

TIỀM NĂNG THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN CHÂU PHI VÀ THỰC TRẠNG THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN CHÂU PHI CỦA VIỆT NAM

Hồ Diệu Huyền

(Viện Nghiên cứu Nam Á, Tây Á và Châu Phi, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam)

TÓM TẮT

Tại châu Phi, nông nghiệp là ngành kinh tế chủ lực, với hơn 70% dân số sinh sống chủ yếu nhờ vào hoạt động nông nghiệp. Nông nghiệp cũng là động lực thúc đẩy nền kinh tế của nhiều nước châu Phi. Với tiềm lực đất đai, con người và tài nguyên thiên nhiên của mình, châu Phi có thể sản xuất nhiều ngũ cốc gấp 2 - 3 lần so với hiện tại, tức là sẽ tăng thêm 20% ngũ cốc vào sản lượng 2,6 tỷ tấn hiện nay trên toàn thế giới. Bài viết nghiên cứu, phân tích về tiềm năng và triển vọng của thị trường nông sản châu Phi cũng như thực trạng thâm nhập thị trường nông sản châu Phi của Việt Nam nhằm cung cấp cho độc giả bức tranh tổng quát về vấn đề này.

Từ khóa: Châu Phi, nông nghiệp, nông sản, thị trường nông sản.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo quy định tại Khoản 7, Điều 3, Nghị định 57/2018/NĐ-CP về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn thì khái niệm nông sản được quy định cụ thể như sau: Nông sản là sản phẩm của các ngành nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản, diêm nghiệp. Đây là những sản phẩm hoặc bán thành phẩm của ngành sản xuất hàng hóa thông qua gây trồng và phát triển của cây trồng. Sản phẩm nông nghiệp bao gồm nhiều nhóm hàng thực phẩm, tơ sợi, nhiên liệu, nguyên vật liệu, dược phẩm và ma túy bất hợp pháp (thuốc lá, cần sa), các sản phẩm độc đáo đặc thù. Ngày nay, nông sản còn hàm nghĩa những sản phẩm từ hoạt động làm vườn và thực tế nông sản thường được hiểu là những sản phẩm hàng hóa được làm ra từ tư liệu sản xuất là đất.

Tại châu Phi, nông nghiệp là ngành kinh tế chủ lực, với hơn 70% dân số sinh sống chủ yếu nhờ vào hoạt động này. Nông nghiệp cũng là động lực thúc đẩy nền kinh tế của nhiều nước châu Phi. Xuất khẩu nông sản của châu Phi phát triển mạnh mẽ và có sự tăng trưởng nhanh từ năm 2003 đến năm 2018 với việc đa dạng hóa thị trường, tăng xuất khẩu sang các nước như Braxin, Nga, Ấn Độ, Trung Quốc và những nước châu Á khác trong đó có Saudi Arabia, Việt Nam, Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất, Thổ Nhĩ Kỳ, Malaysia và Pakistan (Bộ Công thương Việt Nam, 2020).

Với tiềm lực đất đai, con người và tài nguyên thiên nhiên của mình, châu Phi có thể sản xuất nhiều ngũ cốc gấp 2 - 3 lần so với hiện tại, tức là

sẽ tăng thêm 20% ngũ cốc vào sản lượng 2,6 tỷ tấn hiện nay trên toàn thế giới. Tuy nhiên, tiềm năng nông nghiệp của châu Phi vẫn chưa được khai thác đầy đủ. Cùng với đó, với điều kiện tự nhiên và thời tiết không thuận lợi, hiện tượng sa mạc hóa cùng thời tiết khô hạn kéo dài, đặc biệt là phương thức canh tác, sử dụng và quản lý tài nguyên không hợp lý khiến khu vực này luôn ở trong tình trạng đói nghèo, kém phát triển.

2. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Nội dung nghiên cứu

Bài viết nghiên cứu, phân tích về tiềm năng và triển vọng của thị trường nông sản châu Phi cũng như thực trạng thâm nhập thị trường nông sản châu Phi của Việt Nam nhằm cung cấp cho độc giả bức tranh tổng quát về vấn đề này.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Trong bài viết này, tác giả sử dụng phương pháp phân tích tài liệu thứ cấp, với nguồn tài liệu đa dạng, phong phú có hàm lượng khoa học cả trong nước và quốc tế. Ngoài ra, nghiên cứu cũng dựa trên cơ sở dữ liệu, số liệu từ các cơ quan, ban, ngành của Việt Nam và tổ chức quốc tế có uy tín như World bank, Bộ công thương Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam... Việc sử dụng bộ công cụ này góp phần giúp tác giả đưa ra những phân tích, đánh giá về thực trạng hoạt động nông nghiệp tại châu Phi, tiềm năng của thị trường nông sản ở châu lục này, cũng như thực tế thâm nhập thị trường của Việt Nam.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng hoạt động nông nghiệp tại châu Phi và tiềm năng của thị trường nông sản châu Phi

3.1.1. Nguyên liệu đầu vào trong ngành nông nghiệp châu Phi - Tiềm năng và thách thức

Châu Phi có một lượng lớn đất nông nghiệp, ước tính khoảng 480 triệu ha đến 840 triệu ha chưa được khai thác. Trong khi châu Phi tiếp tục là thị trường tiềm năng cho những giao dịch đất nông nghiệp lớn, với hơn 420 thương vụ bao gồm 10 triệu ha đã được hoàn thành từ năm 2000 đến năm 2016. Những con số này cho thấy việc mở rộng đất đai sẽ không phải là một yếu tố chính trong việc tăng sản lượng nông nghiệp tại khu vực này (Lutz Goedde et al, 2019).

