàn Quốc        | 169.803           | 217.436           | 232.468           | 267.929           | 343.804           |
| Đài Loan        | 302.688           | 305.919           | 266.048           | 292.705           | 315.716           |
| CH Séc          | 0                 | 0                 | 0                 | 245.454           | 291.553           |
| Singapo         | 297.925           | 287.222           | 261.254           | 263.006           | 265.878           |
| Australia       | 183.690           | 161.678           | 150.585           | 172.701           | 226.782           |
| Indônêxia       | 57.815            | 141.467           | 142.042           | 214.672           | 189.033           |
| Hungary         | 0                 | 0                 | 0                 | 100.024           | 141.264           |
| Malaixia        | 109.366           | 112.429           | 118.043           | 124.575           | 118.896           |
| Braxin          | 215.152           | 190.162           | 172.360           | 130.621           | 117.968           |

|            |         |         |         |        |         |
|------------|---------|---------|---------|--------|---------|
| Niudilân   | 79.422  | 72.465  | 72.125  | 83.233 | 107.720 |
| Thái Lan   | 52.660  | 58.209  | 62.071  | 61.375 | 103.977 |
| Slovakia   | 0       | 0       | 0       | 82.713 | 99.102  |
| Ângêri     | 0       | 424     | 31.852  | 91.547 | 0       |
| Rumani     | 0       | 60.406  | 55.875  | 70.182 | 89.266  |
| Lithuania  | 0       | 0       | 0       | 62.143 | 84.971  |
| Thổ Nhĩ Kỳ | 73.828  | 67.081  | 30.000  | 65.086 | 81.680  |
| Slovenia   | 0       | 0       | 0       | 66.912 | 81.571  |
| Ukraina    | 0       | 0       | 0       | 64.860 | 74.046  |
| Áchentina  | 145.597 | 164.550 | 145.389 | 48.198 | 65.084  |
| Côlômbia   | 73.473  | 80.733  | 67.803  | 65.440 | 63.326  |
| Latvia     | 0       | 0       | 0       | 50.453 | 60.736  |
| Estonia    | 0       | 0       | 0       | 30.659 | 45.508  |
| Chilê      | 31.673  | 34.991  | 29.930  | 29.945 | 37.618  |
| Nam Phi    | 26.906  | 25.203  | 19.752  | 19.417 | 28.784  |
| Malta      | 0       | 0       | 0       | 19.698 | 23.214  |
| Pêru       | 22.433  | 20.188  | 33.404  | 21.805 | 22.676  |
| Philipin   | 33.621  | 29.198  | 26.955  | 23.076 | 22.363  |
| Sri Lanka  | 14.155  | 15.610  | 14.915  | 18.468 | 19.512  |
| Venezuela  | 66.879  | 80.050  | 78.765  | 34.339 | 18.991  |
| Băng Đảo   | 13.605  | 11.913  | 13.027  | 14.062 | 17.377  |
| Cyprus     | 0       | 0       | 0       | 11.438 | 12.528  |

*Ghi chú: Không có số liệu trước năm 2002 của các nước thành viên mới gia nhập EU như: Cyprus, CH Séc, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Malta, Ba Lan, Slovakia và Slovenia. Do đó, tổng của các năm trước năm 2002 sẽ không bao gồm những nước này.*

