

NHẬN DIỆN YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN XUẤT KHẨU MẶT HÀNG TRÁI CÂY VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU

TS. Phạm Văn Kiệm*

Thị trường châu Âu (EU) có quy mô lớn và nhu cầu ổn định về hầu hết các loại trái cây tươi và sản phẩm liên quan. Ngay cả trong thời gian đại dịch COVID-19 với nhiều khó khăn về hậu cần trên toàn thế giới khiến trái cây nhập khẩu trở nên “đắt đỏ” hơn, nhưng người tiêu dùng EU vẫn chỉ trả cho các loại trái cây nhiệt đới mà họ cho rằng có lợi cho sức khỏe. Điều này cho thấy ưu tiên cho tiêu thụ trái cây sẽ trở thành một xu hướng ổn định trong cơ cấu dinh dưỡng của người dân EU trong thời gian tới. Hiện có 5 trong số 10 quốc gia nhập khẩu trái cây lớn nhất trên thế giới là thành viên EU. Trái cây của Việt Nam cũng có nhiều cơ hội từ hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA). Bài viết nhận diện các yếu tố nổi bật nhất, cụ thể gồm: (i) nhóm các yếu tố từ phía thị trường EU (ii) nhóm các yếu tố từ phía ngành trái cây Việt Nam (iii) nhóm yếu tố liên quan đến tác động từ hiệp định EVFTA và các hoạt động hợp tác, giao thương, đầu tư trong lĩnh vực trái cây giữa Việt Nam và EU. Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra một số khuyến nghị cho các nhà sản xuất và xuất khẩu trái cây của Việt Nam đang, hoặc có ý định sẽ xuất khẩu trái cây sang thị trường EU trong thời gian tới.

• Từ khóa: xuất khẩu trái cây, thị trường EU, xu hướng, yếu tố tác động.

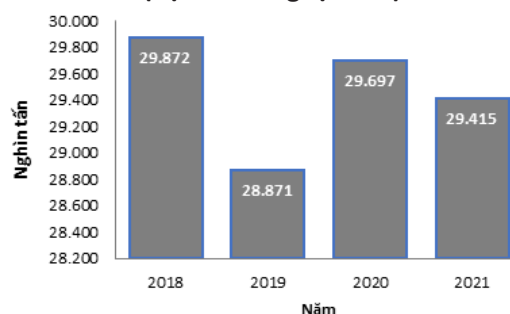
The European (EU) market has a large size and stable demand for most fresh fruits and related products. Even during the COVID-19 pandemic with worldwide logistical difficulties making imported fruits more “expensive”, EU consumers still pay for tropical fruits that are not. They think it's good for health. This shows that the preference for fruit consumption will become a stable trend in the nutrition structure of EU people in the coming time. Currently, 5 of the 10 largest fruit importing countries in the world are EU members. Vietnam's fruit also has many opportunities from the Vietnam - EU free trade agreement (EVFTA). The article identifies the most prominent factors, specifically: (i) a group of factors from the EU market (ii) a group of factors from the Vietnamese fruit industry (iii) a group of factors related to impacts from the EVFTA agreement and cooperation, trade and investment activities in the field of fruit between Vietnam and the EU. On that basis, the article makes some recommendations for Vietnamese fruit producers and exporters that are, or intend to, export fruit to the EU market in the near future..

• Keywords: fruit exports, EU market, trends, influencing factors.

1. Tổng quan nhập khẩu trái cây vào thị trường EU

Theo số liệu từ cơ quan thống kê châu Âu (Eurostat), trong giai đoạn 2018-2021, EU nhập khẩu tổng cộng 117,85 triệu tấn trái cây tươi từ cả các thị trường nội khối và ngoại khối. Trong giai đoạn này, lượng nhập cao nhất đạt được vào năm 2018 với 29,8 triệu tấn và thấp nhất vào năm 2019. Năm 2021, nhập khẩu trái cây tươi vào thị trường này đạt 29,4 triệu tấn, chỉ giảm nhẹ 0,9% so với năm 2020 và vẫn cao hơn mức của năm 2019, năm liền trước đại dịch COVID-19.