Tuy nhiên, phần lớn diện tích đất tại châu lục này nằm ở những khu vực khó tiếp cận, đang có xung đột, dưới rừng che phủ hoặc một phần của khu bảo tồn. Trên thực tế, nhìn vào các khía cạnh như khả năng tiếp cận thị trường, mật độ dân số và điều kiện nông nghiệp cho thấy: chỉ có khoảng 20 triệu ha đến 30 triệu ha đất nông nghiệp ở châu Phi có thể canh tác được. Cùng với đó, xu hướng toàn cầu hóa, đô thị hóa dẫn đến việc hợp nhất, chuyển đổi mục đích sử dụng của đất nông nghiệp. Việc di cư từ làng quê lên thành phố trở nên phổ biến, dẫn đến hoang hóa diện tích lớn đất đai, nhưng lại tạo điều kiện thuận lợi để người dân canh tác trên quy mô lớn hay cơ giới hóa hơn.

Mặt khác, hầu hết đất đai vẫn do nông dân sản xuất nhỏ với quy mô dưới 5 ha nắm giữ. Tuy nhiên, nếu những nông dân này muốn tăng năng suất thì điều kiện kinh tế ở nhiều vùng phải được cải thiện đáng kể. Một ví dụ nổi bật về điều này là lợi tức đầu tư (ROI) cho nông dân sản xuất nhỏ để sử dụng các yếu tố đầu vào được cải thiện ở một số quốc gia có thể gần như bằng 0 do sự thay đổi cục bộ giữa chi phí đầu vào và giá đầu ra. Ngay cả ở những khu vực có ROI cao, nông dân sản xuất nhỏ ở châu Phi cận Sahara có thể cần ngưỡng đầu tư cao hơn so với đối tác của họ ở các khu vực khác. Điều này là do họ thiếu các biện pháp giảm thiểu rủi ro được tìm thấy ở nhiều khu vực để khiến các khoản đầu tư trở nên an toàn hơn. Chúng bao gồm bảo hiểm cây trồng, kế hoạch phúc lợi của chính phủ và cách thức tiếp cận với thực phẩm giá rẻ nhằm cho phép họ tập

trung vào cây trồng phi lương thực - loại cây có giá trị cao hơn so với cây trồng tự cung tự cấp. Ví dụ, ở miền nam Tanzania, nông dân sản xuất nhỏ đã nhận thức được lợi ích về năng suất từ việc sử dụng các nguyên liệu đầu vào được cải thiện và cải tiến kỹ thuật trồng trọt của họ. Tuy nhiên, lợi nhuận cận biên do khả năng tiếp cận thị trường kém hoặc giá cây trồng thấp đã ảnh hưởng lớn đến các khoản đầu tư. Hậu quả của việc này là nông dân chỉ mua phân bón và hạt giống lại hai đến ba năm một lần, chọn tiết kiệm hạt giống ngay cả khi năng suất giảm (McKinsey Global Institute, 2016).

Hầu hết nông dân ở những vùng được các doanh nghiệp kinh doanh nông sản đầu tư đều nhận thức được giá trị của việc sử dụng các yếu tố đầu vào. Ví dụ, tỷ lệ tiếp nhận giống lai ở miền nam Tanzania - nơi các công ty tư nhân đã nỗ lực thúc đẩy - là hơn 60%, so với tỷ lệ lai trung bình trên toàn quốc là 20%. Nông dân cũng đã nhận thức rõ về phẩm chất của các nhãn hiệu khác nhau trong lĩnh vực này. Tại Kenya, 43% nông dân đã liệt kê được những thương hiệu phổ biến, hiệu quả, có ứng dụng cao trong hoạt động canh tác.

Cùng với đó, tại châu Phi, sự thâm nhập của điện thoại di động và những cải tiến trong vệ tinh và các hình thức liên lạc dữ liệu đang đóng vai trò quan trọng trong nhiều lĩnh vực kinh tế - xã hội, đặc biệt là nông nghiệp. Ví dụ như, Apollo Agricultural và FarmDrive hiện đang cung cấp dịch vụ sử dụng dữ liệu vệ tinh và viễn thám để kết hợp các yếu tố nông học vào hệ thống chấm điểm tín dụng của họ. Một số nhà đổi mới sáng tạo tại khu vực cũng đang sử dụng các giải pháp kỹ thuật số để cung cấp phân phối hợp lý và đáng tin cậy hơn cho đầu vào sản xuất. Ví dụ: iProcure là một công ty quản lý chứng khoán dựa trên dữ liệu và trí tuệ kinh doanh nhằm hỗ trợ việc triển khai hoạt động của các nhà bán lẻ (với chi phí tiết kiệm cho các nhà phân phối hiện tại). Một công ty khác, Twiga Foods, sử dụng nền tảng B2B dựa trên thiết bị di động để kết nối trực tiếp nông dân với người mua sản phẩm làm vườn. Nó sử dụng một mạng lưới các điểm thu mua và phương tiện giao hàng để phân phối sản phẩm này một cách hiệu quả.

