



**This project is funded by
the European Union**

BÁO CÁO THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ EU

Mã hoạt động: EU-34

***Tác giả:* Warner Uiterwijk, Globally Cool, Leeuwarden,
Hà Lan**

Vũ Thục Linh, chuyên gia trong nước

Tháng 11 năm 2016

Báo cáo này được xây dựng với sự hỗ trợ tài chính của Liên minh châu Âu. Quan điểm trong báo cáo là của (các) tác giả, không phản ánh ý kiến chính thức của Liên minh châu Âu hay của Bộ Công Thương.

Mục Lục

| | |
|--|-----------|
| I. GIỚI THIỆU CHUNG..... | 7 |
| 1.1 Mục đích và phương pháp..... | 7 |
| 1.2. Nhóm sản phẩm nghiên cứu | 7 |
| II. TÌNH HÌNH SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM..... | 10 |
| 2.1. Sản xuất..... | 10 |
| 2.1.1 Năng lực sản xuất..... | 10 |
| 2.1.2 Doanh nghiệp và các tổ chức liên quan trong ngành..... | 18 |
| 2.2. Tiêu thụ và nhập khẩu..... | 19 |
| 2.2.1 Tiêu thụ..... | 19 |
| 2.2.2 Nhập khẩu | 21 |
| 2.3. Xuất khẩu..... | 22 |
| 2.3.1 Tình hình xuất khẩu..... | 22 |
| 2.3.2 Các mặt hàng rau quả xuất khẩu | 24 |
| 2.4. Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU..... | 28 |
| 2.4.1 Kim ngạch xuất khẩu..... | 28 |
| 2.4.2 Các mặt hàng rau quả xuất khẩu sang EU..... | 29 |
| III. ĐẶC ĐIỂM THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ EU | 39 |
| 3.1. Đặc điểm và xu hướng thị trường..... | 39 |
| 3.1.1 Đặc điểm thị trường | 39 |
| 3.1.2 Xu hướng thị trường | 39 |
| 3.2. Tình hình tiêu thụ..... | 41 |
| 3.2.1 Rau quả tươi..... | 41 |
| 3.2.2 Rau quả chế biến | 42 |
| 3.3. Tình hình giá cả | 43 |
| 3.4. Tình hình sản xuất..... | 43 |
| 3.4.1 Rau quả tươi..... | 43 |
| 3.4.2 Rau quả chế biến | 44 |
| 3.5. Tình hình thương mại..... | 44 |
| 3.5.1 Tình hình nhập khẩu rau quả..... | 44 |
| 3.5.2 Các nước nhập khẩu chủ yếu..... | 46 |
| 3.5.3 Các nước cung cấp hàng đầu..... | 47 |
| 3.6. Các kênh phân phối..... | 50 |
| 3.6.1 Rau quả tươi (đường mũi tên xanh lá cây) | 50 |
| 3.6.2 Rau quả chế biến (đường mũi tên xanh nước biển) | 51 |
| 3.7. Đánh giá môi trường cạnh tranh của thị trường rau quả EU | 51 |
| 3.7.1 Đối thủ cạnh tranh..... | 51 |
| 3.7.2 Khả năng cạnh tranh của Việt Nam | 55 |
| IV. CÁC QUY ĐỊNH CỦA THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ EU | 57 |
| 4.1. Thuế nhập khẩu..... | 57 |
| 4.2. Quy định bắt buộc | 57 |
| 4.2.1 Quy định vệ sinh an toàn thực phẩm..... | 57 |
| 4.2.2 Quy định dán nhãn..... | 62 |
| 4.2.3 Quy định bao gói..... | 63 |
| 4.3. Yêu cầu về chứng nhận và tiêu chuẩn chất lượng..... | 64 |
| 4.3.1 Chứng nhận sản phẩm..... | 64 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3.2 Tiêu chuẩn chất lượng..... | 65 |
| 4.4. Yêu cầu của một số thị trường ngách | 66 |
| 4.4.1 Trách nhiệm xã hội..... | 66 |
| 4.4.2 Thị trường rau quả hữu cơ | 67 |
| V. ĐÁNH GIÁ CƠ HỘI XUẤT KHẨU RAU QUẢ VIỆT NAM SANG EU | 69 |
| 5.1. Khoảng cách giữa năng lực cung ứng của Việt Nam và nhu cầu của thị trường EU | 69 |
| 5.1.1 Chứng nhận..... | 69 |
| 5.1.2 Nhận thức | 69 |
| 5.1.3 Chuỗi cung ứng bền vững..... | 69 |
| 5.1.4 Vận chuyển bền vững | 70 |
| 5.1.5 Đóng gói và thiết kế bao bì xuất khẩu..... | 70 |
| 5.1.6 Một số lưu ý..... | 71 |
| 5.2. Đánh giá cơ hội xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU..... | 71 |
| Khả năng cạnh tranh của Việt Nam | 75 |
| VI. PHỤ LỤC..... | 76 |

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

| | |
|------------|---|
| EU: | Liên minh châu Âu |
| ITC: | Trung tâm Thương mại quốc tế |
| CBI: | Tổ chức Hỗ trợ nhập khẩu từ các nước đang phát triển của Hà Lan |
| VIETRADE: | Cục Xúc tiến thương mại – Bộ Công Thương |
| EU-MUTRAP: | Dự án hỗ trợ chính sách thương mại và đầu tư của Châu Âu |
| NN&PTNTN: | Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn |
| HTX: | Hợp tác xã |
| GAP: | Quy trình sản xuất nông nghiệp tốt |
| FFV: | Thị trường rau quả tươi |
| PFV: | Thị trường rau quả chế biến |
| Đvt: | Đơn vị tính |
| USD: | Đồng đô la Mỹ |

DANH MỤC BẢNG VÀ BIỂU ĐỒ

Bảng

| Bảng | Tên bảng | Trang |
|-----------|--|-------|
| Bảng 1.1 | Các mặt hàng rau quả | 8 |
| Bảng 2.1 | Diện tích, năng suất và sản lượng một số loại rau củ Việt Nam năm 2014 | 11 |
| Bảng 2.2 | Diện tích và sản lượng rau của tỉnh Lâm Đồng | 11 |
| Bảng 2.3 | Diện tích và sản lượng thanh long năm 2014 | 12 |
| Bảng 2.4 | Diện tích và sản lượng xoài tại các vùng/địa phương | 13 |
| Bảng 2.5 | Diện tích và sản lượng gieo trồng cam và quýt phân theo địa phương | 14 |
| Bảng 2.6 | Tỷ lệ nguyên liệu chế biến rau quả từ các nguồn khác nhau | 17 |
| Bảng 2.7 | Kim ngạch nhập khẩu rau quả của Việt Nam 2012 - 2015 | 21 |
| Bảng 2.8 | Xuất khẩu rau quả Việt Nam sang các thị trường giai đoạn 2012 – 2015 | 23 |
| Bảng 2.9 | Xuất khẩu rau quả Việt Nam phân theo mã sản phẩm (Mã HS) | 25 |
| Bảng 2.10 | Xuất khẩu rau quả Việt Nam sang thị trường EU | 28 |
| Bảng 2.11 | Xuất khẩu rau quả sang thị trường EU phân theo mã HS | 31 |

Biểu đồ

| Biểu đồ | Tên biểu đồ | Trang |
|--------------|---|-------|
| Biểu đồ 2.1 | Sơ đồ quy trình tiêu thụ rau tại Việt Nam | 20 |
| Biểu đồ 2.2 | Tăng trưởng xuất khẩu rau quả Việt Nam giai đoạn 2012 – 6T/2016 | 23 |
| Biểu đồ 3.1 | Nhập khẩu rau quả của Châu Âu theo xuất xứ chính | 45 |
| Biểu đồ 3.2a | Các nước nhập khẩu rau quả chủ yếu của Châu Âu | 46 |
| Biểu đồ 3.2b | Các nước nhập khẩu rau quả chính của Châu Âu trong năm 2015 | 47 |

| | | |
|-------------|---|----|
| Biểu đồ 3.3 | Các nước cung cấp rau quả hàng đầu cho thị trường Châu Âu năm 2015 | 48 |
| Biểu đồ 3.4 | Chuỗi phân phối rau quả tươi và rau quả chế biến | 50 |
| Biểu đồ 3.5 | Các nước cung cấp rau quả hàng đầu của Châu Á cho thị trường Châu Âu năm 2015 | 53 |
| Biểu đồ 5.1 | Ma trận cơ hội đối với rau quả Việt Nam | 73 |

I. Giới thiệu chung

1.1 Mục đích và phương pháp

Báo cáo do Cục Xúc tiến thương mại (VIETRADE) – Bộ Công Thương và Dự án hỗ trợ chính sách thương mại và đầu tư của Châu Âu (EU-MUTRAP) phối hợp thực hiện nhằm cung cấp thông tin hỗ trợ cho các doanh nghiệp kinh doanh mặt hàng rau quả Việt Nam mong muốn đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Châu Âu (EU).

Nội dung Báo cáo tập trung:

- Đánh giá tình hình sản xuất, xuất khẩu rau quả của Việt Nam và tình hình xuất khẩu nói chung cũng như xuất khẩu sang thị trường EU nói riêng;
- Cung cấp thông tin cụ thể về đặc điểm và xu hướng thị trường, tình hình tiêu thụ, giá cả, kênh phân phối, cạnh tranh, sản xuất và xuất/ nhập khẩu rau quả của EU;
- Đánh giá các quy định trong nhập khẩu rau quả của thị trường EU;
- Nhận định về cơ hội, tiềm năng phát triển thị trường EU đối với rau quả Việt Nam.

Ngoài Phần I giới thiệu chung, Báo cáo có thêm bốn phần nội dung chính. Phần II đánh giá tình hình sản xuất và xuất khẩu rau quả của Việt Nam, đặc biệt đánh giá tình hình xuất khẩu sang thị trường EU. Tiếp theo, Phần III cung cấp thông tin cụ thể về đặc điểm và xu hướng thị trường, tình hình tiêu thụ, giá cả, kênh phân phối, tình hình cạnh tranh, sản xuất và xuất/ nhập khẩu rau quả của EU. Phần IV nêu lên các quy định thị trường như thuế suất nhập khẩu rau quả, thủ tục nhập khẩu, quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm, bao bì đóng gói, nhãn mác, các yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng và các yêu cầu khác. Phần V đánh giá cơ hội xuất khẩu rau quả Việt Nam sang thị trường EU. Phần cuối của Báo cáo cung cấp những nguồn thông tin hữu ích, danh sách một số nhà nhập khẩu rau quả tại EU và các sự kiện xúc tiến thương mại trong ngành tại thị trường này để các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả Việt Nam có thể tham khảo.

Phương pháp thực hiện Báo cáo chủ yếu là thu thập, xử lý các nguồn thông tin đáng tin cậy của các tổ chức kinh tế, các tổ chức xúc tiến thương mại Việt Nam và quốc tế như: Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), Tổ chức hỗ trợ nhập khẩu từ các nước đang phát triển của Hà Lan (CBI), Các cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam tại các nước EU, Cục Xúc tiến thương mại, Tổng cục Hải quan Việt Nam, Hiệp hội rau quả Việt Nam (Vinafruit), Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn... Đặc biệt, các kết quả trong Báo cáo được đưa ra trên cơ sở sử dụng phần mềm công cụ nghiên cứu thị trường của công ty thông tin “Bản đồ thương mại – Trade Map” của ITC, có kết hợp với việc thu thập thông tin, ý kiến từ các chuyên gia và các doanh nghiệp thông qua các buổi hội thảo, tọa đàm xúc tiến thương mại.

1.2. Nhóm sản phẩm nghiên cứu

Nhóm sản phẩm rau quả (rau quả tươi và rau quả chế biến) bao gồm các sản phẩm thuộc Chương 07, Chương 08 và Chương 20 trong Hệ thống phân loại HS. Báo cáo không đưa

sản phẩm hạt điều vào nhóm sản phẩm nghiên cứu. Nhóm sản phẩm nghiên cứu được thống kê với các mã HS như sau:

Bảng 1.1: Các mặt hàng rau quả

| Mã hàng | Mô tả hàng hoá |
|----------------|---|
| 0701 | Khoai tây, tươi hoặc ướp lạnh |
| 0702 | Cà chua, tươi hoặc ướp lạnh |
| 0703 | Hành, hành tằm, tỏi, tỏi tây, các loại rau họ hành, tỏi khác, tươi hoặc ướp lạnh |
| 0704 | Bắp cải, hoa lơ, su hào, cải xoăn và các loại rau ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh |
| 0705 | Rau diếp, xà lách (<i>lactuca sativa</i>) và rau diếp, xà lách xoăn (<i>cichorium spp</i>), tươi hoặc ướp lạnh. |
| 0706 | Cà rốt, củ cải, củ cải đỏ làm rau trộn (sa-lát), cần củ, diếp củ, củ cải ri và các loại củ rễ ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh |
| 0707 | Dưa chuột và dưa chuột ri, tươi hoặc ướp lạnh |
| 0708 | Rau đậu đã hoặc chưa bóc vỏ, tươi hoặc ướp lạnh |
| 0709 | Rau khác, tươi hoặc ướp lạnh |
| 0710 | Rau các loại (đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước), đông lạnh. |
| 0711 | Rau các loại đã bảo quản tạm thời (ví dụ, bằng khí sunphur, ngâm nước muối, ngâm nước lưu huỳnh hoặc ngâm trong dung dịch bảo quản khác), nhưng không ăn ngay được. |
| 0712 | Rau khô, ở dạng nguyên, cắt, thái lát, vụn hoặc ở dạng bột, nhưng chưa chế biến thêm. |
| 0713 | Các loại rau đậu khô, đã bóc vỏ quả, đã hoặc chưa bóc vỏ hạt hoặc làm vỡ hạt. |
| 0714 | Sắn, củ dong, củ lan, a-ti-sô Jerusalem, khoai lang và các loại củ và rễ tương tự có hàm lượng tinh bột hoặc inulin cao, tươi, ướp lạnh, đông lạnh hoặc khô, đã hoặc chưa thái lát hoặc làm thành dạng viên; lõi cây cọ sago. |
| 0802 | Quả hạch (nut) khác, tươi hoặc khô, đã hoặc chưa bóc vỏ hoặc lột vỏ. |
| 0803 | Chuối, kể cả chuối lá, tươi hoặc khô |
| 0804 | Quả chà là, sung, vả, dứa, bơ, ổi, xoài và măng cụt, tươi hoặc khô |
| 0805 | Quả thuộc chi cam quýt, tươi hoặc khô |
| 0806 | Quả nho, tươi hoặc khô |
| 0807 | Các loại dưa (kể cả dưa hấu) và đu đủ, tươi |
| 0808 | Quả táo, lê và quả mộc qua, tươi |
| 0809 | Quả mơ, anh đào, đào (kể cả xuân đào), mận và mận gai, tươi |
| 0810 | Quả khác, tươi |
| 0811 | Quả và quả hạch (nut), đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đông lạnh, đã hoặc chưa thêm đường hoặc chất làm ngọt khác. |
| 0812 | Quả và quả hạch (nut), được bảo quản tạm thời (ví dụ, bằng khí sunphur, ngâm nước muối, nước lưu huỳnh hoặc dung dịch bảo quản khác), nhưng không ăn ngay được. |
| 0813 | Quả, khô, trừ các loại quả thuộc nhóm 08.01 đến 08.06; hỗn hợp các loại quả hạch (nut) hoặc quả khô thuộc Chương này. |
| 0814 | Vỏ các loại quả thuộc chi cam quýt, hoặc các loại dưa (kể cả dưa hấu), tươi, đông lạnh, |

khô hoặc bảo quản tạm thời trong nước muối, nước lưu huỳnh hoặc trong các dung dịch bảo quản khác.

2001 Rau, quả, quả hạch (nut) và các phần ăn được khác của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng giấm hoặc axit acetic.

2002 Cà chua đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ loại bảo quản bằng giấm hoặc axit acetic.

2003 Nấm và nấm cục, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit acetic.

2004 Rau khác, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit acetic, đã đông lạnh, trừ các sản phẩm thuộc nhóm 20.06.

2005 Rau khác, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit acetic, không đông lạnh, trừ các sản phẩm thuộc nhóm 20.06.

2006 Rau, quả, quả hạch (nut), vỏ quả và các phần khác của cây, được bảo quản bằng đường (dạng khô có tẩm đường, ngâm trong nước đường hoặc bọc đường).

2007 Mút, thạch trái cây, mút từ quả thuộc chi cam quýt, bột nghiền và bột nhào từ quả hoặc quả hạch (nut), thu được từ quá trình đun nấu, đã hoặc chưa pha thêm đường hay chất làm ngọt khác.

2008 Quả, quả hạch (nut) và các phần ăn được khác của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác, đã hoặc chưa pha thêm đường hay chất làm ngọt khác hoặc rượu, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác.

2009 Các loại nước ép trái cây (kể cả hèm nho) và nước rau ép, chưa lên men và chưa pha thêm rượu, đã hoặc chưa pha thêm đường hoặc chất làm ngọt khác.

II. Tình hình sản xuất và xuất khẩu rau quả của Việt Nam

2.1. Sản xuất

2.1.1 Năng lực sản xuất

2.1.1.1 Rau quả tươi

Việt Nam có vị trí địa lý trải dài qua nhiều vĩ độ, khí hậu nhiệt đới gió mùa và có một số vùng tiểu khí hậu đặc biệt như Sa Pa, Tam Đảo, Đà Lạt..., có điều kiện tự nhiên khá thuận lợi cho sản xuất rau. Việt Nam có thể trồng được trên 120 loại rau có nguồn gốc nhiệt đới, á nhiệt đới, ôn đới và cùng với các tiến bộ khoa học công nghệ, các loại rau trái vụ được sản xuất nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng và phục vụ chế biến xuất khẩu. Sản xuất rau có xu hướng ngày càng mở rộng về diện tích và sản lượng tăng đồng thuận.

Hiện nay diện tích trồng rau quả của Việt Nam chiếm tỷ lệ lớn trong diện tích đất trồng trọt. Sản lượng rau quả hàng năm đạt khoảng 7 triệu tấn, trong số này chiếm đến 90% là tiêu thụ nội địa, chỉ có khoảng 10% phục vụ xuất khẩu. Tính đến năm 2014, Việt Nam có diện tích gieo trồng rau các loại khoảng 873 nghìn ha, năng suất tính bình quân cho các loại rau nói chung cả nước mới đạt khoảng 175 tạ/ha, sản lượng rau các loại cũng ước đạt 15,3 triệu tấn tăng 4,4% so với cùng kỳ năm 2013. Diện tích trồng rau quả của nước ta đã tăng lên nhanh chóng trong khoảng 5 năm trở lại đây. Với những lợi thế về điều kiện tự nhiên, khu vực Đồng bằng sông Hồng trở thành vùng sản xuất rau lớn nhất nước, tiếp đó là khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Những tỉnh có năng suất đạt cao nhất là Lâm Đồng, Đắk Lắk (Tây Nguyên), Hải Dương, Thái Bình, Hải Phòng (Đồng bằng sông Hồng), Trà Vinh, An Giang, Kiên Giang (Đồng bằng sông Cửu Long), Tp. Hồ Chí Minh, năng suất rau trung bình đạt trên 200 tạ/ha.

Diện tích cây ăn quả khoảng 700.000 ha, cho sản lượng hàng năm khoảng 7 triệu tấn quả các loại. Đồng bằng sông Cửu Long là vùng trồng cây ăn quả lớn nhất cả nước (chiếm trên 50% diện tích và 60% sản lượng trái cây của cả nước). Về cơ cấu: chuối là loại cây ăn quả có diện tích lớn nhất (chiếm khoảng 19% diện tích), tiếp theo là xoài, vải, chôm chôm, nhãn... Tính đến hết năm 2014, các loại cây ăn quả nhìn chung đều có kết quả thu hoạch khá, đáng chú ý là các loại cây như cam, quýt, xoài, dứa, chuối, nho... là những loại cây tiếp tục mang lại hiệu quả kinh tế khá, ước đạt mức tăng trưởng về sản lượng đều từ 2,5% trở lên. Trên địa bàn cả nước, đã hình thành các vùng trồng cây ăn quả tập trung, cho sản lượng lớn như mận Bắc Hà – Lào Cai; cam Vị Xuyên – Hà Giang, bưởi Đoan Hùng – Phú Thọ, vải Lục Ngạn – Bắc Giang, nhãn lồng Hưng Yên... Đã có một số vùng sản xuất quả tập trung như Thanh Long – Bình Thuận, sầu riêng com vàng hạt lép, vú sữa Lò Rèn... của các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long.

Theo đánh giá của Viện Nghiên cứu Rau quả, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NN&PTNT), trong những năm gần đây các loại rau được xác định có khả năng phát triển để cung cấp sản phẩm cho xuất khẩu là cà chua, dưa chuột, đậu rau, ngô rau... phát triển mạnh cả về quy mô và sản lượng. Sản xuất rau theo hướng nông nghiệp công nghệ cao đã bước đầu được hình thành như: sản xuất trong nhà màng, nhà lưới chống côn trùng, sản xuất trong nhà plastic không cố định để hạn chế tác hại của các yếu tố môi trường bất

lợi, trồng rau bằng kỹ thuật thủy canh, màng dinh dưỡng, nhân giống và sản xuất các loại cây quý hiếm, năng suất cao bằng công nghệ nhà kính của Israel có điều khiển kiểm soát các yếu tố môi trường.

Bảng 2.1: Diện tích, năng suất và sản lượng một số loại rau củ Việt Nam năm 2014

| | Diện tích (nghìn ha) | Tăng giảm (%) | Năng suất bình quân (tạ/ha) | Tăng giảm (%) | Sản lượng (triệu tấn) | Tăng giảm (%) |
|---------------------|--------------------------------|-------------------------|--|-------------------------|---------------------------------|-------------------------|
| Ngô | 1.178,9 | 0,7 | 44 | -0,8 | 5,2 | -0,1 |
| Khoai lang | 131,7 | -2,4 | 108 | 7,3 | 14,22 | -4,7 |
| Sắn | 548,8 | 0,9 | 182,8 | 1,9 | 10 | 2,8 |
| Mía | 303,6 | -2,2 | 657,9 | 1,5 | 20 | -1,5 |
| Lạc | 209,2 | -3,3 | 21,8 | -4,3 | 455,1 | -3,8 |
| Đậu ương | 111,2 | -5,4 | 14,3 | -0,7 | 160 | -4,5 |
| Rau các loại | 873 | 3 | 175 | 1,3 | 15,3 | 4,4 |

Nguồn: Bộ NN&PTNT

Lâm Đồng là địa phương có điều kiện khí hậu, đất đai thuận lợi cho sản xuất rau quanh năm. Thành phố Đà Lạt, Đơn Dương, Đức Trọng, Lạc Dương là những vùng có độ cao trung bình trên 1000m so với mặt biển, khí hậu quanh năm ôn hòa mát mẻ thích hợp với các chủng loại rau ôn đới, á nhiệt đới và đã xây dựng được thương hiệu rau Đà Lạt. Một số cơ sở sản xuất của Lâm Đồng đã được nhận chứng chỉ GlobalGAP. Sản phẩm rau của Lâm Đồng đã xuất khẩu đến các thị trường Đông Nam Á như: Đài Loan, Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore và cung cấp cho thị trường nội địa các tỉnh miền Đông, miền Nam Trung Bộ và đặc biệt là TP. Hồ Chí Minh và một số loại rau trái vụ cho thị trường Hà Nội. Tính đến năm 2016, toàn tỉnh hiện có 54 nghìn ha rau với sản lượng 2,3 triệu tấn.

Bảng 2.2: Diện tích và sản lượng rau của tỉnh Lâm Đồng

Đvt: ha, tấn

| Năm | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Diện tích | 35.055 | 39.789 | 43.202 | 43.598 | 44.159 | 48.781 |
| Sản lượng | 933.895 | 1.128.356 | 1.243.918 | 1.296.424 | 1.398.469 | 1.594.398 |

Nguồn: Sở NN&PTNT tỉnh Lâm Đồng, 2014

Hiện tại một số thành phố lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, sản xuất rau được chuyển đổi theo hướng trồng rau an toàn và trồng rau với kỹ thuật cao. TP. Hồ Chí Minh đã xây dựng khu nông nghiệp công nghệ cao trên 100 ha tại huyện Củ Chi, áp dụng công nghệ trồng rau bằng kỹ thuật thủy canh, màng dinh dưỡng và canh tác trên giá thể không

đất, nuôi cấy mô cho rau, hoa, cây cảnh, cây ăn trái... ứng dụng chất điều hoà sinh trưởng thực vật, công nghệ gen, sản xuất nấm và các chế phẩm vi sinh.

