

TỔNG QUAN PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT RAU XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

Nguyễn Thị Huyền Trang^{1*}, Ninh Xuân Trung¹,
Nguyễn Văn Phơ², Nguyễn Thị Phương Tâm³, Ngô Thị Thuận⁴

¹*Khoa Kinh tế và Phát triển nông thôn, Học viện Nông nghiệp Việt Nam*

²*Ban Quản lý đào tạo, Học viện Nông nghiệp Việt Nam*

³*Tập đoàn Bất động sản Đại thành công*

⁴*Hội Khoa học Kinh tế nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam*

*Tác giả liên hệ: huyentrang@vnua.edu.vn

Ngày nhận bài: 12.01.2023

Ngày chấp nhận đăng: 29.06.2023

TÓM TẮT

Việt Nam có lợi thế về điều kiện tự nhiên để phát triển sản xuất các loại rau tươi từ rau ăn lá, rau ăn củ, rau ăn quả, rau ăn rễ và các loại rau gia vị,... trong đó rau tươi xuất khẩu là một trong những sản phẩm quan trọng của ngành nông nghiệp. Ngoài mang lại kim ngạch xuất khẩu cho đất nước, xuất khẩu rau tươi còn tạo điều kiện cho các ngành công nghiệp phụ trợ, đặc biệt là ngành logistics và các ngành dịch vụ phát triển. Tuy nhiên, sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam chưa phát huy hết tiềm năng và còn bộc lộ nhiều hạn chế. Nghiên cứu sử dụng các phương pháp tổng hợp, phân tích thống kê các số liệu thông tin thứ cấp từ sách, bài báo, tạp chí chuyên ngành, nghiên cứu khoa học trong nước và quốc tế nhằm hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển sản xuất rau xuất khẩu từ đó đề xuất định hướng giải pháp để phát triển sản xuất rau xuất khẩu.

Từ khóa: Sản xuất rau, rau xuất khẩu, phát triển sản xuất rau.

Development of Vegetable Production for Export in Vietnam: Theoretical and Practical Issues

ABSTRACT

Vietnam has the advantage of natural conditions to develop production of fresh vegetables (leafy, root, fruit vegetables and spices)..in which fresh vegetables for export are one of the important products of the agricultural sector. Exporting fresh vegetables are not only to bring export turnover to the country, but also create favorable conditions for supporting industries, especially to develop processing logistics and service. However, Vietnam's vegetable export production has not yet reached its full potential and revealed many limitations. This research used methods of synthesizing and statistical analysis of secondary information/data from books, articles, specialized journals, and domestic and international scientific research in order to systematize the theoretical and practical basis of developing vegetable production for export, thereby generalizing solutions to develop export vegetable production for Vietnam.

Keywords: Vegetable production, export vegetables, development of vegetable production.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong ăn uống hàng ngày, rau tươi có vai trò đặc biệt quan trọng. Tuy lượng protid và lipid trong rau tươi không đáng kể, nhưng chúng cung cấp cho cơ thể nhiều chất hoạt tính sinh học, đặc biệt là các muối khoáng có tính kiềm, vitamin, các chất pectin và axit hữu cơ. Ngoài

ra, trong rau tươi còn có loại đường tan trong nước và chất xenluloz. Nhu cầu về vitamin và muối khoáng của con người được cung cấp trong bữa ăn hàng ngày qua rau tươi (Viện Dinh dưỡng Quốc gia, 2017).

Ở Việt Nam, với lợi thế về điều kiện tự nhiên, các loại rau tươi rất phong phú từ rau ăn lá, rau ăn củ, rau ăn quả, rau ăn rễ và các loại

rau gia vị,... trong đó rau tươi xuất khẩu là một trong những sản phẩm quan trọng của ngành nông nghiệp. Mặc dù, năm 2021 Việt Nam chịu ảnh hưởng nặng nề vì dịch bệnh Covid-19 nhưng kim ngạch xuất khẩu rau năm 2021 đạt khoảng 1,1 tỷ USD (tăng 8,9% so với năm 2020) (Tổng cục Hải quan, 2021). Ngoài mang lại kim ngạch xuất khẩu cho đất nước, xuất khẩu rau tươi còn tạo điều kiện cho các ngành công nghiệp phụ trợ, đặc biệt ngành logistics và các ngành dịch vụ phát triển, đồng thời, góp phần giải quyết việc làm và chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp và nông thôn. Cùng với đó, khi Việt Nam tham gia vào các hiệp định thương mại tự do thế giới (như Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP); Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA),...) sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu các mặt hàng rau.

Tuy có nhiều lợi thế để phát triển nhưng sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam chưa phát huy hết tiềm năng và còn bộc lộ nhiều hạn chế.

Khâu tổ chức sản xuất chưa thực sự đáp ứng được đầy đủ các yêu cầu về số lượng và chất lượng, đặc biệt là yêu cầu xuất khẩu, thiếu mô hình sản xuất theo chuỗi do quy mô nhỏ lẻ, manh mún, phân tán, khó khăn cho hoạch định đầu tư, quản lý chất lượng và tiêu thụ, còn nhiều doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm trong việc liên kết sản xuất. Rau xuất khẩu Việt Nam cũng đang phải đối diện với những thách thức không nhỏ như cạnh tranh thương mại giữa các nước sản xuất, rào cản kỹ thuật từ các nước nhập khẩu, đặc biệt là các yêu cầu về kiểm dịch, an toàn thực phẩm (Hiệp hội Rau quả Việt Nam, 2022).

Mục tiêu của nghiên cứu là hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển sản xuất rau xuất khẩu, từ đó đề xuất giải pháp để phát triển. Thông tin được sử dụng trong bài viết được thu thập từ sách, báo, tạp chí chuyên ngành, nghiên cứu khoa học trong nước và quốc tế đã được công bố liên quan đến chủ đề nghiên cứu. Thông qua việc nghiên cứu các tài liệu đã được công bố để làm rõ nội hàm của rau xuất khẩu và phát triển sản xuất rau xuất khẩu và

một số vấn đề thực tiễn trong phát triển sản xuất rau xuất khẩu. Các tài liệu này sau khi thu thập được tác giả phân tích bằng các phương pháp tổng hợp, hệ thống và phân tích thống kê và trích dẫn nguồn đầy đủ.

2. LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT RAU XUẤT KHẨU

2.1. Một số khái niệm cơ bản

“Xuất khẩu hàng hóa là việc hàng hoá được đưa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam hoặc đưa vào khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật” (Quốc hội, 2005). Như vậy, xuất khẩu là hoạt động mà doanh nghiệp bán sản phẩm của một quốc gia này sang quốc gia khác để thu ngoại tệ. Xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ được thực hiện bằng nhiều hình thức khác nhau như trực tiếp, gián tiếp, xuất khẩu tại chỗ, tái xuất khẩu và gia công xuất khẩu (Đỗ Đức Bình & Ngô Thị Tuyết Mai, 2019). Tương tự như vậy, nông sản cũng được xuất khẩu theo những cách thức này. Có thể hiểu xuất khẩu nông sản là một loại xuất khẩu hàng hóa, đó là việc bán hàng nông sản cho nước ngoài nhằm đạt được các lợi ích kinh tế, xã hội.