Nhiều nông dân ở Zambia có diện tích đất lớn hơn 10 ha nhưng họ phải vật lộn nhằm đảm bảo

đủ tài chính mua tất cả nguyên liệu đầu vào mà họ cần để canh tác trên toàn bộ mảnh đất của họ. Các tổ chức tài chính vẫn coi chúng là quá nhỏ hoặc chứa đựng nhiều rủi ro. Người tiêu dùng thành thị được cho là sẽ tiêu thụ nhiều sản phẩm tươi sống, sữa, thịt và thực phẩm chế biến hơn so với người tiêu dùng nông thôn. Tại các hợp tác xã của nông dân trồng ngũ cốc ở Ethiopia, xã viên thu được giá cao hơn nhưng không làm tăng tỷ trọng sản xuất thương mại. Ngoài ra, các hợp tác xã chủ yếu mang lại lợi ích cho các hộ gia đình giàu có hơn trong cộng đồng, trong khi những nông dân nghèo nhất ít có khả năng tham gia vào quá trình ra quyết định (Banerjee et al, 2001).

Các nhà phân phối trong nước và khu vực là nguồn cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng, chẳng hạn như mở tín dụng. Tuy nhiên, ngoại trừ một số trường hợp ngoại lệ, các nhà phân phối này hiếm khi cung cấp dịch vụ cho nông hộ nhỏ, mặc dù họ thường làm như vậy đối với nông dân canh tác trên quy mô lớn. Với các chuỗi cung ứng bị phân mảnh, các công ty có cơ hội giảm chi phí và tăng giá trị bằng cách hợp lý hóa và mở rộng phân phối. Đối với các công ty đầu vào, điều này đồng nghĩa với việc giành được quyền kiểm soát nhiều hơn đối với chuỗi phân phối và nắm giữ nhiều hơn vốn lưu động bằng cách duy trì quyền sở hữu hàng tồn kho tại các điểm tổng hợp tại nông thôn. Ở Tanzania, nếu các nhà sản xuất phân bón đầu tư vào việc phân phối trực tiếp đến các cụm đại lý nông sản, điều đó có thể giúp giảm chi phí từ 10% đến 15% thông qua tiết kiệm vốn lưu động và giảm số bước trong chuỗi. Giả sử khoản tiết kiệm này sẽ được chuyển cho nông dân, điều này sẽ cải thiện ROI cho khoảng 800.000 nông dân khác.

Một số ngân hàng ở Kenya hỗ trợ các đại lý nông sản hoạt động tốt để cải thiện mức độ dịch vụ của họ. Ngân hàng cổ phần Kenya và Ngân hàng KCB Kenya xác định các đại lý nông sản có hiệu quả hoạt động cao sẽ trở thành đại lý cung cấp các dịch vụ tài chính cho nông dân trong mạng lưới của họ. Trong khi các đại lý nông sản trung bình ở Kenya tiếp cận từ 600 đến 1.000 nông dân, Ngân hàng Equity Kenya làm việc với các đại lý có hiệu suất cao được kết nối với tối đa 10.000 nông dân, cung cấp cho họ các điều khoản vay ưu đãi và tiếp cận các chương trình tăng tốc với đào tạo tài chính và các ưu đãi khác. Bên cạnh

đó, One Acre Fund đã cung cấp các sản phẩm tài chính phù hợp với dòng tiền và hành vi của nông dân địa phương cho khoảng 615.000 nông dân. Những điều này được bổ sung bằng việc đào tạo lực lượng làm việc với nông dân để đảm bảo tỷ lệ hoàn trả 98%.

3.1.2. Sự tham gia của chính phủ trong lĩnh vực nông nghiệp tại châu Phi

Ethiopia, Nigeria và Tanzania là ba quốc gia có tiềm năng lớn nhất tại châu Phi cận Sahara với những lợi thế về sự tham gia của chính phủ vào hoạt động nông nghiệp, môi trường đầu tư thuận lợi và việc cải thiện các yếu tố nguyên liệu đầu vào.

Nhiều quốc gia châu Phi cũng đang nỗ lực xây dựng hệ thống văn bản pháp luật và các khuôn khổ hướng dẫn nhà đầu tư quốc tế nhằm thúc đẩy các hoạt động đầu tư “có trách nhiệm” vào đất đai và nông nghiệp, nhất là những khoản đầu tư vào kinh tế địa phương, tạo ra việc làm có chất lượng và cải thiện sinh kế. Chúng cũng bao gồm tăng cường an ninh lương thực, hỗ trợ cơ sở hạ tầng, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và bảo vệ quyền của cộng đồng địa phương, bao gồm cả quyền sử dụng đất của họ.

Một số nước châu Phi đang cố gắng củng cố các hoạt động để tăng năng suất, tiếp cận thị trường và giảm rủi ro trong sản xuất nông sản. Những nỗ lực này bao gồm hình thành các hợp tác xã của nông dân, chẳng hạn như Githunguri Dairy ở Kenya, phục vụ gần 40.000 nông dân ở Đông Phi; “Kế hoạch trồng trọt nhanh hơn” đối với lúa mạch trong sản xuất bia ở Ethiopia; và các trang trại hạt nhân, chẳng hạn như trong Kế hoạch Maroc Vert của Maroc (McKinsey Global Institute, 2016).

Hiện nay, số lượng trang trại quy mô trung bình tại khu vực đang ngày càng tăng lên, năng suất của các hộ quy mô nhỏ tăng cao sẽ là động lực thúc đẩy sự tăng trưởng. Trên thực tế, các quốc gia châu Phi có số lượng lớn trang trại quy mô từ 5 ha đến 100 ha chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong sản lượng nông nghiệp. Tuy nhiên, với các giai đoạn phát triển khác nhau của ngành nông nghiệp trên khắp châu lục, xu hướng này thay đổi đáng kể theo từng quốc gia. Ví dụ, ở Nigeria, có ít hơn 100 trang trại lớn hơn 50 ha (Jayne et al, 2016).