Hình 1: Tổng NK trái cây tươi vào EU từ thế giới (nội khối + ngoại khối)



Nguồn: Tính toán của tác giả và đồ thị hóa từ số liệu của Eurostat

Nhìn chung, mặc dù một số nước thành viên EU liên tục có những cải tiến về năng suất trái cây cũng như năng lực bảo quản sau thu hoạch để phục vụ tiêu thụ vào các thời điểm khác trong năm, thị trường EU

Ngày nhận bài: 02/11/2022

Ngày gửi phản biện: 10/11/2022

Ngày nhận kết quả phản biện: 25/01/2023

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2023

* Trường Đại học Thương mại; email: kiem.pv@tmu.edu.vn

về tổng thể vẫn có xu hướng phải nhập khẩu, một phần do nhu cầu đối với các loại trái cây nhiệt đới không phải là thế mạnh của vùng, phần khác do sản xuất bị gián đoạn cục bộ vì thời tiết hoặc ách tắc chuỗi cung ứng.

2. Nhận diện xu hướng của các yếu tố tác động đến xuất khẩu trái cây của Việt Nam vào thị trường EU

2.1. Về nhu cầu tiêu dùng và nhập khẩu trái cây

- Xu hướng quy mô thị trường, tốc độ tăng trưởng và tỷ trọng của tiêu thụ trái cây trong cơ cấu dinh dưỡng tại EU. Các nghiên cứu thị trường, nghiên cứu về y tế cộng đồng và hành vi xã hội tại EU gần đây nhấn mạnh xu hướng ưu tiên cho các sản phẩm có giá trị dinh dưỡng cao, hương vị phù hợp, tiết kiệm thời gian sẽ tạo ra lợi thế cho các loại trái cây nhiệt đới với hàm lượng dinh dưỡng cao, tốt cho sức khỏe và thuộc nhóm trái cây nhập ngoại (exotic-trái cây lạ). Sự chuyển hướng sang các thực phẩm lành mạnh được thúc đẩy bởi lối sống thân thiện với thiên nhiên và nhận thức ngày càng tăng của các Chính phủ cũng như cộng đồng người tiêu dùng EU về vai trò quan trọng của rau quả trong phòng chống dịch bệnh. Đây là yếu tố quan trọng tạo cơ sở cho mức tăng trưởng ổn định của thị trường trái cây EU trong thời gian tới. Quy mô thị trường, nhu cầu ổn định quanh năm và sự phụ thuộc vào các nhà cung cấp bên ngoài là những yếu tố tác động quan trọng đến việc EU là thị trường mục tiêu hấp dẫn đối với các nhà cung cấp trái cây ở các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Người mua ở EU có xu hướng tìm kiếm các nhà cung cấp đáng tin cậy từ các thị trường đối tác “chiến lược” và ổn định để đảm bảo nguồn trái cây cho người tiêu dùng vào bất kỳ thời điểm nào trong năm. Xu hướng này có ý nghĩa quan trọng đối với xuất khẩu trái cây của Việt Nam sang EU nên chúng ta định hình được Việt Nam là một thị trường cung ứng “chiến lược” sản phẩm trái cây cho thị trường EU trong thời gian tới. Theo Statista (2022) thì doanh thu thị trường trái cây tươi của EU ước đạt khoảng 137,80 tỷ USD vào năm 2022. Thị trường dự kiến sẽ tăng trưởng hàng năm 4,04% (CAGR) trong giai đoạn 2022-2027. Doanh thu bán trái cây trên đầu người tại EU là 162,2 USD vào năm 2022. Trong phân khúc trái cây tươi, khối lượng dự kiến sẽ đạt 46.392,2 triệu kg vào năm 2027 và tăng trưởng 0,5% vào năm 2023. Khối lượng tiêu thụ trái cây tươi dự kiến sẽ đạt 54,2kg/người vào năm 2022.