Rau (tiếng Anh: vegetable) là “tên gọi chung cho những bộ phận của thực vật được con người hay động vật dùng làm thực phẩm. Ý nghĩa này hiện vẫn được sử dụng phổ biến và áp dụng cho những thực vật có bộ phận ăn được như hoa, quả, thân, lá, rễ và hạt. Tuy nhiên, khái niệm này không được thống nhất giữa các nền văn hóa, quốc gia khác nhau. Nhìn chung, rau có thể không gồm quả, hoa và ngũ cốc, nhưng lại bao gồm các loại quả như cà chua và bí ngòi, hoa như súp lơ và hạt như đậu” (Sinha & cs., 2010; Vainio & Bianchino, 2003). Như vậy, có thể hiểu rau một loạt các loại cây được trồng với một mục đích dùng làm thực phẩm và được chia thành các loại rau chính là rau ăn lá (rau cải, rau muống, rau xà lách,...); rau ăn quả (cà chua, dưa leo, bí, đậu cô ve, đậu đũa,...); rau ăn củ (cà rốt, củ cải, khoai tây, hành, tỏi,...) (Trần Thị Ba & Võ Thị Bích Thủy, 2018). Sản xuất rau là hoạt động mà con người tác động đến các cây thuộc

hệ rau và sử dụng kết hợp các yếu tố đầu vào khác như đất, nước, không khí, nguồn vốn tài chính, sức lao động để tạo ra sản phẩm rau cung cấp cho người tiêu dùng (Trần Khắc Thi & Nguyễn Công Hoan, 2005).

Rau xuất khẩu là những loại rau được sản xuất ra với mục đích để xuất khẩu từ quốc gia này sang quốc gia khác bằng nhiều hình thức khác nhau. Tuy nhiên, để xuất khẩu được, sản phẩm rau sản xuất ra phải tuân thủ quy định kỹ thuật (tiêu chuẩn bắt buộc) do các tổ chức công xây dựng nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm, bảo vệ môi trường và sức khỏe người tiêu dùng. Các quy định này thường khác nhau, phụ thuộc vào loại sản phẩm, nước nhập khẩu và nước xuất khẩu. Một số quy định được xây dựng dựa trên tiêu chuẩn thực phẩm quốc tế, trong khi một số khác do mỗi quốc gia. Việc không tuân thủ các qui định này sẽ dẫn tới việc phải kiểm dịch hoặc bị nước nhập khẩu từ chối nhập khẩu (Đinh Cao Khuê, 2021).

Phát triển sản xuất là quá trình tập trung chuyển đổi đầu vào thành đầu ra nhằm tạo ra hàng hóa, dịch vụ phù hợp với mục đích sử dụng trong nền kinh tế thị trường. Phát triển sản xuất là một quá trình và nó diễn ra qua không gian lẫn thời gian. Bởi vậy, phát triển sản xuất được đo bởi “tỷ lệ của sản lượng đầu ra trong một khoảng thời gian” (Davis, 2018). Có ba khía cạnh của phát triển sản xuất: (i) Số lượng hàng hóa và dịch vụ được sản xuất ra; (ii) Chủng loại hàng hóa và dịch vụ được sản xuất ra; (iii) Sự phân bố về mặt không gian và thời gian của hàng hóa và dịch vụ được sản xuất ra (FAO, 2011; Nguyễn Anh Minh, 2018). Như vậy, phát triển sản xuất rau xuất khẩu là quá trình làm cho gia tăng về diện tích, sản lượng rau sản xuất và xuất khẩu, gia tăng về giá trị sản xuất rau để xuất khẩu; thay đổi cơ cấu các chủng loại rau xuất khẩu trong ngành sản xuất rau ở địa phương; phân bổ lại và tổ chức lại sản xuất rau xuất khẩu theo hướng phù hợp với điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội của địa phương, từ đó giúp cho người sản xuất rau nâng cao thu nhập và góp phần bảo vệ môi trường các khu vực sản xuất rau xuất khẩu.

2.2. Quy định, tiêu chuẩn và chứng nhận đối với rau xuất khẩu

- *Quy định về ghi nhãn mác hàng hóa:* Đối với mặt hàng xuất khẩu nói chung và sản xuất rau xuất khẩu nói riêng thì cần phải đảm bảo và tuân thủ quy định ghi nhãn mác theo yêu cầu xuất khẩu gồm các thông tin như: nước xuất xứ, tên sản phẩm, chủng loại và số lượng. Những yêu cầu liên quan đến chất lượng thương mại là chủng loại, màu sắc, thời hạn sử dụng, hư hỏng bên ngoài và hình dạng của sản phẩm (Đinh Văn Thành, 2010; VCCI, 2021).

- *Quy định về an toàn thực phẩm và tồn dư hóa chất:* Rau là thực phẩm tiêu dùng thiết yếu của người dân và được người dân tiêu dùng trực tiếp, do vậy yêu cầu về chất lượng an toàn thực phẩm và tồn dư hóa chất luôn được các quốc gia nhập khẩu quan tâm và kiểm soát chặt chẽ. Khi muốn xuất khẩu rau vào một thị trường nào đó, cần phải tìm hiểu quy định về tiêu chuẩn chất lượng, tồn dư hóa chất, tồn dư vi sinh vật gây hại, mức độ an toàn thực phẩm,... của các quốc gia đó (Đinh Cao Khuê, 2021). Các quy định này bao gồm định mức dư lượng tối đa cho phép với loại thuốc bảo vệ thực vật (thuốc trừ cỏ, thuốc trừ sâu, thuốc trừ bệnh); các quy định về truy xuất nguồn gốc sản phẩm,... (Ngô Thị Mỹ & Trần Nhuận Kiên, 2014).

- *Quy định về truy xuất nguồn gốc sản phẩm:* Đây là quy định gần như bắt buộc ở tất cả các quốc gia nhập khẩu bởi vì nó liên quan đến các vấn đề truy vết và xác định xem nguyên nhân xảy ra ở đâu, ở khâu nào khi có các vấn đề gây mất an toàn thực phẩm trong tiêu dùng sản phẩm rau. Để truy xuất nguồn gốc sản phẩm, các nhà sản xuất và xuất khẩu cần ghi chép khi thu hoạch và ghi mã trên bao bì là các phần trong hệ thống truy xuất nguồn gốc (Nguyễn Thị Thúy Hồng, 2014).

- *Quy định về kiểm dịch thực vật:* Quy định này nhằm bảo vệ và ngăn ngừa sự xâm nhập của vi sinh vật gây hại, sự lan truyền của bệnh định và sâu hại sang các quốc gia nhập khẩu. Bởi vì rau là loại thực phẩm được nhập tươi sống, chưa qua chế biến, hoặc mới sơ chế nên các quốc gia nhập khẩu thường có quy định khắt

khe khi nhập khẩu. Do vậy, khi xuất khẩu rau, các nhà xuất khẩu cần tuân thủ và thực hiện đúng quy định về kiểm dịch thực vật (Đình Cao Khuê, 2021).