Nhiều nước châu Phi là điểm đến hấp dẫn để đầu tư nông nghiệp. Các chính phủ châu Phi đang

nỗ lực tăng cường năng lực của mình để thiết kế các chính sách nhằm nâng cao lợi nhuận phát triển trong lĩnh vực này. Điển hình là Sáng kiến Đầu tư châu Phi (NEPAD-OECD). Sáng kiến này đã hỗ trợ các nước châu Phi xác định lĩnh vực ưu tiên nhằm nâng cao khung chính sách đầu tư vào nông nghiệp, bằng cách: hỗ trợ các dự án cấp quốc gia dựa trên dự thảo khung chính sách đầu tư vào nông nghiệp; chia sẻ kinh nghiệm khu vực và quốc tế thông qua các cuộc họp cấp cao và bàn tròn chuyên gia; tổ chức các khóa đào tạo về công cụ chính sách đầu tư phù hợp với yêu cầu của các quốc gia châu Phi; cung cấp một diễn đàn để hợp tác và đối thoại chính sách khu vực dựa trên các đánh giá chính sách toàn diện, chặt chẽ và theo định hướng quy trình. Khung Chính sách đầu tư vào nông nghiệp chính là một công cụ cụ thể để các chính phủ đánh giá tác động của chính sách đến môi trường đầu tư trong ngành nông nghiệp, bao gồm các rủi ro và cơ hội trong khu vực và quốc tế.

Ngoài ra, chính phủ các quốc gia châu Phi cũng tích cực triển khai các chính sách đầu tư vào cơ sở hạ tầng cơ bản, chẳng hạn như đường xá, bến cảng và điện, cùng với những cải thiện về dòng chảy thương mại trong khu vực.

3.1.3. Bất cập và lợi thế trong tiếp cận thị trường nông sản khu vực và thế giới của châu Phi

Hiện nay, tại nhiều nước châu Phi đã bắt đầu xuất hiện các thị trường xuất khẩu nông sản mới, chẳng hạn như thị trường hoa ở Ethiopia và Kenya. Tầng lớp trung lưu ngày càng tăng đang đầu tư vào nông nghiệp, dẫn đến sự gia tăng số lượng và tỷ lệ các trang trại quy mô vừa. Tuy nhiên, bất chấp sự chuyển đổi này, không phải tất cả lợi ích của việc hiện đại hóa, mở rộng thị trường cũng như triển khai các chuỗi cung ứng đến được tay những người nông dân hoạt động ở quy mô nhỏ. Đô thị hóa gia tăng và sự gia tăng của người tiêu dùng trung lưu thành thị ở châu Phi có thể dẫn đến tăng trưởng chi tiêu tiêu dùng 645 tỷ đô la từ năm 2015 đến năm 2025. Trong đó, 167 tỷ đô la có thể là thực phẩm và đồ uống; phần lớn đến từ các nước thuộc châu Phi cận Sahara.

Hiện nay, châu Phi cận Sahara nhập khẩu 15 tỷ USD cây lương thực (ngũ cốc, dầu ăn và đường), chủ yếu từ các nước thuộc khu vực châu Á và Nam Mỹ nhằm đảm bảo an ninh lương thực

cho người dân trong khu vực. Đặc biệt khi các quốc gia phải đối mặt với những hạn chế về sản xuất, canh tác và nguồn tài nguyên thiên nhiên (chủ yếu là đất và nước) đang dần bị cạn kiệt.

Tuy nhiên, nếu nông nghiệp đóng một vai trò lớn hơn trong việc cung cấp nhu cầu lương thực địa phương (và thậm chí cả nhu cầu lương thực toàn cầu), thì điều quan trọng là phải cải thiện chi phí cạnh tranh đối với cây lương thực so với các đối tác thương mại lớn. Châu Phi đã chứng tỏ lợi thế cạnh tranh trong các loại cây trồng được chọn lọc, chẳng hạn như hạt điều, cà phê và chè ở Đông Phi, ca cao ở Tây Phi. Đối với những loại cây trồng này, chẳng hạn như ca cao, châu Phi có chi phí sản xuất thấp nhất trên thế giới. Điều này không nhất thiết đúng đối với cây lương thực, việc cải thiện năng suất thường không đủ để cải thiện khả năng cạnh tranh về chi phí. Gạo là một ví dụ điển hình cho thách thức này.

Tanzania áp 75% thuế nhập khẩu đối với gạo, và Nigeria thì đã hạn chế rất nhiều trong hoạt động nhập khẩu, dẫn đến việc giảm nhập khẩu từ 2,7 triệu tấn trong năm 2012 xuống còn 92.000 tấn (một tấn = 2,205 pao) vào năm 2016 (Michiel Arnoldus, Barry Clausen, 2018). Châu Phi cận Sahara sẽ cần lượng phân bón nhiều hơn tám lần, hạt giống cải tiến gấp sáu lần, đầu tư ít nhất 8 tỷ đô la vào kho nguyên liệu dự trữ cơ bản (không bao gồm đầu tư dây chuyền lạnh cho nghề làm vườn hoặc sản phẩm động vật), và 65 tỷ đô la thủy lợi để có thể cải thiện được năng suất nông nghiệp trong vùng (Lutz Goedde et al, 2019).

