



Xuất khẩu

RAU QUẢ VIỆT NAM NHỮNG BƯỚC ĐI ĐỂ MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG

Phương Lan

Những bước tiến vững chắc

Nhìn vào chặng đường xuất khẩu rau quả (XKRQ) những năm gần đây, cho thấy ngành này đã tạo được những bứt phá và tiến những bước khá vững chắc.

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, nếu như năm 2010, kim ngạch XKRQ của Việt Nam mới đạt ở mức khiêm tốn 480,3 triệu USD thì năm 2014, con số này đã tăng hơn 3 lần, đạt gần 1,5 tỷ USD; Năm 2015 đạt 1,84 tỷ USD, tăng 23,5% so năm 2014. Năm 2016 có thể coi là bước bứt phá quan trọng khi kim ngạch XKRQ Việt Nam đạt trên 2,46 tỷ USD, tăng 33,6% so năm 2015.

Những năm vừa qua, nhờ các chính sách mới trong phát triển nông nghiệp như: Tái cơ cấu, ứng dụng khoa học công nghệ vào đẩy mạnh sản xuất theo chuỗi liên kết giá trị, xây dựng thương hiệu, mở rộng thị trường đã giúp rau quả trở thành một trong những mặt hàng chủ đạo trong xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

Năm 2017, xuất khẩu rau, quả tiếp tục ghi dấu ấn với giá trị xuất khẩu đạt hơn 3,5 tỷ USD, tăng 42,2% so với năm 2016 và vượt lên dẫn đầu trong tất cả các mặt hàng nông sản xuất khẩu, được xếp vào nhóm hàng xuất khẩu chủ lực. Năm 2018, với việc được mùa lớn về cây ăn quả, đã mang lại cho Việt Nam giá trị kim ngạch xuất khẩu xấp xỉ 2 tỷ USD ngay trong 6 tháng đầu năm và tính đến hết quý III đã đạt gần 3 tỷ USD, bằng 85% so với kim ngạch XKRQ của cả năm 2017, hứa hẹn đưa XKRQ tới dấu mốc tăng trưởng mới.

Theo dự báo của các chuyên gia kinh tế, với tốc độ tăng trưởng như hiện nay, kim ngạch XKRQ có thể đạt mốc 10 tỉ USD vào năm 2020 và tới năm 2025 có thể đạt tới 15 tỉ USD. Khi đó, XKRQ sẽ mang lại giá trị lớn nhất trong lĩnh vực nông nghiệp.

Để có kết quả này, trong những năm vừa qua, ngành trồng trọt đã từng bước ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất giúp tăng diện tích, năng suất và chất lượng rau quả hàng hóa. Nhờ đó, không chỉ có các sản phẩm cao cấp như xoài, nhãn, thanh long, vú sữa mà các loại trái cây nhiệt đới như: Chanh, ổi, mận, mít, chuối, đu đủ, vải, nhãn, na... cũng được nhiều thị trường ưa chuộng.

Chỉ tính riêng năm 2017, diện tích gieo trồng rau các loại ước đạt 937,3 nghìn ha, tăng 3,2% so năm 2016, sản lượng rau ước đạt 16,5 triệu tấn, tăng 3,53%. Diện tích cây ăn quả các loại ước đạt 924 nghìn ha, tăng 6,02% so với năm 2016; sản lượng ước đạt gần 10 triệu tấn, tăng 6,2%. Trong đó, một số loại cây ăn quả chủ lực có giá trị xuất khẩu như xoài, thanh long, bưởi, cam được chú trọng đầu tư mở rộng diện tích: Cây xoài đạt gần 93 nghìn ha (tăng 6,9%