- *Quy định về khai báo hải quan:* Để sản phẩm rau được nhập khẩu vào các quốc gia, nhà xuất khẩu phải điền đầy đủ thông tin cần thiết vào mẫu tờ khai xuất nhập khẩu và trả các khoản thuế, phí, lệ phí theo quy định của từng quốc gia. Sản phẩm có thể được khai báo hải quan tại nước xuất khẩu do các cơ quan chức năng và các cơ quan này có thể đảm bảo quy định đối với sản phẩm đã được tuân thủ đầy đủ. Việc không tuân thủ một số các quy định của nước nhập khẩu có thể là nguyên nhân từ sản phẩm bị từ chối nhập khẩu (Đình Cao Khuê, 2021; Võ Văn Quyền, 2012).

- *Quy định về chứng nhận trong sản xuất rau:* Quy định về chứng nhận trong sản xuất rau bao gồm chứng nhận VietGAP, GlobalGAP, HACCP, ISO, chứng nhận về lao động, bảo vệ môi trường,... các chứng nhận này thường do một đơn vị độc lập chứng nhận và xác nhận trong quá trình sản xuất, chế biến và xuất khẩu rau. Theo quy định của một số quốc gia, khi sản phẩm nông nghiệp nói chung hoặc sản phẩm rau nói riêng muốn xuất khẩu vào quốc gia họ thì đầu tiên phải có các giấy chứng nhận này, đây là điều kiện cần để các nhà xuất khẩu cần phải thực hiện và đáp ứng các yêu cầu (Nguyễn Thị Phong Lan, 2017).

3. TÌNH HÌNH SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ RAU TRÊN THẾ GIỚI

Hiện nay, quy mô thị trường rau quả tươi toàn cầu được định giá 632,54 tỷ USD vào năm 2021 và dự kiến sẽ mở rộng với tốc độ tăng trưởng khoảng 2,8%/năm từ năm 2022 đến năm 2028. Ngành công nghiệp thực phẩm đang phát triển trên toàn cầu cùng với chi tiêu của người tiêu dùng ngày càng tăng đối với các sản phẩm thực phẩm tươi sống đặc biệt là rau tươi. Cùng với đó, xu hướng người tiêu dùng ăn thuần chay trên toàn thế giới ngày càng tăng do đó nhu cầu về thực phẩm rau tươi cũng tăng theo. Hơn nữa, mối quan tâm về sức khỏe, an toàn thực phẩm

và nhận thức của người tiêu dùng về lợi ích của sản phẩm tươi và tốt cho sức khỏe của người dân ở các nước phát triển và đang phát triển là những yếu tố thúc đẩy chính của thị trường trong những năm qua và thời gian tới (Grand View Research, 2022).

Cùng với đó, tình trạng phong tỏa và các biện pháp hạn chế do các chính phủ ban bố trong đại dịch Covid-19 đã làm xáo trộn các kênh phân phối và tạm dừng hoặc hạn chế nguồn cung hàng hóa, trong đó có cả kênh phân phối rau trong 3 năm gần đây và tác động đáng kể đến hoạt động xuất nhập khẩu rau tươi trên toàn cầu (Panwar & cs., 2022). Thị trường toàn cầu bị ảnh hưởng đáng kể do việc đóng cửa các nhà hàng, khách sạn và quán bar trong đại dịch. Nhu cầu rau sạch ngày càng tăng sau đại dịch Covid-19 sẽ tạo cơ hội cho các doanh nghiệp tham gia thị trường. Đầu năm 2023, Trung Quốc đã thay đổi cách tiếp cận với dịch Covid-19 tạo ra cơ hội rất lớn cho thị trường rau thế giới trong những năm tới (IMF, 2023).

Ngoài ra, thu nhập khả dụng ngày càng tăng của người tiêu dùng và tăng trưởng kinh tế ở các quốc gia đang phát triển đang thúc đẩy nhu cầu thị trường. Hơn nữa, thị trường được thúc đẩy bởi xu hướng thực phẩm tiện lợi ở các khu vực phát triển, đây là một trong những động lực chính của thị trường. Ngoài ra, dân số ngày càng đông cùng với quá trình đô thị hóa ngày càng tăng trên toàn cầu đang thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường. Mặt hạn chế của việc ăn nhiều thịt là dẫn đến bệnh tim mạch và gây tắc nghẽn mạch máu trong cơ thể con người, do đó, tầm quan trọng và nhu cầu đối với rau sạch ngày càng tăng (FAO, 2022; Grand View Research, 2022).

Cùng với đó, thị trường rau tươi toàn cầu đang có cơ hội phát triển thuận lợi nhờ sự gia tăng của tầng lớp trung lưu với thu nhập khả dụng cao hơn, tốc độ đô thị hóa, thay đổi thói quen tiêu dùng và đặc biệt là trào lưu tăng cường thực vật tươi trong các bữa ăn cũng như xu hướng ăn chay (FAO, 2021). Xét về cả giá trị và khối lượng, phân khúc rau tươi được dự báo sẽ tăng trưởng với tốc độ trung bình nằm cao nhất trong giai đoạn từ năm 2018-2022 do nhu

cầu của thế giới đối với các sản phẩm tươi sống. Những xu hướng chính trên thị trường này trong năm 2019 gồm có: Sự đa dạng của các sản phẩm rau tươi được thương mại hóa; ưu thế của các sản phẩm có thương hiệu, nhãn hiệu và xuất xứ hàng hóa rõ ràng; tiến bộ khoa học - kỹ thuật, đặc biệt là công nghệ bảo quản để giữ rau tươi lâu trong khi vẫn đảm bảo an toàn thực phẩm; xu hướng mua bán rau tươi trên mạng... (FAO, 2020).

Đại dịch Covid-19 đã làm thay đổi thói quen tiêu dùng của người dân khi chuyển từ mua hàng trực tiếp sang việc mua hàng trên các kênh bán hàng trực tuyến. Tuy nhiên, việc tiêu dùng rau tươi theo kênh trực tiếp vẫn chiếm phần lớn với khoảng 80% và tiêu thụ rau qua các kênh trực tuyến (online) chiếm khoảng 20% thị trường rau toàn cầu năm 2021 (Grand View Research, 2022). Hơn nữa, việc dễ dàng tiếp cận và tìm kiếm các loại rau khác nhau thông qua các trang thương mại điện tử đã thúc đẩy tăng trưởng phân khúc này trong vài năm qua. Các kênh phân phối rau trực tiếp dự kiến sẽ vẫn chiếm ưu thế trong giai đoạn dự báo do mạng lưới kênh phân phối được cải thiện trên toàn cầu (Singh & cs., 2021). Tuy nhiên, kênh phân phối rau trực tuyến trong những năm tới vẫn sẽ phát triển nhanh do tỷ lệ người dân ở các nước đang phát triển sử dụng internet có tốc độ phát triển vượt bậc (Alam & Khatun, 2021). Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại điện tử xuất khẩu trên toàn cầu, từ đó tạo bước tiến để phát triển các kênh phân phối rau trực tuyến (Panwar & cs., 2022; Singh & cs., 2021).

Châu Á Thái Bình Dương đóng góp lớn nhất vào thị phần toàn cầu với tổng lượng rau tiêu thụ hơn 65% tổng lượng rau tiêu thụ toàn cầu vào năm 2021. Trung Quốc, Ấn Độ và Nhật Bản có lượng người tiêu dùng khổng lồ trong việc tiêu thụ rau tươi, điều này đã thúc đẩy nhu cầu trong khu vực. Ngoài ra, khu vực này là nơi sản xuất và tiêu thụ rau tươi lớn nhất thế giới đang thúc đẩy tăng trưởng thị trường. Thị trường châu Á dự kiến sẽ tiếp tục thống trị trong giai đoạn dự báo do mối quan tâm ngày càng tăng về sức khỏe, thu nhập khả dụng tăng và dân số ngày càng tăng với sức mua ngày càng tăng (Grand View Research, 2022; FAO, 2022; Statista, 2023).