Chi phí sản xuất gạo ở Nigeria và Tanzania đã cho thấy thách thức đối với khả năng cạnh tranh về chi phí ở châu Phi. Cả Nigeria và Tanzania đều có chi phí trồng trọt và xay xát cao hơn so với hầu hết các quốc gia sản xuất gạo khác, nhiều quốc gia trong số đó có các chương trình trợ cấp gạo hàng thập kỷ. Nền tảng của những chi phí này là chi phí đầu vào, xay xát và vận chuyển nội địa đến các nhà máy. Hơn nữa, đối với Nigeria, ngay cả khi năng suất gạo tăng lên tương đương với Pakistan, điều này sẽ không đủ để cạnh tranh vì chi phí xay xát vẫn còn cao. Trong khi các nước sản xuất lúa gạo lớn ở châu Phi đã phản ứng bằng cách cố gắng bảo vệ và kích thích ngành công nghiệp địa phương thì việc tăng cường năng lực cạnh tranh cơ bản của các nhà sản xuất và

ché biến địa phương là rất quan trọng để khuyến khích đầu tư và cải thiện năng suất.

Trong công trình nghiên cứu của mình, Casaburi và Reed (2017) cũng chỉ ra rằng: trong lĩnh vực ca cao ở Sierra Leone, nông dân phải đối mặt với nguy cơ lớn từ thương lái. Khi nông dân bị hạn chế khả năng tiếp cận thị trường đầu vào và các dịch vụ tài chính thì các đơn vị trung gian có thể lấp đầy những khoảng trống này. Cung cấp dịch vụ chuỗi cung ứng có thể có nhiều hình thức, tùy thuộc vào môi trường. Theo Barrett và cộng sự (2012), trong các kế hoạch canh tác theo hợp đồng, người mua thường cung cấp đầu vào về tín dụng cho nông dân. Khi các thị trường liên kết với nhau, tác động của việc gia tăng cạnh tranh giữa người mua đối với phúc lợi của nông dân có thể không đồng nhất. Macchiavello, Morjaria (2015) nhận thấy rằng cạnh tranh gia tăng làm giảm việc cung cấp dịch vụ từ các nhà máy cho nông dân trồng ca cao ở Rwanda. Tuy nhiên, Casaburi và Reed (2017) tìm thấy bằng chứng về sự cạnh tranh đáng kể giữa các thương nhân, những người cung cấp tín dụng cho nông dân trồng ca cao ở Sierra Leone.

Ngay từ năm 2003, Reardon và cộng sự (2003) đã mô tả sự gia tăng nhanh chóng của các siêu thị ở châu Phi. Để đáp ứng kỳ vọng của lượng khách hàng ở thành thị và ngoại thành đang tăng nhanh, các cửa hàng này đòi hỏi phải có nguồn cung cấp ổn định các sản phẩm chất lượng cao. Điều này tạo cơ hội cho những người nông dân đi đúng nơi, đúng lúc và có khả năng sản xuất các sản phẩm chất lượng cao cho chuỗi cung ứng siêu thị. Rao và Qaim (2011) ước tính rằng việc tham gia vào các kênh siêu thị ở Kenya có thể làm tăng thu nhập hộ gia đình khoảng 50%. Còn Narrod và cộng sự (2009) thì gợi ý rằng: liên kết trong các nhóm nông dân có thể đạt hiệu quả cao khi chuỗi cung ứng yêu cầu chứng nhận chất lượng và truy xuất nguồn gốc. Yếu tố này có thể có tầm quan trọng ngày càng tăng khi nhiều doanh nghiệp nhỏ trở nên hòa nhập hơn với doanh nghiệp lớn.

Theo Neven và cộng sự (2009), ở Kenya, các hoạt động kinh doanh nông sản được kết nối quốc tế cũng ngày càng đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng cây trồng. Nhiều nhà sản xuất thực phẩm và đồ uống toàn cầu như Nestlé, Diageo và SAB Miller đang nỗ lực để tăng tỷ

trọng đầu vào. Các thị trường xuất khẩu có giá trị cao đối với trái cây, hoa và các sản phẩm khác có thể có những tác động tích cực tương tự như các cửa hàng tạp hóa nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả ở mọi mắt xích trong chuỗi cung ứng (Maertens et al, 2012).

Việc cải thiện khả năng phân phối nông sản cũng có thể thông qua quan hệ đối tác mạnh mẽ với các công ty đầu vào. Điều này nhằm mục đích chia sẻ chi phí phân phối trên toàn bộ chuỗi giá trị, giúp giảm bớt gánh nặng cho các đại lý nông sản. Last Mile Alliance (Tanzania), Bayer, NMB Bank, Seed Co, Syngenta và Yara đã làm việc để thành lập các đại lý nông sản ở vùng sâu vùng xa, sử dụng container vận chuyển làm kho chứa và xây dựng nguồn lực thông qua các khóa đào tạo kỹ năng.

Các doanh nghiệp nông sản lớn có thể thúc đẩy hiện đại hóa và cải tiến chất lượng bằng cách tạo ra thị trường mới, cung cấp tín dụng và xác lập tiêu chuẩn chuỗi cung ứng. Tác động của hoạt động này đối với nông dân trong nước có thể còn cao hơn khi các chính phủ áp đặt yêu cầu đối với cửa hàng tạp hóa (Das Nair, Chisoro Dube, 2016). Tuy nhiên, sự phát triển của các công ty lớn cũng có thể là động lực thúc đẩy tập trung vào thị trường bán buôn, làm giảm tác động, thay đổi giá của nông dân về lâu dài (Dhingraa, Tenreyro, 2017).