- Xu hướng chú trọng hơn đến chất lượng, tính an toàn và lựa chọn các loại trái cây hữu cơ, trái cây tốt cho sức khỏe. EU nổi tiếng là thị trường có văn hóa

tiêu dùng cao và tiêu chuẩn cao về chất lượng hàng hóa. Trong những năm gần đây, người tiêu dùng EU ngày càng có ý thức áp dụng một chế độ ăn uống lành mạnh. Điều này đã dẫn đến nhu cầu cao hơn đối với đồ ăn nhẹ ở dạng tươi và cụ thể hơn là trái cây và rau củ, các sản phẩm sạch hơn, tự nhiên hơn. Các thương hiệu bán lẻ thường nêu bật những lợi ích sức khỏe cụ thể trong cách trình bày sản phẩm của họ và yêu cầu nhà cung cấp cung cấp các sản phẩm hữu cơ và không có hóa chất. Theo dữ liệu về Thế giới Nông nghiệp Hữu cơ từ Viện Nghiên cứu Nông nghiệp Hữu cơ (FiBL), tiêu thụ thực phẩm hữu cơ đang phát triển đặc biệt tốt ở các nước tương đối giàu có. Thị phần rau quả hữu cơ ở châu Âu dao động từ khoảng 1% đến 6% ở hầu hết các nước Đông và Nam Âu và lên tới 11% đến 23% ở các nước có thu nhập cao hơn như Đan Mạch, Thụy Sĩ, Thụy Điển và Áo. Về tổng giá trị, Đức và Pháp là thị trường thực phẩm hữu cơ lớn nhất; với giá trị bán lẻ lần lượt là 12 và 11 tỷ euro, chiếm hơn một nửa tổng giá trị thị trường thực phẩm hữu cơ tại EU.

- Xu hướng yêu cầu chứng nhận đối với sản phẩm trái cây nhập khẩu và quy định của EU về bảo vệ quyền lợi nhà cung ứng trái cây. Đối với trái cây nhập khẩu vào thị trường EU thì chứng nhận chất lượng hoặc canh tác cũng quan trọng như chính sản phẩm nhập khẩu. Chứng nhận và an toàn thực phẩm đã trở thành những khía cạnh hàng đầu trong thương mại sản phẩm tươi sống. GlobalG A.P. đã trở thành tiêu chuẩn chung, trong khi mức dư lượng tối đa bắt buộc (MRL) thường nghiêm ngặt hơn giới hạn pháp lý. Người mua trái cây tại EU ngày nay cũng quan tâm đến chứng nhận như chính sản phẩm. Những người mua có kinh nghiệm của EU có thể sẽ không lựa chọn những nhà phân phối chỉ tập trung quá nhiều vào thủ tục giấy tờ nhưng lại thiếu kiến thức thực tế về sản phẩm. Tuy nhiên ở một thị trường có tính minh bạch cao, giấy chứng nhận và thủ tục giấy tờ hiện vẫn là yêu cầu những bên tham gia ngành phải đối mặt và điều này chỉ có xu hướng gia tăng trong các chuỗi bán lẻ lớn tại EU.

- Xu hướng giảm thiểu rủi ro trong hoạt động nhập khẩu và phân phối. Khối lượng cung ứng toàn cầu ngày càng tăng và sức mạnh của người mua tập trung hơn đã gây áp lực lớn lên tỷ suất lợi nhuận trong thương mại rau quả tại EU. Các nhà bán lẻ lớn có thể duy trì giá ở mức rất cạnh tranh nhưng đồng thời cũng đòi hỏi khắt khe hơn về sản phẩm và tiêu chuẩn cung ứng. Đây là lý do tại sao các thương nhân trở nên bảo vệ và áp đặt các điều khoản giao hàng nghiêm ngặt và tránh rủi ro kinh tế.