Khu vực Đồng bằng sông Cửu Long là vùng có thế mạnh đặc biệt về trái cây so với các vùng khác trong cả nước, hiện vùng cây ăn trái của khu vực này chiếm khoảng 38% về diện tích và 44% sản lượng của cả nước.

Tính đến tháng 7 năm 2016, sản lượng một số loại trái cây chính đạt giá trị cao như: Bưởi đạt 457,9 nghìn tấn, tăng 3,4%; xoài đạt 702 nghìn tấn, tăng 3,4%; chuối đạt 1,9 triệu tấn, tăng 3,3%; dứa đạt 598,3 nghìn tấn, tăng 1,1%. Một số cây ăn quả có sản lượng giảm so với năm 2014: Sản lượng quýt đạt 161,6 nghìn tấn, giảm 4,5%; cam đạt 579,5 nghìn tấn, giảm 1,7%; vải đạt 362,2 nghìn tấn, giảm 1,7%; nhãn đạt 512,3 nghìn tấn, giảm 1,3%.

- Thanh long

Bảng 2.3 Diện tích và sản lượng thanh long năm 2014

Dvt: ha, tấn

| Địa phương | Diện tích (ha) | % trên tổng Việt Nam | Sản lượng (tấn) | % trên tổng Việt Nam |
|------------|----------------|----------------------|-----------------|----------------------|
| Việt Nam | 35.665 | 100 | 614.346 | 100 |
| Bình Thuận | 23.200 | 65,1 | 430.120 | 70,0 |
| Long An | 5.916 | 16,6 | 78.400 | 12,8 |
| Tiền Giang | 4.052 | 11,4 | 75.109 | 12,2 |

Nguồn: Hiệp hội Rau quả Việt Nam (VINA FRUIT), 2014

Việt Nam có hơn 35,66 nghìn ha diện tích trồng thanh long với tổng sản lượng đạt khoảng 614, 34 nghìn tấn. Thanh long hiện đang được trồng trên 32 tỉnh/thành phố, nhưng phát triển mạnh thành các vùng chuyên canh quy mô lớn tập trung ở các tỉnh như Bình Thuận, Tiền Giang và Long An. Diện tích thanh long của ba tỉnh này chiếm 93% tổng diện tích và 95% sản lượng của cả nước phần diện tích thanh long còn lại phân bố ở một số tỉnh Miền Nam như Vĩnh Long, Trà Vinh, Tây Ninh, Bà Rịa - Vũng Tàu và một số tỉnh Miền Bắc. Trong đó, Bình Thuận là nơi có diện tích và sản lượng thanh long lớn nhất chiếm 65,1% diện tích và 70% sản lượng cả nước; tiếp đến là Long An (chiếm 16,6% diện tích và 12,8% sản lượng) và đứng thứ ba là Tiền Giang (chiếm 11,4% diện tích và 12,2% sản lượng).

- Xoài

Theo Bộ NN&PTNT, diện tích trồng xoài của Việt Nam năm 2014 khoảng 84,1 nghìn ha, sản lượng hơn 969 nghìn tấn/năm. Việt Nam đứng thứ 13 về sản xuất xoài trên thế giới nhưng xuất khẩu xoài thì số lượng quá ít và nằm ngoài top 10 nước xuất khẩu xoài. Tuy nhiên, Việt Nam lại đứng thứ 7 trong số các nước nhập khẩu xoài.

Bảng 2.4: Diện tích và sản lượng xoài tại các vùng/địa phương*Đvt: nghìn ha, nghìn tấn**Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Thống kê, 2016*

| Địa phương | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Diện tích | Sản lượng | Diện tích | Sản lượng | Diện tích | Sản lượng | Diện tích | Sản lượng |
| Cả nước | 86,4 | | 85,6 | | 85,0 | | 84,1 | 969 |
| Đồng bằng sông Hồng | 1,9 | 13,7 | 1,9 | 14,5 | 2,0 | 16,6 | 1,6 | 16,4 |
| Trung du miền núi phía Bắc | 8,7 | 28,4 | 8,5 | 31,2 | 8,4 | 31,2 | 8,1 | 28,2 |
| Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung | 14,1 | 82,2 | 13,6 | 79,0 | 13,9 | 82,5 | 14,0 | 81,1 |
| Tây Nguyên | 2,2 | 14,7 | 2,3 | 15,5 | 2,6 | 18,1 | 2,4 | 15,7 |
| Đông Nam bộ | 18,4 | 127,5 | 18,3 | 130,8 | 18,3 | 133,9 | 18,2 | 136,7 |
| Đồng bằng sông Cửu Long | 41,1 | 420,1 | 41,0 | 394,3 | 39,8 | 398,6 | 39,8 | 410,8 |
| Long An | 1,2 | 3,6 | 1,3 | 7,7 | 1,1 | 7,3 | 1,1 | 7,0 |
| Tiền Giang | 5,5 | 93,5 | 4,6 | 107,0 | 5,0 | 106,6 | 4,8 | 105,2 |
| Bến Tre | 1,1 | 8,6 | 0,8 | 6,2 | 0,7 | 5,5 | 0,7 | 5,5 |
| Trà Vinh | 2,4 | 16,1 | 2,2 | 14,4 | 2,0 | 13,4 | 2,0 | 12,8 |
| Vĩnh Long | 4,7 | 51,1 | 4,8 | 52,6 | 4,9 | 54,2 | 4,9 | 55,1 |
| Đồng Tháp | 9,1 | 75,2 | 9,0 | 84,0 | 9,0 | 87,4 | 9,1 | 97,9 |
| An Giang | 4,6 | 50,2 | 4,6 | 61,7 | 4,7 | 64,3 | 5,0 | 62,9 |
| Kiên Giang | 3,7 | 79,5 | 4,2 | 14,5 | 3,5 | 15,1 | 3,6 | 18,4 |

| | | | | | | | | |
|-----------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|
| Cần Thơ | 2,5 | 9,2 | 2,5 | 9,8 | 2,5 | 9,6 | 2,5 | 9,8 |
| Hậu Giang | 4,0 | 17,4 | 3,9 | 17,9 | 3,4 | 16,3 | 3,1 | 15,6 |
| Sóc Trăng | 1,8 | 12,6 | 1,9 | 13,1 | 1,8 | 13,5 | 1,8 | 15,1 |

Tại Tiền Giang hiện có khoảng 5 nghìn ha xoài các loại như: xoài cát Hòa Lộc, xoài cát Chu, xoài ghép... Tuy nhiên, hiện nay xoài Tiền Giang chủ yếu tiêu thụ dưới dạng trái tươi ở thị trường nội địa và xuất khẩu. Hệ thống thu mua vẫn phụ thuộc vào thương lái qua nhiều khâu trung gian. Các loại xoài ở tỉnh Tiền Giang tiêu thụ nội địa là 48,1% và số còn lại cho xuất khẩu. Trong hơn 51,9% xuất khẩu đó chủ yếu là xoài cát Chu, chỉ có 1,3% xuất khẩu từ HTX xoài cát Hòa Lộc.

Tại Đồng Tháp, với 9,3 nghìn ha diện tích trồng xoài, hàng năm cho sản lượng trên 87 nghìn tấn.

-Vải thiều

Vùng vải tập trung lớn nhất cả nước là Bắc Giang có diện tích 35,1 nghìn ha, sản lượng đạt 120,1 nghìn tấn. Tiếp theo là Hải Dương với diện tích 14 nghìn ha, sản lượng 36,4 nghìn tấn.

Năm 2015, với tổng diện tích 32 nghìn ha, sản lượng vải tại Bắc Giang đạt 195 nghìn tấn quả tươi. Trong đó, vải sớm diện tích 6 nghìn ha, cho sản lượng trên 26,7 nghìn tấn (chiếm 13,6%), vải chính vụ diện tích 25,3 nghìn ha, cho sản lượng gần 168,3 nghìn tấn (chiếm 86,4%). Diện tích vải thiều theo tiêu chuẩn VietGAP tăng lên trên 12,3 nghìn ha (tăng 2,8 nghìn ha so với năm 2014), sản lượng khoảng 80 nghìn tấn; đặc biệt, đã đưa vào sản xuất 100 ha vải thiều theo tiêu chuẩn GlobalGap, cho sản lượng khoảng 600 tấn phục vụ xuất khẩu sang các thị trường mới, khó tính. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ đã cấp 6 mã vùng trồng (từ 6618-6623) cho 109 hộ với diện tích 60,4 ha, tại xã Hồng Giang, huyện Lục Ngạn, tỉnh Bắc Giang.

- Cam và quýt

Cam được trồng tập trung ở Đồng bằng sông Cửu Long với diện tích 39,2 nghìn ha, cho sản lượng 496 nghìn tấn. Trên vùng Trung du miền núi phía Bắc, cây cam sành được trồng khá tập trung ở tỉnh Hà Giang, tuy nhiên, sản lượng mới đạt 11 nghìn tấn.

Bảng 2.5: Diện tích và sản lượng gieo trồng cam và quýt phân theo địa phương

Dvt: nghìn ha, nghìn tấn

| Địa phương | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | |
|----------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| | Diện tích | Sản lượng | Diện tích | Sản lượng | Diện tích | Sản lượng | Diện tích | Sản lượng |
| CẢ NƯỚC | 68,8 | 702,1 | 67,5 | 704,1 | 70,3 | 706,0 | 75,6 | 736,1 |

| | | | | | | | | |
|---|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| Đồng bằng sông Hồng | 6,0 | 63,8 | 5,9 | 62,9 | 5,6 | 61,0 | 5,4 | 59,8 |
| Hưng Yên | 1,9 | 31,5 | 2,0 | 31,4 | 2,0 | 31,8 | 1,9 | 32,7 |
| Trung du miền núi phía Bắc | 11,7 | 52,4 | 12,4 | 68,4 | 14,1 | 72,3 | 15,7 | 75,3 |
| Hà Giang | 1,7 | 9,1 | 1,6 | 9,5 | 2,7 | 9,7 | 3,6 | 11,0 |
| Tuyên Quang | 2,8 | 15,1 | 3,0 | 22,1 | 3,2 | 22,2 | 4,2 | 27,6 |
| Lạng Sơn | 1,6 | 2,7 | 1,2 | 2,8 | 1,1 | 2,7 | 1,3 | 2,8 |
| Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung | 8,5 | 50,8 | 7,7 | 52,2 | 7,4 | 47,0 | 8,1 | 48,9 |
| Nghệ An | 2,9 | 24,0 | 3,0 | 27,4 | 2,9 | 23,7 | 3,4 | 25,6 |
| Hà Tĩnh | 2,6 | 15,0 | 2,4 | 14,4 | 2,6 | 14,7 | 2,7 | 14,3 |
| Tây Nguyên | 0,6 | 2,6 | 0,6 | 3,4 | 0,8 | 4,0 | 1,0 | 4,5 |
| Đông Nam bộ | 6,3 | 69,1 | 5,7 | 58,7 | 5,5 | 53,1 | 6,2 | 51,6 |
| Đồng Nai | 4,1 | 57,5 | 3,4 | 45,9 | 3,0 | 39,5 | 2,9 | 36,6 |
| Đồng bằng sông Cửu Long | 35,8 | 463,5 | 35,2 | 458,5 | 36,9 | 468,6 | 39,2 | 496,0 |
| Tiền Giang | 7,1 | 152,5 | 6,0 | 135,7 | 5,5 | 118,9 | 5,0 | 118,9 |
| Bến Tre | 3,1 | 22,9 | 2,7 | 20,3 | 2,0 | 14,9 | 2,0 | 15,5 |
| Trà Vinh | 2,9 | 43,7 | 3,0 | 46,7 | 3,0 | 50,9 | 3,1 | 51,3 |
| Vĩnh Long | 7,6 | 73,9 | 7,9 | 77,0 | 8,1 | 81,1 | 8,3 | 83,8 |
| Đồng Tháp | 3,2 | 61,6 | 3,2 | 64,5 | 3,2 | 63,9 | 3,4 | 66,5 |
| Cần Thơ | 1,5 | 13,3 | 1,3 | 10,4 | 1,1 | 10,5 | 1,0 | 9,8 |
| Hậu Giang | 6,5 | 59,4 | 7,1 | 68,8 | 9,4 | 84,4 | 11,3 | 103,2 |
| Sóc Trăng | 3,5 | 26,7 | 3,0 | 25,3 | 3,7 | 31,5 | 4,3 | 34,3 |

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2016

- Chôm chôm

Chôm chôm được trồng nhiều ở miền Đông Nam bộ với diện tích 14,2 nghìn ha, sản lượng xấp xỉ 100 nghìn tấn.

- Bưởi

Diện tích trồng bưởi ở Đồng bằng sông Cửu Long không ngừng tăng mạnh, hiện nay đạt 25,3 nghìn ha, sản lượng đạt khoảng 300 nghìn tấn/năm. Riêng giống bưởi da xanh với đặc điểm ngọt thanh, ráo múi, nhiều dưỡng chất, giá bán ổn định... đang được nông dân các tỉnh mở rộng diện tích (Tiền Giang: 3, 8 nghìn ha, Hậu Giang 3 nghìn ha, Vĩnh Long vài trăm ha...). Diện tích bưởi da xanh đang cho trái 4, 2 nghìn ha, trồng mới 128 ha và có hơn 46 ha được chứng nhận GAP; năng suất bình quân 11,4 tấn/ha, sản lượng 47,67 nghìn tấn. Người trồng bưởi da xanh có thu nhập ổn định trên 400 - 500 triệu đồng/ha. Tuy nhiên hiện nay bưởi Năm Roi mới là giống bưởi có sản lượng mang ý nghĩa hàng hóa lớn với tổng diện tích 9,2 nghìn ha phân bố chính ở Vĩnh Long, tiếp theo là tỉnh Hậu Giang.

- Mãng cầu

Loại trái cây nhiệt đới rất được trồng chủ yếu ở vùng Đồng bằng Sông Cửu long với tổng diện tích khoảng 4,9 nghìn ha, cho sản lượng khoảng 4,5 nghìn tấn, trong đó tỉnh Bến Tre có diện tích tập trung lớn nhất 4,2 nghìn ha, chiếm 76,8% diện tích cả nước. Đây là loại trái cây rất được giá trên thị trường.

Ngoài ra, còn có một số loại cây ăn quả khác cũng có khả năng xuất khẩu tươi là sầu riêng cơm vàng hạt lép, vú sữa Lò Rèn, nhãn xuống cơm vàng..., tuy nhiên những loại này có diện tích và sản lượng còn khá ít ỏi, không đủ tiêu thụ nội địa và giá bán trong nước thậm chí còn cao hơn giá xuất khẩu.

Trong quy hoạch phát triển cây ăn trái, Bộ NN&PTNT chú trọng đến 12 loại trái cây chủ lực gồm thanh long, xoài, chôm chôm, sầu riêng, vú sữa, bưởi, nhãn, chuối, dứa, cam, măng cầu và quýt. Tổng diện tích cây ăn quả chủ lực trồng tập trung dự kiến đến năm 2020 là 257 nghìn ha, chiếm 52% tổng diện tích quy hoạch cây ăn trái ở Nam bộ, trong đó vùng Đồng bằng sông Cửu Long hơn 185 nghìn ha, vùng Đông Nam bộ 72 nghìn ha. Xoài là loại cây có diện tích trồng tập trung lớn nhất với gần 46 nghìn ha, tiếp đó là nhãn 30 nghìn ha, chuối 29 nghìn ha, bưởi 28 nghìn ha, cam 26 nghìn ha, thanh long 25 nghìn ha, dứa 21 nghìn ha, chôm chôm 18 nghìn ha, sầu riêng 15 nghìn ha, măng cầu 8.300 ha, quýt 5.850 ha và vú sữa 5.000 ha...

2.1.1.2 Rau quả chế biến

Ở khâu chế biến rau quả, cả nước hiện có trên 100 cơ sở chế biến rau quả quy mô công nghiệp với tổng công suất 300 nghìn tấn sản phẩm/ năm. Ngoài ra còn có hàng ngàn cơ sở chế biến quy mô nhỏ như sấy vải, nhãn, muối dưa chuột... Tuy nhiên, hầu hết các cơ sở chế biến rau quả không đủ nguyên liệu sản xuất, công suất thực tế trung bình chỉ đạt khoảng 30%. Rau quả chế biến sâu chỉ chiếm khoảng 10% và chủ yếu gồm các loại như đóng hộp, đông lạnh, cô đặc, nước quả, chiên sấy, muối... Trong số đó, sản phẩm đóng hộp chiếm đến 50%, tiếp theo là sản phẩm cô đặc và đông lạnh.

Trước kia, ngành tập trung phát triển khâu cung ứng nguyên liệu thô cho nhiều nhà máy đông lạnh và chế biến hoa quả. Nhiều nhà máy được trang bị máy móc, thiết bị hiện đại và tất cả đã được chứng nhận về tiêu chuẩn quản lý chất lượng (ISO 9001 và HACCAP). Việc quản lý những nhà máy này được duy trì tốt thông qua các Tiêu chuẩn Chất lượng do các nước nhập khẩu đề ra đặc biệt đối với sản phẩm nhiễm hoá chất vượt mức dư lượng cho phép (MRL's) và Quy trình Sản xuất Nông nghiệp tốt (GAP).

Có nhiều doanh nghiệp nhỏ sản xuất sản phẩm rau quả dưới dạng sơ chế và thành phẩm bằng các hình thức sấy khô, chiên, đông lạnh. Theo báo cáo thống kê của 35 tỉnh, có 25 doanh nghiệp quốc doanh, 7 công ty liên doanh, 129 doanh nghiệp tư nhân và trên 10 nghìn hộ đang hoạt động trong lĩnh vực chế biến. Tuy nhiên, nhiều nhà máy chế biến rau quả của Việt Nam vẫn chưa sử dụng được hết công suất đăng ký do thiếu nguyên liệu thô. Theo báo cáo từ Ban chỉ đạo Kế hoạch Phát triển sản xuất của Bộ NN & PTNT, các nhà máy chế biến rau quả của Việt Nam chỉ đạt được từ 20-25% so với công suất đăng ký, mức cao nhất có thể đạt được là khoảng 40-50% (nhà máy Doveco, nhà máy Kiveco, nhà máy Dona New Tower...). Đặc biệt, có nhà máy đã sản xuất với công suất dưới 10% như nhà máy Vegetexco Hải phòng và Bắc Giang. Một vấn đề lớn mà các nhà máy chế biến đang gặp phải là làm thế nào để có thể tiếp cận được nguồn cung ứng nguyên liệu thô ổn định và bền vững. Điều này đặc biệt quan trọng đối với những nhà máy đặt ở thành phố, xa các vùng sản xuất và chỉ dựa vào nguyên liệu thô từ các nguồn như nguồn trực tiếp từ người trồng, từ các đại lý/trung gian, hoặc là từ cơ sở bán buôn.

Nguyên liệu sử dụng cho các nhà máy chế biến được thu mua từ nhiều nguồn cung cấp khác nhau, tuy nhiên nguồn nhiên liệu chính cung cấp cho các nhà máy vẫn là nguồn rau quả thu mua trực tiếp từ nông dân, người bán buôn và tự sản xuất. Nguồn nhiên liệu nhập khẩu chỉ được sử dụng trong các nhà máy quy mô lớn, với tỷ lệ không đáng kể.

Bảng 2.6: Tỷ lệ nguyên liệu chế biến rau quả từ các nguồn khác nhau

Dvt: %

| Quy mô, loại doanh nghiệp, vùng | Tự sản xuất | Nông dân | Trang trại nhà nước | Người bán buôn | Nhập khẩu trực tiếp | Khác |
|---------------------------------|-------------|----------|---------------------|----------------|---------------------|------|
| Nhỏ | 10,11 | 63,75 | 0,59 | 25,56 | 0 | 0 |
| Trung bình | 1,23 | 63,88 | 0,27 | 34,63 | 0 | 0 |
| Lớn | 1,07 | 51,55 | 4,43 | 41,85 | 0,20 | 0,99 |
| Rau | 2,44 | 62,97 | 1,89 | 31,21 | 0 | 1,48 |
| Quả | 4,76 | 58,94 | 1,92 | 34,38 | 0 | 0 |
| Tổng hợp | 3,23 | 56,87 | 0,82 | 38,34 | 0,64 | 1,10 |
| Miền Bắc | 7,02 | 76,28 | 0,56 | 15,41 | 0,14 | 0,60 |
| Miền Nam | 1,07 | 42,51 | 3,05 | 53,29 | 0 | 0,07 |

Nguồn: Điều tra của IFPRI, Bộ NN và PTNN về chế biến rau quả

Hình thức chế biến rau quả của các công ty, cơ sở bao gồm việc lựa chọn, phân loại và đóng gói các sản phẩm tươi. Trong đó có các hình thức chính đã đóng hộp để làm tăng thời gian sử dụng rau quả từ 1-2 năm. Trong các loại trái cây được đóng hộp, vải thiều là quan trọng nhất, tiếp theo là chôm chôm, dứa và những trái cây pha trộn. Đối với rau

đóng hộp, các sản phẩm phổ biến hiện nay gồm nấm, ngô bao tử, đậu và ngô ngọt. Các loại rau khác như đậu và rau tổng hợp chỉ có mua ở trong siêu thị.

Rau dầm không được phổ biến, tuy nhiên có một số loại như hành, tỏi, dưa chuột, củ cải... do một số công ty và người nông dân sản xuất. Hầu hết các loại rau dầm được làm ra để ăn trong gia đình.

Ngoài ra còn hình thức sấy khô và làm lạnh. Làm lạnh bảo quản thực phẩm bằng cách làm cho nước cần thiết cho vi khuẩn không hoạt động được. Thực phẩm đông lạnh mới được bán ở Việt Nam trong thời gian gần đây tại các siêu thị.

2.1.2 Doanh nghiệp và các tổ chức liên quan trong ngành

2.1.2.1 Hiệp hội Rau quả Việt Nam (VINA FRUIT)

Hiệp hội được thành lập tháng 3/2001 tại Việt Nam, là tổ chức phi chính phủ bao gồm các doanh nghiệp hoạt động trong ngành rau quả với các thành phần kinh tế khác nhau (nhà nước, cổ phần, dân doanh, liên doanh, 100% vốn nước ngoài...). Hiệp hội phối hợp hoạt động hiệu quả và bảo vệ quyền lợi chính đáng của Hội viên, thúc đẩy hoạt động kinh doanh rau quả Việt Nam phát triển theo hướng bền vững và hợp tác quốc tế, góp phần cải thiện điều kiện kinh tế, xã hội và môi trường của Việt Nam.

Hiệp hội góp phần cùng nhà nước điều hành các hoạt động xây dựng và phát triển ngành rau quả Việt Nam trong lĩnh vực trồng trọt, bảo quản, chế biến, xúc tiến thương mại và kinh doanh rau quả trong và ngoài nước. Hiệp hội một số chức năng điều hành ngành rau quả như làm đầu mối cho chương trình xúc tiến thương mại quốc gia do chính phủ tài trợ (tổ chức hội chợ, triển lãm, khảo sát thị trường, thông tin...); lập các quỹ của hiệp hội ngành nghề (quỹ dự phòng rủi ro kinh doanh); làm đầu mối phổ biến chính sách, luật lệ nhà nước; cung cấp thông tin về ngành rau quả, đồng thời thay mặt hội viên định kỳ báo cáo với chính phủ và các ban ngành liên quan về tình hình hoạt động của ngành rau quả Việt Nam.

2.1.2.2 Viện Nghiên cứu Rau quả Việt Nam (FAVRI)

Đây là một trong 18 Viện thành viên trực thuộc Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam (VAAS); là cơ quan của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chuyên nghiên cứu về các lĩnh vực rau, quả, hoa và cây cảnh trên phạm vi các tỉnh phía Bắc và các tỉnh miền Trung của Việt Nam.

2.1.2.3 Viện cây ăn quả Miền Nam (SOFRI)

Viện có 2 Trung tâm trực thuộc là Trung tâm Nghiên cứu Cây ăn quả Đông Nam bộ đóng tại địa bàn huyện Tân Thành, tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu với tổng diện tích là 436 ha, và Trung tâm Chuyển giao Tiến bộ Kỹ thuật đóng tại Viện.

Nhiệm vụ chính của Viện là tham gia nghiên cứu, phát triển các loại giống cây ăn quả, cây cảnh, rau, nghiên cứu thị trường, chuyển giao công nghệ cho các đối tượng quan tâm.