Bắc Mỹ là thị trường phát triển nhanh nhất và dự kiến sẽ đạt tốc độ tăng bình quân khoảng 4,1%/năm từ năm 2022 đến năm 2028. Mức tiêu thụ các sản phẩm thực phẩm tươi sống ngày càng tăng ở Mỹ và Canada do chất lượng dinh dưỡng cao đang thúc đẩy thị trường tăng trưởng. Thói quen ăn uống của người dân thay đổi theo lối sống và thu nhập khả dụng tăng lên đang thúc đẩy nhu cầu về rau sạch tốt cho sức khỏe. Hơn nữa, nhận thức về sức khỏe của người tiêu dùng ngày càng cao cùng với sự sẵn có dễ dàng của rau tươi sẽ hỗ trợ tăng trưởng thị trường trong giai đoạn dự báo (Grand View Research, 2022; FAO, 2022).

Ngoài ra, rau chất lượng cao như rau GlobalGAP, rau hữu cơ đang dần trở thành mặt hàng hấp dẫn đối với người tiêu dùng toàn cầu nhờ mối quan tâm ngày càng lớn đến sức khỏe và bảo vệ môi trường. Phân khúc các loại rau này phát triển nhanh ở các nước phát triển như các quốc gia Châu Âu, Bắc Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia (Anna & Rachele, 2021). Theo ước tính của các công ty nghiên cứu thị trường lớn trên thế giới, tỷ trọng sản phẩm hữu cơ trong tổng sản lượng mua hàng đạt khoảng 2% ở Úc và 5% ở Hà Lan đến 9% ở Mỹ và 15% ở Thụy Điển (FAO, 2020, 2022).

Tiêu chuẩn về an toàn vệ sinh thực phẩm vẫn luôn đóng vai trò rất quan trọng tại các thị trường phát triển như EU, Mỹ, Nhật Bản,... Quy định về tiêu chuẩn an toàn thực phẩm đối với rau tươi tại các quốc gia phát triển luôn có yêu cầu nghiêm ngặt đối với thực phẩm và quy trình sản xuất thực phẩm. Việc tuân thủ chặt chẽ dư lượng tối đa thuốc bảo vệ thực vật và quy định về chống nhiễm khuẩn là rào cản kỹ thuật của các quốc gia nhập khẩu để bảo vệ sản xuất và người tiêu dùng trong nước. Bên cạnh đó, truy xuất nguồn gốc cũng đóng vai trò ngày càng quan trọng, hay các chứng nhận như GlobalGAP, BRC và IFS cũng cần được quan tâm (FAO, 2020; 2022).

Nhu cầu của thế giới về rau xanh hiện nay vẫn là rất lớn, đặc biệt là các thị trường phát triển như EU, Mỹ, Nhật Bản. Đây là cơ hội rất lớn cho ngành hàng sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam phát triển để kết nối với chuỗi cung

ứng rau toàn cầu nhằm đem lại hiệu quả cao cho ngành sản xuất rau của Việt Nam. Đặc biệt khi Việt Nam đã ký các hiệp định thương mại tự do như CPTPP, EVFTA. Với sự đa dạng về sản phẩm rau, Việt Nam có thể dễ dàng tiếp cận và xâm nhập vào thị trường quốc tế tạo ra đặc trưng cho các sản phẩm rau của Việt Nam (Hiệp hội Rau quả Việt Nam, 2022). Tuy nhiên, cũng đặt ra thách thức rất lớn cho ngành sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam khi ập phải sự cạnh tranh rất lớn từ các quốc gia khác như Trung Quốc, Thái Lan, hoặc các quốc gia Nam Mỹ như Braxin, Costa Rica, Chilê, Peru, Colombia, Ecuador (Đình Cao Khuê, 2021). Bên cạnh đó, các quy định kỹ thuật về sản xuất rau đảm bảo an toàn thực phẩm, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trên cây rau cũng là một thách thức đối với ngành sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam khi người nông dân chưa quen với việc sản xuất rau theo tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế để đáp ứng yêu cầu xuất khẩu. Sản phẩm rau của Việt Nam chưa vượt qua được hàng rào kỹ thuật của các thị trường phát triển như Mỹ, EU, Nhật Bản nên tuy có nhiều cơ hội nhưng kim ngạch

xuất khẩu rau của Việt Nam sang các thị trường này vẫn rất khiêm tốn. Hiện tại Việt Nam mới chỉ đứng thứ 59 trong tổng số các quốc gia cung cấp rau xanh cho các nước EU (EuroStat, 2023). Công nghệ bảo quản sau thu hoạch và hệ thống logistic của Việt Nam chưa thực sự phát triển cũng gây ra nhiều khó khăn cho ngành xuất khẩu rau tươi của Việt Nam xuất khẩu ra thế giới (Bộ NN&PTNT, 2021).

4. TÌNH HÌNH SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU RAU TƯƠI CỦA VIỆT NAM

Diện tích trồng rau của Việt Nam đã tăng lên nhanh chóng trong khoảng 5 năm trở lại đây. Tuy nhiên, ngành sản xuất rau mới chỉ nhắm đến phục vụ thị trường trong nước. Năm 2021, tổng diện tích sản xuất rau các loại của Việt Nam đạt hơn 1 triệu ha với diện tích trồng rau lớn nhất là vùng đồng bằng sông Cửu Long, tiếp đến là đồng bằng sông Hồng. Mỗi vùng có một thế mạnh riêng nên đã từng bước tạo được các sản phẩm rau chất lượng cao để phục vụ nhu cầu trong nước và xuất khẩu.

Bảng 1. Diện tích cây rau, đậu của Việt Nam phân theo vùng giai đoạn 2017-2021

Chỉ tiêu	Diện tích (nghìn hecta)					Tốc độ phát triển bình quân (%)
	2017	2018	2019	2020	2021	
Rau các loại	937,3	961,8	966,5	989,4	1032,1	102,4
Đồng bằng sông Hồng	191,5	194,8	183,8	188,4	198,9	101,0
Trung du miền núi phía Bắc	137,7	143,2	144,9	149,7	158,1	103,5
Bắc Trung bộ	100,0	104,9	107,5	108,1	110,2	102,5
Duyên hải miền Trung	70,6	70,4	72,0	73,6	73,9	101,1
Tây Nguyên	108,6	112,0	115,7	119,8	128,3	104,3
Đông Nam Bộ	60,9	60,9	62,4	64,5	69,6	103,4
Đồng bằng sông Cửu Long	268,0	275,6	280,2	285,3	293,1	102,3
Đậu các loại	149,5	143,5	137,2	145,4	156,8	101,2
Đồng bằng sông Hồng	6,8	6,2	6,0	6,4	6,9	100,4
Trung du miền núi phía Bắc	15,7	15,1	14,3	14,9	15,1	99,0
Bắc Trung bộ	19,2	15,5	14,5	17,1	17,7	98,0
Duyên hải miền Trung	33,2	29,4	26,5	29,5	35,9	102,0
Tây Nguyên	52,8	56,5	58,3	59,5	61,8	104,0
Đông Nam Bộ	13,2	13,2	10,8	11,2	11,6	96,8
Đồng bằng sông Cửu Long	8,6	7,6	6,8	6,8	7,8	97,6

Nguồn: Cục Trồng trọt, Bộ NN&PTNT (2022).