2.2. Về tác động của các định hướng, chiến lược và xu hướng chính sách, quy định liên quan tác động đến tiêu thụ và nhập khẩu trái cây vào EU

- Chính sách kích cầu tiêu thụ trái cây và tác động: Trong những năm gần đây EU đã có nhiều chính sách kích cầu tiêu thụ trái cây, từ các hoạt động nghiên cứu, chăm sóc sức khỏe cộng đồng, tuyên truyền, quảng bá và tư vấn dinh dưỡng để thúc đẩy người tiêu dùng EU tiêu thụ nhiều trái cây hơn. Đặc biệt, một chương trình trái cây học đường đã được thiết lập để khuyến khích trẻ em ăn trái cây nhiều hơn. Ngoài ra, EU cũng cung cấp phân phát miễn phí trái cây và rau quả cho các trường học, bệnh viện và các tổ chức từ thiện. Các hoạt động thúc đẩy tiêu thụ khác: Chương trình trái cây học đường tại EU; Chương trình hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm trái cây...

- Các chương trình, chính sách hỗ trợ phát triển ngành trái cây của EU: Trong thời gian tới, thị trường trái cây của EU sẽ chịu tác động lớn bởi các chương trình hỗ trợ ngành rau quả với bốn mục tiêu chính: một lĩnh vực cạnh tranh hơn và định hướng thị trường cho các tổ chức sản xuất; thu nhập của người sản xuất ít bị tác động hơn bởi các cuộc khủng hoảng; tiêu thụ nhiều hơn trái cây và rau củ ở EU; tăng cường sử dụng các kỹ thuật canh tác và sản xuất thân thiện với môi trường. Như chương trình tổ chức sản xuất (PO) các tổ chức sản xuất (PO) là những tác nhân cơ bản trong chương trình phát triển rau quả và người trồng được khuyến khích tham gia để củng cố vị trí của họ trên thị trường.

- Các chính sách liên quan đến thương mại và marketing trong lĩnh vực trái cây. Các tiêu chuẩn về marketing được áp dụng cho một số sản phẩm nhất định để thúc đẩy chất lượng. Số lượng tiêu chuẩn cụ thể đã được giảm từ 36 xuống còn 10, áp dụng cho các loại trái cây và rau củ sau: táo, trái cây họ cam quýt, trái kiwi, đào và xuân đào, lê, dâu tây, ớt ngọt, nho to... Có một số sản phẩm không còn được quy định trong các tiêu chuẩn cụ thể: mơ, atisô, măng tây, cà rốt, bơ, đậu, cải bruxen, cà rốt, súp lơ, anh đào, dưa leo, dưa chuột, nấm trồng, quả phi còn nguyên vỏ, bắp cải, tỏi tây, dưa, hành tây, đậu Hà Lan, mận, cần tây, rau bina, quả óc chó, dưa hấu và rau diếp xoăn.

2.3. Về tác động từ xu hướng cạnh tranh trên thị trường trái cây EU

- Cạnh tranh từ nguồn hàng tại nội địa EU. Xu hướng tăng áp lực cạnh tranh từ nguồn trái cây địa phương và trái cây đúng mùa (thay vì trái vụ). Tính bền vững là một khía cạnh quan trọng để người tiêu

dùng EU ưu tiên tiêu thụ các loại trái cây trồng tại địa phương, bởi từ khi khái niệm “đậm thức ăn-food mile” xuất hiện và được quan tâm hơn, người tiêu dùng bắt đầu chú ý đến lượng xăng dầu tiêu thụ và khí thải phát ra từ việc vận chuyển trái cây từ các nguồn cung ứng ở xa đến EU. Độ tươi và chất lượng cũng là những lập luận thường được viện dẫn khi mua hàng tại địa phương và theo mùa.