2.1.2.4 Tổng công ty Rau quả, nông sản - Công ty TNHH một thành viên (VEGETEXCO VIETNAM)

Là doanh nghiệp nhà nước hàng đầu chuyên về sản xuất, chế biến và kinh doanh xuất, nhập khẩu rau, quả, nông sản với kim ngạch xuất khẩu rau, quả hàng năm chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau, quả của Việt Nam. Tổng công ty Rau quả, nông sản được thành lập lại từ năm 2003 trên cơ sở sát nhập 2 tổng công ty lớn là Tổng công ty Rau quả Việt Nam (thành lập năm 1954) và Tổng công ty Xuất, nhập khẩu nông sản và thực phẩm chế biến (thành lập năm 1954).

Hiện nay Tổng công ty có 22 nhà máy chế biến rau, quả, nông sản với công suất trên 100 ngàn tấn sản phẩm/năm. Các sản phẩm rau quả, nông sản chế biến mang thương hiệu VEGETEXCO VIETNAM đã và đang giành được uy tín với khách hàng ở trong nước và quốc tế. Đến nay, các mặt hàng của Tổng công ty đã có mặt tại 58 quốc gia trong đó những sản phẩm như dưa (cô đặc, đồ hộp, đông lạnh), điều, tiêu, rau, quả, gia vị... được khách hàng ưa chuộng tại nhiều thị trường như EU, Mỹ, Nga, Trung Quốc.

2.1.2.5 Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu Rau quả I (VEGETEXCO I – HANOI)

Công ty được thành lập từ năm 1973, được biết đến là một trong những công ty hàng đầu của Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm rau quả đóng hộp và các mặt hàng gia vị, nông sản khác.

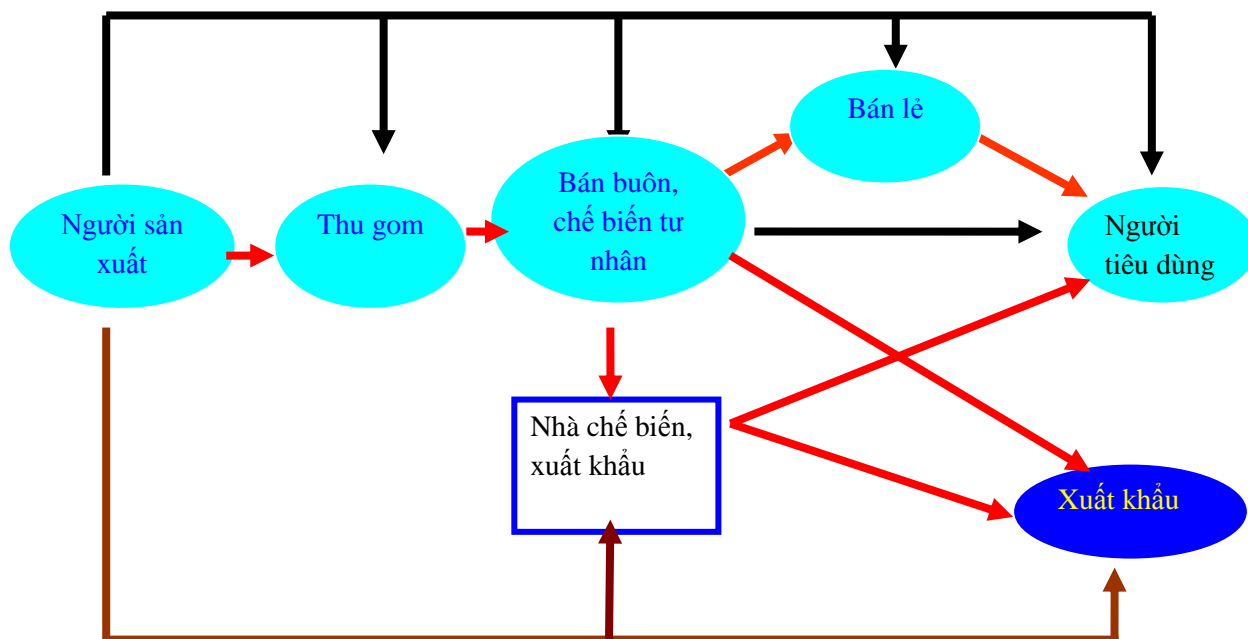
Các sản phẩm chính của Công ty gồm: Dưa chuột bao tử dầm dấm đóng lọ, cà chua dầm dấm đóng lọ, dưa đóng hộp, vải đóng hộp, ngô ngọt đóng hộp... Công ty đã xuất khẩu các sản phẩm đi nhiều nước trên thế giới như Nga, Pháp, Rumani, Estonia, Séc, Đức, Nhật Bản, Hàn Quốc... Bên cạnh các sản phẩm đồ hộp, Công ty còn được biết đến là một trong những công ty hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực xuất khẩu các mặt hàng gia vị, nông sản như hạt tiêu, quế, hoa hồi, agar...

2.2. Tiêu thụ và nhập khẩu

2.2.1 Tiêu thụ

Hiện nay hình thức tiêu thụ rau của Việt Nam rất phong phú bao gồm: chợ, siêu thị, cửa hàng, bán rong, trong đó chợ là hình thức phổ biến và chủ yếu nhất. Cùng với hệ thống chợ, các trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng thực phẩm phát triển nhanh tạo ra một mạng lưới cung cấp rau xanh đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân. Mức tiêu thụ rau quả bình quân trên thị trường nội địa hiện nay là 78kg/người/năm và dự báo con số này sẽ tăng trưởng khoảng 10%/năm.

Biểu đồ 2.1: Sơ đồ quy trình tiêu thụ rau tại Việt Nam



Nguồn: Điều tra của IFPRI

Hiện nay có một số nghiên cứu về tình hình tiêu thụ các loại rau quả của Việt Nam trong thời gian qua. Các nghiên cứu cho thấy rau và quả là hai sản phẩm khá phổ biến trong các hộ gia đình. Theo nghiên cứu của IFPRI¹ (2002), ICARD² (2004), hầu hết các hộ đều tiêu thụ rau trong năm trước đó, và 93% hộ tiêu thụ quả. Các loại rau quả được tiêu thụ rộng rãi nhất là rau muống (95% số hộ tiêu thụ), cà chua (88%) và chuối (87%). Hộ gia đình Việt Nam tiêu thụ trung bình 71 kg rau quả cho mỗi người mỗi năm³, trong đó rau chiếm 3/4.

Thành phần tiêu thụ rau quả cũng thay đổi theo vùng. Đậu, su hào và cải bắp là những loại rau được tiêu thụ rộng rãi hơn ở miền Bắc, trong khi cam, chuối, xoài và quả khác lại được tiêu thụ phổ biến hơn ở miền Nam. Sự tương phản theo vùng rõ nét nhất có thể thấy với trường hợp su hào với trên 90% số hộ nông thôn ở miền núi phía Bắc và Đồng bằng sông Hồng tiêu thụ, nhưng dưới 15% số hộ ở miền Đông Nam bộ và Đồng bằng sông Cửu Long tiêu thụ. Ở các khu vực thành thị, tỷ lệ hộ tiêu thụ đối với tất cả các sản phẩm đều cao.

Theo khảo sát của Cục Trồng trọt - Bộ NN&PTNT, trái cây trong nước phong phú cả về số lượng và chất lượng tuy nhiên nhiều loại trái cây nhập khẩu vẫn được tiêu thụ mạnh do có mẫu mã đẹp hơn và thời gian bảo quản lâu hơn. Trái cây nhập khẩu Trung Quốc, Thái Lan có giá bằng đến thấp hơn trái cây nội địa làm ảnh hưởng không nhỏ đến trái cây trong nước vùng Nam Bộ. Bên cạnh đó, trái cây nhập khẩu từ Trung Quốc qua tiểu ngạch có dư lượng hóa chất độc hại nhưng đến nay vẫn được nhập và tiêu thụ ở Việt Nam rất nhiều. Các loại trái cây nhập khẩu từ Trung Quốc đôi khi được làm giả nguồn gốc xuất xứ, đánh lừa người tiêu dùng dưới các nhãn mác là trái cây nhập khẩu từ Hoa Kỳ, New

¹Viện nghiên cứu Chính sách Lương thực Quốc tế

² Trung tâm tin học Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Zealand, Australia... Theo thống kê của Viện Cây ăn quả miền Nam, đến nay, phần lớn các loại quả đều tiêu thụ dưới dạng quả chín, tươi sau khi thu hoạch; việc chế biến, phơi sấy, đóng hộp, nước ép, bảo quản nhiều ngày đang mới giai đoạn đầu và chiếm tỷ lệ rất nhỏ, nhiều loại cây chủ lực chưa xuất khẩu được nhưng phải cạnh tranh gay gắt với trái cây nhập khẩu từ Hoa Kỳ, Australia, Nhật Bản...

2.2.2 Nhập khẩu

Bảng 2.7: Kim ngạch nhập khẩu rau quả của Việt Nam 2012 - 2015

Đvt: triệu USD

| Các nhà cung cấp | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Tổng NK rau quả của Việt Nam | 335,21 | 405,59 | 521,87 | 622,07 |
| Trung Quốc | 163,38 | 157,76 | 153,66 | 186,84 |
| Thái Lan | 47,86 | 93,24 | 142,85 | 206,45 |
| Hoa Kỳ | 40,63 | 56,81 | 64,85 | 73,25 |
| Australia | 22,65 | 24,16 | 29,12 | 18,11 |
| Hàn Quốc | | 4,05 | 5,03 | 5,39 |
| New Zealand | | 6,22 | 8,43 | 14,05 |
| Malaysia | 2,83 | 3,58 | 4,10 | 5,57 |
| Myanma | 9,01 | 17,09 | 57,99 | 37,9 |

Nguồn: Tổng cục Hải quan, tháng 8/2016

Từ năm 2012 tới năm 2014, Trung Quốc luôn là nhà cung cấp rau quả chính cho Việt Nam, tới năm 2015 thì Thái Lan nổi lên là nhà cung cấp lớn nhất về rau quả cho Việt Nam với kim ngạch đạt 206,45 triệu USD, tăng 45% so với năm 2014.

Theo Tổng cục Hải quan, tính đến hết tháng 6 năm 2016, kim ngạch nhập khẩu rau quả của Việt Nam ước đạt 351,2 triệu USD, tăng 39,5% so với cùng kỳ năm 2015.

Thái Lan tiếp tục là thị trường Việt Nam nhập khẩu trái cây nhiều nhất. Trong 6 tháng đầu năm 2016 Việt Nam nhập khẩu rau quả từ Thái Lan đạt 143,5 triệu USD. Các đối tác cung cấp rau quả chính khác cho thị trường Việt Nam là Trung Quốc, Hoa Kỳ, Myanmar, Australia, Nam Phi và New Zealand.

Việt Nam nhập khẩu các loại trái cây chủ yếu gồm sầu riêng, chôm chôm, bòn bon, me, măng, cứt, xoài từ thị trường Thái Lan, nhập khẩu nho, cam, táo từ thị trường Australia, New Zealand và Mỹ.

Việt Nam nhập khẩu chủ yếu các sản phẩm rau từ Trung Quốc gồm cà chua tươi, bí đỏ, khoai tây, rau cải, bắp tươi, xoài, táo quả tươi, nho tươi... chủ yếu thông qua các cửa khẩu Lào Cai, Hữu Nghị, Tân Thanh, Cảng Chùa Vẽ...

2.3. Xuất khẩu

2.3.1 Tình hình xuất khẩu

Xuất khẩu rau quả Việt Nam tăng trưởng mạnh trong những năm gần đây. Trong năm 2012, kim ngạch xuất khẩu rau quả chỉ đạt khoảng 800 triệu USD thì đến năm 2015 con số này đã tăng hơn gấp đôi, đạt trên 1,8 tỷ USD. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu rau quả 6 tháng đầu năm 2016 đã đạt 1,15 tỷ USD, tăng 35,9% về giá trị xuất khẩu so với cùng kỳ năm trước và ngành rau quả Việt Nam năm 2016 được dự báo sẽ đạt kim ngạch xuất khẩu ấn tượng.

Hiện nay, các mặt hàng rau quả của Việt Nam đã xuất khẩu đến hơn 40 quốc gia và vùng lãnh thổ. Trong đó, 10 thị trường chủ lực gồm: Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Hà Lan, Đài Loan, Malaixia, Thái Lan, Nga, Singapore.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, Trung Quốc hiện nay là thị trường nhập khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam, chiếm 1/3 kim ngạch xuất khẩu rau quả. Chiếm vị trí thứ hai là thị trường Nhật Bản, chủ yếu nhập khẩu các loại trái cây như: thanh long ruột trắng, xoài, vải tươi, ngô ngọt. Ngoài ra, các sản phẩm như nước quả cô đặc, quả đóng hộp và rau chế biến như cà tím chiên, đậu bắp luộc, ớt đang rất được ưa chuộng tại Nhật Bản.

Các thị trường lớn tiếp theo của Việt Nam là Hàn Quốc và Hoa Kỳ. Hàn Quốc chủ yếu nhập trái cây tươi như dứa, thanh long, xoài, măng cụt,... và các loại rau củ đã chế biến như cà rốt, tỏi, bông cải xanh, cải thảo, dưa chuột đóng lon,... Còn thị trường Hoa Kỳ chủ yếu nhập các mặt hàng như nấm rơm muối, nấm rơm đóng lon, ngô non đóng hộp, các loại khoai lang, hành củ, tỏi, gừng, nghệ,... Vừa qua, Hoa Kỳ đã cấp phép nhập khẩu thanh long ruột đỏ, thanh long ruột trắng, chôm chôm, vải và nhãn của Việt Nam vào thị trường này. Trong thời gian tới, Hoa Kỳ sẽ tăng nhập khẩu các sản phẩm rau tươi và giảm dần các sản phẩm rau đóng hộp từ Việt Nam.

Biểu đồ 2.2: Tăng trưởng xuất khẩu rau quả Việt Nam giai đoạn 2012 – 6T/2016



(Nguồn: Tổng cục Hải quan, 7/2016)

Bảng 2.8: Xuất khẩu rau quả Việt Nam sang các thị trường giai đoạn 2012 – 2015
Đvt: nghìn USD

| TT | Thị trường | Trị giá XK 2012 | Trị giá XK 2013 | Trị giá XK 2014 | Trị giá XK 2015 | Tỷ trọng % | Năm 2015 so với năm 2014 (%) |
|----|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|------------------------------|
| | Tổng KNXK rau quả ở Việt Nam | 827.043 | 1.073.226 | 1.488.995 | 1.841.790 | 100 | 23,7 |
| 1 | Trung Quốc | 218.061 | 302.249 | 435.033 | 1.194.930 | 64,88 | 63,59 |
| 2 | Nhật Bản | 54.648 | 60.994 | 74.867 | 74.106 | 4,02 | -1,03 |
| 3 | Hàn Quốc | 22.551 | 27.882 | 57.075 | 66.983 | 3,64 | 14,79 |
| 4 | Hoa Kỳ | 39.806 | 51.097 | 60.639 | 58.621 | 3,18 | -3,44 |
| 5 | Hà Lan | 21.604 | 25.331 | 39.399 | 42.284 | 2,30 | 6,82 |
| 6 | Đài Loan | 25.654 | 25.757 | 35.076 | 40.355 | 2,19 | 13,08 |
| 7 | Malaixia | 17.024 | 29.108 | 30.495 | 37.068 | 2,01 | 17,73 |
| 8 | Thái Lan | 20.363 | 30.179 | 31.348 | 32.354 | 1,76 | 3,11 |
| 9 | Nga | 28.372 | 32.126 | 37.072 | 27.941 | 1,52 | -32,68 |
| 10 | Singapore | 19.823 | 23.329 | 26.330 | 24.710 | 1,34 | -6,56 |
| 11 | Australia | 14.307 | 15.993 | 17.470 | 19.678 | 1,07 | 11,22 |
| 12 | Hồng Kông | 8.211 | 6.030 | 16.719 | 17.582 | 0,95 | 4,91 |
| 13 | Tiểu Vương quốc Ả rập thống nhất | 6.697 | 7.082 | 14.206 | 16.293 | 0,88 | 12,81 |
| 14 | Canada | 11.408 | 14.973 | 17.059 | 15.708 | 0,85 | -8,6 |
| 15 | Đức | 8.830 | 9.801 | 10.361 | 12.345 | 0,67 | 16,07 |

| | | | | | | | |
|----|----------------|--------|--------|--------|--------|------|--------|
| 16 | Pháp | 7.943 | 7.865 | 11.177 | 10.820 | 0,59 | -3,30 |
| 17 | Campuchia | 5.339 | 5.442 | 1.999 | 9.405 | 0,51 | 78,74 |
| 18 | Indonesia | 24.510 | 18.087 | 14.279 | 8.323 | 0,45 | -71,56 |
| 19 | Lào | 3.887 | 8.443 | 9.373 | 7.075 | 0,38 | -32,47 |
| 20 | Vương quốc Anh | 3.825 | 3.578 | 5.049 | 6.415 | 0,35 | 21,3 |
| 21 | Italia | 5.167 | 5.849 | 5.670 | 4.545 | 0,25 | -24,75 |
| 22 | Cô oét | 1.693 | 2.492 | 2.965 | 4.061 | 0,22 | 27 |
| 23 | Ucraina | 2.512 | 1.420 | 1.625 | 1.088 | 0,06 | -49,29 |

(Nguồn: Tổng cục Hải quan, 7/2016)

2.3.2 Các mặt hàng rau quả xuất khẩu

Xuất khẩu rau quả tươi

Mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam được xác định gồm các loại quả nhiệt đới như thanh long, dưa, xoài, bơ, đu đủ, mít. Đối với trái cây tươi, thanh long Việt Nam là loại quả được ưa chuộng và được xuất khẩu nhiều nhất. Riêng mặt hàng thanh long đã chiếm 58,8% kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc trong năm 2015.

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, nhiều loại quả như nhãn, vải, xoài đã tiếp cận được với nhiều thị trường xuất khẩu khó tính như: Hoa Kỳ, Australia, EU, Nhật Bản..., góp phần giúp cho xuất khẩu rau quả tươi trong thời gian qua liên tục tăng trưởng mạnh. Việc tiếp cận những thị trường này là do trong thời gian qua nước ta có nhiều diện tích rau quả đạt tiêu chuẩn VietGAP. Điển hình trong tháng 9/2015, đã có trên 20 ha nhãn lồng Hưng Yên đạt tiêu chuẩn VietGAP được cấp mã vùng xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ.

Bên cạnh đó, sản phẩm thanh long cũng đã được thị trường Nhật Bản chấp nhận. Theo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Bình Thuận, năm 2015, theo hợp đồng được ký kết, mỗi năm sẽ có 3.000 tấn thanh long Bình Thuận xuất sang thị trường Nhật Bản. Các lô hàng được vận chuyển bằng đường biển đến Nhật Bản trong vòng 07 ngày. Có thêm nhiều thị trường mới cũng đồng nghĩa với việc giảm bớt sự lệ thuộc vào thị trường Trung Quốc nhiều rủi ro.

Xuất khẩu rau quả chế biến

+ Rau quả đóng hộp và đông lạnh: Các mặt hàng rau quả đóng hộp và đông lạnh của Việt Nam vô cùng phong phú và đa dạng về chủng loại. Trái cây đông lạnh xuất khẩu có xoài, dưa, chuối, chanh leo... Rau củ đông lạnh xuất khẩu có gừng, cà rốt, khoai tây, ớt, dưa chuột... Tuy nhiên, dưa lại là loại quả có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao nhất so với các sản phẩm khác.

+ Nước ép trái cây: Mặc dù nước ép trái cây là thị trường mới được doanh nghiệp Việt Nam khai thác, nhưng Việt Nam cũng đã có một số doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm ra thị trường nước ngoài, với doanh thu ngày một gia tăng, điển hình như Vinamilk, Nafods Group... Với những chứng chỉ chất lượng như BRC, HALAL, KOSHER,

IRMA, ISO 22000:2005, sản phẩm Việt Nam đã chinh phục được các thị trường khó tính trên thế giới như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Đông, Australia và đưa con số xuất khẩu lên đến hơn 30 loại sản phẩm nước trái cây và rau củ khác nhau. Hiện nay, Việt Nam chủ yếu xuất khẩu nước ép vải, dưa, chanh, chanh leo, gấc, xoài...

+ Trái cây sấy: Thị trường tiêu thụ trái cây sấy chính của Việt Nam là Đài Loan, Nhật Bản, Singapore, Indonesia, Thái Lan và Trung Quốc. Trong đó, gần 80% các loại trái cây sấy khô của Việt Nam được bán sang Trung Quốc. Trong tương lai, sản phẩm sấy khô hứa hẹn sẽ là sản phẩm chủ lực giúp nâng cao giá trị của các mặt hàng trái cây Việt Nam trên thị trường thế giới.

Dưới đây là bảng xuất khẩu rau quả Việt Nam phân theo mặt hàng xuất khẩu:

Bảng 2.9: Xuất khẩu rau quả Việt Nam phân theo mã sản phẩm (Mã HS)

Đvt: nghìn USD

| Mã HS | Mô tả hàng hóa | Giá trị xuất khẩu 2012 | Giá trị xuất khẩu 2013 | Giá trị xuất khẩu 2014 | Giá trị xuất khẩu 2015 |
|-------|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 0701 | Khoai tây, tươi hoặc ướp lạnh | 217 | 93 | 60 | 619 |
| 0702 | Cà chua, tươi hoặc ướp lạnh | 411 | 1.368 | 1.209 | 1.000 |
| 0703 | Hành, hành tím, tỏi, tỏi tây, các loại rau họ hành, tỏi khác, tươi hoặc ướp lạnh | 25.448 | 25.226 | 10.555 | 5.565 |
| 0704 | Bắp cải, hoa lơ, su hào, cải xoăn và các loại rau ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh | 4.764 | 3.739 | 3.625 | 8.235 |
| 0705 | Rau diếp, xà lách (<i>lactuca sativa</i>) và rau diếp, xà lách xoăn (<i>cichorium spp</i>), tươi hoặc ướp lạnh. | 88 | 75 | 156 | 317 |
| 0706 | Cà rốt, củ cải, củ cải đỏ làm rau trộn (sa-lát), cần củ, diếp củ, củ cải ri và các loại củ rễ ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh | 1.479 | 1.389 | 5.973 | 5.192 |
| 0707 | Dưa chuột và dưa chuột ri, tươi hoặc ướp lạnh | 85 | 2 | 6 | 295 |
| 0708 | Rau đậu đã hoặc chưa bóc vỏ, tươi hoặc ướp lạnh | 401 | 1.989 | 2.261 | 3.407 |
| 0709 | Rau khác, tươi hoặc ướp lạnh | 36.101 | 41.489 | 453.743 | 44.798 |
| 0710 | Rau các loại đông lạnh. | 17.733 | 23.602 | 28.502 | 32.047 |
| 0711 | Rau các loại đã bảo quản tạm thời nhưng không ăn | 13.491 | 14.263 | 17.343 | 8.342 |

| | | | | | |
|------|---|---------|---------|---------|---------|
| | ngay được. | | | | |
| 0712 | Rau khô, ở dạng nguyên, cắt, thái lát, vụn hoặc ở dạng bột, nhưng chưa chế biến thêm. | 7.352 | 8.553 | 18.547 | 10.590 |
| 0713 | Các loại rau đậu khô, đã bóc vỏ quả, đã hoặc chưa bóc vỏ hạt hoặc làm vỡ hạt. | 1.292 | 2.249 | 33.660 | 1.535 |
| 0714 | Sắn, củ dong, củ lan, a-ti-sô Jerusalem, khoai lang và các loại củ và rễ tương tự có hàm lượng tinh bột hoặc inulin cao, tươi, ướp lạnh, đông lạnh hoặc khô | 585.511 | 408.190 | 417.905 | 434.949 |
| 0802 | Quả hạch (nut) khác, tươi hoặc khô, đã hoặc chưa bóc vỏ hoặc lột vỏ. | 19.867 | 20.144 | 21.317 | 10.708 |
| 0803 | Chuối, kể cả chuối lá, tươi hoặc khô | 4.759 | 4.635 | 11.312 | 5.606 |
| 0804 | Quả chà là, sung, vả, dứa, bơ, ôi, xoài và măng cụt, tươi hoặc khô | 9.995 | 53.782 | 100.695 | 4.668 |
| 0805 | Quả thuộc chi cam quýt, tươi hoặc khô | 9.497 | 8.766 | 10.667 | 8.096 |
| 0806 | Quả nho, tươi hoặc khô | 1.893 | 3.356 | 2.080 | 747 |
| 0807 | Các loại dưa và đu đủ, tươi | 285 | 436 | 1.876 | 37.934 |
| 0808 | Quả táo, lê và quả mận qua, tươi | 277 | 580 | 212 | 260 |
| 0809 | Quả mơ, anh đào, mận và mận gai, tươi | 2 | 8 | 1 | 142 |
| 0810 | Quả khác, tươi | 392.115 | 252.818 | 324.710 | 917.447 |
| 0811 | Quả và quả hạch (nut), đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đông lạnh, đã hoặc chưa thêm đường hoặc chất làm ngọt khác. | 14.336 | 17.960 | 38.973 | 55.736 |
| 0812 | Quả và quả hạch (nut), được bảo quản tạm thời nhưng không ăn ngay được. | 23 | 71 | 10 | 119 |
| 0813 | Quả, khô, trừ các loại quả thuộc nhóm 08.01 đến 08.06; hỗn hợp các loại quả hạch (nut) hoặc quả khô thuộc Chương này. | 5.037 | 11.144 | 7.673 | 5.875 |

| | | | | | |
|------|---|--------|---------|---------|---------|
| 0814 | Vỏ các loại quả thuộc chi cam quýt, hoặc các loại dưa, tươi, đông lạnh, khô hoặc bảo quản tạm thời trong nước muối, nước luru huỳnh hoặc trong các dung dịch bảo quản khác. | 8 | 13 | 2 | 82 |
| 2001 | Rau, quả, quả hạch (nut) và các phần ăn được khác của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng giấm hoặc axit acetic. | 27.657 | 31.738 | 39.132 | 24.927 |
| 2002 | Cà chua đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ loại bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic. | 840 | 1.421 | 3.053 | 1.126 |
| 2003 | Nấm và nấm cục, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic. | 9.752 | 10.442 | 10.164 | 7.276 |
| 2004 | Rau khác, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic, đã đông lạnh, trừ các sản phẩm thuộc nhóm 20.06. | 15.254 | 18.555 | 21.338 | 23.193 |
| 2005 | Rau khác, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic, không đông lạnh, trừ các sản phẩm thuộc nhóm 20.06. | 27.907 | 41.193 | 45.249 | 33.912 |
| 2006 | Rau, quả, quả hạch (nut), vỏ quả và các phần khác của cây, được bảo quản bằng đường. | 205 | 975 | 520 | 961 |
| 2007 | Mứt, thạch trái cây, mứt từ quả thuộc chi cam quýt, bột nghiền và bột nhào từ quả hoặc quả hạch (nut), thu được từ quá trình đun nấu. | 13.285 | 15.231 | 17.808 | 3.670 |
| 2008 | Quả, quả hạch (nut) và các phần ăn được khác của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác. | 72.774 | 149.892 | 121.967 | 183.881 |
| 2009 | Các loại nước ép trái cây và | | 17.842 | 38.153 | 42.961 |

| | |
|--|--------|
| nước rau ép, chưa lên men và chưa pha thêm rượu, đã hoặc chưa pha thêm đường hoặc chất làm ngọt khác. | 16.617 |
|--|--------|

(Nguồn: Tổ chức Thương mại Thế giới – ITC).