Bảng 2. Sản lượng rau, đậu của Việt Nam phân theo vùng giai đoạn 2017-2021

Chỉ tiêu	Sản lượng (nghìn tấn)					Tốc độ phát triển bình quân (%)
	2017	2018	2019	2020	2021	
Rau các loại	16.494,0	17.093,0	17.615,0	18.342,8	19.043,2	103,7
Đồng bằng sông Hồng	4.071,2	4.104,8	4.020,4	4.133,8	4.287,9	101,3
Trung du miền núi phía Bắc	1.789,2	1.883,0	1.925,8	1.954,2	1.987,4	102,7
Bắc Trung bộ	1.168,5	1.243,7	1.320,5	1.349,1	1.402,1	104,7
Duyên hải miền Trung	1.123,9	1.153,9	1.209,1	1.234,8	1.293,2	103,6
Tây Nguyên	2.660,0	2.800,7	2.968,1	3.384,4	3.684,4	108,5
Đông Nam Bộ	1.074,6	1.101,9	1.145,6	1.168,3	1.193,1	102,6
Đồng bằng sông Cửu Long	4.606,1	4.805,1	5.025,9	5.118,2	5.195,1	103,1
Đậu các loại	162,0	179,0	162,0	173,5	191,4	104,3
Đồng bằng sông Hồng	10,5	10,3	10,3	10,7	10,8	100,7
Trung du miền núi phía Bắc	16,2	15,6	14,8	17,3	18,9	103,9
Bắc Trung bộ	15,8	12,8	13,6	15,9	18,3	103,7
Duyên hải miền Trung	37,8	37,6	37,7	32,5	33,1	96,7
Tây Nguyên	51,1	53,8	57,4	61,8	69,5	108,0
Đông Nam Bộ	16,7	35,8	13,8	19,7	24,3	109,8
Đồng bằng sông Cửu Long	14,2	12,7	14,3	15,6	16,5	103,8

Nguồn: Cục Trồng trọt, Bộ NN&PTNT (2022).

Theo số liệu của Cục Trồng trọt, sản lượng rau của Việt Nam sản xuất ra trong giai đoạn 2017-2021 có tốc độ tăng bình quân khoảng 3,7%/năm (cao hơn khá nhiều so với tốc độ tăng diện tích sản xuất rau). Điều này cho thấy trong giai đoạn này, năng suất sản xuất rau của Việt Nam đã tăng khá nhanh và đạt khoảng 19 triệu tấn vào năm 2021.

Hiện nay, việc xuất khẩu rau tươi đang dần bị hạn chế vì các quốc gia áp đặt yêu cầu về xuất khẩu chính ngạch và an toàn thực phẩm nên các doanh nghiệp của Việt Nam cũng đang dần nhập khẩu công nghệ, máy móc, dây chuyền sản xuất hiện đại để thực hiện sơ chế, chế biến rau phục vụ xuất khẩu. Theo Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản, cả nước có khoảng 131 cơ sở chế biến rau với quy mô công nghiệp với công suất là hơn 800 nghìn tấn sản phẩm/năm (riêng miền Nam có 71 cơ sở), cùng với đó là hàng ngàn cơ sở chế biến quy mô nhỏ. Điều này đã tạo tiền đề cho ngành hàng rau xuất khẩu của Việt Nam xâm nhập được vào các thị trường khó tính như Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc,...

Bên cạnh những kết quả đạt được thì ngành hàng rau xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn một số tồn tại, hạn chế như: sản xuất nhỏ lẻ, manh mún; diện tích rau sản xuất theo các quy trình, tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế chưa nhiều nên rất khó vượt qua được hàng rào kỹ thuật về nông sản của các nước phát triển như Mỹ, EU, Nhật Bản. Đối với các tiêu chuẩn như ghi nhãn sản phẩm, khai báo hải quan thì các cơ sở xuất khẩu rau của Việt Nam dễ dàng vượt qua được yêu cầu của các quốc gia nhập khẩu nhưng đối với các tiêu chuẩn, quy định về an toàn thực phẩm và tồn dư hóa chất; truy xuất nguồn gốc, kiểm dịch thực vật và chứng nhận trong sản xuất rau thì ngành hàng rau xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn gặp nhiều khó khăn. Để xuất khẩu rau được vào các nước EU hoặc Mỹ thì rau của Việt Nam phải tuân thủ các quy trình kỹ thuật được EU công nhận như quy trình sản xuất GlobalGAP (VCCI, 2021). Tuy nhiên diện tích rau cả nước được cấp những nhận GlobalGAP; diện tích sản xuất rau được cấp mã số vùng trồng để có thể truy xuất nguồn gốc chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong tổng diện tích sản xuất rau của

Việt Nam. Đến cuối năm 2021, cả nước đã có 3.646 mã số vùng trồng được cấp với diện tích 197 nghìn ha tại 50/63 tỉnh, thành phố đảm bảo chất lượng và diện tích rau sản xuất được cấp chứng nhận GlobalGAP của Việt Nam mới chỉ khoảng 125 nghìn hecta để đáp ứng nhu cầu xuất khẩu sang các thị trường quốc tế (Bộ NN&PTNT, 2021). Đối với thị trường Nhật Bản, các doanh nghiệp của Nhật Bản sẽ sang Việt Nam để kiểm soát quy trình sản xuất, họ trực tiếp tham gia kiểm tra việc sản xuất, sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật của người nông dân; kiểm tra các cơ sở sơ chế, bảo quản và xuất khẩu rau của Việt Nam. Doanh nghiệp Nhật Bản tự lấy mẫu về để kiểm tra tồn dư hóa chất, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật đối với các sản phẩm rau, các quy trình này thường kéo dài 3-5 năm và sau đó họ vẫn kiểm soát rất chặt chẽ các quy trình sản xuất và xuất khẩu này. Phía Nhật Bản cũng chỉ cấp phép nhập khẩu một số loại rau của Việt Nam cũng gây ra một số khó khăn cho ngành hàng sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam (Đình Cao Khuê, 2021).