Bảng 1: Tỷ trọng của nguồn hàng nhập khẩu so với nguồn hàng sản xuất tại EU-27

Trái cây nhập khẩu	2016	2017	2018	2019	2020
Dâu tây	2,3%	3,0%	2,7%	3,0%	3,6%
Đào và xuân đào	0,6%	0,4%	0,7%	0,6%	1,1%
Mận	4,9%	7,2%	4,5%	4,6%	7,2%
Cam	12,8%	14,8%	14,5%	13,8%	14,3%
Nho to (dạng table grapes)	25,9%	29,8%	28,9%	29,8%	28,4%
Táo	2,6%	3,5%	3,3%	3,2%	3,4%
Cà chua tươi	6,9%	8,0%	8,6%	9,4%	9,9%

Nguồn: Eurostat (2022)

Tuy nhiên, cơ hội cho trái cây nhập khẩu có thể đến từ việc số lượng trang trại rau quả ở châu Âu đang giảm và tổng sản lượng hầu như không tăng. Xu hướng sản xuất trái cây dài ngày đang giảm nhẹ. Khối lượng sản xuất không tăng khiến nhu cầu trong tương lai đối với các nguồn trái cây nhập khẩu từ bên ngoài EU tăng lên, đặc biệt là với các loại trái cây được tiêu thụ nhiều hoặc trái cây không sản xuất được tại EU.

- Cạnh tranh từ nguồn hàng nhập khẩu khác: Tỷ trọng thương mại ngoài EU đối với trái cây tương đối cao ở mức 43%. Dẫn đầu là chuối- loại trái cây nhập khẩu số một, gần 67% trong số đó đến từ các nước ngoài EU. Ngược lại, thương mại nội khối EU chiếm ưu thế đối với trái cam. Các loại trái cây chiếm tỷ trọng cao về khối lượng nhập khẩu là táo, cam quýt để bóc vỏ và dưa hấu. Xuất khẩu trái cây tươi vẫn chủ yếu trong EU. Cụ thể:

+ Xu hướng lợi thế cạnh tranh của các nguồn cung ứng gần với EU ngày càng gia tăng. Các công ty kinh doanh trái cây ở EU đang mở rộng hoặc bổ sung nguồn trái cây bằng nguồn cung ứng nhiều hơn ở các quốc gia lân cận, thường là ở những khu vực có khí hậu thuận lợi và chi phí sản xuất thấp hơn. Điều này mang lại cơ hội cho các nhà cung cấp lân cận như Ai Cập, Ma-rốc, Tunisia và Thổ Nhĩ Kỳ. Ma-rốc, Ai Cập và Tunisia là một trong những nhà cung cấp phát triển nhanh nhất cho thị trường châu Âu.

+ Trái cây trái vụ vẫn có cơ hội nhưng phải cạnh tranh gay gắt hơn với trái cây đúng vụ: Hầu hết người mua châu Âu cố gắng thiết lập danh mục sản phẩm ổn định, sẵn có quanh năm và tìm kiếm các đối tác phù hợp cho mục tiêu này. Châu Âu nhập khẩu nhiều trái cây và rau củ vì phần lớn sản phẩm phụ thuộc vào các mùa cụ thể hoặc khí hậu (nhiệt đới) không thể tìm thấy tại địa phương. Vì lý do đó, các thời điểm không phải là mùa thu hoạch tại EU vẫn là thời điểm tốt nhất để xuất khẩu sản phẩm tươi sang thị trường này. Tuy nhiên, các mùa có xu hướng thay đổi do biến đổi khí hậu và đây sẽ là yếu tố quan trọng tác động đến xuất khẩu trái cây vào EU.