(Ghi chú: Nguồn thông tin tham khảo do ITC thu thập gián tiếp từ số liệu nhập khẩu của các nước từ Việt Nam).

2.4. Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU

2.4.1 Kim ngạch xuất khẩu

EU là thị trường nhập khẩu rau quả hàng đầu thế giới. Mặc dù lượng rau quả nhập khẩu của EU chiếm khoảng 50% nhập khẩu rau quả thế giới, nhưng lượng rau quả nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ, khoảng 0,08% lượng nhập khẩu của EU.

Trong số các nước EU, thị trường xuất khẩu rau quả chính của Việt Nam là Hà Lan, Anh, Pháp, Đức, Italia và Thụy Sĩ. Trong đó, đứng đầu là xuất khẩu sang Hà Lan, chiếm 5% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả nói chung của Việt Nam.

Việc nhập khẩu nông sản vào thị trường EU chủ yếu thông qua Hà Lan do Hà Lan được coi là cửa ngõ để vào thị trường EU đối với các mặt hàng rau quả. Vì vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam muốn xuất khẩu vào EU cần có kế hoạch nghiên cứu và tiếp cận các nhà nhập khẩu, các kênh phân phối và hệ thống bán lẻ ở Hà Lan để có thể xây dựng một chiến lược xuất khẩu các mặt hàng rau quả vào Hà Lan và qua đó vào EU. Bên cạnh đó, Việt Nam còn rất nhiều cơ hội xuất khẩu sang thị trường Bắc và Tây Âu và các nước thành viên Đông Âu mới.

Dưới đây là bảng xuất khẩu rau quả Việt Nam sang thị trường EU phân theo các nước thuộc EU giai đoạn từ năm 2013 đến 6 tháng đầu năm 2016.

Bảng 2.10: Xuất khẩu rau quả Việt Nam sang thị trường EU

Đvt: nghìn USD

| Nước nhập khẩu | Giá trị XK 2012 | Giá trị XK 2013 | Giá trị XK 2014 | Giá trị XK 2015 | Giá trị XK 6T/2016 |
|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------|
| Hà Lan | 21.604 | 25.331 | 39.399 | 42.284 | 28.051 |
| Đức | 8.830 | 9.801 | 10.361 | 12.345 | 5.585 |
| Pháp | 7.943 | 7.865 | 11.177 | 10.820 | 6.466 |
| Italia | 5.167 | 5.849 | 5.670 | 4.545 | 2.031 |
| Vương quốc Anh | 3.825 | 3.578 | 5.049 | 6.415 | 5.674 |

Nguồn: Tổng cục Hải quan, 2016

2.4.2 Các mặt hàng rau quả xuất khẩu sang EU

Tại thị trường EU, mặt hàng hoa quả nhiệt đới và rau quả trái vụ vẫn còn rất nhiều tiềm năng tăng trưởng, đặc biệt là bơ và xoài. Đây cũng là cơ hội và lợi thế của các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả Việt Nam cần nắm bắt. Với khí hậu nhiệt đới ẩm ở miền Nam đến khí hậu ôn đới ở miền Bắc, Việt Nam có thể canh tác và cung cấp nhiều loại cây trồng theo yêu cầu của thị trường EU. Trong giai đoạn 2010 - 2016, kim ngạch xuất khẩu rau quả nhiệt đới của Việt Nam sang EU tiếp tục tăng trưởng do nhu cầu tiêu thụ ngày càng nhiều.

Tuy nhiên, Việt Nam vẫn chủ yếu xuất khẩu rau quả tươi và rau quả sơ chế sang EU, còn rau quả chế biến chưa xuất khẩu nhiều, trong khi khoảng cách địa lý xa và chi phí vận chuyển cao. Nguyên nhân chủ yếu do công nghệ sau thu hoạch còn rất kém, kỹ thuật chưa được chuyển giao đến nông dân. Việc thu hái, bảo quản vẫn tiến hành thủ công và ít có sự hỗ trợ từ máy móc.

Trong nhóm rau quả tươi xuất khẩu sang khu vực EU thì trái cây luôn đạt kim ngạch xuất khẩu cao nhất. Mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang EU là dứa, thanh long, cơm dừa, chôm chôm, xoài. Sản phẩm dứa vẫn là mặt hàng chiếm kim ngạch cao nhất, tiếp đến là mặt hàng thanh long. Bên cạnh đó, kim ngạch xuất khẩu xoài, cơm dừa, chôm chôm cũng tăng nhanh trong thời gian qua. Dưới đây là một số sản phẩm rau quả tươi và rau quả chế biến xuất khẩu chính sang thị trường EU.

Trái thanh long tươi

Đến nay cả nước có 32 tỉnh, thành trồng thanh long với khoảng 25 ngàn ha, sản lượng trên 460 ngàn tấn/năm, kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 150 triệu USD. Thanh long Việt Nam có 2 loại, hầu hết là ruột trắng, chỉ một số ít là ruột đỏ. Các địa phương trồng thanh long nhiều nhất là Bình Thuận, Tiền Giang, Long An.

Loại quả này gần như không được biết đến ở hầu hết các nước thành viên EU. Hiện nay, Việt Nam là nước cung cấp thanh long tươi chính cho thị trường này. Tuy nhiên, Israel và các nước Nam Mỹ đang trở thành đối thủ chính của Việt Nam do lợi thế chi phí vận chuyển bằng đường thủy rẻ hơn so với đường hàng không nếu nhập khẩu thanh long từ Việt Nam.

Dứa đóng lon

Dứa là một trong những mặt hàng hoa quả nhập khẩu vào EU tăng trưởng nhanh nhất. Việc kinh doanh dứa nhập khẩu trong EU rất phát triển và có gần 40% giá trị dứa nhập khẩu tại EU là hàng tái xuất.

Hà Lan, Đức, Anh là những thị trường nhập khẩu dứa chủ yếu của Việt Nam trong EU. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu dứa của Việt Nam sang EU mới chỉ chiếm một tỷ lệ rất nhỏ trong tổng kim ngạch nhập khẩu dứa của thị trường này. Hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu mặt hàng này sang EU rất thuận lợi. Nguồn cung cấp dứa ổn định, chất lượng dứa khá đồng đều nên các nhà máy chế biến đều hoạt động hết công suất trong các dịp thu hoạch. Hiện nay, Việt Nam chủ yếu xuất khẩu dứa miếng dưới dạng đóng lon, đóng hộp sang EU. Theo yêu cầu của thị trường EU, sản phẩm này cần công

nghệ làm chín toàn diện để đảm bảo chất lượng tươi ngon. Việc đảm bảo độ chín đồng nhất là cực kỳ quan trọng, đòi hỏi đặc biệt khi gieo trồng và cách chăm sóc khi thu hoạch.

Mặc dù dứa là loại cây trồng khá phổ biến ở nước ta nhưng lượng dứa xuất khẩu hiện nay còn rất hạn chế so với sản lượng sản xuất. Nguyên nhân chính là do các doanh nghiệp chưa có chính sách linh hoạt trong việc thu mua, chế biến dứa xuất khẩu, chưa biết cách tìm kiếm đối tác có khả năng hợp tác bền vững. Thị trường dứa EU là một thị trường màu mỡ, đầy tiềm năng, nguồn cung dứa của Việt Nam rất có khả năng phát triển.

Xoài ăn liền

Hiện nay, xoài là một trong số các loại hoa quả ngoại nhập đang có mức tăng trưởng cao nhất tại thị trường EU. Do Châu Âu không sản xuất được xoài nên phải nhập khẩu quanh năm từ các nước nhiệt đới để phục vụ nhu cầu tiêu thụ trong khu vực. Đây cũng là mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang một số nước thuộc Châu Âu, sau đó lại được tái xuất khẩu tới các nước Châu Âu khác. Các nước xuất khẩu xoài chính là Pháp, Bồ Đào Nha, Anh Quốc, Hà Lan. Hà Lan là nước tái xuất khẩu xoài tới Đức và Pháp cũng như tới Anh và Bỉ, Na Uy. Lượng tái xuất xoài tới Thụy Điển và Na Uy đã tăng nhẹ trong 10 năm trở lại đây. Thêm vào đó, Nga đã trở thành một điểm đến quan trọng cho tái xuất khẩu xoài.

Xoài ăn liền đã dần trở thành mặt hàng chủ chốt trong nhu cầu bán lẻ tại thị trường Châu Âu trong những năm gần đây. Sản phẩm này hạn chế số lượng hoa quả vớt bỏ tại các siêu thị, bởi người mua hàng không cần ấn và kiểm tra xem quả đã chín hay chưa. Thêm vào đó, xoài ăn liền thường được vận chuyển bằng đường biển giúp việc lập kế hoạch hoạt động cung ứng và quảng bá dễ dàng hơn. Tuy nhiên, mặt hàng này đòi hỏi sự kiểm soát chặt chẽ về chất lượng.

Để đẩy mạnh xuất khẩu xoài sang Châu Âu, doanh nghiệp Việt Nam cần tìm kiếm nhà nhập khẩu có công nghệ làm chín uy tín, mạng lưới khách hàng lớn và am hiểu về thị trường. Cần tìm đối tác chuyên nghiệp trong các trung tâm thương mại lớn có kinh doanh xoài để gia tăng cơ hội đem đến những sản phẩm chất lượng cao trên thị trường Châu Âu.

Rau đã chế biến và các loại nước ép trái cây

Do trước đây, Việt Nam chủ yếu xuất khẩu rau quả thô, nên thị phần xuất khẩu các loại rau đã chế biến (đông lạnh hoặc bảo quản bằng cách ngâm dấm) và nước ép trái cây còn hạn chế. Riêng năm 2014, Việt Nam xuất khẩu 7,4 triệu USD rau đã chế biến và 18,3 triệu USD nước ép trái cây sang thị trường EU. Việt Nam chủ yếu xuất khẩu nước ép cô đặc từ chanh, chanh leo, thanh long (đỏ, trắng), xoài, dứa, ổi, măng cầu xiêm, gấc... sang thị trường EU. Rau đã chế biến và các loại nước ép trái cây không chỉ tăng giá trị mà còn đem lại lợi thế cạnh tranh, giúp sản phẩm dễ dàng hơn trong việc vượt qua những rào cản kỹ thuật của thị trường nhập khẩu vì sản phẩm ở dạng đóng hộp, đông lạnh thường không bị kiểm tra chặt chẽ về vệ sinh thực phẩm như sản phẩm ở dạng tươi. Việt Nam hiện đang áp dụng các tiến bộ kỹ thuật bảo quản rau quả theo công nghệ tiên tiến và đầu tư mở rộng sản xuất rau quả chế biến để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường EU.

Bảng 2.11: Xuất khẩu rau quả sang thị trường EU phân theo mã HS

Đvt: nghìn USD

| Mã hàng | Mô tả hàng hóa | Việt Nam xuất khẩu sang EU | | EU nhập khẩu từ các nước trên thế giới | | |
|---------|---|----------------------------|----------|--|-----------|-----------|
| | | Năm 2013 | Năm 2014 | Năm 2013 | Năm 2014 | Năm 2015 |
| 0701 | Khoai tây, tươi hoặc ướp lạnh | 0 | 2 | 3.157.276 | 2.096.111 | 1.779.713 |
| 0703 | Hành, hành tằm, tỏi, tỏi tây, các loại rau họ hành, tỏi khác, tươi hoặc ướp lạnh | 130 | 28 | 1.805.664 | 1.635.877 | 1.463.006 |
| 0704 | Bắp cải, hoa lơ, su hào, cải xoăn và các loại rau ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh | 5 | 0 | 1.235.498 | 1.170.533 | 1.134.727 |
| 0706 | Cà rốt, củ cải, củ cải đỏ làm rau trộn (sa-lát), cần củ, diếp củ, củ cải ri và các loại củ rễ ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh | 29 | 14 | 908.045 | 778.127 | 796.886 |
| 0708 | Rau đậu đã hoặc chưa bóc vỏ, tươi hoặc ướp lạnh | 85 | 37 | 1.015.400 | 1.070.129 | 938.036 |
| 0709 | Rau khác, tươi hoặc ướp lạnh | 690 | 386 | 6.972.577 | 6.819.407 | 6.471.164 |
| 0710 | Rau các loại đông lạnh. | 5.640 | 5.288 | 3.552.365 | 3.474.995 | 3.017.491 |
| 0711 | Rau các loại đã bảo quản tạm thời nhưng không ăn ngay được. | 5.674 | 5.478 | 320.367 | 345.487 | 300.449 |
| 0712 | Rau khô, ở dạng nguyên, cắt, thái lát, vụn hoặc ở dạng bột, nhưng chưa chế biến thêm. | 838 | 886 | 1.039.063 | 1.159.777 | 1.009.936 |
| 0713 | Các loại rau đậu khô, đã bóc vỏ quả, đã hoặc chưa bóc vỏ hạt hoặc làm vỡ hạt. | 163 | 161 | 1.580.966 | 1.626.415 | 1.356.441 |
| 0714 | Sắn, củ dong, củ lan, a-ti-sô Jerusalem, khoai lang và các loại củ và rễ tương tự có hàm lượng tinh bột hoặc inulin cao, tươi, ướp lạnh, đông lạnh hoặc khô, đã hoặc chưa thái lát hoặc làm | 1.698 | 2.033 | 237.033 | 304.860 | 343.907 |

| | | | | | | |
|------|--|--------|--------|-----------|-----------|-----------|
| | thành dạng viên; lõi cây cọ sago. | | | | | |
| 0802 | Quả hạch (nut) khác, tươi hoặc khô, đã hoặc chưa bóc vỏ hoặc lột vỏ. | 879 | 1.846 | 6.337.993 | 7.433.454 | 8.210.369 |
| 0803 | Chuối, kể cả chuối lá, tươi hoặc khô | 230 | 340 | 6.578.268 | 6.658.111 | 6.025.761 |
| 0804 | Quả chà là, sung, vả, dứa, bơ, ổi, xoài và mãng cụt, tươi hoặc khô | 226 | 244 | 3.462.656 | 3.914.431 | 3.848.986 |
| 0805 | Quả thuộc chi cam quýt, tươi hoặc khô | 4.511 | 3.788 | 7.172.725 | 6.839.990 | 6.473.370 |
| 0807 | Các loại dưa và đu đủ, tươi | 114 | 40 | 1.824.909 | 1.896.282 | 1.737.569 |
| 0810 | Quả khác, tươi | 12.863 | 16.027 | 4.309.787 | 4.671.215 | 4.486.354 |
| 0811 | Quả và quả hạch (nut), đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đông lạnh | 3.319 | 7.690 | 2.576.382 | 2.439.236 | 2.268.237 |
| 0813 | Quả, khô, trừ các loại quả thuộc nhóm 08.01 đến 08.06; hỗn hợp các loại quả hạch (nut) hoặc quả khô thuộc Chương này. | 119 | 137 | 973.629 | 1.191.355 | 1.163.819 |
| 0814 | Vỏ các loại quả thuộc chi cam quýt, hoặc các loại dưa (kể cả dưa hấu), tươi, đông lạnh, khô hoặc bảo quản tạm thời trong nước muối, nước lưu huỳnh hoặc trong các dung dịch bảo quản khác. | 3 | 0 | 41.511 | 44.785 | 36.983 |
| 2001 | Rau, quả, quả hạch (nut) và các phần ăn được khác của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng giấm hoặc axit acetic. | 2.329 | 4.524 | 905.938 | 994.226 | 874.317 |
| 2002 | Cà chua đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ loại bảo quản bằng giấm hoặc axít axetic. | 2 | 6 | 2.062.485 | 2.244.015 | 2.077.865 |

| | | | | | | |
|------|---|--------|--------|-----------|-----------|-----------|
| 2003 | Nấm và nấm cục, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axít axetic. | 85 | 223 | 436.024 | 435.297 | 343.420 |
| 2004 | Rau khác, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axít axetic, đã đông lạnh, trừ các sản phẩm thuộc nhóm 20.06. | 1.637 | 2.100 | 3.274.859 | 3.432.785 | 3.064.760 |
| 2005 | Rau khác, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axít axetic, không đông lạnh, trừ các sản phẩm thuộc nhóm 20.06. | 3.427 | 1.461 | 4.660.503 | 4.892.294 | 4.238.843 |
| 2006 | Rau, quả, quả hạch (nut), vỏ quả và các phần khác của cây, được bảo quản bằng đường | 103 | 168 | 142.327 | 157.196 | 140.416 |
| 2007 | Mứt, thạch trái cây, mứt từ quả thuộc chi cam quýt, bột nghiền và bột nhào từ quả hoặc quả hạch (nut), thu được từ quá trình đun nấu, đã hoặc chưa pha thêm đường hay chất làm ngọt khác. | 2.085 | 1.775 | 1.373.363 | 1.418.012 | 1.354.419 |
| 2008 | Quả, quả hạch (nut) và các phần ăn được khác của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác, đã hoặc chưa pha thêm đường hay chất làm ngọt khác hoặc rượu, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác. | 17.360 | 8.521 | 5.536.057 | 5.927.046 | 5.972.257 |
| 2009 | Các loại nước ép trái cây (kể cả nho) và nước rau ép, chưa lên men và chưa pha thêm rượu, đã | 7.665 | 18.395 | 9.234.803 | 9.093.160 | 7.781.504 |

hoặc chưa pha thêm đường hoặc chất làm ngọt khác.

Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)- tháng 6/2016

2.4.3 Khả năng đáp ứng của Việt Nam đối với các tiêu chuẩn liên quan tới rau quả của thị trường EU

EU là thị trường xuất khẩu rau quả lớn và yêu cầu chặt chẽ. Hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật rau quả nhập vào EU phải đạt năm tiêu chuẩn về chất lượng, vệ sinh thực phẩm, an toàn cho người sử dụng, bảo vệ môi trường và tiêu chuẩn về lao động. Hiện nay, người tiêu dùng EU ngày càng chú trọng hơn về sức khỏe do vậy chất lượng sẽ là nhân tố chính giúp doanh nghiệp thành công tại thị trường này. Mặc dù có nhiều cơ hội và tiềm năng nhưng ngành rau quả Việt Nam vẫn đang phải đối mặt với nhiều vấn đề khó khăn, thách thức. Nhiệm vụ hàng đầu với ngành rau quả Việt Nam đó là tạo ra chuỗi giá trị gia tăng trên nền tảng chất lượng an toàn thực phẩm.

Đối với mặt hàng rau quả, chứng nhận an toàn thực phẩm như Global G.A.P là điều kiện tiên quyết đối với tất cả các loại trái cây nhập khẩu. Ngoài việc đảm bảo chất lượng và an toàn sản phẩm, GlobalGAP cũng liên quan tới việc đảm bảo tiêu chuẩn về môi trường và xã hội thông qua việc thực hiện giảm lượng hóa chất sử dụng và có trách nhiệm với sức khỏe và an toàn của người lao động.

Tuy nhiên, tiêu chuẩn này cũng khó đạt đối với doanh nghiệp Việt Nam vì phần lớn doanh nghiệp Việt Nam là doanh nghiệp vừa và nhỏ, với quy mô sản xuất nông nghiệp rất nhỏ. Hiện nay, diện tích các vùng sản xuất rau an toàn tập trung được quy hoạch còn rất hạn chế, cả nước mới đạt khoảng 8-8,5% tổng diện tích trồng rau. Bên cạnh đó, chi phí gia hạn chứng chỉ sau khi các vùng sản xuất rau có chứng chỉ đạt tiêu chuẩn GlobalGAP hết hiệu lực cũng là khó khăn lớn đối với doanh nghiệp. Vấn đề quy hoạch và đầu tư thiết bị, công nghệ, tập huấn nâng cao nhận thức và trình độ tay nghề cho người sản xuất để đạt tiêu chuẩn GlobalGAP còn nhiều việc phải làm.

Tình trạng không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, lạm dụng thuốc bảo vệ thực vật và chất kích thích tăng trưởng trên rau, quả, ruồi đục quả, dư lượng thuốc trừ sâu, hàm lượng kim loại nặng, chất lượng bao bì... cũng là rào cản lớn đối với Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường EU. Với khoảng cách địa lý xa xôi, hàng rau quả Việt Nam gặp khó khăn trong khâu vận chuyển, bảo quản, vấn đề kiểm dịch thực vật và vệ sinh an toàn thực phẩm chưa đảm bảo tuân thủ theo các yêu cầu của EU. Đặc biệt là trong quá trình bảo quản sau thu hoạch các sản phẩm nông sản nói chung, mặt hàng rau quả nói riêng của Việt Nam còn nhiều bất cập. Hệ thống sản xuất vẫn tương đối manh mún, khó kiểm soát, chưa đủ điều kiện để đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật đặt ra. Bên cạnh đó, một trong những yếu tố quan trọng dẫn tới tình trạng trên là bởi các doanh nghiệp thiếu chủ động, trung thực. Khi xuất khẩu sang EU, sản phẩm phải được chiếu xạ hay khử trùng tốn rất nhiều chi phí nên một số doanh nghiệp có tâm lý lách được bao nhiêu tốt bấy nhiêu.