*Nguồn: Global Trade Information Services, Inc*

# PHỤ LỤC 3A. CÁC NƯỚC XUẤT KHẨU QUẢ, HẠT VÀ RAU CHẾ BIẾN (THEO HS CHƯƠNG 20)

Đơn vị: *Ngàn USD*

|                 | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng</b>     | <b>11.029.749</b> | <b>10.678.320</b> | <b>10.733.149</b> | <b>12.478.060</b> | <b>14.283.368</b> |
| EU15 (Nội khối) | 1.952.390         | 1.936.701         | 2.035.023         | 2.314.661         | 2.550.779         |
| Trung Quốc      | 1.127.187         | 1.314.668         | 1.505.767         | 1.761.099         | 2.168.847         |
| Hoa Kỳ          | 2.235.718         | 2.217.014         | 2.100.997         | 2.130.927         | 2.107.467         |
| Braxin          | 1.340.033         | 1.134.436         | 925.855           | 1.133.586         | 1.292.107         |
| Thái Lan        | 769.896           | 628.985           | 648.319           | 755.070           | 916.226           |
| Canada          | 581.413           | 652.933           | 708.047           | 722.548           | 885.577           |
| Thổ Nhĩ Kỳ      | 571.405           | 481.113           | 523.601           | 508.322           | 667.256           |
| Ba Lan          | 0                 | 0                 | 0                 | 363.879           | 470.048           |
| Hungary         | 0                 | 0                 | 0                 | 298.609           | 364.870           |
| Áchentina       | 339.457           | 306.918           | 324.559           | 288.418           | 362.201           |
| Mêhicô          | 355.047           | 342.740           | 294.400           | 326.806           | 348.686           |
| Nam Phi         | 226.519           | 221.832           | 193.861           | 229.741           | 297.887           |
| Chile           | 279.321           | 213.886           | 224.029           | 218.152           | 257.754           |
| Philipin        | 175.877           | 191.392           | 214.186           | 206.882           | 234.833           |
| Australia       | 157.291           | 143.486           | 129.725           | 146.463           | 184.245           |
| Pêru            | 117.197           | 103.641           | 111.579           | 125.417           | 135.815           |
| Indônêxia       | 147.770           | 125.388           | 131.720           | 139.195           | 127.561           |
| Hàn Quốc        | 93.603            | 98.819            | 87.557            | 101.152           | 120.060           |
| Thụy Sĩ         | 89.472            | 78.879            | 82.440            | 99.513            | 117.722           |
| Niudilân        | 52.718            | 62.931            | 76.830            | 80.527            | 99.397            |
| Ukraina         | 0                 | 0                 | 0                 | 41.987            | 81.656            |
| Đài Loan        | 70.041            | 69.687            | 77.973            | 60.393            | 68.124            |

|           |        |        |        |        |        |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Singapo   | 84.376 | 64.693 | 60.617 | 63.480 | 61.497 |
| Malaixia  | 46.045 | 46.207 | 45.631 | 50.896 | 59.955 |
| Ấn Độ     | 43.470 | 52.911 | 70.947 | 58.549 | 0      |
| CH Séc    | 0      | 0      | 0      | 38.720 | 51.527 |
| Hồng Kông | 72.253 | 63.705 | 53.643 | 43.762 | 43.057 |
| Nhật Bản  | 46.437 | 42.334 | 36.830 | 34.161 | 36.921 |
| Rumani    | 0      | 9.397  | 10.405 | 12.042 | 24.969 |
| Nga       | 11.302 | 9.763  | 12.578 | 14.408 | 24.169 |
| Lithuania | 0      | 0      | 0      | 13.953 | 19.625 |
| Côlômbia  | 18.946 | 17.768 | 17.562 | 19.871 | 18.789 |
| Slovenia  | 0      | 0      | 0      | 12.760 | 15.779 |
| Slovakia  | 0      | 0      | 0      | 11.921 | 14.457 |
| Latvia    | 0      | 0      | 0      | 9.282  | 13.137 |
| Sri Lanka | 5.763  | 5.551  | 8.417  | 9.285  | 10.098 |
| Venezuela | 10.572 | 35.666 | 14.652 | 12.284 | 9.865  |
| Cyprus    | 0      | 0      | 0      | 9.402  | 9.647  |
| Na uy     | 7.968  | 4.216  | 4.621  | 6.858  | 8.028  |
| Estonia   | 0      | 0      | 0      | 1.779  | 2.117  |
| Malta     | 0      | 0      | 0      | 598    | 469    |
| Angêri    | 0      | 498    | 634    | 546    | 0      |
| Băng Đảo  | 263    | 162    | 141    | 156    | 142    |

*Ghi chú: Không có số liệu trước năm 2002 của các nước thành viên mới gia nhập EU như: Cyprus, CH Séc, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Malta, Ba Lan, Slovakia và Slovenia. Do đó, tổng của các năm trước năm 2002 sẽ không bao gồm những nước này.*