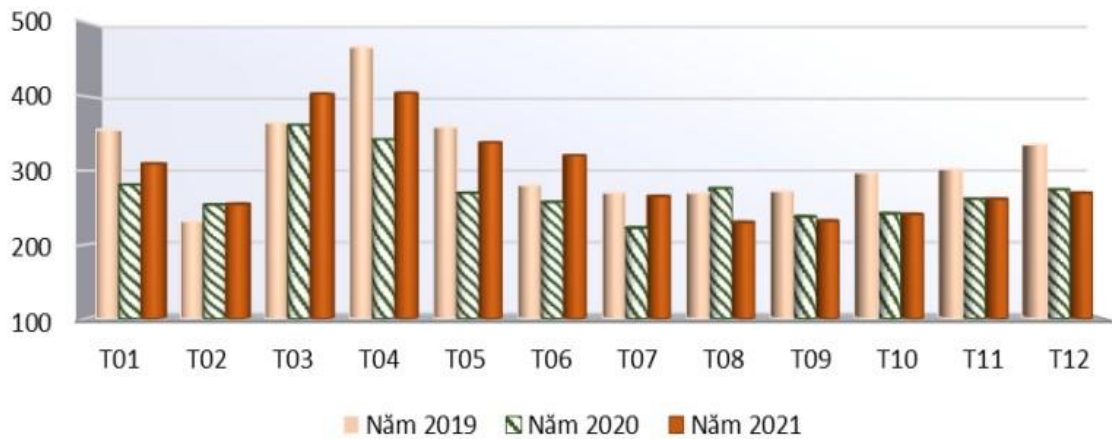
Thị trường xuất khẩu rau chính của Việt Nam vẫn là Trung Quốc. Tuy nhiên, thời gian tới Trung Quốc đang dần siết chặt quy định về nhập khẩu các loại nông sản, đặc biệt với các yêu cầu nhập khẩu rau chính ngạch nên sẽ có yêu cầu khắt khe về chất lượng, mẫu mã sản phẩm đối với các loại rau xuất khẩu của Việt Nam. Do vậy, ngành sản xuất rau của Việt Nam cần phải tổ chức lại sản xuất để đảm bảo nguồn hàng có chất lượng, giá trị gia tăng cao, tăng giám sát từ khâu sản xuất để truy xuất nguồn gốc, vệ sinh an toàn thực phẩm, nhằm tham gia sâu hơn vào các chuỗi cung ứng rau toàn cầu.

Theo ước tính, kim ngạch xuất khẩu hàng rau tươi của Việt Nam trong năm 2021 đạt khoảng 1,1 tỷ USD, tăng 8,9% so với năm 2020, trong đó xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 0,5 tỷ USD, tăng khoảng 2,9%; xuất khẩu rau tươi sang EU năm 2021 đạt khoảng 195 triệu USD, tăng khoảng 8% so với năm 2020 (Tổng cục Hải quan, 2021). Mặc dù chịu ảnh hưởng của làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 trong quý III/2021, nhưng tốc độ tăng trưởng xuất khẩu rau ở mức cao trong nửa đầu năm 2021 đã góp phần thúc

đẩy ngành hàng rau tăng trưởng khá trong năm 2021. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp đã năng động, chuyển dịch cơ cấu sản phẩm xuất khẩu theo xu hướng thị trường, góp phần thúc đẩy ngành rau vượt qua khó khăn, đạt được kết quả tích cực trong năm 2021. Nhờ kiểm soát tốt dịch bệnh và thay đổi phương châm chống dịch Covid-19 nên giá trị xuất khẩu rau của Việt Nam được cải thiện.

Do Trung Quốc vẫn duy trì chiến lược “zero Covid” nên xuất khẩu rau của Việt Nam sang thị trường này gặp nhiều khó khăn do bị ùn tắc tại các cửa khẩu biên giới. Cùng với đó, từ ngày 1/1/2022, việc xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc phải thực hiện theo Lệnh 248 về “Quy định Quản lý đăng ký doanh nghiệp sản xuất thực phẩm nước ngoài nhập khẩu” và Lệnh số 249 ban hành “Biện pháp quản lý an toàn thực phẩm xuất nhập khẩu” của Tổng cục Hải quan Trung Quốc (Hiệp hội Rau quả Việt Nam, 2022).

Tuy EU là thị trường nhập khẩu rau tươi đứng thứ 3 của Việt Nam (Tổng cục Hải quan, 2021); nhưng chỉ đứng thứ 59 trong số các quốc gia xuất khẩu rau ở EU (EuroStat, 2023). Hiện nay các rào cản kỹ thuật của EU đối với ngành hàng rau tươi rất khắt khe với các quy định về tiêu chuẩn và kỹ thuật sản xuất như quy trình sản xuất GlobalGAP; tiêu chuẩn về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và tạp chất (MRL) tại quy định EC số 396/20051 với nội dung tất cả sản phẩm thực phẩm nhập khẩu sẽ bị trục xuất khỏi thị trường EU nếu chúng có chứa thuốc bảo vệ thực vật bất hợp pháp hoặc lượng thuốc bảo vệ thực vật tồn dư cao hơn so với giới hạn mà quy định đặt ra. Hệ thống quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật của EU còn phức tạp vì được cập nhật thường xuyên gây khó khăn cho người sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam. Cùng với đó là các quy định khác về kiểm dịch thực vật, đánh giá sự phù hợp; quy định về ghi nhãn hàng hóa; tiêu chuẩn về tiếp thị sản phẩm cũng là một trong số rất nhiều các hàng rào kỹ thuật mà EU đặt ra đối với việc nhập khẩu mặt hàng thực phẩm nói chung và rau tươi nói riêng đã gây ra nhiều thách thức cho ngành hàng sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam (VCCI, 2021).



Nguồn: Tổng cục Hải quan (2021).

Hình 1. Xuất khẩu hàng rau của Việt Nam qua các tháng giai đoạn 2019-2021 (Triệu USD)

Đối với thị trường Mỹ cũng có các hàng rào kỹ thuật khắt khe với mặt hàng rau tươi như: xử lý chiếu xạ, kiểm tra về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và thuốc kích thích sinh trưởng của cơ quan kiểm dịch Mỹ; Mỹ cũng ban hành đạo luật quy định chặt chẽ việc kiểm soát dư lượng hóa chất bảo vệ thực vật; các nước xuất khẩu phải xây dựng mức dư lượng tối đa cho phép đối với các hóa chất và bảo vệ thực vật, sau đó gửi hồ sơ kỹ thuật cho phía Mỹ xem xét chấp nhận, cùng với đó phía Mỹ không chỉ dừng lại ở kiểm tra hàng hóa tại cửa khẩu, mà còn tiến tới kiểm tra sản phẩm tận nơi xuất xứ, tức là kiểm soát cả quy trình trong toàn bộ chuỗi cung ứng rau nhập khẩu (Lê Tiến Đạt & Nguyễn Nguyệt Nga, 2020).

Tháng 10/2022, Hàn Quốc có lệnh cấm nhập khẩu các sản phẩm cây lấy củ (phía Hàn Quốc phát hiện tuyến trùng *Radopholus similis* trong mặt hàng củ chuối (thân thật của chuối) xuất sang Hàn Quốc) do đó đã ảnh hưởng rất nhiều đến xuất khẩu cà rốt của Việt Nam sang Hàn Quốc suốt mấy tháng cuối năm 2022 (Bộ NN&PTNT, 2022).

Để tiếp cận và khai thác tốt các thị trường có nhiều tiềm năng như EU, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc,... doanh nghiệp xuất khẩu rau của Việt Nam cần nghiên cứu hàng rào kỹ thuật và quy định của các thị trường mục tiêu, đồng thời mở rộng và phát triển vùng nguyên liệu để có thể đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng của các thị

trường này. Điều này sẽ tác động rất lớn đến việc phát triển sản xuất rau xuất khẩu của các hộ dân, họ cần phải thay đổi theo để có thể sản xuất ra nguyên liệu đảm bảo chất lượng theo tiêu chuẩn nhập khẩu của các quốc gia.

Trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động và đang trên đà phục hồi sau khi dịch bệnh Covid-19 được kiểm soát, cùng với việc Việt Nam tham gia vào các hiệp định thương mại tự do (CPTPP, EVFTA,...) với nhiều quốc gia đã mở ra cơ hội cho ngành sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam.

Tuy nhiên, biến động của nền kinh tế thế giới cũng tạo ra thách thức đối với ngành sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam như:

- Cạnh tranh giữa mặt hàng rau tươi từ các nước đang phát triển ngày càng lớn: nhiều sản phẩm rau chủ lực của Việt Nam gặp phải cạnh tranh rất lớn từ các thị trường khác, điển hình như cà rốt, bắp cải xuất khẩu của Việt Nam không thể cạnh tranh được với cà rốt của Trung Quốc, Ấn Độ, Uzbekistan,... về kích thước, mẫu mã, độ đồng đều và giá cả xuất khẩu; Hoặc đối với các loại rau như cà tím, khoai tây, bí ngô, đậu bắp, rau chân vịt,... cũng gặp phải sự cạnh tranh rất lớn từ các quốc gia như Trung Quốc, Ấn Độ, Ai Cập (FAO, 2022).

- Việc tổ chức sản xuất rau xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn nhiều manh mún, khó kiểm soát và chưa theo các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc

tế nên rất khó xuất khẩu vào các nước phát triển. Đa phần sản xuất rau của Việt Nam tập trung ở quy mô hộ gia đình, sản xuất rau tự phát nên chưa thực hiện theo các quy trình kỹ thuật (tỷ lệ diện tích rau được chứng nhận GlobalGAP chỉ chiếm khoảng 12% và diện tích rau được cấp mã số vùng trồng chỉ chiếm khoảng 19% tổng diện tích sản xuất rau của cả nước (Bộ NN&PTNT, 2022).

- Chất lượng sản phẩm không đồng đều, thiếu liên kết với doanh nghiệp xuất khẩu, sản xuất manh mún, rải rác, số lượng ít, gây khó khăn cho quá trình thu mua, sơ chế, chế biến để xuất khẩu. Chi phí logistics cho xuất khẩu rau của Việt Nam chiếm khoảng 20-25% giá thành sản phẩm, trong khi các nước khác trong khu vực chỉ vào khoảng 10-15% (Đình Cao Khuê, 2021; Ngô Thị Mỹ, 2016).

- Khó khăn hạn chế về vốn, công nghệ sản xuất và năng lực quản lý của doanh nghiệp xuất khẩu cũng là nguyên nhân khiến vẫn còn những lô hàng không đạt tiêu chuẩn, bị trả lại. Nghiên cứu của Đình Cao Khuê (2021) và Nguyễn Thị Phong Lan (2017) cũng chỉ ra các doanh nghiệp xuất khẩu rau của Việt Nam đều yếu về nguồn vốn đầu tư, năng lực quản lý, thiết bị máy móc, công nghệ sản xuất của doanh nghiệp khi xuất khẩu rau.

- Biến đổi khí hậu ảnh hưởng lớn đến quá trình sản xuất rau của Việt Nam vì đa phần rau được sản xuất trực tiếp ngoài đồng ruộng. Hiện tượng mưa đá, lũ ống, lũ quét ở các tỉnh miền núi phía Bắc có thể ảnh hưởng đến 10-20% sản lượng rau của toàn vùng; hiện tượng xâm nhập mặn, nước biển dâng ảnh hưởng tới 10-15% sản lượng rau thu hoạch ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Ngoài ra, các hiện tượng như hạn hán, lũ lụt, mưa nhiều cũng ảnh hưởng rất lớn đến năng suất, sản lượng, chất lượng và mẫu mã sản phẩm rau của người dân... (Hiệp hội Rau quả Việt Nam, 2021; Bộ NN&PTNT, 2022).

5. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT RAU XUẤT KHẨU

(1) *Chú trọng sản xuất rau tươi chất lượng cao nhằm đáp ứng nhu cầu và thị hiếu ngày*

càng cao của người tiêu dùng: Thực trạng sản xuất rau tươi ở các nước trên thế giới đều cho thấy sản lượng rau tươi thương mại tăng đều qua các năm, đặc biệt là các nước châu Á. Sự ưa chuộng của rau tươi như ngon, giàu vitamin A, Vitamin C, muối khoáng và chất xơ giúp cho con người dễ tiêu hóa. Vì vậy, rau tươi không thể thiếu được trong mỗi bữa ăn của mọi gia đình nên xu hướng phát triển sản xuất rau tươi là rất cần thiết. Mỗi quốc gia, địa phương cần có chính sách khuyến khích phát triển sản xuất rau bền vững. Các chính sách quan trọng có liên quan bao gồm chính sách đất đai, chính sách vốn, khuyến nông và tiêu thụ sản phẩm.

(2) *Tổ chức liên kết sản xuất theo tiêu chuẩn GAP, hữu cơ:* Để có thể vượt qua rào cản kỹ thuật của các quốc gia thì cần tổ chức sản xuất rau theo hướng tập trung, áp dụng tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế như VietGAP, Global GAP, PGS, USDA Organic, để có thể truy xuất nguồn gốc và tạo ra sản phẩm đảm bảo chất lượng có thể xuất khẩu vào các nước phát triển như Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc,... đồng thời nâng cao chất lượng sản phẩm, hạ giá thành rau xuất khẩu để có thể cạnh tranh được với các quốc gia khác.

(3) Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu rau, trong đó chú trọng châu Âu là thị trường ổn định và có tiềm năng: Hiện nay, hiệu lực thương mại tự do thế hệ mới (EVFTA) của Việt Nam với các nước EU đã có hiệu lực, nhiều mặt hàng của Việt Nam xuất khẩu vào EU đã hưởng mức thuế ưu đãi mang đến nhiều cơ hội cho các mặt hàng rau. Do vậy, doanh nghiệp và các nhà hoạch định chính sách cần có chiến lược để phát triển sản xuất rau xuất khẩu vào thị trường này để tận dụng các ưu đãi từ hiệp định EVFTA mang lại.

6. KẾT LUẬN

Phát triển sản xuất rau xuất khẩu đóng vai trò quan trọng đối với sản xuất nông nghiệp nói chung và sản xuất rau nói riêng của Việt Nam. Nhu cầu của thế giới về rau tươi là rất lớn, đặc biệt là các thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc,... nhưng rào cản về kỹ thuật cũng đang là thách thức lớn cho xuất khẩu rau của Việt Nam. Trong những năm gần đây, sản