Điện hình là một số mặt hàng rau gia vị xuất khẩu vào EU bị cảnh báo, tăng tần suất kiểm tra trong vài năm gần đây diễn ra khá phổ biến, thậm chí đã khiến cơ quan quản lý

Nhà nước phải áp dụng phương án tạm dừng xuất khẩu để chấn chỉnh. Điển hình như trong năm 2014, xuất phát từ việc tính từ ngày 1/2/2014 đến đầu tháng 10/2014, Tổng vụ Sức khỏe và Người tiêu dùng của Ủy ban châu Âu EC đã được các nước thành viên EU thông báo phát hiện 3 lô hàng rau gia vị của Việt Nam nhiễm các loại côn trùng gây hại, đa số là nhiễm ruồi đục quả. Cụ thể có 5 mặt hàng rau gia vị gồm húng quế, ớt, cần tây, khổ qua (mướp đắng) và ngò gai bị phát hiện nhiễm côn trùng. Theo quy định của thị trường EU, nếu phát hiện thêm 2 lô hàng thuộc 5 loại gia vị nêu trên của Việt Nam bị phát hiện nhiễm côn trùng thì sẽ cấm 5 loại rau này nhập khẩu vào EU. Cục Bảo vệ thực vật (Bộ NN&PTNT) đã phải ra quyết định tạm dừng cấp phép kiểm dịch thực vật đối với một số mặt hàng rau thơm, rau gia vị xuất khẩu sang EU như húng quế, ớt, cần tây, mướp đắng và mùi tàu đến ngày 1/2/2015. Trước đó, giữa năm 2012, Cục Bảo vệ thực vật cũng từng tạm dừng cấp phép kiểm dịch xuất khẩu 5 loại rau gia vị kể trên vì lý do tương tự. Theo Cục Quản lý chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản (Bộ NN&PTNT), mới đây EU đã tăng tần suất kiểm tra mặt hàng thanh long của Việt Nam lên 20%. Đối với một số mặt hàng rau gia vị như rau mùi, ớt ngọt, húng quế, húng bạc hà, cần tây, đậu bắp, tần suất kiểm tra được tăng lên 50%. Nguyên nhân được phía EU đưa ra là do phát hiện có dư lượng thuốc bảo vệ thực vật vượt mức cho phép trên sản phẩm.

Ngoài ra, người tiêu dùng EU cũng chú ý hơn tới mặt hàng rau quả có nguồn gốc rõ ràng, có chứng nhận hữu cơ hoặc Fairtrade (thương mại công bằng). Tuân thủ theo những quy định về chứng nhận sản phẩm hữu cơ hoặc chứng nhận Fairtrade là phương pháp để cung cấp trái cây được sản xuất một cách có trách nhiệm với môi trường và xã hội. Ở Việt Nam, hiện tại đang áp dụng Tiêu chuẩn hữu cơ PGS do Ban điều phối PGS soạn thảo tham chiếu theo các Tiêu chuẩn cơ bản của IFOAM và Tiêu chuẩn Quốc gia về sản xuất và chế biến sản phẩm hữu cơ do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xây dựng. Bộ tiêu chuẩn PGS này áp dụng cho người sản xuất bao gồm cả trồng trọt và chăn nuôi. Những tiêu chuẩn này tạo điều kiện cho PGS Việt Nam cung cấp dịch vụ chứng nhận cho các sản phẩm trồng trọt và chăn nuôi hữu cơ từ sản xuất đến bán hàng cho tới người tiêu dùng. Tiêu chuẩn này đã được Tổ chức Các phong trào Nông nghiệp Hữu cơ Thế giới (IFOAM) chính thức công nhận vào ngày 04/09/2013.

Để tăng cường xuất khẩu rau, quả vào EU, các chuyên gia kinh tế của EU cho rằng doanh nghiệp Việt Nam cần có biện pháp để đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm đối với rau, quả, tổ chức sản xuất theo chuỗi khép kín từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng. Hơn nữa, công tác kiểm soát chất lượng phải được tiến hành chặt chẽ, cần có sự phối hợp giữa người nông dân, doanh nghiệp lẫn cơ quan quản lý nhà nước, sự hỗ trợ từ chính phủ cả về chủ trương lẫn tài chính.

2.5. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu trong xuất khẩu rau quả của Việt Nam

2.5.1. Điểm mạnh

Điều kiện tự nhiên thuận lợi

Việt Nam có điều kiện thuận lợi về khí hậu (nhiệt đới ở phía Nam và á nhiệt đới ở phía Bắc). Hơn nữa, diện tích nông nghiệp lớn thích hợp cho việc trồng trọt canh tác rau quả. Do vậy, trái cây của Việt Nam không chỉ đa dạng về chủng loại mà mùa nào cũng có rau quả đặc trưng, có lợi thế so sánh với các nước trong khu vực và trên thế giới.

Năng lực sản xuất cao

Nhiều sản phẩm rau quả chế biến được sản xuất trên dây chuyền công nghệ hiện đại, chất lượng và kiểu dáng, mẫu mã sản phẩm ngày một nâng cao. Rau quả xuất khẩu của Việt Nam hiện có tới 90% là rau quả tươi. Cả nước mới có trên 100 cơ sở chế biến rau quả quy mô công nghiệp với tổng công suất 300.000 tấn sản phẩm/năm. Chất lượng cao và chủng loại rau quả nhiệt đới phong phú. Tốc độ phát triển của ngành hàng này rất nhanh, đặc biệt ở những vùng trọng điểm: Đông Nam Bộ, Đồng bằng Sông Cửu Long và Tây Nguyên. Hơn nữa nông dân Việt Nam còn có kinh nghiệm lâu năm trong việc trồng trọt và sản xuất rau quả.

Nguồn cung lao động dồi dào, chi phí lao động thấp

Việt Nam có dân số trên 90 triệu người, 49% trong độ tuổi lao động, 70% dân số sống ở nông thôn. Nông dân Việt Nam có kinh nghiệm lâu đời về nông nghiệp. Chi phí lao động nông nghiệp tương đối thấp. Lợi thế nhân công rẻ giúp giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành, tăng khả năng cạnh tranh về giá. Chính sách tự do hóa thương mại, mở cửa thị trường, người nông dân được giao đất ưu tiên cho dân phát triển sản xuất nông nghiệp.

2.5.2. Điểm yếu

Các hộ chế biến lạc hậu và nhỏ lẻ, không có khu vực tập trung chuyên canh

Các hộ chế biến rau quả đa phần là nhỏ lẻ, phân tán, không theo quy hoạch nên quản lý và đầu tư phát triển hạ tầng khó khăn. Thiếu vùng quy hoạch cây trồng khiến rau quả thường xuyên rơi vào tình trạng được mùa rớt giá. Bản đồ vùng trồng rau quả manh mún còn khiến việc áp dụng quy trình sản xuất Glocal Gap gặp trở ngại.

Sự liên kết sản xuất giữa nông dân và doanh nghiệp còn mong manh, dễ đổ vỡ. Cả nước có 60 nhà máy chế biến rau quả với công nghệ, thiết bị hiện đại, sản phẩm đa dạng, chất lượng đáp ứng được yêu cầu của thị trường như Nhật Bản, Mỹ và EU. Tuy nhiên, công suất hoạt động thực tế của những nhà máy này chỉ đạt 20-30%. Nguyên nhân là một số nhà máy xây dựng xong thiếu nguyên liệu, các vùng nguyên liệu xa nhà máy, chi phí vận chuyển lớn, nguyên liệu không đảm bảo các yêu cầu chất lượng nên không thể chế biến xuất khẩu được. Mặc dù có nhiều đơn hàng lớn nhưng không có đủ nguồn nguyên liệu để xuất khẩu.

Chất lượng thấp và không đồng đều, doanh nghiệp thiếu liên kết

Nông dân cũng chưa được hướng dẫn kỹ về các biện pháp xử lý trong trồng trọt rau quả. Khu vực trồng rau quả rải rác, phân tán, khó xử lý cho ra hoa đồng loạt, màu sắc chưa phong phú... nên thu hoạch chưa đồng loạt, sản phẩm không đồng đều, số lượng ít gây khó khăn cho việc chế biến, xuất khẩu.

Sự liên kết sản xuất giữa nông dân và doanh nghiệp còn mong manh, dễ đổ vỡ. Cả nước có 60 nhà máy chế biến rau quả với công nghệ, thiết bị hiện đại, sản phẩm đa dạng, chất lượng đáp ứng được yêu cầu của thị trường như Nhật Bản, Mỹ và EU. Tuy nhiên, công suất hoạt động thực tế của những nhà máy này chỉ đạt 20-30%. Nguyên nhân là một số nhà máy xây dựng xong thiếu nguyên liệu, các vùng nguyên liệu xa nhà máy, chi phí vận chuyển lớn, nguyên liệu không đảm bảo các yêu cầu chất lượng nên không thể chế biến xuất khẩu được.

Phương tiện cất trữ và dịch vụ thương mại kém

Công nghệ sau thu hoạch còn rất kém và đã có rất ít tiên bộ kỹ thuật về lĩnh vực này được chuyển giao đến nông dân. Việc thu hái, sơ chế bảo quản vẫn tiến hành thủ công là chính, công nghệ bảo quản và phương tiện vận chuyển còn thiếu, lạc hậu dẫn đến chất lượng sản phẩm thấp, giá thành cao, tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch lên tới 25-30%.

Hiện nay, Việt Nam vẫn chưa có công nghệ bảo quản trái cây tươi kéo dài thời gian (1 đến 2 tháng) sau thu hoạch nên chỉ có thể xuất khẩu được số lượng ít trái cây tươi bằng tàu thủy sang một số nước châu Á gần Việt Nam và một số rất ít trái cây bằng máy bay sang một số nước châu Âu.

Về vận chuyển, Việt Nam vẫn còn thiếu các thiết bị vận chuyển lạnh như tàu lạnh hoặc container có thiết bị làm lạnh nên đã ảnh hưởng không ít tới khả năng xuất khẩu khối lượng lớn đến các thị trường xa. Ngoài ra, vẫn còn hiện tượng sử dụng các hóa chất độc hại, không rõ nguồn gốc trong chế biến, bảo quản rau quả tươi.

Chưa có thương hiệu mạnh

90% nông sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường nước ngoài phải qua trung gian dưới thương hiệu của nước khác nên người tiêu dùng thế giới vẫn chưa biết nhiều về sản phẩm rau quả Việt Nam. Do vậy xây dựng thương hiệu rau quả Việt Nam đang là vấn đề cấp bách nhằm giảm thiệt hại cho nông dân, doanh nghiệp và nâng cao vị thế của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế. Hầu hết rau quả Việt Nam xuất ra nước ngoài đều được bán dưới dạng thô hoặc sơ chế nên chưa tạo giá trị cao để tăng lợi nhuận cho nông dân.

Thiếu kỹ năng thương mại và quảng cáo

Khâu tổ chức, sản xuất chế biến, tiếp thị sản phẩm của xuất khẩu rau quả còn yếu. Việt Nam có nhiều chủng loại rau quả rất ngon, có thương hiệu, rất nổi tiếng trong nước, nhưng chưa được thị trường thế giới biết đến. Thông tin thị trường chưa được nghiên cứu kỹ, chưa cập nhật về chủng loại, thị trường, thời gian cung ứng, đối thủ cạnh tranh trên thế giới... đặc biệt là nông dân hoàn toàn thiếu thông tin thị trường. Chính vì vậy việc điều tiết sản xuất gặp nhiều khó khăn và thiếu tính định hướng.

Giá thành cao

Chuỗi cung ứng còn qua nhiều khâu trung gian, dẫn đến giá trị sản phẩm ở trang trại rất thấp (giá rẻ), trong khi đó giá bán trên thị trường đôi khi lại quá cao, người nông dân không được hưởng lợi. Chuỗi giá trị chưa được cải thiện và kiểm soát để phân chia hợp lý lợi nhuận cho từng đối tượng trong chuỗi, giá trị gia tăng chưa cao. Ngoài ra, do phải chịu nhiều loại phí cho vận chuyển, phí cầu cảng, phí sân bay, giá thành sản phẩm của ta không có sức cạnh tranh so với các nước khác như Thái Lan, Trung Quốc, Malaysia...

2.6 Định hướng phát triển ngành rau quả Việt Nam

Với quy mô sản xuất nhỏ, phân tán như hiện nay đang và sẽ tạo ra rất nhiều khó khăn cho sản phẩm Việt Nam trong quá trình cạnh tranh. Do vậy, nhà nước cần có những hỗ trợ để tổ chức lại sản xuất theo hướng tạo ra những vùng chuyên canh, sản xuất tập trung. Các

hộ sản xuất qui mô nhỏ cần liên kết lại theo hình thức tổ hợp tác hoặc hợp tác xã kiểu mới.

Để tạo điều kiện hình thành những vùng chuyên canh rau quả lớn, Việt Nam cần có những chính sách linh hoạt về đất đai, tạo ra hành lang pháp lý thuận lợi cho phép người dân chuyển đổi cơ cấu cây trồng, hình thành các vùng chuyên canh có quy mô lớn và nhất là kích thích sự phát triển của mô hình trang trại rau quả.

Việc phát triển bền vững cây ăn quả chủ lực trồng tập trung cũng sẽ góp phần tái cơ cấu ngành trồng trọt, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, nâng cao giá trị tăng thêm trên một đơn vị diện tích đất, tăng thu nhập cho người sản xuất và hiệu quả kinh doanh của các cơ sở thu mua, bảo quản, tiêu thụ trái cây.

Ngoài ra, căn cứ định hướng quy hoạch chung, từng tỉnh, thành phố cần tiến hành lập quy hoạch cây ăn quả chủ lực trồng tập trung trên địa bàn, xác định cụ thể diện tích từng loại cây ăn quả phân bổ đến xã, thị trấn; thành lập chuỗi sản xuất - thu mua - sơ chế, chế biến, bảo quản và tiêu thụ. Phát triển mạng lưới cung cấp đầu vào như hạt giống, cây giống, phân bón, thuốc sâu, khuyến nông, công nghệ sau thu hoạch. Hình thành các tổ chức có đủ năng lực đánh giá, kiểm tra chất lượng sản phẩm, các trung tâm giao dịch giữa nhà sản xuất và đơn vị xuất khẩu...

Việc xây dựng thương hiệu rau quả cũng phải đầu tư toàn diện, có chiến lược phát triển lâu dài và sự kết hợp đồng bộ của tất cả các khâu từ việc lựa chọn giống, trồng trọt, chăm sóc, thu hoạch và bảo quản sau thu hoạch. Việc này đòi hỏi phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa nhà nông, nhà khoa học, nhà truyền thông, doanh nghiệp và Nhà nước. Thêm vào đó, Việt Nam cần xác định được ưu thế của những nông sản mũi nhọn ở từng khu vực, từng loại hàng hóa để phát huy thế mạnh và tạo sự độc quyền trên thị trường quốc tế.

Để ngành rau quả Việt Nam phát triển bền vững, đồng thời không ngừng tăng khả năng xuất khẩu, cần tập trung theo hướng nâng cao chất lượng sản phẩm, đầu tư vào công nghệ bảo quản và phương tiện vận chuyển, ổn định giá cả,... nhằm củng cố các thị trường truyền thống và mở rộng xuất khẩu sang các thị trường mới.

III. Đặc điểm thị trường rau quả EU

3.1. Đặc điểm và xu hướng thị trường

3.1.1 Đặc điểm thị trường

Nhìn tổng thể, thị trường rau quả tươi (FFV) và thị trường rau quả chế biến (PFV) có mối liên hệ với nhau. Trong một số trường hợp hai thị trường này tác động đến nhau theo hướng tích cực, một số trường hợp khác có sự cạnh tranh giữa hai thị trường này. Ví dụ, năm 2014, lượng tiêu thụ rau quả tươi gia tăng do nguồn cung dồi dào và mức giá thấp, do đó lượng tiêu thụ rau quả chế biến của EU giảm nhẹ. Hai thị trường này hiện tiến gần đến mức bão hòa, đặc biệt đối với các sản phẩm rau quả tươi vào mùa được sản xuất nội địa.

3.1.1.1 Rau quả tươi

Trong 5 năm qua, tình hình sản xuất và tiêu thụ rau quả tươi của EU tương đối ổn định. Những thay đổi lớn về dung lượng thị trường trong tương lai khó có thể dự báo trước được. Hà Lan, Anh và Bỉ là những nước nhập khẩu trực tiếp hàng đầu rau quả tươi từ các nước ngoài Châu Âu. Hà Lan và Bỉ đồng thời cũng là điểm trung chuyển thương mại chính của khu vực, hàng hóa nhập khẩu vào các nước này không chỉ để bán cho thị trường nội địa mà còn để tái xuất khẩu sang các nước EU khác.

3.1.1.2 Rau quả chế biến

Đức, Pháp, Anh, Bỉ và Hà Lan là những nước nhập khẩu rau quả chế biến lớn nhất. Năm 2014, nhập khẩu từ các nước đang phát triển chiếm khoảng 25% tổng kim ngạch nhập khẩu của EU. Tình hình sản xuất rau quả chế biến ở EU duy trì tương đối ổn định trong những năm qua.

3.1.1.3 Yêu cầu đối với thực phẩm rất nghiêm ngặt

An toàn vệ sinh thực phẩm vẫn luôn đóng vai trò rất quan trọng tại EU. Luật pháp EU quy định các yêu cầu nghiêm ngặt đối với thực phẩm và quy trình sản xuất thực phẩm. Tại các nước khu vực Tây Bắc Châu Âu, yêu cầu của người mua thậm chí còn cao hơn các quy định chính thức của EU. Việc tuân thủ chặt chẽ dư lượng tối đa thuốc bảo vệ thực vật (MRL) và các quy định về chống nhiễm khuẩn là tiền đề khi muốn thâm nhập thị trường EU. Bên cạnh đó, truy xuất nguồn gốc cũng ngày càng đóng vai trò quan trọng, hay các chứng nhận như GlobalGAP, BRC và IFS cũng cần được quan tâm.

GlobalGAP đã trở thành tiêu chuẩn tối thiểu được áp dụng tại một số siêu thị Châu Âu, đặc biệt ở thị trường khu vực Tây Bắc Châu Âu. Điều này cho thấy người trồng trọt và các nhà xuất khẩu cũng cần chú ý tới cả khâu làm sạch và khử trùng thiết bị, thùng hàng và phương tiện vận chuyển.

3.1.2 Xu hướng thị trường

3.1.2.1 Quan ngại gia tăng về sức khỏe và đời sống

Người tiêu dùng Châu Âu ngày càng quan tâm hơn đến sức khỏe, đời sống và nhận ra rằng việc tiêu thụ thực phẩm có ảnh hưởng rất lớn đến sức khỏe. Điều này được phản ánh qua các xu hướng sau đây:

- Cơ quan Y tế Cộng đồng tổ chức các chiến dịch phối hợp với các siêu thị và cơ quan truyền thông để khuyến khích người dân ăn nhiều rau quả hơn.
- Gia tăng nhu cầu đối với các sản phẩm rau quả được coi là có lợi đối với sức khỏe:
 - + Siêu thực phẩm: thuật ngữ này được dùng để miêu tả và thúc đẩy kinh doanh và tiêu thụ các loại rau quả có một số đặc tính tốt cho sức khỏe (ví dụ: Quả việt quất, lựu, cải xoăn, rau chân vịt).
 - + Rau quả hữu cơ: Ngày càng có nhiều người coi rau quả hữu cơ có lợi hơn cho sức khỏe và đời sống. Sản lượng rau quả hữu cơ tăng nhanh trong 5 năm qua đã khiến giá giảm xuống và thúc đẩy tăng trưởng thị trường.
 - + Sản phẩm không có chất phụ gia nhân tạo mà hoàn toàn được làm từ trái cây hoặc được lên men tự nhiên.
 - + Sản phẩm không từ nước ép cô đặc (NFC)
 - + Hoa quả sấy và các loại hạt ăn được được coi là các loại snack tốt cho sức khỏe. Các loại này được đóng thành các gói nhỏ riêng hoặc tổng hợp, dạng thanh hoặc thậm chí dạng bột.
 - + Rau quả ngâm được coi là loại snack bổ dưỡng bởi hàm lượng vitamin tương đối cao, tăng cường tiêu hóa và bao gồm các thành phần kháng khuẩn.
 - + Các sản phẩm từ dừa (đặc biệt là dầu dừa)
- Giảm nhu cầu đối với các loại rau quả được coi là không có lợi cho sức khỏe:
 - + Các sản phẩm rau quả chế biến sẵn có đường (dù người tiêu dùng có nhận thức khác nhau về đường).
 - + Các loại nước ép truyền thống do hàm lượng đường cao.

3.1.2.2 Người tiêu dùng mong muốn sự tiện lợi

Người tiêu dùng ngày càng đánh giá cao sự tiện lợi và ưa chuộng các sản phẩm đòi hỏi ít phải chế biến và dễ sử dụng. Đồng thời, các loại thực phẩm tiện lợi cũng mang lại những lợi ích rõ ràng cho các nhóm khách hàng cụ thể như: trẻ sơ sinh, trẻ em, người già. Đối với thị trường rau quả, xu hướng về sự tiện lợi được phản ánh qua sự phổ biến và nhu cầu về:

- Các gói sản phẩm có kích thước nhỏ hơn,
- Rau quả tươi được cắt sẵn,
- Nho và các loại quả không hạt khác,
- Sản phẩm có thời hạn sử dụng lâu hơn,
- Rau đông lạnh trộn với các loại gia vị, rau thơm và nước sốt,
- Trái cây chín như bơ, xoài...
- Sinh tố được làm theo các cách khác nhau

3.1.2.3 Đa dạng hóa sản phẩm và hương vị

Ngày nay, người tiêu dùng Châu Âu ngày càng cởi mở hơn đối với những trải nghiệm mới. Điều này được giải thích bởi một số nguyên nhân như người Châu Âu ngày càng đi du lịch nhiều hơn đến những nơi xa hơn và ngày càng biết đến nhiều hương vị mới. Sự mở rộng ảnh hưởng của các nền ẩm thực dân tộc khác nhau trong ngành công nghiệp thực phẩm Châu Âu cũng góp phần giải thích xu hướng này. Ngoài ra, các chương trình về nấu ăn (như Bếp 24 giờ, Vua Đầu bếp, Bữa tối tại Presque Parfait, Jamie Oliver) ngày càng phổ biến và thúc đẩy người tiêu dùng nấu ăn một cách sáng tạo, sử dụng các loại rau quả ngoại nhập.

Xu hướng này tạo ra cơ hội cho:

- Rau quả ngoại lai như chôm chôm, nhãn, thanh long. Cho đến bây giờ, thị trường cho các loại rau quả ngoại lai vẫn còn hạn chế tại một số nước, đặc biệt là các thị trường thực phẩm dân tộc. Đối với các loại trái cây ngoại lai được tiêu thụ chủ yếu tại Châu Á, nhóm khách hàng chủ yếu tại Châu Âu chính là Cộng đồng hải ngoại gốc Á. Các sản phẩm đặc trưng của Châu Á, trong đó bao gồm cả các loại rau quả ngoại lai được cung cấp qua các website và các chợ thực phẩm Châu Á.
- Các hương vị mới đối với các loại nước ép trái cây, giống như đại hoàng, mận qua, hoa cốm cháy, và hương vị trái cây ngoại lai như xoài, chuối, chanh leo, sơ ri và acai.
- Các loại rau thơm tươi ngoại lai, như rau mùi Thái Lan...

3.1.2.4 Ưu chuộng chuỗi cung ứng bền vững

Người tiêu dùng Châu Âu ngày càng quan tâm hơn đến việc minh bạch hóa quá trình sản xuất rau quả mà họ tiêu dùng, tính bền vững của chuỗi cung ứng cũng ngày càng trở nên quan trọng. Các nhà nhập khẩu Châu Âu cũng vì thế đối mặt với áp lực gia tăng từ chuỗi bán lẻ do yêu cầu hàng hóa được chứng nhận CSR (Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp). Các nhà nhập khẩu do đó bắt buộc phải xem xét kỹ lưỡng hơn về các nỗ lực bảo vệ môi trường và việc thực thi các trách nhiệm xã hội của tất cả các công ty trong chuỗi cung ứng.

Một phần liên quan tới xu hướng này là sự mở rộng thị trường đối với các loại trái cây được trồng nội địa (ví dụ như táo, lê, nho, đào, dâu) dù các loại quả này không thực sự hoàn hảo. Để giảm các chất thải của trái cây và rau quả trong toàn bộ chuỗi cung ứng, các nhà bán lẻ thực phẩm cũng nói lỏng yêu cầu về kích thước và hình dạng của trái cây trồng nội địa. Điều này đã cho phép bán các loại trái cây mà trước đây từng bị loại bỏ như là các loại trái cây “xấu xí”.

3.2. Tình hình tiêu thụ

3.2.1 Rau quả tươi

Tổng lượng tiêu thụ trái cây (kể cả hao hụt và chế biến) khoảng từ 70-80 triệu tấn một năm. Tổng lượng tiêu thụ các loại rau khoảng từ 115-130 triệu tấn một năm (nếu không tính khoai tây thì lượng tiêu thụ khoảng một nửa số đó). Các kênh bán lẻ thực phẩm chiếm khoảng hơn 50% tổng doanh thu bán ra (đối với trái cây tươi thậm chí chiếm đến 75%), sau đó là chế biến công nghiệp, dịch vụ thực phẩm, các chợ đường phố và các cửa hàng chuyên về trái cây và rau quả.