2.4. Các yếu tố tác động đến nguồn cung ứng trái cây và năng lực cạnh tranh của trái cây Việt Nam

- Xu hướng tăng tỷ trọng của canh tác trái cây cũng như những cải tiến về năng suất sẽ giúp sản lượng trái cây của Việt Nam nói chung tiếp tục tăng trong thời gian tới. Điều này sẽ tạo ra nguồn cung trái cây dồi dào và ổn định hơn để xuất khẩu sang thị trường EU. Cùng với những nỗ lực tuyên truyền từ phía các cơ quan chức năng và từ chính các đối tác nhập khẩu của EU, các địa phương và doanh nghiệp trái cây Việt Nam đang ngày càng nhận thức rõ hơn được về tác động của việc tổ chức sản xuất theo hướng phù hợp để đáp ứng được các biện pháp kiểm dịch nghiêm ngặt trong khi vẫn đảm bảo thu nhập xứng đáng cho người trồng trọt. Để đáp ứng được các tiêu chuẩn, tuân thủ các quy trình theo chuẩn quốc tế đòi hỏi các doanh nghiệp phải điều chỉnh hoạt động sản xuất hoặc phương pháp sản xuất, áp dụng công nghệ tiên tiến..., dẫn tới chi phí tuân thủ bị gia tăng, tạo áp lực về tài chính cho các doanh nghiệp Việt Nam.

- Xu hướng đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm trái cây có chất lượng cao hơn thay vì trái cây thô giá thị thấp: Với định hướng chuyển từ cạnh tranh về lượng và giá sang việc sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm trái cây có giá trị gia tăng cao hơn, đáp ứng yêu cầu của các thị trường cao cấp hơn, thương hiệu trái cây Việt được dự báo sẽ từng bước được hình thành ghi dấu ấn tại nhiều quốc gia trên thế giới và giá trị xuất khẩu của mỗi loại trái cây sẽ tăng lên. Thời gian gần đây, trái cây Việt Nam đã vượt qua được “hàng rào” kỹ thuật để trái cây vào được các thị trường khó tính như: Hoa Kỳ, New Zealand, Australia, Nhật Bản, Hàn Quốc. Việc thâm nhập vào các thị trường này đã khẳng định được thương hiệu “trái cây Việt” tại thị trường thế giới, do đó được dự báo sẽ là tiền đề để sản phẩm

trái cây của Việt Nam thâm nhập vững chắc hơn vào các kênh phân phối tại EU, với định vị là những sản phẩm trái cây an toàn, chất lượng, có chứng nhận, có thương hiệu. Theo Thương vụ Việt Nam tại Bỉ và EU, chứng nhận hữu cơ có thể là một điểm cộng bổ sung. Ngoài ra, trái cây nhập khẩu được đánh giá tốt hơn nếu sản phẩm được xử lý đóng gói theo công nghệ và vận chuyển bằng đường biển, vừa giúp kéo dài thời hạn sử dụng mà trái cây vẫn giữ độ ngon.

- Ngoài các yếu tố trên thì xuất khẩu trái cây sang EU còn chịu tác động bởi các yếu tố khác liên quan đến các hoạt động phụ trợ, biến động tỷ giá và xu hướng chuỗi cung ứng nói chung. Tác động từ các dịch vụ phụ trợ và logistics; biến động tỷ giá; xu hướng số hóa và thương mại điện tử.

2.5. Yếu tố tác động từ hiệp định EVFTA và các hoạt động hợp tác, giao thương và đầu tư trong lĩnh vực trái cây giữa Việt Nam và các thị trường EU

Hiệp định là dấu mốc quan trọng trong quan hệ hợp tác thương mại giữa Việt Nam và EU (hiện là EU 27) được dự báo sẽ mang đến những cơ hội to lớn cho thị trường xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt là các mặt hàng nông, lâm, thủy sản mà Việt Nam có những lợi thế cạnh tranh, đồng thời thu hút nhiều nhà đầu tư đến từ EU thâm nhập vào thị trường nước nhà. Theo Hiệp định có tới 94% của 540 dòng thuế trái cây, rau quả từ Việt Nam vào thị trường EU đã về 0 ngay khi hiệp định có hiệu lực. Đây là cơ hội rất lớn cho hàng nông sản Việt Nam xuất khẩu vào EU - một thị trường tiềm năng với gần 500 triệu dân và đóng góp trên 20% GDP thế giới.