*Nguồn: Global Trade Information Services, Inc*

**PHỤ LỤC 3B. CÁC NƯỚC XUẤT KHẨU QUẢ, HẠT VÀ  
RAU CHẾ BIẾN (THEO HS CHƯƠNG 20)**

*Đơn vị: Ngàn USD*

|                  | 1999              | 2000              | 2001              | 2002              | 2003              |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Tổng cộng</b> | <b>11.425.437</b> | <b>11.260.235</b> | <b>10.973.521</b> | <b>12.225.496</b> | <b>13.803.325</b> |
| EU15 (Nội khối)  | 3.331.934         | 3.114.206         | 2.844.499         | 3.185.294         | 3.770.105         |
| Hoa Kỳ           | 2.687.578         | 2.678.262         | 2.635.086         | 2.802.196         | 3.232.928         |
| Nhật Bản         | 2.038.279         | 2.067.291         | 2.049.625         | 1.940.679         | 2.026.497         |
| Canada           | 829.562           | 813.101           | 816.261           | 889.541           | 917.510           |
| Nga              | 214.381           | 237.915           | 317.947           | 425.415           | 498.610           |
| Mêhicô           | 200.558           | 262.225           | 285.862           | 320.012           | 383.366           |
| Hàn Quốc         | 260.048           | 285.197           | 275.723           | 317.154           | 353.710           |
| Thụy Sĩ          | 243.750           | 224.693           | 211.796           | 244.069           | 283.805           |
| Australia        | 208.279           | 188.348           | 182.869           | 205.077           | 277.099           |
| Hồng Kông        | 212.423           | 192.048           | 189.814           | 190.226           | 177.423           |
| Ba Lan           | 0                 | 0                 | 0                 | 146.243           | 161.940           |
| CH Séc           | 0                 | 0                 | 0                 | 108.579           | 143.372           |
| Đài Loan         | 172.289           | 155.455           | 131.760           | 150.198           | 141.284           |
| Singapo          | 147.784           | 139.326           | 133.497           | 138.162           | 141.011           |
| Trung Quốc       | 42.753            | 59.635            | 84.962            | 113.665           | 134.483           |
| Na uy            | 118.885           | 105.703           | 100.385           | 112.669           | 133.381           |
| Niudilân         | 72.823            | 63.748            | 63.187            | 77.686            | 102.307           |
| Hungary          | 0                 | 0                 | 0                 | 65.833            | 97.918            |
| Braxin           | 153.699           | 124.997           | 114.660           | 99.095            | 76.809            |
| Malaixia         | 53.886            | 62.496            | 66.850            | 63.604            | 67.001            |
| Rumani           | 0                 | 38.362            | 38.498            | 42.538            | 60.189            |
| Thái Lan         | 27.557            | 37.088            | 46.483            | 60.341            | 58.052            |

|            |         |         |         |        |        |
|------------|---------|---------|---------|--------|--------|
| Slovakia   | 0       | 0       | 0       | 48.543 | 56.579 |
| Slovenia   | 0       | 0       | 0       | 40.950 | 49.699 |
| Ukraine    | 0       | 0       | 0       | 33.291 | 46.557 |
| Philipin   | 51.630  | 49.010  | 46.995  | 52.234 | 41.538 |
| Nam Phi    | 25.602  | 25.107  | 19.139  | 15.014 | 37.365 |
| Lithuania  | 0       | 0       | 0       | 29.864 | 36.604 |
| Venezuela  | 66.755  | 65.918  | 77.115  | 51.545 | 33.835 |
| Chile      | 37.867  | 29.730  | 28.002  | 29.158 | 33.520 |
| Latvia     | 0       | 0       | 0       | 24.919 | 33.192 |
| Áchentina  | 128.435 | 127.588 | 107.649 | 27.590 | 30.564 |
| Estonia    | 0       | 0       | 0       | 21.902 | 27.928 |
| Indônêxia  | 11.782  | 19.394  | 18.820  | 26.533 | 27.549 |
| Côlômbia   | 25.286  | 25.995  | 24.862  | 23.701 | 20.872 |
| Malta      | 0       | 0       | 0       | 16.164 | 20.341 |
| Cyprus     | 0       | 0       | 0       | 13.868 | 17.923 |
| Băng Đảo   | 14.545  | 13.722  | 13.033  | 13.538 | 16.191 |
| Thổ Nhĩ Kỳ | 21.508  | 18.934  | 11.726  | 17.303 | 15.459 |
| Pêru       | 15.061  | 12.472  | 12.632  | 14.785 | 14.591 |
| Ấn Độ      | 6.923   | 8.060   | 10.531  | 12.376 | 0      |
| Angiêri    | 0       | 10.944  | 10.157  | 10.226 | 0      |
| Sri Lanka  | 3.574   | 3.268   | 3.093   | 3.716  | 4.219  |