Ý và Tây Ban Nha là các nước tiêu thụ rau quả tươi lớn nhất ở Châu Âu. Nhưng chủ yếu do Ý và Tây Ban Nha đứng đầu về sản xuất nho, cam và cà chua ở khu vực này. Rất nhiều sản phẩm tươi của họ được chế biến nội địa, nghĩa là phân khúc "chế biến công nghiệp" chiếm một phần tương đối lớn.

Sản lượng tiêu thụ rau quả tươi ở EU tương đối ổn định đối với một số loại sản phẩm hàng đầu (ví dụ nho, cam, táo, chuối, cà chua, khoai tây). Tăng trưởng tiêu thụ chủ yếu

diễn ra đối với các loại sản phẩm phi truyền thống, như khoai lang, bơ, chanh và trái cây nhiệt đới. Tuy nhiên tính đến hiện nay, dung lượng thị trường của các sản phẩm ngạch nêu trên tương đối nhỏ, do đó sự tăng trưởng này có tác động khá khiêm tốn đến tổng sản lượng tiêu thụ.

Mặc dù thị trường rau quả tươi là một thị trường lâu đời, quan sát tại các kệ của siêu thị có thể thấy một xu hướng rõ ràng đối với các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn. Trong khi xu hướng chung của thị trường được điều chỉnh chủ yếu bởi giá cả thì tại các siêu thị và các chợ ngoài trời, nhóm các sản phẩm rau quả tươi cao cấp bao gồm các sản phẩm hữu cơ, sản phẩm thương mại bình đẳng, sản phẩm tiện lợi (sản phẩm tươi cắt sẵn, ăn liền) đang có sự tăng trưởng chậm nhưng từ từ.

3.2.2 Rau quả chế biến

Tại Châu Âu, mức tiêu thụ rau quả chế biến tính bình quân đầu người đang giảm dần do sự gia tăng tiêu thụ các loại rau quả tươi, và tiêu thụ ít hơn một số loại thuộc các phân khúc lớn như nước ép trái cây. Tuy nhiên một số phân khúc rau quả chế biến vẫn tăng trưởng hàng năm bao gồm: snack từ trái cây và rau chế biến sẵn đông lạnh (đã sẵn sàng để sử dụng). Một đặc điểm chính của thị trường rau quả chế biến so với thị trường rau quả tươi đó là thị trường này ít biến động hơn về nhu cầu, sức bán, và giá cả.

3.2.2.1 Các loại nước ép trái cây

Lượng tiêu thụ các loại nước ép trái cây của EU khoảng 10 tỷ lít mỗi năm. Thị trường này đang chịu áp lực bởi người tiêu dùng ngày càng ý thức hơn về hàm lượng đường trong các loại nước ép trái cây. Kết quả, thị trường biến động theo chiều hướng giảm sút trong năm thứ bảy liên tiếp tính đến năm 2015. Mặc dù thị trường về tổng thể cho thấy sự sụt giảm qua các năm nhưng vẫn có sự tăng trưởng chung về nhu cầu đối với các loại nước ép chất lượng cao, bao gồm nước ép không phải loại cô đặc, nước ép trái cây ngoại lai, nước ép ướp lạnh, nước ép với cùi trái cây và nước ép trái cây hỗn hợp.

Đức là thị trường lớn nhất đối với các loại nước ép trái cây với lượng tiêu thụ bình quân đầu người cao nhất, chiếm khoảng 25% tổng lượng tiêu thụ của EU. Pháp, Anh, Tây Ban Nha và Ý chiếm khoảng 45% tổng lượng tiêu thụ của thị trường.

3.2.2.2 Rau quả đóng hộp

Tổng lượng tiêu thụ rau quả đóng hộp của EU khoảng gần 12-13 tỷ USD mỗi năm. Trái cây đóng hộp chiếm khoảng 30% trong số đó, trong khi phần còn lại là các loại rau củ đóng hộp. Tính trung bình, phân khúc thị trường này đang giảm dần hàng năm, do hình ảnh không tốt của các sản phẩm đóng hộp so với các sản phẩm tươi và đông lạnh.

3.2.2.3 Các loại hạt và trái cây sấy khô

Đức là nước có lượng tiêu thụ các loại hạt và trái cây sấy khô lớn nhất, điều này có thể được lý giải bởi vị trí hàng đầu của Đức trong EU xét về dân số và GDP. Mặc dù chắc chắn có thị trường cho các loại hạt hoặc trái cây sấy khô riêng lẻ nhưng hầu hết các loại hạt và trái cây sấy khô ở EU được tiêu thụ dưới dạng tổng hợp.

3.2.2.4 Mút các loại, thạch, trái cây nghiền nhuyễn

Mút các loại, thạch, trái cây nghiền nhuyễn được tiêu thụ trên khắp Châu Âu, trong đó những thị trường lớn nhất là Pháp, Đức và Anh.

3.3. Tình hình giá cả

Giá cả rau quả chế biến ổn định hơn so với rau quả tươi. Có nhiều lý do giải thích cho sự khác biệt này, một trong số đó xuất phát từ thực tế người nông dân trồng rau quả cung cấp cho lĩnh vực công nghiệp thường làm theo hợp đồng hàng năm, do đó cung cầu cân bằng hơn.

Giá rau quả tươi có thể biến động đáng kể do biến động về cung và cầu, thường bị ảnh hưởng bởi yếu tố mùa vụ. Đối với một số loại trái cây nhất định như bơ hay xoài, sự biến động này tương đối lớn. Do vậy cung cấp lượng vừa phải các loại trái cây này có thể là chiến lược cho các nhà xuất khẩu nhằm giải quyết vấn đề trên (điều này trước đây đã từng được áp dụng đối với quả đu đủ).

Giá cả có thể phụ thuộc vào sự đa dạng chủng loại của các loại rau quả nhất định. Đối với trường hợp trái cây nhiệt đới hoặc ngoại lai, quá trình vận chuyển và phân phối sau thu hoạch có thể phức tạp và có tác động lên giá theo chiều hướng làm tăng giá. Các nhà bán lẻ thực phẩm lên kế hoạch marketing và bán hàng đối với các loại rau quả trong khoảng 2 đến 3 tuần, điều này sẽ tạo ra những thách thức đối với các loại rau quả được cung cấp từ khu vực có khoảng cách địa lý xa. Một yếu tố khác ở đây có thể là khối lượng vận chuyển, gây tác động lớn đến giá cước vận tải cũng như mức giá cuối cùng trên thị trường.

Nếu giá của một số loại rau quả nhiệt đới và ngoại lai nhất định gia tăng mạnh trong thời gian ngắn sẽ nhanh chóng dẫn đến sự thay đổi về thị hiếu của người tiêu dùng, chuyển sang dùng những loại có mức giá cạnh tranh hơn. Điều này nhấn mạnh rằng, để đạt được doanh thu tốt hơn, các nhà sản xuất và xuất khẩu rau quả nên tập trung nỗ lực vào:

- Cải thiện chất lượng và sản lượng thu hoạch, bao gồm cả việc kiểm soát dịch hại hiệu quả;
- Giảm thiểu lượng chất thải trong chuỗi cung ứng;
- Tối ưu hóa quy trình đóng gói.

3.4. Tình hình sản xuất

3.4.1 Rau quả tươi

Sản xuất rau quả tươi của EU đạt mức ấn tượng với khoảng 65-70 triệu tấn trái cây tươi và hơn 110 triệu tấn rau tươi (trong đó gần 50% là khoai tây). Các nước sản xuất chiếm ưu thế là Ý, Tây Ban Nha và Pháp. Các nước này sản xuất gần 70% các loại trái cây tươi (chủ yếu là nho và các loại trái cây họ cam quýt) và gần một nửa các loại rau tươi (không bao gồm khoai tây). Đối với sản xuất các loại rau tươi, Hà Lan đóng vai trò quan trọng khi chủ yếu sản xuất cà chua, dưa chuột và ớt ngọt trong nhà kính. Trong những năm qua, sản lượng trái cây khá ổn định, trong khi tình hình sản xuất rau tươi có xu hướng

giảm trong thập kỷ qua. Một trong những nguyên nhân chính là nguồn cung rau cạnh tranh từ các nước như Ma Rốc và Ai Cập.

3.4.2 Rau quả chế biến

Sản xuất rau quả chế biến của châu Âu hàng năm đạt trị giá khoảng 38-43 tỷ USD. Đối với hầu hết các loại sản phẩm được sản xuất, sản lượng đầu ra đang cho thấy xu hướng ổn định hàng năm hoặc tăng trưởng ở mức thấp. Ngoại trừ một số trường hợp ngoại lệ như: sản xuất các loại nước ép trái cây có xu hướng giảm trong khi các loại rau quả đóng hộp đang tăng trưởng với mức trung bình hơn 5%/năm. Ý, Tây Ban Nha và Đức dẫn đầu về sản xuất rau quả chế biến ở Châu Âu. Ý mạnh về sản xuất cà chua đóng hộp, trái cây và rau quả sấy khô (chủ yếu là loại có đường bảo quản) và rau quả đông lạnh. Tây Ban Nha là nước sản xuất chính các loại hạt ăn được. Đức là nước sản xuất lớn nhất các loại nước ép trái cây (chủ yếu là cam và táo). Các nước dẫn đầu ở các nhóm hàng khác là Pháp (nước sản xuất lớn nhất các loại mứt, thạch) và Bỉ (nước sản xuất lớn nhất rau đông lạnh).

Trong thập kỷ tới, hầu hết tăng trưởng sản xuất được dự báo sẽ diễn ra tại các nước Trung và Đông Âu (như Rumani, Hungary, Ba Lan) do đầu tư vào công nghiệp chế biến rau quả ở các nước này sẽ góp phần vào tăng trưởng sản lượng.

Mặc dù là một ngành công nghiệp có giá trị hàng tỷ đô la, phân khúc rau quả chế biến chỉ chiếm khoảng 6% toàn ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống châu Âu. Ngoài ra, phân khúc rau quả chế biến bị chi phối bởi các công ty đa quốc gia, các công ty đại chúng như Nestlé, Unilever, Bonduelle và Eckes-Grannini.

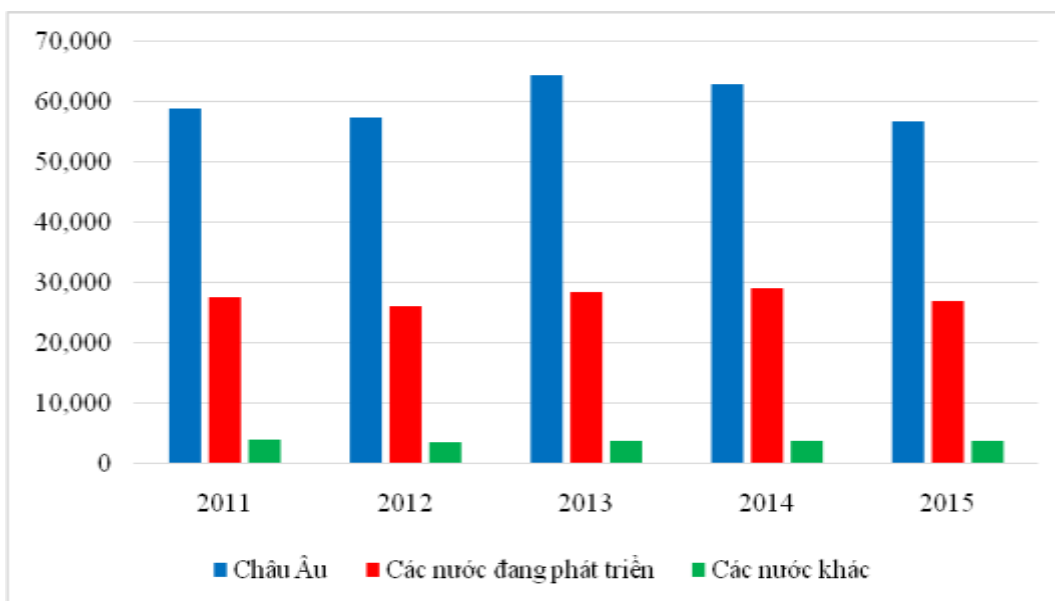
3.5. Tình hình thương mại

3.5.1 Tình hình nhập khẩu rau quả

Kim ngạch nhập khẩu rau quả của Châu Âu giảm khoảng 1%/năm trong giai đoạn 2011-2015 xuống mức 87 tỷ USD vào năm 2015. Trái cây và rau quả chủ yếu được nhập khẩu từ các nước trong Châu Âu. Trong giai đoạn này, thị phần của các nước đang phát triển duy trì tương đối ổn định ở mức 29-32% tổng kim ngạch nhập khẩu của Châu Âu.

Biểu đồ 3.1: Nhập khẩu rau quả của Châu Âu theo xuất xứ chính

Dvt: triệu USD



Nguồn: Trademap, T9/2016

Tăng trưởng nhập khẩu trong những năm qua chủ yếu là kết quả của sự phổ biến các sản phẩm nhiệt đới (ví dụ: bơ và xoài), cũng như các sản phẩm ngách (ví dụ: dâu, trái cây và rau ngoại nhập). Mặt khác, nhập khẩu vẫn ổn định hoặc thậm chí giảm đối với một số mặt hàng phổ biến (ví dụ: cà chua và cam).

Khoảng 40% kim ngạch nhập khẩu rau quả từ ngoài Châu Âu là các loại rau quả tươi, còn lại 60% là các loại rau quả chế biến.

3.5.1.1 Nhập khẩu rau quả tươi từ ngoài Châu Âu

Trong khi nhập khẩu các loại rau tươi chủ yếu đến từ các nước trong Châu Âu hay các nước tương đối gần Châu Âu thì hoa quả tươi đến từ nhiều nước khác nhau, trong đó bao gồm cả nhiều nước Châu Á. Tuy nhiên tính đến hiện nay, các nước cung cấp lớn nhất ngoài Châu Âu là Nam Phi, Thổ Nhĩ Kỳ và nhiều nước Nam Mỹ và Trung Mỹ (như Braxin, Costa Rica, Chilê, Peru, Colombia và Ecuador).

Nam Phi hưởng lợi từ mùa vụ đối lập của các loại hoa quả họ cam quýt, nho, táo, lê và đào, trong khi Thổ Nhĩ Kỳ chủ yếu xuất khẩu nho và các loại hoa quả họ cam quýt đến Châu Âu.

Các loại hoa quả nhiệt đới hay ngoại lai và các loại hoa quả trái mùa chiếm lĩnh thị phần nhập khẩu hoa quả tươi từ ngoài Châu Âu. Thị phần nhập khẩu lớn nhất từ bên ngoài Châu Âu là chuối (chiếm trên 40% thị phần), tiếp theo là dứa, cam và nho. Biểu đồ 3.3 cho thấy chi tiết hơn về các nước cung cấp chính.

Đối với mặt hàng rau, các sản phẩm nhập khẩu chủ yếu từ bên ngoài Châu Âu là cà chua (20-25%), khoai tây và hành tây (cùng chiếm khoảng 10-15%), ớt ngọt và đậu (cùng chiếm khoảng 10%). Châu Âu cũng tự cung cấp một lượng lớn rau tươi. Các quốc gia lân cận Châu Âu với khí hậu và điều kiện thời tiết tốt có cơ hội tốt nhất để bổ sung nguồn cung cấp rau tươi cho khu vực này. Ma Rốc và Ai Cập là những ví dụ điển hình, hoặc

Thổ Nhĩ Kỳ cũng là một ví dụ cho trường hợp này (nhưng đến nay xuất khẩu chủ yếu của Thổ Nhĩ Kỳ sang Châu Âu là hoa quả, các loại hạt và hoa quả chế biến).

3.5.1.2 Nhập khẩu rau quả chế biến từ ngoài Châu Âu

Khoảng 40% rau quả chế biến được nhập khẩu từ ngoài Châu Âu. Các nước xuất khẩu hàng đầu là Thổ Nhĩ Kỳ (chủ yếu là trái cây sấy khô, các loại hạt và các chế phẩm từ trái cây), Braxin (chủ yếu là nước cam), Costa Rica (nước ép trái cây), Trung Quốc (chủ yếu là các loại quả hạch và rau bảo quản), Chilê (mận khô) và Peru (rau bảo quản).

Nhập khẩu rau quả chế biến từ các nước đang phát triển bao gồm 5 nhóm hàng chính:

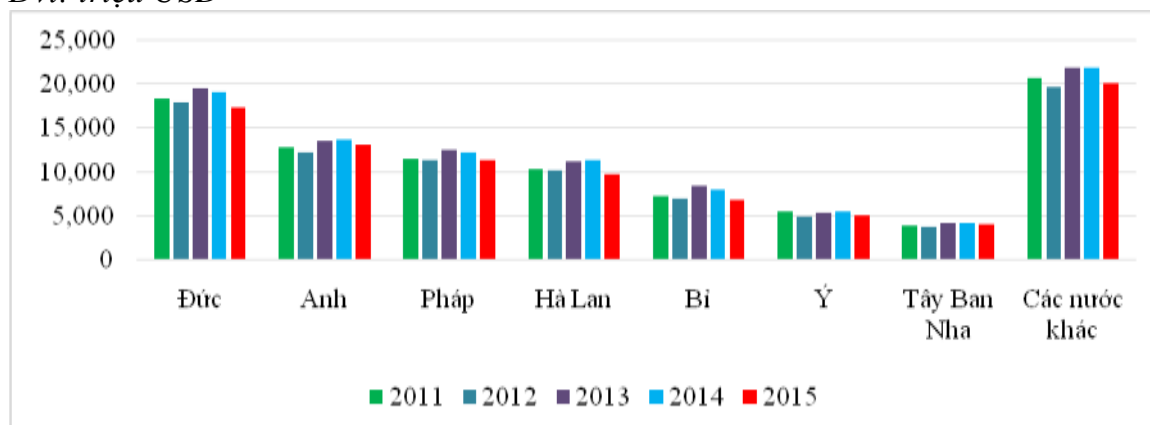
1. Nước ép trái cây và rau quả (khoảng 35%)
2. Trái cây và rau quả đóng hộp (25-30%)
3. Rau và trái cây sấy khô (khoảng 20%)
4. Trái cây và rau đông lạnh (khoảng 15%)
5. Bột nghiền trái cây, thạch (chưa đến 3%).

3.5.2 Các nước nhập khẩu chủ yếu

Đức là nước nhập khẩu lớn nhất các loại trái cây và rau quả, tiếp theo là Anh và Pháp. Các nước nhập khẩu hàng đầu khác là Hà Lan, Bỉ, Ý và Tây Ban Nha. Kim ngạch nhập khẩu các loại trái cây và rau quả của Đức đạt 17 tỷ USD, chiếm 20% tổng kim ngạch nhập khẩu của Châu Âu. Trong số các nước này, nhập khẩu các loại trái cây và rau quả tăng trưởng nhanh nhất ở Tây Ban Nha (tăng trung bình 9%/năm tính theo đồng Euro) trong giai đoạn 2011-2015. Tuy nhiên, cần nhớ rằng kim ngạch nhập khẩu của Tây Ban Nha nhỏ hơn 4 lần so với kim ngạch nhập khẩu của Đức.

Biểu đồ 3.2a: Các nước nhập khẩu rau quả chủ yếu của Châu Âu

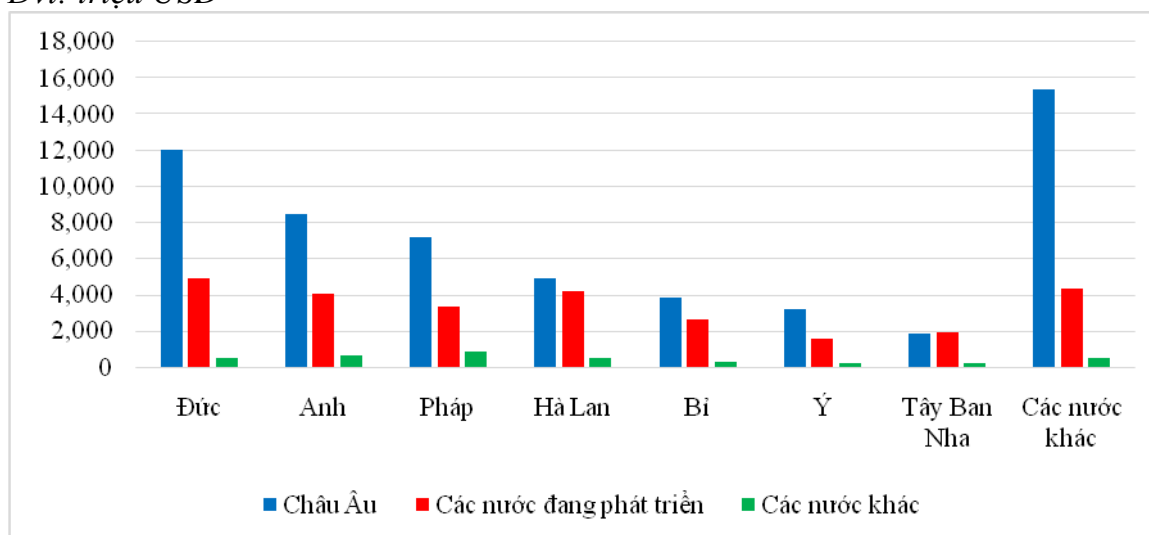
Đvt: triệu USD



Nguồn: Trademap, T9/2016

Nhập khẩu từ các nước đang phát triển của Đức đạt gần 5 tỷ USD, chiếm 18% tổng kim ngạch nhập khẩu từ các nước đang phát triển của EU năm 2015. Các thị trường khác có kim ngạch nhập khẩu từ các nước đang phát triển tương đối cao là Hà Lan (4,2 tỷ USD, chiếm 16%), Vương Quốc Anh (4 tỷ USD, chiếm 15%) và Pháp (3,3 tỷ USD, chiếm 12%).

Biểu đồ 3.2b: Các nước nhập khẩu rau quả chính của Châu Âu trong năm 2015
Đvt: triệu USD



Nguồn: Trademap, T9/2016

Biểu đồ 3.2b cho thấy Hà Lan nhập khẩu phần lớn từ các nước ngoài Châu Âu, đặc biệt là từ các nước đang phát triển. Bỉ cũng là nước có xu hướng này. Cả hai nước đều là cửa ngõ quan trọng (đặc biệt thông qua các cảng Rotterdam và Antwerp) và là trung tâm trung chuyển thương mại đối với trái cây và rau quả từ bên ngoài Châu Âu.




3.5.3 Các nước cung cấp hàng đầu

Trái cây và rau quả nhập khẩu có nguồn gốc chủ yếu từ các nước Châu Âu. Tây Ban Nha là nước cung cấp hàng đầu các loại trái cây và rau quả trên thị trường Châu Âu, chiếm khoảng 16% tổng giá trị nhập khẩu của Châu Âu năm 2015, tiếp theo là Hà Lan (11%), Ý (7%), Đức (6%) và Bỉ (5%). Thông tin chi tiết được thể hiện trong Biểu đồ 3.3 dưới đây.