Hiệp định EVFTA được triển khai sẽ tạo những cơ hội mới cho thương mại song phương EU - Việt Nam. Đối với nhóm hàng rau quả Việt Nam xuất khẩu sang EU các tác nhân chủ yếu gồm: (1) Trước khi EVFTA có hiệu lực, rau quả Việt Nam xuất khẩu vào EU đã được hưởng mức thuế suất ưu đãi theo Hệ thống ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP), nhưng vẫn ở mức khá cao từ 10 - 20%. Từ ngày 01/8/2020, EVFTA có hiệu lực, khoảng 94% trong tổng số 547 dòng thuế nhóm hàng rau, quả tươi và chế biến được EU cắt giảm về 0%, trong đó có nhiều mặt hàng rau, quả có thể mạnh xuất khẩu của Việt Nam. Đây là một lợi thế cạnh tranh rất lớn so với các mặt hàng nông sản của các nước ở châu Á (vì có nhiều mặt hàng tương đồng), đặc biệt với hai thị trường nông sản lớn Thái Lan và Trung Quốc, do chưa có Hiệp định thương mại tự do với

EU. (2) Hiện có các chỉ dẫn địa lý bưởi Đoan Hùng, vải Thanh Hà, xoài cát Hòa Lộc và thanh long,... đã được EU bảo hộ không cần thực hiện theo quá trình thông thường; (3) Về kiểm dịch động thực vật (SPS) với các sản phẩm có nguồn gốc thực vật nói chung, rau quả nói riêng phải tuân thủ các quy định SPS rất nghiêm ngặt trong nuôi trồng, sản xuất và duy trì hệ thống cảnh báo nhanh. EU cũng tạo một số thuận lợi cho xuất nhập khẩu giữa hai bên như: danh sách các doanh nghiệp xuất khẩu đáp ứng yêu cầu mà 2 bên đề xuất; công nhận tương đương; quy định linh hoạt với các biện pháp SPS do EU ban hành mà Việt Nam khó đáp ứng (bằng các phương án Việt Nam lựa chọn); thống nhất thủ tục và điều kiện về vệ sinh an toàn thực phẩm;... đã tạo ra những cơ hội lớn cho phát triển xuất khẩu rau quả của Việt Nam. (4) Thuế suất của 85,6% dòng sản phẩm rau quả chế biến của Việt Nam vào EU được giảm về 0% ngay khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực tạo điều kiện cho các sản phẩm chế biến đồng thời thúc đẩy hoạt động chế biến sâu đối với trái cây tại Việt Nam. Thị trường EU ưa chuộng các sản phẩm chế biến sâu, tuy nhiên hiện nay, xuất khẩu rau quả chế biến của nước ta mới chỉ chiếm chưa tới 19% trong tổng giá trị xuất khẩu hàng rau quả. Dự báo đây sẽ là phân khúc có nhiều dư địa tăng trưởng trong xuất khẩu trái cây sang EU thời gian tới.

Cần lưu ý rằng EVFTA chỉ tạo ra các lợi thế về thuế quan, trong khi đó để trái cây được nhập khẩu vào thị trường này thì cần phải đáp ứng đầy đủ các quy định kỹ thuật của EU. Xu hướng như đã phân tích ở trên cho thấy các nước EU gia tăng việc sử dụng các công cụ, biện pháp bảo hộ người tiêu dùng và sản xuất trong nước mà không vi phạm các cam kết song phương, đa phương như: các rào cản kỹ thuật (TBT), các quy định về tiêu chuẩn chất lượng môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, quy định kiểm dịch động thực vật,... Điển hình là quy định mức dư lượng tối đa thuốc trừ sâu trong và trên thực phẩm rau quả; quy định về trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường và sở hữu trí tuệ là những tác nhân tạo thách thức lớn với xuất khẩu rau quả của Việt Nam.