3.2. Thực trạng thâm nhập thị trường nông sản châu Phi của Việt Nam

Thị trường xuất khẩu của nông sản Việt Nam rất đa dạng và có tính toàn cầu. Năm 2016, theo World Bank, Trung Quốc hiện đang là nước nhập khẩu lớn nhất của thị trường nông sản Việt Nam. Các nhà nhập khẩu lớn tiếp theo, sau Trung Quốc, là Nigeria, Indonesia, Iran và Philippines. Các nhà nhập khẩu lớn khác bao gồm Iraq và Saudi Arabia (> 1,5 triệu tấn mỗi năm), Nam Phi và Malaysia (> 1 triệu tấn mỗi năm).

Sang đến năm 2020, theo thống kê của Tổng cục Hải quan, trong hai quý đầu năm, nông sản Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang các nước như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Canada, Úc, New Zealand, các nước thuộc Liên minh châu Âu (EU), lãnh thổ Đài Loan, các quốc gia châu Phi như Ghana, Senegal, Mozambique, Cameroon, Gabon, Tanzania và Ai Cập, và các nước thuộc khu vực Đông Nam Á như Malaysia,

Indonesia, Thái Lan và Philippines. Nhiều quốc gia châu Phi có thể mạnh về các sản phẩm nông nghiệp như: thịt bò từ Botswana, cá từ Namibia hoặc đường từ Eswatini, dầu từ Angola. Có thể thấy, châu Phi là một thị trường lớn của nông sản Việt Nam.

Hột và bột ca cao, quả dừa, thuốc lá, cà phê, cam, bông, hạt vừng, chè đen và nho tươi là 10 nông sản được xuất khẩu nhiều nhất của châu Phi, chiếm 39% giá trị xuất khẩu nông sản của khu vực này giai đoạn 2016 - 2018. So với thời kỳ 2005 - 2007, đã có những tiến triển rõ nét. Từng xếp thứ 15 từ năm 2005 đến năm 2007, hạt điều đã vươn lên vị trí thứ hai trong giai đoạn 2016 - 2018. Cũng giống như vậy, hạt vừng đã tăng từ vị trí thứ 13 lên thứ 7. Vani, hoa và Sucroza cũng nằm trong số những mặt hàng được thăng hạng. Ngược lại, cà phê (chưa rang xay, chưa khử cafein) đã mất đi vị trí quan trọng nhường chỗ cho thuốc lá, còn mặt hàng bông thì rơi xuống hàng thứ 6 thay vì thứ 2 trong giai đoạn 2005 - 2007. Hột ca cao và cam vẫn duy trì được vị trí số 1 và số 5 trong bảng xếp hạng các nông sản xuất khẩu của châu Phi (Bộ Công thương Việt Nam, 2020).

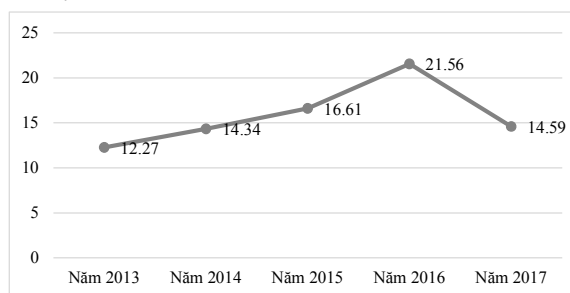
Châu Phi với lượng dân lớn thuộc đạo Hồi, dùng nhiều gia vị gồm có hạt tiêu trong các bữa ăn, nhất là trong tháng Ramadan và xu hướng này ngày càng tăng. Việt Nam là nước xuất khẩu hạt tiêu hàng đầu thế giới tuy nhiên kim ngạch xuất khẩu sang châu Phi còn rất khiêm tốn. Số liệu của Hiệp hội hồ tiêu Việt Nam năm 2022 cho thấy, thị trường xuất khẩu hồ tiêu Việt Nam đứng đầu là châu Á (chiếm 44% thị phần), sau đó đến châu Mỹ (26,4%), châu Âu (23,9%) và châu Phi (5,3%), nhưng so với cùng kỳ năm ngoái, lượng nhập khẩu hồ tiêu từ các thị trường này giảm.

Năm 2020, kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - châu Phi đạt 6,7 tỷ USD; năm 2021 đã tăng lên và đạt hơn 7 tỷ USD. Theo thống kê của Bộ Công Thương, ba tháng đầu năm 2022, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi đạt 591,7 triệu USD. Ở chiều ngược lại, Việt Nam nhập khẩu từ châu Phi đạt giá trị 447,1 triệu USD. Với quy mô dân số lớn khoảng 1,3 tỷ người, đặc biệt có nhu cầu nhập khẩu cao nhiều loại mặt hàng phù hợp với hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, châu Phi thực sự là khối thị trường mang lại đa dạng cơ hội cho

doanh nghiệp Việt Nam (Uyên Hương, 2022).