so với năm 2016), năng suất đạt 103,8 tạ/ha, tăng 6,3%, sản lượng đạt 788,2 nghìn tấn, tăng 8,3 %; Cây thanh long đạt xấp xỉ 49 nghìn ha, tăng 9,8%, sản lượng đạt gần 953 nghìn tấn, tăng 14,3%; Cây cam ược đạt 90,7 nghìn ha, tăng 12,0%, sản lượng ước đạt 772,6 nghìn tấn, tăng 20,4%; Bưởi các loại, diện tích ước đạt 74,2 nghìn ha, tăng 22,4%, sản lượng đạt 571,3 nghìn tấn, tăng 13,4%. Trong đó, một số tỉnh trọng điểm có sản lượng bưởi tăng cao như: Hà Nội tăng 13,6%; Hưng Yên tăng 50,9%; Phú Thọ tăng 22,4%; Hà Tĩnh tăng 9,2%; Đồng Nai tăng 20,5%;...

Mở rộng diện tích trồng cây ăn quả theo hướng hàng hóa, đang là hướng phát triển rõ nét tại nhiều địa phương có thể mạnh về trồng trọt. Song song với đó, việc đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu được triển khai tại nhiều địa phương cũng là mẫu chốt thành công của chiến lược xuất khẩu rau quả trong những năm gần đây.

Thành tựu ứng dụng khoa học kỹ thuật trong sản xuất thể hiện trước hết ở kết quả áp dụng Quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (VietGAP). Theo kết quả ĐĐT Nông thôn, nông nghiệp và thủy sản năm 2016, cả nước có gần 1.500 đơn vị được cấp chứng nhận VietGAP và tương đương, trong đó 1.200 đơn vị hoạt động trong lĩnh vực trồng trọt, chiếm 80,2% tổng số đơn vị được cấp

chứng nhận. Kết quả ứng dụng nhà lưới, nhà kính, nhà màng trong sản xuất cũng cho thấy ngành trồng trọt đã tiếp cận một nền sản xuất hàng hóa chuyên nghiệp. Năm 2016, cả nước có xấp xỉ 4,1 nghìn ha nhà lưới, nhà kính, tập trung chủ yếu ở các địa phương: Lâm Đồng, Đà Nẵng, Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh (Riêng Lâm Đồng có trên 2,1 nghìn ha, chiếm gần 51% diện tích nhà lưới, nhà kính của cả nước). Trong đó có gần 2,15 nghìn ha diện tích dành cho trồng rau, chiếm 52,3% tổng diện tích nhà lưới, nhà kính cả nước (Nhà lưới, nhà kính trồng rau tập trung tại Lâm Đồng là 961,7 ha, chiếm trên 44,8% diện tích nhà kính, nhà lưới trồng rau của cả nước).

Bên cạnh đó, liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị đang hình thành rõ nét ở lĩnh vực trồng trọt với nhiều hình thức đa dạng, thể hiện qua sự liên kết xây dựng cánh đồng lớn; ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm trước khi sản xuất; liên kết góp vốn đầu tư sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của các trang trại, doanh nghiệp và hợp tác xã, điều đó giúp người sản xuất rau quả yên tâm đầu tư phát triển sản phẩm, đảm bảo năng suất cao, chất lượng tốt, tạo chỗ đứng vững chắc trên thị trường, từ đó con đường xuất khẩu ngày càng được mở rộng.

Thị trường rộng mở

Kể từ sau khi gia nhập WTO, thị trường rau quả Việt Nam đã có những cơ hội khởi sắc. Việc gia nhập WTO, một thị trường xuất nhập khẩu nông sản thế giới mang tính chuyên nghiệp cao đã giúp mặt hàng rau quả Việt Nam ngày càng cập nhật qui trình sản xuất hiện đại và phát triển thương hiệu mạnh mẽ. Đến nay, rau quả Việt đã có mặt trên 60 thị trường quốc tế và danh sách này vẫn đang nối dài. Đặc biệt, 9 tháng đầu năm 2018, kim ngạch XKRQ Việt Nam sang một số thị trường đã tăng trưởng ngoạn mục.

Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang một số thị trường lớn

Đơn vị tính: 1000 USD

| Năm | 9T/2018 | 6T/2018 | 2017 | 2016 | 2015 |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Kim ngạch xuất khẩu rau quả | 2 976 401 | 1 988 638 | 3 501 591 | 2 460 934 | 1 839 270 |
| Trung Quốc | 2 203 549 | 1 471 188 | 2 650 557 | 1 738 194 | 757 240 |
| Hoa Kỳ | 99 296 | 61 918 | 102 142 | 85 171 | 57 575 |
| Hàn Quốc | 85 164 | 58 035 | 85 620 | 82 651 | 67 087 |
| Nhật Bản | 81 766 | 56 933 | 127 206 | 75 136 | 74 534 |
| Thái Lan | 36 540 | 30 527 | 36 073 | 40 079 | 32 385 |
| Thị trường khác | | ... | ... | ... | ... |

(Nguồn: Tổng cục Thống kê)

Theo số liệu thống kê, hiện Trung Quốc vẫn là thị trường lớn nhất, chiếm tới 73% kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam với những lý do sau: Thứ nhất, Trung Quốc là thị trường đông dân, văn hóa ẩm thực và điều kiện kinh tế

dân cư khá tương đồng với người Việt, trong khi nguồn rau quả của Việt Nam dồi dào, hợp thị hiếu mà giá thành lại rẻ. Thứ hai, đây là nước “láng giềng” tương đối “dễ tính” nên việc xâm nhập thị trường này dễ dàng và hiệu quả hơn. Năm 2017, kim ngạch XKRQ vào thị trường Trung Quốc đạt trên 2,65 tỷ USD, tăng 52% so năm 2016 và gấp 3,5 lần so năm 2015. Riêng 9 tháng đầu năm 2018, kim ngạch XKRQ vào thị trường Trung Quốc đã đạt trên 2,2 tỷ USD, bằng 84% so năm 2017. Tuy nhiên, do thuận tiện giao thông nên lượng rau quả xuất khẩu bằng đường tiểu ngạch sang Trung Quốc cũng trở nên khó kiểm soát. Bên cạnh đó, thị trường “dễ tính” đồng nghĩa với việc xuất khẩu khối lượng lớn mà giá trị không cao.

Sau Trung Quốc, rau quả Việt đã thiết lập được chỗ đứng khá ổn định tại một số thị trường giàu tiềm năng như Hoa Kỳ, Nhật Bản và Hàn Quốc (chiếm trên 10% tổng trị giá xuất khẩu rau quả). Đặc biệt, tăng trưởng kim ngạch XKRQ tại những thị trường này đã tạo đà bứt phá ngay trong 3 quý đầu năm 2018. Nếu như năm 2017, kim ngạch XKRQ sang Hoa Kỳ đạt trên 102,1 triệu USD, tăng 20% so năm 2016 (và tăng 76% so năm 2015) thì 9 tháng đầu năm 2018, kim ngạch XKRQ sang Hoa Kỳ đã đạt gần 99,3 triệu USD và bằng 97,3% kim ngạch XKRQ cả năm 2017; Thị trường Hàn Quốc 9 tháng đầu năm đạt trên 85 triệu USD và bằng 99% kim ngạch XKRQ cả năm 2017; Tương tự, Thái Lan, mặc dù chiếm tỷ trọng khá khiêm tốn trong tổng kim ngạch XKRQ nhưng hết quý III năm 2018 đã đạt trên 36,5 triệu USD, bằng 101,3%... Bên cạnh đó, các nước Nga, Đài Loan, Indonesia, Hà Lan và Singapore... đã trở thành

bạn hàng thân thiết của Việt Nam với kim ngạch XKRQ cũng đang tăng trưởng ổn định.