*Ghi chú: Không có số liệu trước năm 2002 của các nước thành viên mới gia nhập EU như: Cyprus, CH Séc, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Malta, Ba Lan, Slovakia và Slovenia. Do đó, tổng của các năm trước năm 2002 sẽ không bao gồm những nước này.*

*Nguồn: Global Trade Information Services, Inc*

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, *Sự phát triển của một số tiểu ngành trong nông nghiệp Việt Nam*, Dự án nghiên cứu hỗn hợp, MPI&JICA, tháng 2/2003.
2. Bộ Nông nghiệp và PTNT/ Ban Chỉ đạo chương trình rau quả, *Báo cáo sơ kết 4 năm thực hiện chương trình rau quả*, Hà Nội, 2003.
3. Bộ Nông nghiệp và PTNT, *Đề án nâng cao năng lực cạnh tranh hàng nông lâm sản. Ngành hàng rau quả*, Dự án quốc gia về nâng cao năng lực cạnh tranh, Hà Nội, tháng 9/2003.
4. Bộ Nông nghiệp và PTNT/Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc (FAO), *Phân tích sơ bộ: Khả năng cạnh tranh của ngành nông nghiệp Việt Nam trong bối cảnh ASEAN và AFTA*, Hà Nội, 10/2000.
5. Bộ Thương mại, *Chiến lược phát triển xuất khẩu thời kỳ 2001 – 2010*, Hà Nội, 2000.
6. Nhà xuất bản Nông nghiệp, *Chính sách và giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm rau quả*, Hà Nội, 2000.
7. Nhà xuất bản Thống kê, *Niên giám thống kê 2004*, Hà Nội.
8. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), *World Horticultural Trade – Trade Data Edition*, 2004.
9. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), *US Fresh Produce Markets*, ERS, USDA.
10. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), *USDA Baseline Projections*, 2004.

11. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), *Global Trade Patterns in Fruits and Vegetables*, ERS, USDA, 2003.
12. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), *World Trade in Fresh Vegetables*, International Trade Report, 2004.
13. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), *World Trade in Fresh Fruits*, International Trade Report, 2004.
14. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), *World Trade in Proccesed Fruits and Vegetables*, International Trade Report, 2003.
15. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), *Regulating the Importation of Fresh Fruits and Vegetables*, 2003.
16. Cơ quan xúc tiến thương mại Hà Lan (CBI), *CBI Market Survey Fresh Fruits&Vegetables*, 2004.
17. Cơ quan xúc tiến thương mại Hà Lan (CBI), *CBI Market Survey Preserved Fruits&Vegetables*, 2004.
18. Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc (FAO), *Medium-term prospects for agricultural commodities, Tropical Fruits*, FAO, 2003.
19. Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc (FAO), *Medium-term prospects for agricultural commodities, Citruts Fruits*, FAO, 2003.
20. Viện nghiên cứu chính sách lương thực quốc tế (IFPRS): *Fruits and Vegetables in Vietnam – Adding Value from Farmer to Consumer*, 2002.

# **THỊ TRƯỜNG XUẤT NHẬP - KHẨU RAU QUẢ** **REPORT ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET**

---

**NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ**

*Chịu trách nhiệm xuất bản*  
**CÁT VĂN THÀNH**

*Biên tập và sửa bản in*  
**VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI**

*Trình bày bìa*  
**MINH THU**

---

In 1000 cuốn, khổ 14,5 x 20,5cm, tại Xí nghiệp in - Nhà xuất bản Lao động - Xã hội. Giấy chấp nhận đăng ký kế hoạch xuất bản số 232-133/XB-QLXB do Cục Xuất bản cấp ngày 13/2/2004.

In xong và nộp lưu chiểu Quý II - 2005



GIÁ: 31.000Đ