Theo số liệu từ Tổng cục Hải quan Việt Nam, 5 tháng đầu năm 2022, Việt Nam xuất khẩu sang Nigeria 62,94 triệu USD giá trị hàng hoá, tăng 10,3% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó với hàng thực phẩm, Việt Nam xuất khẩu bánh kẹo và sản phẩm từ ngũ cốc; chè; gạo; hàng hải sản; hàng rau quả; hạt tiêu; sữa và các sản phẩm sữa... dù vậy giá trị vẫn ở mức khiêm tốn (Việt Nga, 2022).

Còn tại Nam Phi, nơi được coi là thị trường tiêu thụ hàng hóa giàu tiềm năng của Việt Nam ở châu Phi thì Việt Nam là nhà cung ứng lớn thứ 3 mặt hàng cà phê tại Nam Phi, sau Indonesia và Thụy Sĩ. Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang Nam Phi đạt 10,46 triệu USD, chiếm 11,4% thị phần. Nam Phi cũng là một trong ba nước nhập khẩu hạt điều lớn nhất của Việt Nam để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng. Tháng 10 năm 2018, Việt Nam xuất khẩu 63 tấn điều sang Nam Phi, ứng với giá trị 512,48 nghìn USD, giảm 21,25% về lượng và giảm 35,33% về giá trị; tổng lượng hạt điều xuất khẩu trong 10 tháng đầu năm là 746 tấn, ứng với 7,22 triệu USD, tăng 9,65% về lượng và tăng 8,34% về giá trị. Hạt tiêu cũng thuộc nhóm nông sản mà Nam Phi nhập khẩu lớn từ Việt Nam.



Biểu đồ 1. Xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam sang Nam Phi giai đoạn 2013 - 2017

Nguồn: Vietnam export (2018), Bản tin thị trường Nam Phi.

Với thị trường Algeria, nông sản của Việt Nam được đánh giá có lợi thế. Ông Hoàng Đức Nhuận, Tham tán thương mại Việt Nam tại Algeria, bày tỏ: Việt Nam là một trong các quốc gia xuất khẩu chính cà phê vào Algeria. Riêng với cà phê thô, Việt Nam đang chiếm 50% thị phần. Tiếp đến là mặt hàng gia vị, nhu cầu tiêu dùng khá cao, nhất là hạt tiêu, do Algeria không sản

xuất được. Năm tháng đầu năm 2022, Việt Nam đã xuất khẩu 2,38 triệu USD giá trị mặt hàng này sang Algeria (Việt Nga, 2022).

Mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang châu Phi là gạo (chiếm 20% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi). Vấn đề an ninh lương thực được các nước châu Phi quan tâm và càng được quan tâm hơn trong bối cảnh đại dịch Covid-19 đang hoành hành. Trong khi đó, sản xuất gạo của các nước châu Phi chỉ đáp ứng được 60% nhu cầu của khu vực này. Gạo Việt Nam có thể đẩy mạnh xuất khẩu sang các nước châu Phi, đặc biệt là Bờ Biển Ngà, Ghana, Mozambique (Nguyễn Văn, 2022).

Việt Nam là quốc gia có lợi thế so sánh đặc biệt về sản xuất lúa gạo. Hiện nay, ngành lúa gạo đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế và xã hội của Việt Nam, đất trồng lúa chiếm 82% diện tích đất canh tác của cả nước. Khoảng 52% lượng gạo của Việt Nam được sản xuất ở Đồng bằng sông Cửu Long và 18% ở Đồng bằng sông Hồng.

Bên cạnh gạo, châu Phi cũng có nhu cầu lớn về mặt hàng cà phê và hạt tiêu. Hàng năm, châu Phi dành khoảng 750 triệu USD để nhập khẩu cà phê. Trong đó, Việt Nam là 1 trong 5 thị trường cung ứng chính. Đáng chú ý, ngoài xuất khẩu thô, một số thương hiệu cà phê chế biến của Việt Nam như Trung Nguyên, King Coffee cũng được quan tâm tại khu vực này. Thời gian qua, hàng loạt hoạt động xúc tiến thương mại với thị trường châu Phi đã cho thấy, đa phần các nước châu Phi đánh giá cao và tin tưởng vào chất lượng nhiều mặt hàng thực phẩm của Việt Nam (Nguyễn Văn, 2022).

Mặc dù tiềm năng còn rất lớn, tuy nhiên, nông sản Việt Nam cũng gặp nhiều khó khăn, thách thức khi thâm nhập vào thị trường châu Phi. Các rủi ro chủ yếu đến từ hoạt động thanh toán do nhiều đối tác trả chậm, không có khả năng thanh toán, rủi ro về tỷ giá. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cũng gặp rủi ro trong tranh chấp về hợp đồng mua bán như khối lượng, trọng lượng hàng hóa, thời gian giao hàng, tranh chấp liên quan đến chủ thể của hợp đồng do người

ký hợp đồng không có năng lực nhập khẩu.

Ngoài ra, thách thức lớn đối với ngành nông sản Việt khi thâm nhập vào thị trường thế giới, trong đó có châu Phi là hoạt động sản xuất, phân phối, cung ứng nông sản. Hoạt động này chủ yếu được thực hiện bởi các nông hộ nhỏ, lẻ nên nông dân gặp nhiều khó khăn, thách thức để đáp ứng nhu cầu của thị trường quốc tế. Thị trường ngách mà Việt Nam hướng đến là những thị trường có yêu cầu không cao, giá rẻ nên thương hiệu nông sản Việt khó phổ biến hơn. Cùng với đó, các hộ cá thể này thiếu tổ chức nên khả năng tiếp cận thị trường hạn chế, sản phẩm nông sản khó truy xuất nguồn gốc, đặc biệt là gạo. Họ cũng dễ bị tổn thương trước các tác động của biến đổi khí hậu, cũng như phương thức canh tác thì thiếu tính bền vững, ảnh hưởng đến môi trường và sức khỏe của con người.