Biểu đồ 3.3: Các nước cung cấp rau quả hàng đầu cho thị trường Châu Âu năm 2015 (xếp theo 7 sản phẩm xuất khẩu hàng đầu của từng nước, kèm theo mã HS và tỷ trọng xuất khẩu của nước cung cấp)

Đvt: Triệu USD

| Nước | 2015 | Xu hướng 2011-2015 | Sản phẩm 1 | Sản phẩm 2 | Sản phẩm 3 | Sản phẩm 4 | Sản phẩm 5 | Sản phẩm 6 | Sản phẩm 7 |
|-------------|--------|--------------------|---|--|--|---------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|---|
| Tây Ban Nha | 14.823 | | Các loại hoa quả họ cam quýt 0805 21% | Ớt ngọt và bí xanh 13% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 8% | Quả mơ, anh đào, đào 0809 8% | Cà chua 0702 8% | Rau diếp 0705 4% | Quả họ dưa 0807 4% |
| Hà Lan | 10.756 | | Cà chua 0702 11% | Ớt ngọt và nấm 11% | Rau bảo quản 2004/2005 16% | Nước ép trái cây 2009 9% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 4% | Táo và lê 0808 4% | Các loại hoa quả họ cam quýt 0805 4% |
| Ý | 5.955 | | Cà chua chế biến/bảo quản bằng cách khác 2002 17% | Táo và lê 0808 12% | Rau 0709 7% | Nước ép trái cây 2009 6% | Rau bảo quản 2005 6% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 6% | Quả mơ, anh đào, đào 0809 5% |
| Đức | 5.787 | | Nước ép trái cây 2009 14% | Quả, quả hạch bảo quản 2008 13% | Các loại hoa quả họ cam quýt 0805 6% | Rau 0709 5% | Rau bảo quản 2005 5% | Khoai tây 0701 5% | Chuối 0803 4% |
| Bi | 5.246 | | Khoai tây đã được nấu, đông lạnh/ bảo quản 25% | Rau đông lạnh 18% | Nước ép trái cây 2009 11% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 6% | Táo và lê 0808 5% | Chuối 0803 5% | Cà chua 0702 4% |
| Pháp | 4.279 | | Khoai tây 0701 11% | Ngô ngọt và rau tổng hợp bảo quản 2005 16% | Táo và lê 0808 10% | Rau đông lạnh 6% | Quả, quả hạch bảo quản 2008 5% | Cà chua 0702 5% | Mứt, thạch trái cây, bột nghiền 2007 4% |
| Thổ Nhĩ Kỳ | 3.403 | | Quả hạch, hạt 2008 38% | Nho 0806 13% | Các loại hoa quả họ cam quýt 0805 6% | Mơ khô, mận khô 0813 5% | Quả chà là, sung 0804 5% | Mứt, thạch trái cây 2007 4% | Quả mơ, anh đào, đào 0809 4% |
| Braxin | 2.970 | | Nước ép trái cây 2009 69% | Quả họ dưa 0807 11% | Quả chà là, sung 0804 10% | Các loại trái cây họ cam quýt 0805 4% | Nho 0806 3% | Táo và lê 0808 1% | |
| Ba Lan | 2.454 | | Quả mâm xôi hoặc dâu tây đông lạnh 18% | Nước ép trái cây 2009 16% | Nấm 0709 14% | Rau đông lạnh 0710 9% | Táo và lê 0808 6% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 5% | Quả, quả hạch bảo quản 2008 4% |
| Nam Phi | 2.032 | | Các loại hoa quả họ cam quýt 0805 34% | Nho 0806 28% | Táo và lê 0808 13% | Quả chà là, sung 0804 7% | Quả mơ, anh đào, đào 0809 5% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 3% | Quả, quả hạch bảo quản 2008 3% |
| Costa Rica | 1.880 | | Chuối 0803 46% | Quả chà là, sung 0804 35% | Nước ép trái cây 2009 8% | Quả họ dưa 0807 5% | Quả, quả hạch bảo quản 2008 3% | Rễ và củ sắn 0714 2% | Trái cây đông lạnh 1% |
| Ma Rốc | 1.879 | | Cà chua 0702 30% | Đậu 0708 15% | Ớt ngọt và bí xanh 0709 12% | Các loại hoa quả họ cam quýt 0805 10% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 9% | Quả họ dưa 0807 5% | Trái cây đông lạnh 5% |
| Trung Quốc | 1.555 | | Cà chua bảo quản, chế biến 13% | Măng tây bảo quản, chế biến 13% | Đậu tây sấy khô, bóc vỏ 13% | Rau khô để riêng hoặc hỗn hợp 11% | Trái cây sấy khô 8% | Tỏi 8% | Bưởi 7% |
| Peru | 1.466 | | Quả chà là, sung 0804 32% | Nho 0806 15% | Măng tây và atiso đã chế biến 0709 13% | Rau bảo quản 2005 13% | Chuối 0803 7% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 5% | Các loại trái cây họ cam quýt 0805 5% |
| Colombia | 1.434 | | Chuối 0803 91% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 5% | Quả chà là, sung 0804 2% | Quả, quả hạch bảo quản 2008 1% | | | |
| Chilê | 1.431 | | Nho 0806 24% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 18% | Táo và lê 0808 17% | Quả chà là, sung 0804 10% | Mơ khô, mận khô 0813 9% | Quả mơ, anh đào, đào 0809 5% | Trái cây đông lạnh 0811 4% |
| Ecuador | 1.357 | | Chuối 0803 86% | Nước ép trái cây 2009 4% | Các phần ăn được của cây đã chế biến 2008 4% | Rau đông lạnh 0710 2% | Quả chà là, sung 0804 2% | Quả họ dưa 0807 1% | |

| Nước | 2015 | Xu hướng 2011-2015 | Sản phẩm 1 | Sản phẩm 2 | Sản phẩm 3 | Sản phẩm 4 | Sản phẩm 5 | Sản phẩm 6 | Sản phẩm 7 |
|--------|-------|---|---|--------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| Hy Lạp | 1.271 |  | Ô liu và các loại rau đã chế biến 2005 17% | Đào, quả xuân đào đã chế biến 16% | Nho 0806 13% | Các loại hoa quả họ cam quýt 0805 9% | Quả mơ, anh đào, đào 0809 7% | Các loại rau khác 0709 6% | Quả mâm xôi hoặc dâu tây 0810 6% |
| Hoa Kỳ | 1.191 |  | Quả nam việt quất bảo quản và bơ đậu phộng 20% | Đậu tây và đậu lăng 0713 16% | Rễ và củ sắn 0714 10% | Nước ép trái cây 2009 10% | Nho 0806 9% | Mơ khô, mận khô 0813 8% | Cà chua bảo quản 2002 7% |
| Anh | 1.073 |  | Khoai tây lát mỏng, nấu chín trong chất béo 13% | Quả hạch và hạt đã chế biến 2008 11% | Nước ép trái cây 2009 11% | Khoai tây 0701 8% | Rau đã chế biến 2004 6% | Mứt, thạch trái cây 2007 5% | Rau đông lạnh 0710 5% |

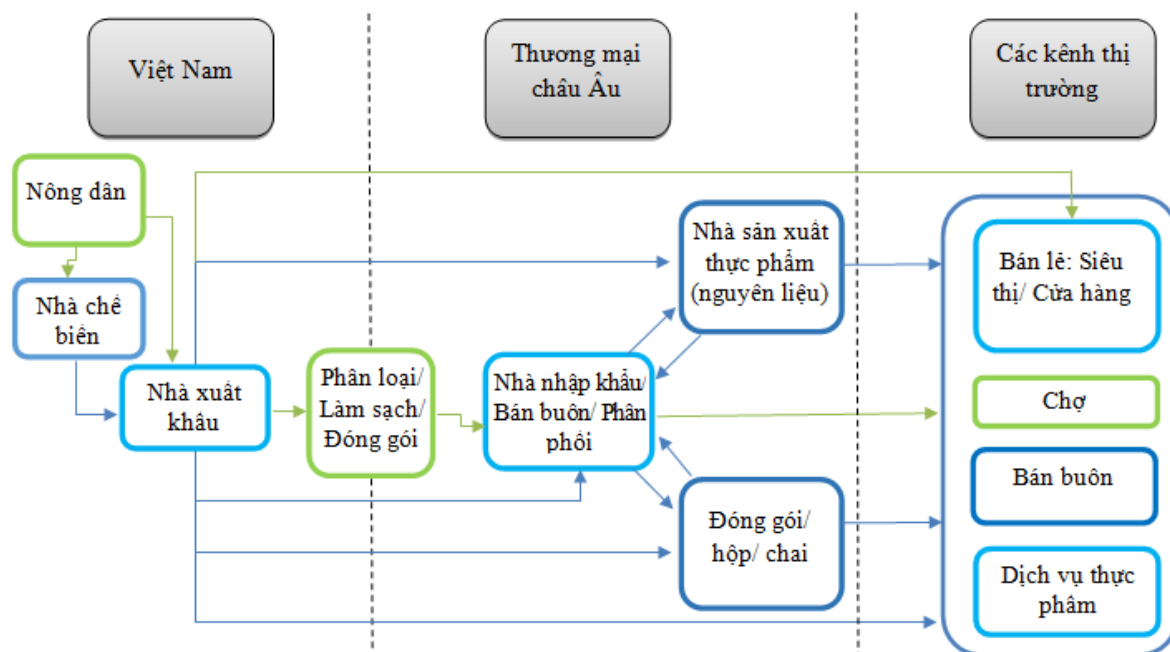
Nguồn: Trademap, T9/2016

Biểu đồ 3.3 cho thấy nhập khẩu từ các nước ngoài Châu Âu chủ yếu đến từ Thổ Nhĩ Kỳ, Hoa Kỳ, Braxin, Nam Phi, Ma Rốc, Trung Quốc và một số nước thuộc khu vực Trung và Nam Mỹ.

3.6. Các kênh phân phối

Biểu đồ 3.4 mô tả chuỗi phân phối rau quả tươi và rau quả chế biến trong đó: các đường mũi tên và hộp màu xanh lá cây thể hiện chuỗi phân phối rau quả tươi, trong khi đó các đường mũi tên và hộp màu xanh nước biển thể hiện chuỗi phân phối rau quả chế biến. Các hộp màu xanh da trời nhạt thể hiện các liên kết trung gian là một phần trong cả hai chuỗi phân phối trên.

Biểu đồ 3.4: Chuỗi phân phối rau quả tươi và rau quả chế biến



Nguồn: Globally Cool, T9/2016

3.6.1 Rau quả tươi (đường mũi tên xanh lá cây)

Có hai lựa chọn để thâm nhập thị trường rau quả tươi Châu Âu, các doanh nghiệp Việt Nam có thể:

- Xuất khẩu sang cho một nhà nhập khẩu hoặc nhà bán buôn, sau đó họ sẽ phân phối sản phẩm. Đây là chiến lược thâm nhập phổ biến nhất đối với rau quả tươi Việt Nam. Có hai nhóm:

- + Các nhà nhập khẩu hàng hóa lớn;
- + Các nhà nhập khẩu nhỏ nhưng chủ yếu tập trung vào các thị trường ngách như trái cây ngoại lai.

- Giao dịch trực tiếp trong phân khúc bán lẻ thực phẩm ở Châu Âu, đặc biệt là các siêu thị chuyên về bán lẻ thực phẩm. Các siêu thị chiếm lĩnh thị trường rau quả tươi ở Châu Âu với khoảng 60-90% thị trường (còn lại thuộc về các cửa hàng chuyên môn hóa, các

chợ đường phố và dịch vụ ăn uống). Đây là một kênh thú vị để tập trung khai thác, tuy nhiên, các siêu thị có yêu cầu về chất lượng rất nghiêm ngặt. Vì vậy, đối với nhiều nhà xuất khẩu lựa chọn tốt nhất là cung cấp cho các nhà nhập khẩu, sau đó họ sẽ phân phối tại các siêu thị.

3.6.2 Rau quả chế biến (đường mũn tên xanh nước biển)

Có nhiều lựa chọn để các sản phẩm rau quả chế biến của Việt Nam có thể thâm nhập thị trường Châu Âu. Các nhà xuất khẩu Việt Nam có thể tập trung mục tiêu vào:

- Các nhà nhập khẩu/ bán buôn: (Xem Biểu đồ 3.4) Doanh nghiệp cần lưu ý rằng các công ty về rau quả đóng hộp của EU có thể khác các công ty chuyên về rau quả tươi (đôi khi các công ty này là một, như [AsiaExpressFood](#) đến từ Hà Lan).
- Các nhà sản xuất thực phẩm sử dụng rau quả đóng hộp làm nguyên liệu: Đây là một phân khúc tương đối lớn và chủ yếu liên quan đến các loại rau quả chế biến được đóng hộp khá lớn. Ví dụ như hoa quả đông lạnh, hoa quả đã được nấu chín, các loại nước ép trái cây cô đặc và các chế phẩm từ trái cây.
- Các công ty đóng gói, đóng hộp hoặc các công ty đóng chai: Các công ty này thông thường ưa chuộng mua các loại rau quả chế biến số lượng lớn từ các nhà xuất khẩu, ví dụ rau quả đóng hộp sử dụng IQF (phương pháp đông lạnh nhanh riêng lẻ)... Các công ty này sau đó sẽ đóng gói lại sản phẩm, có thể chế biến tiếp hoặc không và bán các sản phẩm của họ qua các kênh bán lẻ hoặc các loại hình dịch vụ thực phẩm (trong một số trường hợp có thể cung cấp cho các nhà sản xuất thực phẩm để sản xuất mứt, các sản phẩm bánh và nước ép trái cây).
- Bán hàng trực tiếp cho các nhà bán lẻ thực phẩm, bao gồm siêu thị, các nhà bán lẻ thực phẩm chuyên ngành và các kênh dịch vụ thực phẩm (Đối với các nhà bán lẻ thực phẩm, xem lại Biểu đồ 3.4). Đối với các kênh dịch vụ thực phẩm, sản phẩm rau quả chế biến được bán phổ biến nhất là các loại trái cây đóng hộp (đặc biệt là dưa, nhưng cũng có một số sản phẩm khác).

3.7. Đánh giá môi trường cạnh tranh của thị trường rau quả EU

3.7.1 Đối thủ cạnh tranh

Trong khi mục 3.5 cung cấp thông tin chi tiết của tất cả các nước cung cấp đang cạnh tranh thị phần tại thị trường EU, Biểu đồ 3.5 dưới đây cho thấy thông tin tổng quát về các nước cung cấp chính đến từ thị trường Châu Á. Nhập khẩu từ Châu Á chiếm phần lớn từ Trung Quốc, tiếp theo là Israel, Ấn Độ, Thái Lan, Philippines và Việt Nam.

Trong số các nước này, Philippines và Việt Nam có mức tăng trưởng hàng năm cao nhất giai đoạn 2011-2015 (lần lượt là 6,2% và 5,7%/năm), trong khi Trung Quốc và Ấn Độ có xu hướng sụt giảm (ở mức -9%). Xuất khẩu của Trung Quốc và Ấn Độ sang Châu Âu khá đa dạng với nhiều loại hoa quả, rau quả tươi và rau quả đã chế biến/ bảo quản, còn xuất khẩu của Việt Nam về cơ bản là các loại hoa quả ngoại lai dưới dạng tươi, nước ép hoặc dạng đông lạnh.

Xuất khẩu của phần lớn các nước khác bao gồm nhiều loại sản phẩm đa dạng như:

- Israel: một số loại rau quả (tươi).



- Thái Lan: Nước ép dứa và dứa bảo quản chiếm ưu thế xuất khẩu, sau đó là các loại hoa quả ngoại lai bảo quản và ngô bảo quản.
- Philippines: tập trung vào dứa bảo quản và nước ép dứa.
- Indonesia: chủ yếu là dứa bảo quản và dứa nạo sấy. Ngoài ra có một số sản phẩm nước hoa quả khác.
- Iran: tập trung vào hoa quả sấy khô và một số loại hoa quả tươi.
- Pakistan: Chủ yếu là xoài (hoặc ôi/ măng cụt), chà là và một số loại rau quả chế biến khác.

Biểu đồ 3.5: Các nước cung cấp rau quả hàng đầu của Châu Á cho thị trường Châu Âu năm 2015⁴

Đvt: triệu USD

| Nước | 2015 | Xu hướng năm 2011 - 2015 | Sản phẩm 1 | Sản phẩm 2 | Sản phẩm 3 | Sản phẩm 4 | Sản phẩm 5 | Sản phẩm 6 | Sản phẩm 7 |
|-------------|-------|--------------------------|-----------------------------------|--|--|--|--|--------------------------------|-------------------------------|
| Trung Quốc | 1.555 | | Cà chua bảo quản/ đã chế biến 13% | Măng tây bảo quản/ đã chế biến 13% | Đậu tây sấy khô, bóc vỏ 13% | Rau sấy khô đơn lẻ hay hỗn hợp 11% | Hoa quả sấy khô 8% | Tỏi 8% | Bưởi 7% |
| Israel | 660 | | Bơ 16% | Ớt ngọt 13% | Khoai tây giống mới 11% | Quả chà là 10% | Quýt 10% | Bưởi 8% | Các loại hoa quả tươi khác 6% |
| Ấn Độ | 515 | | Nho 21% | Hoa quả ngoại lai bảo quản/ đã chế biến 20% | Hành khô 13% | Dưa chuột bảo quản/ đã chế biến 19% | Raubảo quản/ đã chế biến 6% | Hoa quả ngoại lai đông lạnh 5% | Tương ớt xoài bảo quản 4% |
| Thái Lan | 470 | | Dứa bảo quản/ đã chế biến 43% | Nước ép dứa 28% | Hoa quả ngoại lai bảo quản/ đã chế biến 8% | Ngô ngọt bảo quản/ đã chế biến 6% | Nước ép rau quả 4% | Hoa quả ngoại lai đóng hộp 2% | Ôi, xoài, măng cụt 2% |
| Philippines | 117 | | Dứa bảo quản/ đã chế biến 32% | Hoa quả và phần ăn được của cây bảo quản/ chế biến 25% | Nước ép dứa 14% | Hoa quả ngoại lai bảo quản/ đã chế biến 6% | Ôi, xoài, măng cụt 4% | Hoa quả ngoại lai đóng hộp 4% | Nước ép rau quả 3% |
| Việt Nam | 100 | | Hoa quả ngoại lai 22% | Nước ép hoa quả ngoại lai 19% | Hoa quả đông lạnh 12% | Hoa quả ngoại lai đông lạnh 10% | Nấm và nấm cục bảo quản 6% | Nước ép dứa 4% | Chanh 4% |
| Indonesia | 99 | | Dứa bảo quản/ đã chế biến 83% | Nước ép dứa 9% | Nước ép rau quả 3% | Ôi, xoài, măng cụt 2% | Quả hạch, hạt bảo quản/ đã chế biến 2% | Hoa quả ngoại lai đóng hộp 1% | Nấm đông lạnh 1% |
| Iran | 97 | | Nho khô 32% | Quả chà là 26% | Nho sấy 18% | Nước ép táo 8% | Phúc bồn tử 4% | Dưa hấu 2% | Hoa quả sấy khô 2% |
| Pakistan | 48 | | Ôi, xoài, măng cụt 35% | Quả chà là 22% | Nước ép hoa quả cam quýt 10% | Nấm khô và nấm cục 10% | Rau quả bảo quản/ đã chế biến 4% | Các loại rau khác 3% | Ớt 3% |

⁴Bao gồm xu hướng biến động từ 2011-2015 và 7 sản phẩm xuất khẩu hàng đầu (và tỷ trọng tương ứng) của các nước cung cấp sang thị trường Châu Âu.

| Nước | 2015 | Xu hướng năm 2011 - 2015 | Sản phẩm 1 | Sản phẩm 2 | Sản phẩm 3 | Sản phẩm 4 | Sản phẩm 5 | Sản phẩm 6 | Sản phẩm 7 |
|----------|------|---|-----------------------|--|------------------------------|--|--|--|---|
| | | | | | 13% | | | | |
| Hàn Quốc | 29 |  | Nấm 38% | Hoa quả và phần ăn được của cây bảo quản/ chế biến 33% | Rau bảo quản/ đã chế biến 6% | Rau hỗn hợp/ đơn lẻ bảo quản/ chế biến 12% | Trái cây họ cam, quýt bảo quản/ đã chế biến 3% | Một số loại quả thuộc chi cam quýt khác 2% | Nước ép trái cây đơn từ trái cây họ cam quýt 1% |
| Myanmar | 24 |  | Đậu có vỏ sấy khô 92% | Đậu hà lan bóc vỏ sấy khô 5% | Đậu lăng sấy khô bóc vỏ 2% | | | | |

Nguồn: Trademap, T9/2016

3.7.2 Khả năng cạnh tranh của Việt Nam

Khả năng cạnh tranh của Việt Nam tại thị trường EU được xem xét dựa trên sự kết hợp của 3 yếu tố chính:

- Các sản phẩm xuất khẩu hiện nay của Việt Nam, dựa theo Biểu đồ 3.5 và phần 2.4 nói về tình hình xuất khẩu rau quả của Việt Nam;
- Nguồn rau quả dồi dào có sẵn của Việt Nam có chất lượng tương đối cao (xem phần 2.1 “Tình hình sản xuất”)
- Các sản phẩm phù hợp với xu hướng của thị trường EU hiện nay, được mô tả trong phần 3.1:
 - + Sự gia tăng nhu cầu về các loại rau quả tốt cho sức khỏe
 - + Người tiêu dùng mong muốn sự tiện lợi
 - + Sự đa dạng hóa sản phẩm và hương vị
 - + Sự ưa chuộng chuỗi cung ứng bền vững

Về lý thuyết, trong ngắn và trung hạn các yếu tố này sẽ tạo cơ hội tốt cho các loại rau quả sau đây từ Việt Nam:

- Các loại hoa quả ngoại lai cho tới nay chưa được biết đến nhiều như: thanh long, chôm chôm, nhãn. Chỉ có thể bán những sản phẩm này tại EU nếu người mua mong muốn dành thời gian và nguồn lực để quảng bá những sản phẩm này tới người tiêu dùng.
- Các loại hoa quả ngoại lai đã được biết đến khá nhiều như: xoài, vải và đu đủ. Xoài và vải đã có mặt tại thị trường EU trong nhiều năm qua. Đối với xoài, có một số nhà cung cấp cho thị trường EU tới từ Tây Phi, Nam Mỹ và Châu Á. Cạnh tranh có thể rất lớn tùy thuộc vào mùa cũng như sự đa dạng của sản phẩm. Ở khía cạnh này, xoài có vị rất ngọt từ Châu Á có thể có cơ hội tốt tại thị trường này. Đối với quả vải, hiện tại nước xuất khẩu đang chiếm ưu thế trên thị trường EU là Madagascar. Đu đủ chủ yếu tới từ Braxin.
- Các loại rau quả chế biến, bao gồm rau quả thái lát, hoa quả sấy khô, hoa quả nghiền ngoại lai, tổng hợp hoa quả ngoại lai được cấp đông siêu tốc rời (IQF)...
- Các sản phẩm được sản xuất bền vững, bao gồm các sản phẩm hữu cơ và các sản phẩm “thương mại bình đẳng” (Fair-trade).

Ngoài ra cũng có cơ hội cung cấp các loại sản phẩm tươi khác cho thị trường EU như các loại rau thơm ngoại lai. Về căn bản, Việt Nam có thể phát triển và trở thành nước cung cấp có khả năng cạnh tranh trên thị trường EU nếu các nhà cung cấp của Việt Nam có thể đảm bảo cung cấp các loại rau quả có chất lượng tốt với giá phù hợp, cùng với:

- Đáp ứng các yêu cầu căn bản của người mua về sản phẩm
- Đảm bảo thời gian giao hàng
- Truy xuất nguồn gốc đầy đủ của chuỗi cung ứng

Bên cạnh đó, do vận tải đường biển ít tốn kém hơn và cũng thân thiện với môi trường hơn nên sự phát triển công nghệ trong lĩnh vực vận tải biển (bao hàm cả kho bãi, các container bảo quản lạnh và bảo quản chín) nên được nền công nghiệp rau quả tươi của Việt Nam chú trọng một cách cẩn thận. Nếu hình thức vận tải phổ biến bằng đường hàng không hiện nay cho rau quả Việt Nam (và các nước Châu Á khác) được thay thế bởi vận tải biển thì chi phí vận tải có thể giảm đáng kể, góp phần tăng sức cạnh tranh cho rau quả Việt Nam tại thị trường EU.

Điều cuối cùng cũng không kém phần quan trọng: trong trung hạn và dài hạn, nếu các nhà sản xuất rau quả chế biến của Việt Nam có thể đảm bảo tuân thủ chặt chẽ các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của EU thì các doanh nghiệp sản xuất rau quả chế biến có thể có cơ hội tốt trên thị trường EU.

IV. Các quy định của thị trường rau quả EU

4.1. Thuế nhập khẩu

Hệ thống thuế quan áp dụng cho hàng hóa của các nước EU được chia thành ba loại thuế chính: thuế nhập khẩu, thuế giá trị gia tăng (VAT) và thuế hàng hóa.

Thuế giá trị gia tăng và thuế hàng hóa được áp dụng theo quy định của từng thị trường riêng lẻ. Đối với hàng hóa được nhập khẩu từ các nước ngoài Liên minh Châu Âu, thuế suất thuế nhập khẩu sẽ được áp dụng chung cho tất cả các thị trường thuộc EU. Với mỗi loại hàng hóa khác nhau, thuế suất thuế nhập khẩu sẽ khác nhau. Đối với các sản phẩm rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU, doanh nghiệp Việt Nam hiện đang được hưởng mức thuế suất GSP. Doanh nghiệp Việt Nam có thể tham khảo và tra cứu thuế suất thuế nhập khẩu áp dụng cho các mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam tại trang web sau:

http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=form%2fform_MyExport.html&docType=main&languageId=en.

4.2. Quy định bắt buộc

Khi xuất khẩu rau quả sang thị trường EU, công ty xuất khẩu sẽ phải chú ý tuân thủ một số quy định bắt buộc của thị trường này. Trong số các quy định dưới đây, doanh nghiệp xuất khẩu cần chú ý tới loại nguyên liệu/ sản phẩm được áp dụng theo quy định. Những quy định bắt buộc có thể kể đến như: các quy định về kiểm soát an toàn vệ sinh thực phẩm, tình trạng nhiễm bệnh, thành phần thực phẩm, bao bì, nhãn mác hàng hóa...