Ngoài những thị trường truyền thống, hiện rau quả Việt đang nỗ lực chinh phục các thị trường mới, khó tính nhưng hứa hẹn mang lại giá trị xuất khẩu cao như: Australia, New Zealand, UAE... Australia đã cho phép nhập khẩu vài thiểu, nhãn và đang cùng Việt Nam thiết lập quy trình tiêu chuẩn cho các cơ sở xử lý thanh long và điều kiện nhập khẩu với trái thanh long từ Việt Nam. New Zealand đã mở cửa cho mặt hàng xoài, thanh long và chôm chôm... Với UAE, kim ngạch xuất khẩu rau, củ, quả sang UAE đã đạt 22,8 triệu USD năm 2016, tăng 40% so năm 2015 và tăng 60% so năm 2014. Mặc dù chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng giá trị nhập khẩu rau quả của UAE, song kết quả trên khiến hy vọng tăng trưởng XKRQ ở những thị trường này càng nóng lên.

Theo Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), tại Châu Âu, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hồng Kông, nhu cầu các loại rau xanh sẽ tăng gần 30% so những năm trước đây. Giá rau quả tươi các loại sẽ tiếp tục tăng cùng với tốc độ gia tăng nhu cầu tiêu thụ. Đây cũng là cơ hội tốt cho XKRQ Việt Nam.

Thực tế cho thấy, những năm gần đây, xuất khẩu rau quả Việt Nam đã đạt được những mốc tăng trưởng ngoạn mục, song đó mới chỉ là những bước nhỏ trong một hành trình rất dài chinh phục thị trường rộng lớn. Mặc dù giàu tiềm năng nhưng rau quả Việt vẫn chưa tạo dựng được nhiều cơ hội tiến sâu vào các thị trường khó tính nhưng lợi nhuận cao. Nguyên nhân là do hoạt động xúc tiến thương mại, tiếp thị, quảng bá chưa thực sự hiệu quả;

Quy trình VietGAP, kiểm định chất lượng thiếu chuyên nghiệp, thiếu đồng bộ dẫn tới chưa tạo được niềm tin với khách hàng; Khâu bảo quản, chế biến còn hạn chế khiến rau quả Việt dù tới được thị trường xa xôi cũng sớm rớt giá do giảm chất lượng; Vẫn còn tư tưởng “ăn xối” cả ở phía người nông dân lẫn doanh nghiệp, dẫn tới hệ lụy như “được mùa, rớt giá”, đứt hợp đồng do thiếu hàng, bị kiện do bán phá giá...

Có thể nói sản lượng cao, chất lượng tốt là tiền đề vững vàng giúp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu rau quả, tuy nhiên muốn rau quả Việt chiếm lĩnh thị trường thế giới, đặc biệt là những thị trường cao cấp thì cần phải hoàn thiện quy trình cũng như cơ chế phối hợp hiệu quả giữa bốn nhà (Nhà nước, nhà nông, nhà khoa học và doanh nghiệp). Trong đó, vai trò của Nhà nước đặc biệt quan trọng trong việc tăng hiệu quả hệ thống chính sách thuế, tín dụng, chuyển dịch đất đai, khuyến nông. Chính sách hỗ trợ đầu tư vào công nghệ bảo quản chế biến; Chính sách đầu tư cho các công trình khoa học phát triển giống cây trồng có năng suất, chất lượng vượt trội, mang tính cạnh tranh cao; Đầu tư cho công tác nghiên cứu thị trường, dự báo rủi ro; Đẩy mạnh các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại theo hướng chuyên nghiệp...

Về phía doanh nghiệp, để trụ vững ở các thị trường lớn và khó tính, doanh nghiệp XKRQ Việt cần xây dựng chuỗi liên kết sản xuất vững vàng và thông suốt ngay tại “vườn nhà”; Nỗ lực tìm kiếm cơ hội cũng như hoàn thiện đáp ứng yêu cầu về an toàn thực phẩm để vượt qua rào cản của những thị trường cao cấp, giàu lợi nhuận./.