4. KẾT LUẬN

Vai trò then chốt của nông nghiệp trong các nền kinh tế châu Phi đã được các nguyên thủ quốc gia châu Phi khẳng định trong tuyên bố lấy năm 2014 là Năm Nông nghiệp và An ninh lương thực ở châu Phi. Trọng tâm của tuyên bố là nhằm khuyến khích các quốc gia tăng cường an ninh lương thực, xóa đói giảm nghèo, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo ra của cải thông qua cải thiện hoạt động nông nghiệp. Nông nghiệp là ngành kinh tế quan trọng trong việc đảm bảo an ninh lương thực mà không một ngành kinh tế nào có thể thay thế được. Nông nghiệp cũng là một trong những trọng tâm hợp tác giữa Việt Nam và Châu Phi, thể hiện trong Đề án “Phát triển quan hệ giữa Việt Nam và Trung Đông - Châu Phi, giai đoạn 2016 - 2025”.

Sau những phân tích về thực trạng hoạt động nông nghiệp tại châu Phi và tiềm năng của thị trường nông sản châu Phi, bài viết đã khái quát về khả năng thâm nhập thị trường nông sản châu Phi của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, mặc dù tiềm năng nông nghiệp của châu Phi là đáng kể, nhưng việc khai thác khu vực này đòi hỏi nhiều nỗ lực và đổi mới hơn nữa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Banerjee et al. (2001). Inequality, control rights, and rent seeking: Sugar cooperatives in Maharashtra. *Journal of Political Economy* 109(1), 138-190.
2. Bộ Công thương Việt Nam (2020). *Thực trạng thương mại nông sản của châu Phi*. Được truy lục từ Cổng thông tin điện tử Bộ Công Thương (MOIT): <https://moit.gov.vn/tin-tuc/thi-truong-nuoc-ngoai/thuc-trang-thuong-mai-nong-san-cua-chau-phi.html>

3. Das Nair, Chisoro Dube (2016). *The expansion of regional supermarket chains and implications for local suppliers: A comparison of findings from South Africa, Botswana, Zambia, and Zimbabwe*.. CCRED.
4. Dhingraa, Tenreyroa (2017). *Piggy-back exporting, intermediation, and the distributional gains from trade in agricultural markets*.
5. Jayne et al. (2016). Africa's changing farm size distribution patterns: The rise of medium scale farms. *Agricultural Economics*, November 2016, Volume 47, Issue S1, 197–214.
6. Lutz Goedde et al. (2019). *Winning in Africa's agricultural market*.
7. Maertens et al. (2012). Modern food supply chains and development: Evidence from horticulture export sectors in sub-Saharan Africa. *Development Policy Review* 30(4), 473-497.
8. McKinsey Global Institute (2016). *Lions on the Move II: Realizing the potential of Africa's economics*.
9. Michiel Arnoldus, Barry Clausen. (2018). *Cost benefit analysis of CARI out grower programs in Tanzania, Ghana, Nigeria and Burkina Faso*. A joint report from Competitive African Rice Initiative and GIZ.
10. Nguyễn Văn (2022). *Châu Phi thị trường xuất khẩu nông sản nhiều tiềm năng của Việt Nam*. Được truy lục từ Thời báo Tài chính Việt Nam: <https://thoibaotaichinhvietnam.vn/chau-phi-thi-truong-xuat-khau-nong-san-nhieu-tiem-nang-cua-viet-nam-106977.html>
11. Uyên Hương (2022). *Tư vấn xuất khẩu các mặt hàng thủy sản sang thị trường châu Phi*. Được truy lục từ TTXVN/Vietnam+: <https://www.vietnamplus.vn/tu-van-xuat-khau-cac-mat-hang-thuy-san-sang-thi-truong-chau-phi/792388.vnp>
12. Việt Nga (2022). *Thị trường châu Phi: Thách thức lớn cho doanh nghiệp thực phẩm*. Được truy lục từ Báo Công Thương: <https://congthuong.vn/thi-truong-chau-phi-thach-thuc-lon-cho-doanh-nghiep-thuc-pham-180310.html>

THE POTENTIAL OF AFRICAN AGRICULTURAL MARKETS AND THE CURRENT STATUS OF VIETNAM'S PENETRATION OF AFRICAN AGRICULTURAL MARKETS

Ho Dieu Huyen

(Institute for South Asian, West Asian and African Studies, Vietnam Academy of Social Sciences)

SUMMARY

In Africa, agriculture is the main economic sector, with more than 70% of the population living mainly thanks to agricultural activities. Agriculture is also the driving force behind the economies of many African countries. With the potential of its land, people and natural resources, Africa can produce 2 - 3 times more grain than currently, which means an increase of 20% in grain output to 2.6 billion tons today worldwide. This article researches and analyzes the potential and prospects of the African agricultural market as well as the current status of Vietnam's penetration of the African agricultural market to provide readers with a general picture of this issue.

Keywords: Africa, agriculture, agricultural market, agricultural products.

Người phản biện: PGS. TS. Nguyễn Thị Việt Nga

Ngày nhận bài: 5/01/2023

Ngày phản biện: 15/4/2024

Ngày quyết định đăng: 10/5/2024