3. Kết luận và một số khuyến nghị

Từ việc phân tích các yếu tố tác động đến xuất khẩu trái cây của Việt Nam sang thị trường EU có thể thấy triển vọng khả quan về nhu cầu của EU và năng lực cung ứng của Việt Nam. Đặc biệt với những ưu đãi từ hiệp định EVFTA, trái cây Việt Nam có lợi thế cạnh tranh về thuế so với trái cây Trung Quốc và

Thái Lan. Tuy nhiên, những yếu tố tác động khác cũng có thể khiến lợi thế về thuế không đủ quyết định cho khả năng xuất khẩu thành công và bền vững trái cây của Việt Nam vào thị trường EU, trong đó cần lưu tâm đến các biến động thị trường, áp lực cạnh tranh, yêu cầu kỹ thuật ngày càng cao, nhận thức sâu sắc của người tiêu dùng EU về tính bền vững trong sản xuất và tiêu thụ trái cây, môi trường kinh doanh và hoạt động vận chuyển, logistics... Các vấn đề liên quan đến biến đổi khí hậu và tính bền vững dự báo sẽ đóng một vai trò lớn hơn trong sự phát triển của thị trường trái cây nói chung và nhập khẩu trái cây vào EU nói riêng.

Đề tận dụng hiệu quả của EVFTA mang lại, các doanh nghiệp trái cây Việt Nam cần tập trung tối đa nguồn lực để đẩy mạnh xuất khẩu trái cây trong thời gian tới, nhanh chóng tăng thị phần trong thị trường nhập khẩu trái cây của EU, trước khi EU triển khai ký kết FTA với các đối thủ cạnh tranh tiềm năng của Việt Nam. Bên cạnh đó, nếu tận dụng tốt những cơ hội EVFTA mang lại, đẩy nhanh quá trình hàng trái cây của Việt Nam thâm nhập vào các quốc gia thành viên EU, hàng hóa của Việt Nam sẽ có được tín nhiệm để đến với các thị trường khó tính khác.

Hơn nữa, những biến động mạnh trên thị trường và chuỗi cung ứng trong thời gian qua đang thúc đẩy người mua ở EU có xu hướng tìm kiếm các nhà cung cấp đáng tin cậy từ các thị trường đối tác “chiến lược” và ổn định để đảm bảo nguồn trái cây cho người tiêu dùng vào bất kỳ thời điểm nào trong năm. Xu hướng này có ý nghĩa quan trọng đối với xuất khẩu trái cây của Việt Nam sang EU nếu chúng ta định hình được Việt Nam là một thị trường cung ứng “chiến lược” sản phẩm trái cây cho thị trường EU trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo:

Hiệp hội thương mại rau quả Châu Âu (AISBL) – <http://www.eucofel.org> (Phần Affiliation => “Aller a liste des affiliates” (danh sách thành viên), bao gồm tên của các thành viên hiệp hội thương mại rau quả tại các nước EU);

<http://www.freshquality.org/english/home.asp>: Tìm hiểu thông tin pháp luật về tiêu chuẩn marketing của EU;

<https://ec.europa.eu/eurostat>

<https://moit.gov.vn/tin-tuc/thi-truong-nuoc-ngoai/nam-2022-du-bao-xuat-khau-hang-rau-quua-cua-viet-nam-sang-eu-se-tang-khoang-15-nho-tan-dung-tot-evfta.html>

Phạm Văn Kiệt (2022), Các rào cản nhập khẩu trái cây của châu Âu và bài học cho Việt Nam, Tạp chí Tài chính kỳ 2 tháng 11/2022 (789), tr.99-102.