xuất rau tươi của Việt Nam đã phát triển khá nhanh cả về diện tích và sản lượng. Tuy nhiên, quy mô vẫn còn nhỏ lẻ, manh mún. Diện tích rau và sản lượng rau xuất khẩu chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong tổng diện tích sản xuất và sản lượng rau của Việt Nam. Ngành hàng rau xuất khẩu của Việt Nam gặp phải sự cạnh tranh rất lớn từ các quốc gia khác. Để phát triển sản xuất rau phục vụ xuất khẩu cần tập trung vào định hướng: (i) Chú trọng sản xuất rau tươi, rau chế biến nhằm đáp ứng nhu cầu và thị hiếu ngày càng cao của người tiêu dùng; (ii) Tổ chức liên kết sản xuất theo tiêu chuẩn GAP, hữu cơ và các tiêu chuẩn, quy trình sản xuất được quốc tế công nhận; (iii) Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu rau, trong đó chú trọng châu Âu là thị trường ổn định và có tiềm năng. Ngoài ra, cũng cần có các nghiên cứu chuyên sâu về từng mặt hàng rau xuất khẩu vào các thị trường khác nhau để có các chính sách và giải pháp phát triển cụ thể.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Alam G.M. & Khatun M.N. (2021). Impact of Covid-19 on vegetable supply chain and food security: Empirical evidence from Bangladesh. *Plos one*. 16(3): e0248120.
- Anna C. & Rachele R. (2021). 2021 International Year of Fruits and Vegetables. European Parliamentary Research Service.
- Bộ NN&PTNT (2021). Báo cáo tình hình sản xuất và xuất khẩu rau của Việt Nam. Nhà xuất bản Nông nghiệp, Hà Nội.
- Bộ NN&PTNT (2022). Báo cáo tình hình sản xuất và xuất khẩu rau của Việt Nam. Nhà xuất bản Nông nghiệp, Hà Nội.
- Cục Trồng trọt (2022). Số liệu sản xuất rau của Việt Nam năm 2021. Nhà xuất bản Nông nghiệp, Hà Nội.
- Đình Cao Khuê (2021). Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản. Luận án Tiến sĩ, Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Hà Nội.
- Đình Văn Thành (2010). Phát triển chuỗi cung ứng hàng nông sản xuất khẩu chủ lực, Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu. Nhà xuất bản Công thương, Hà Nội.
- Đỗ Đức Bình & Ngô Thị Tuyết Mai (2019). Kinh tế Quốc tế. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- EuroStat (2023). Key figures on the European food chain. ISBN 978-92-76-41514-5. doi: 10.2785/180958. Luxembourg.
- FAO (2020). World Food and Agriculture - Statistical Yearbook. ISBN: 978-92-5-133394-5. Rome. Italia.
- FAO (2021). Statistical yearbook world food and agriculture. ISBN 978-92-5-134332-6. Rome, Italia.
- FAO (2022). Statistical yearbook world food and agriculture. ISBN 978-92-5-136930-2. Rome, Italia.
- Grand View Research (2022). GVR Report cover Fresh Vegetables Market Size, Share & Trends Report Fresh Vegetables Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Tomato, Onion, Cabbage, Cucumber, Eggplant, Beans, Carrot), By Distribution Channel (Offline, Online), By Region, And Segment Forecasts, 2022-2028. ID: GVR-4-68039-926-3. Retrieved from <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/fresh-vegetables-market-report> on 20/05/2023
- Hiệp hội Rau quả Việt Nam (2021). Báo cáo tiềm năng và lợi thế phát triển rau quả Việt Nam xuất khẩu. Truy cập từ <http://vinafruit.net/tiem-nang-va-loi-the-cua-rau-qua-Vietnam> ngày 23/10/2022.
- Hiệp hội Rau quả Việt Nam (2022). Tình hình sản xuất và xuất khẩu rau quả của Việt Nam. Truy cập từ <http://vinafruit.net/tinh-hinh-san-xuat-xuat-khau-rau-qua-Vietnam> ngày 04/02/2023.
- IMF (2023). World economic outlook update January Retrieved from <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2023/01/31/world-economic-outlook-update-january-2023> on March 20, 2023.
- Lê Tiến Đạt & Nguyễn Nguyệt Nga (2020). Một số rào cản kỹ thuật chủ yếu đối với doanh nghiệp Việt Nam trong xuất khẩu nông sản. Truy cập từ <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/mot-so-rao-can-ky-thuat-chu-yeu-doi-voi-doanh-nghiep-viet-nam-trong-xuat-khau-nong-san-72776.htm> ngày 15/04/2023.
- Ngô Thị Mỹ & Trần Nhuận Kiên (2014). Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. *Tạp chí Quản lý kinh tế*. 61: 63-69.
- Ngô Thị Mỹ (2016). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam. Luận án Tiến sĩ Nông nghiệp, Trường Đại học Thái Nguyên.
- Nguyễn Anh Minh (2018). Phát triển sản xuất rau theo hướng thực hành nông nghiệp tốt tại tỉnh Hòa Bình. Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Hà Nội.

- Nguyễn Thị Phong Lan (2017). Quản lý Nhà nước đối với xuất khẩu nông sản ở Việt Nam trong hội nhập quốc tế. Luận án Tiến sĩ Quản lý Kinh tế, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
- Nguyễn Thị Thúy Hồng (2014). Chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường EU trong điều kiện tham gia vào WTO. Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- Panwar R., Pinkse J. & De Marchi V. (2022). The future of global supply chains in a post-COVID-19 world. *California Management Review*. 64(2): 5-23.
- Quốc hội (2005). Luật Thương mại số 36/2005/QH11 ngày 14/06/2005 của Quốc hội. Hà Nội.
- Singh S., Kumar R., Panchal R., & Tiwari M.K. (2021). Impact of Covid-19 on logistics systems and disruptions in food supply chain. *International journal of production research*. 59(7): 1993-2008.
- Sinha N.K., Hui Y.H., Evranuz E.Ö., Siddiq M. & Ahmed J. (2010). Handbook of vegetables and vegetable processing. John Wiley & Sons.
- Statista (2023). Vegetables - statistics & facts. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/1611/vegetables/#topicOverview> ngày on Apr 20, 2023.
- Tổng cục Hải quan (2021). Số liệu xuất khẩu rau quả của Việt Nam năm 2021. Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
- Trần Khắc Thi & Nguyễn Công Hoan (2005). Kỹ thuật trồng rau sạch - rau an toàn và chế biến rau xuất khẩu. Nhà xuất bản Thanh Hoá.
- Trần Thị Ba & Võ Thị Bích Thủy (2018). Giáo trình cây rau. Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.
- Vainio H. & Bianchino F. (Eds.). (2003). Fruit and vegetables (No. 8). IARC, Lyon, France.
- VCCI (2021). Quy định tiêu chuẩn xuất khẩu nông sản sang EU. Truy cập từ <https://trungtamwto.vn/chuyen-de/17731-quy-dinh-tieu-chuan-nong-san-xuat-khau-sang-eu> ngày 01/06/2021.
- Viện Dinh dưỡng Quốc gia (2017). Vai trò quan trọng của rau tươi trong dinh dưỡng. Truy cập từ <http://viendinhduong.vn/vi/tin-tuc---su-kien-noi-bat/vai-tro-quan-trong-cua-rau-tuoi-trong-dinh-duong.html#:~:text=Trong%20%C4%83n%20%E1%BB%91ng%20h%C3%A0ng%20-ng%C3%A0y,pectin%20v%C3%A0%20axit%20h%E1%BB%AFu%20c%C6%A1> ngày 20/10/2022.
- Võ Văn Quyền (2012). Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị trường tiêu thụ nông sản Việt Nam. Hội nghị Cánh đồng vàng của Tạp chí Kinh tế và Dự báo, Viện Nghiên cứu Chiến lược và Phát triển, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, ngày 18/07/2012, Hà Nội.