4.2.1 Quy định vệ sinh an toàn thực phẩm

Vấn đề an toàn thực phẩm là vấn đề quan trọng trong Luật thực phẩm của EU. Luật thực phẩm chung EU được coi là khung pháp lý quan trọng đối với vấn đề an toàn thực phẩm trên thị trường này. Để đảm bảo vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm và để cho phép thực hiện các hành động phù hợp trong trường hợp thực phẩm không an toàn, các sản phẩm thực phẩm phải được truy xuất nguồn gốc trong toàn chuỗi cung cấp và những rủi ro về nhiễm bệnh cần phải được hạn chế. Một khía cạnh quan trọng để kiểm soát các mối nguy về vệ sinh an toàn thực phẩm là xác định các điểm kiểm soát tới hạn (HACCP) thông qua việc thực thi các nguyên lý về quản lý thực phẩm. Một khía cạnh quan trọng khác nữa là các sản phẩm thực phẩm phải tuân theo các quy định kiểm soát chính thức. Những sản phẩm bị coi là không an toàn sẽ bị từ chối nhập khẩu vào thị trường EU.

Sử dụng giới hạn các loại thuốc bảo vệ thực vật

EU đã quy định mức giới hạn dư lượng thuốc bảo vệ thực vật (MRLs) được sử dụng trong và trên các sản phẩm thực phẩm. Đối với các sản phẩm rau quả tươi, tuân thủ chặt chẽ theo các quy định về MRLs và ngăn ngừa tình trạng nhiễm vi khuẩn là những điều kiện tiên quyết khi muốn thâm nhập thị trường EU. Các sản phẩm có chứa các loại thuốc bảo vệ thực vật bị cấm hoặc có hàm lượng cao hơn mức cho phép sẽ bị từ chối nhập khẩu vào thị trường này. Doanh nghiệp Việt Nam cũng cần lưu ý rằng người mua hàng ở một

số nước thành viên EU sử dụng quy định về MRLs nghiêm ngặt hơn cả quy định chung của thị trường EU. Hầu hết các siêu thị đều có các tiêu chuẩn riêng của họ (quy tắc) liên quan đến vấn đề thuốc bảo vệ thực vật và thường nghiêm ngặt hơn so với các quy định chung. Do đó, doanh nghiệp cần kiểm tra lại với khách hàng của mình những quy định được áp dụng cho sản phẩm rau quả tươi xuất khẩu.

Để tìm kiếm thông tin về MRLs áp dụng cho sản phẩm của bạn, bạn có thể sử dụng cơ sở dữ liệu của EU về MRLs. Bạn có thể lựa chọn sản phẩm của bạn và loại thuốc bảo vệ thực vật được sử dụng, sau đó cơ sở dữ liệu sẽ hiển thị danh sách MRLs liên quan đến sản phẩm và loại thuốc bảo vệ thực vật của bạn. Tham khảo thêm thông tin trên trang web sau: <http://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database/public/?event=homepage&language=EN>

Để giảm lượng thuốc bảo vệ thực vật, doanh nghiệp có thể áp dụng Chương trình quản lý dịch hại tổng hợp (IPM). IPM là chiến lược kiểm soát dịch hại nông nghiệp sử dụng các thực tiễn kiểm soát tự nhiên như nhập các loại đối thủ tự nhiên của loài dịch bệnh gây hại. Thêm vào đó, doanh nghiệp cũng cần quản lý việc phun hóa chất. Bạn càng ít sử dụng hóa chất, sản phẩm của bạn sẽ càng có vị thế cao trên thị trường. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng cần kiểm tra lại với các khách hàng về những quy định bổ sung của họ đối với MRLs và sử dụng thuốc bảo vệ thực vật.

Kiểm soát thực phẩm nhập khẩu vào thị trường EU

Để đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm và tránh gây hại cho môi trường, EU hạn chế sử dụng một số loại hóa chất nhất định (MRLs), được quy định trong một số Quy định và Hướng dẫn của EU. Sản phẩm của bạn sẽ phải tuân thủ theo các quy định về kiểm soát chính thức. Những hoạt động kiểm soát này được thực hiện nhằm đảm bảo rằng tất cả thực phẩm nhập khẩu vào thị trường EU an toàn, cũng có nghĩa là tuân thủ theo các quy định được áp dụng cho sản phẩm. Có ba loại kiểm tra khác nhau:

- Kiểm tra chứng từ tài liệu
- Kiểm tra nhãn mác
- Kiểm tra vật lý

Trong trường hợp EU liên tục phát hiện những sản phẩm cụ thể có nguồn gốc từ một nước nào đó không tuân thủ theo quy định, EU sẽ quyết định thực hiện kiểm soát với mức độ dày đặc hơn hoặc đặt vào tình trạng áp dụng các biện pháp khẩn cấp. Các biện pháp kiểm soát có thể được tiến hành ở tất cả các bước nhập khẩu và tiếp thị sản phẩm trên thị trường EU. Tuy nhiên, hầu hết công tác kiểm tra sẽ được thực hiện ở điểm đến khi sản phẩm nhập khẩu vào thị trường. Ngoài ra, trong trường hợp này, sản phẩm chỉ có thể nhập khẩu dưới những điều kiện hết sức chặt chẽ như phải kèm theo một giấy chứng nhận y tế và một báo cáo kiểm định chất lượng. Những sản phẩm từ các nước liên tục vi phạm quy định sẽ được đưa vào danh sách trong Phụ lục I của Quy định (EC) số 669/2009 (tham khảo tại <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1404738340673&uri=CELEX:02009R0669-20140401>).

Đối với nhà nhập khẩu các sản phẩm rau quả tươi, truy xuất nguồn gốc là một yêu cầu bắt buộc. Để đáp ứng quy định này, nhà nhập khẩu EU sẽ yêu cầu doanh nghiệp xuất khẩu cung cấp bằng chứng về xuất xứ của tất cả các loại rau quả tươi.

Doanh nghiệp cần phải hiểu rõ các quy định và thủ tục của thị trường EU. Nếu không tuân thủ theo các thủ tục có thể sẽ gây ra việc trì hoãn hoặc giảm đơn hàng, tăng chi phí và dẫn đến việc các cơ quan chức năng của EU áp dụng các hình thức kiểm soát. Với sản phẩm rau quả tươi, doanh nghiệp cần đảm bảo rằng các tài liệu đi kèm (như vận đơn) phải tương ứng với sản phẩm thực phẩm trong kiện hàng và có chỉ rõ số lượng, loại và kích cỡ, số pallet hoặc thùng, tên của người trồng và khối lượng.

Doanh nghiệp có thể tìm kiếm thông tin trên cơ sở dữ liệu hệ thống cảnh báo nhanh về thực phẩm và thức ăn gia súc (RASFF - <https://webgate.ec.europa.eu/rasff-window/portal/?event=SearchForm>) để biết về những sản phẩm bị rút khỏi thị trường và lý do. Khách hàng EU thường sẽ yêu cầu nhà xuất khẩu áp dụng một hệ thống quản lý an toàn thực phẩm trên cơ sở các nguyên tắc của HACCP. Do đó, doanh nghiệp nên cân nhắc áp dụng hệ thống HACCP trong thực tiễn hàng ngày. Doanh nghiệp có thể tư vấn về các quy định kiểm soát chặt chẽ hàng nhập khẩu để xác định mức độ kiểm soát được áp dụng cho sản phẩm của mình. Danh sách này thường được cập nhật rất thường xuyên.

Bảo vệ thực vật

Các loại rau quả tươi khi xuất khẩu sang thị trường EU, phải tuân thủ theo các quy định pháp lý của EU về bảo vệ thực vật. EU đã đưa ra các quy định về vệ sinh thực vật nhằm tránh việc nhiễm và lây lan các sinh vật có hại cho thực vật và sản phẩm thực vật trên thị trường EU. Các quy định này chỉ rõ một số sinh vật nhất định được liệt kê không được phép nhập khẩu vào EU, trừ một số trường hợp ngoại lệ và các loại thực vật hoặc sản phẩm thực vật quy định trong Phần B, Phụ lục V của Hướng dẫn số 2000/29/EC phải có giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật.

Doanh nghiệp nên kiểm tra lại với Cơ quan bảo vệ thực vật quốc gia (NPPO) hoặc nhà nhập khẩu EU về các quy định áp dụng cho sản phẩm của mình (danh sách các NPPO: <https://www.ippc.int/countries/contactpoints/>). Nếu cần có chứng nhận kiểm dịch thực vật mới có thể xuất khẩu sang thị trường EU, doanh nghiệp cần liên hệ với Cục bảo vệ thực vật, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và tham khảo thêm nhà nhập khẩu EU về các quy định cụ thể. Mẫu giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật có trong Phụ lục VII (trang 170) của Hướng dẫn bảo vệ thực vật.

Tránh nhiễm bệnh để đảm bảo an toàn thực phẩm

Chất nhiễm bệnh là những chất có thể xuất hiện trong những khâu khác nhau trong quy trình trồng, chế biến, đóng gói, vận chuyển hoặc lưu kho hàng hóa. Quy định của EU (EC) số 1881/2006 đưa ra mức tối đa đối với một số nhất định có trong thực phẩm. Quy định này được cập nhật thường xuyên. Bên cạnh mức giới hạn đối với các loại thực phẩm chung, quy định cũng đưa ra giới hạn đối với một số loại chất cụ thể có trong những sản phẩm nhất định. Những chất thông dụng nhất có trong rau quả chế biến bao gồm:

Độc tố nấm—những chất chuyển giao phái sinh có độc tố được sản sinh ra do nấm được biết đến phổ biến nhất là nấm mốc. Nhiễm bệnh nấm mốc phổ biến nhất trong ngành rau quả chế biến là nấm mốc aflatoxin và ochratoxin A.

- Aflatoxin: đã có giới hạn đối với aflatoxin B1, B2, G1 và G2 trong hầu hết các loại hạt ăn được và rau quả khô. Aflatoxin là chất nhiễm bệnh phổ biến nhất có trong các loại hạt ăn được và rau quả khô. Theo các thông báo của RASFF, năm 2014, có tới hơn 250 trường hợp nhiễm bệnh trong rau quả khô và các loại hạt trên thị trường EU do hàm lượng aflatoxin cao. Số lượng các trường hợp bị báo cáo nhiều nhất là quả hồ trăn (chủ yếu nhập từ Iran, ngoài ra được nhập từ Thổ Nhĩ Kỳ và Hoa Kỳ), quả vả khô (hầu hết được nhập từ Thổ Nhĩ Kỳ), đậu phộng (hầu hết được nhập từ Trung Quốc, ngoài ra được nhập từ Brazil, Ấn Độ và Ai Cập) và hạt phỉ (hầu hết được nhập từ Thổ Nhĩ Kỳ).
- Ochratoxin A: thường có trong các loại quả khô họ nho (nho Hy Lạp, nho khô và nho xuntan) và nước ép nho (tham khảo phần 2 của Phụ lục Quy định (EC) số 1881/2006). Rất khó có thể tránh tình trạng có OTA vì phụ thuộc nhiều điều kiện khí hậu. Năm 2014, có 15 thông báo liên quan đến hàm lượng Ochratoxin cao trong nho khô và quả vả khô.
- Patulin thường có trong nấm mốc rau quả, đặc biệt là táo và quả vả bị thối. Đối với các loại nước ép quả khác, áp dụng giới hạn từ 10 đến 50 µg/kg (tham khảo phần 2 của Phụ lục Quy định (EC) số 1881/2006).

Kim loại nặng: Có quy định về hạn chế nồng độ chì (đối với hoa quả, nước ép quả, nhiều loại rau), ca-di-mi (rau quả) và thiếc (thực phẩm đồ uống đóng hộp) (tham khảo Phụ lục 3 của Quy định (EC) số 1881/2006). Đối với rau quả chế biến, nồng độ chì hoặc ca-di-mi lớn thường có trong rau quả đông lạnh và trên thuốc nhuộm dùng cho nguyên liệu đóng gói bằng kính. Nồng độ thiếc cao thường thấy trong rau quả đóng hộp do phân hủy lớp phủ bằng thiếc hoặc hộp thiếc.

Vi trùng – loại nhiễm khuẩn vi trùng phổ biến nhất đối với rau quả chế biến là vi khuẩn salmonella và vi rút (như norovirus và Hepatitis A). Theo quy định pháp lý của EU, salmonella là nguồn quan trọng gây ra nhiễm khuẩn cho các loại nước ép rau quả chưa tiệt trùng. Vi khuẩn này cũng có thể xuất hiện trong các loại rau quả chế biến khác. Ví dụ, năm 2014 đã có 8 thông báo nhiễm khuẩn salmonella đối với nấm khô, nho khô, bột táo, lá chuối đông lạnh, hạt thông và dứa sấy khô. Norovirus và virus Hepatitis A cũng được tìm thấy trong hoa quả đông lạnh. Tháng 9 năm 2012, đã có một cuộc tấn công mạnh của norovirus tới 11.000 người ở Đức. Sự việc này gắn liền với một kiện hàng dâu đông lạnh nhập khẩu từ Trung Quốc. Do đó, Quy định (EC) số 669/2009 đã được sửa đổi, bao gồm cả dâu đông lạnh từ Trung Quốc.

Thuốc bảo vệ thực vật: EU đã thiết lập mức dư lượng thuốc bảo vệ thực vật tối đa (MRLs) có trong và trên sản phẩm thực phẩm. Những sản phẩm có chứa thuốc bảo vệ thực vật cao hơn mức cho phép sẽ bị thu hồi khỏi thị trường EU.

Chất ngoại lai: nhiễm khuẩn chất ngoại lai (như từ các vật dụng bằng kính, nhựa và côn trùng) là một rủi ro có thể xảy ra nếu không tuân thủ theo các quy trình sản xuất thực phẩm an toàn.

Ni-trát: mức tối đa cụ thể là 2.000 mg NO₃/kg được áp dụng đối với rau chân vịt đông lạnh (tham khảo phần 1 Phụ lục của Quy định (EC) số 1881/2006).

Doanh nghiệp cần hiểu rõ về các quy trình trồng trọt, sấy khô, chế biến và lưu kho và có thể thỏa thuận với nhà cung cấp của mình. Ví dụ, có thể tham khảo Bộ quy tắc về các tiêu chuẩn thực phẩm Codex (http://www.codexalimentarius.org/standards/list-standards/en/?no_cache=1) để có thông tin nhằm tránh và giảm độc tố nấm mốc trong các loại hạt, đậu phộng và quả và khô hoặc tham khảo hướng dẫn của FAO (<http://www.fao.org/docrep/w9474t/w9474t06.htm>) để tránh nấm mốc trong quả hồ trăn. Đối với những thông tin về lưu kho và vận chuyển rau quả chế biến và hạt an toàn, có thể tham khảo thông tin trên trang web của Dịch vụ thông tin vận tải (http://www.tis-gdv.de/tis_e/ware/inhalt.htm).

Chiếu xạ cũng là một cách để xử lý nhiễm khuẩn nhưng theo luật pháp của EU, không được dùng phương pháp này đối với rau quả chế biến và các loại hạt ăn được.

Doanh nghiệp có thể nhờ đến sự trợ giúp của các chuyên gia để có được những lời khuyên hữu ích về việc áp dụng hệ thống HACCP trong thực tiễn hàng ngày. Bạn phải kiểm soát chặt chẽ việc truy xuất nguồn gốc các loại nguyên liệu thô và hỗ trợ người trồng trọt để thiết lập thực tiễn nông nghiệp tốt nhằm tránh nhiễm khuẩn trong các sản phẩm cuối cùng.

Ngoài ra, doanh nghiệp cũng nên tuân thủ theo các xu hướng mới nhất về kiểm dịch an toàn thực phẩm. Tăng cường mức độ kiểm dịch nhanh tại chỗ, tự động hóa và máy tính hóa các phương pháp kiểm dịch an toàn thực phẩm có thể hỗ trợ đắc lực cho quá trình sản xuất của doanh nghiệp.

Thành phần sản phẩm

Sản phẩm có thể bị người mua hàng hoặc các cơ quan hải quan EU từ chối trong trường hợp không kê khai, không được phép hoặc có hàm lượng cao các chất ngoại lai. EU cũng có các quy định pháp lý cụ thể đối với phụ gia thực phẩm (như phẩm màu, chất làm dày) và hương liệu trong đó liệt kê mã số điện tử và các chất được phép sử dụng. Trong trường hợp bạn muốn bổ sung thêm vitamin trong sản phẩm, bạn cũng cần phải biết loại vitamin nào (phụ lục I) và các nguồn, công thức vitamin và chất khoáng được cho phép (Phụ lục II).

Quy định pháp lý cụ thể về thành phần sản phẩm thực phẩm áp dụng cho nước ép trái cây và các loại mứt hoa quả, mứt cam, mứt hạt dẻ ngọt. Những hướng dẫn này chỉ rõ loại nguyên liệu và phụ gia thực phẩm nào được phép sử dụng. Đối với rau quả chế biến, doanh nghiệp thường gặp vấn đề do không kê khai hải quan hoặc hàm lượng chất bảo quản vượt quá mức cho phép. Những vấn đề phổ biến nhất là sử dụng lưu huỳnh làm chất bảo quản trong các sản phẩm dứa và hoa quả sấy khô, và sử dụng axit ben-zô-ích trong một số sản phẩm rau ngâm chua. Một vấn đề khác cũng thường gặp là không kê khai hoặc hàm lượng phẩm màu thực phẩm vượt quá mức cho phép. Ví dụ điển hình như sử dụng phẩm màu E 110 (phẩm màu vàng), được sử dụng trong hoa quả đóng hộp sấy khô

và phẩm màu E 102 (chất bột màu vàng) trong gia vị, các loại mứt phết, sản phẩm ngâm chua và nước giải khát.

Mã số điện tử do EU công nhận. Để có mã số điện tử, phụ gia thực phẩm phải được đánh giá an toàn hoàn toàn bởi các cơ quan phụ trách an toàn thực phẩm liên quan tại EU (EFCH). Có thể tham khảo thêm về mã số điện tử trong Phụ lục của Quy định 1333/2008 (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02008R1333-20140414&rid=1>).

4.2.2 Quy định dán nhãn

Luật pháp EU xác định các tiêu chuẩn marketing chung và riêng cho tất cả các loại rau quả tươi liên quan tới chất lượng tối thiểu và độ chín tối thiểu. Với những loại rau quả tươi không có tiêu chuẩn marketing cụ thể (SMS) sẽ phải tuân thủ theo các tiêu chuẩn chung (GMS).

EU quy định các tiêu chuẩn cụ thể về marketing cho các loại rau quả tươi sau đây: táo, các quả họ cam, quả kiwi, rau diếp, quả đào và xuân đào, lê, dâu, ớt chuông, nho và cà chua. Những sản phẩm này phải có kèm theo giấy chứng nhận phù hợp tiêu chuẩn cho từng kiện hàng. Với những lô hàng nhập khẩu các sản phẩm này nhằm mục đích chế biến không phải tuân thủ theo các tiêu chuẩn marketing của EU. Tuy nhiên, trên bao bì của hàng hóa cần phải ghi rõ cụm từ “intended for processing” (dùng cho mục đích chế biến) hoặc các cụm từ tương đương.

Thực phẩm được đưa ra thị trường EU phải đáp ứng các quy định pháp lý về dán nhãn thực phẩm. Các thùng carton đựng rau quả tươi phải có đầy đủ các thông tin dưới đây:

- Tên và địa chỉ của nhà đóng gói và nhà vận chuyển
- Tên của sản phẩm (nếu không nhìn thấy sản phẩm từ phía ngoài của bao bì)
- Nước xuất xứ
- Phân loại và kích cỡ (theo các tiêu chuẩn marketing)

Trong trường hợp doanh nghiệp Việt Nam cung cấp các sản phẩm dán nhãn tiêu dùng (ví dụ các sản phẩm đựng trong can, bình hoặc hộp), bạn sẽ phải để ý tới các quy định về dán nhãn trong Hướng dẫn số 2000/13/EC. Nhãn mác phải cung cấp cho người tiêu dùng các thông tin về thành phần sản phẩm, nhà sản xuất, phương pháp bảo quản và sơ chế. Bên cạnh đó, với các loại nước ép hoa quả và mứt hoa quả, các loại chiết xuất từ hoa quả và mứt hạt dẻ ngọt, có những quy định cụ thể để đảm bảo cung cấp đầy đủ thông tin cho người tiêu dùng. Đối với các loại thực phẩm đông lạnh nhanh, cũng có các quy định cụ thể về nhãn mác và chất lượng.

Tuyên bố về dinh dưỡng và các chất có lợi cho sức khỏe

Những tuyên bố này trên thực phẩm nhằm khẳng định và thể hiện thực phẩm có những đặc tính tốt cho sức khỏe. Những thông tin này không được phép sai lệch. Do đó, chỉ những tuyên bố về dinh dưỡng và các chất có lợi cho sức khỏe được EU công nhận mới được phép công khai trên thực phẩm. Trong trường hợp có những tuyên bố mới, cần phải

có sự công nhận trước của Cục an toàn vệ sinh thực phẩm Châu Âu (EFSA: <http://www.efsa.europa.eu/>).

Chất gây dị ứng

Những sản phẩm đóng gói sẵn có chứa các chất gây dị ứng (như các loại hạt bao gồm đậu phộng, hạnh nhân, hạt phỉ, óc chó, hạt điều, hồ đào, hạt Brazil, quả hồ trăn, hạt óc-ca và hạt Queensland và các sản phẩm từ hạt) phải được dán nhãn và cung cấp thông tin đầy đủ, rõ ràng cho người tiêu dùng rằng sản phẩm có chứa các chất gây dị ứng.

Tháng 12 năm 2014, Quy định của EU số 1169/2011 bắt đầu có hiệu lực. Quy định pháp lý mới về dán nhãn tạo ra những thay đổi đáng kể so với quy định trước kia về dán nhãn. Thay đổi quan trọng nhất là về trình bày sản phẩm thực phẩm, EU nghiêm cấm việc gây hiểu lầm cho người tiêu dùng và gắn cho bất kỳ loại thực phẩm nào tính năng phòng tránh hay chữa bệnh cho con người. Một thay đổi khác liên quan đến dán nhãn dị ứng, quy định các chất gây dị ứng phải được nêu bật trong danh sách thành phần sản phẩm. Những quy định liên quan đến thông tin về các chất gây dị ứng cũng được áp dụng với các sản phẩm thực phẩm không được đóng gói sẵn, bao gồm những loại được bán ở nhà hàng và các quán cà phê. Thông tin về dinh dưỡng cũng có tính bắt buộc cho hầu hết các sản phẩm. Doanh nghiệp có thể tham khảo thêm thông tin về các tài liệu hướng dẫn dán nhãn thực tế cho các sản phẩm thực phẩm theo quy định pháp lý mới do Hiệp hội thực phẩm và đồ uống Ireland phát hành ([http://www.fdi.ie/Sectors/FDII/FDII.nsf/vPages/News_and_Events~Press_release_archive~guide-to-new-eu-food-labelling-rules-launched/\\$file/FDII%20Labelling%20Guide.pdf](http://www.fdi.ie/Sectors/FDII/FDII.nsf/vPages/News_and_Events~Press_release_archive~guide-to-new-eu-food-labelling-rules-launched/$file/FDII%20Labelling%20Guide.pdf)).

Tham khảo Phụ lục IIIa của Hướng dẫn số 2000/13/EC về tổng quan tất cả các chất gây dị ứng. Doanh nghiệp cần lưu ý rằng sự xuất hiện của các chất gây dị ứng ngày càng trở nên quan trọng. Khả năng lây nhiễm chéo (ví dụ khi một sản phẩm được chế biến trong nhà máy chế biến cả đậu phộng) đôi khi sẽ được coi là có khả năng xảy ra ở phạm vi nhà máy.

4.2.3 Quy định bao gói

Các nguyên liệu đóng gói tiêu dùng được sử dụng cho thực phẩm (như can, bình) sẽ phải tuân thủ theo các quy định kiểm soát y tế cụ thể dành cho các nguyên liệu có tiếp xúc với thực phẩm. Các nguyên liệu đóng gói thực phẩm phải được sản xuất để không thể chuyển các chất cấu tạo vào thực phẩm với khối lượng có thể gây nguy hiểm cho sức khỏe con người, thay đổi thành phần thực phẩm theo cách không thể chấp nhận được hoặc làm hỏng mùi vị của thực phẩm.

Quy định pháp lý về các nguyên liệu có tiếp xúc với thực phẩm của EU khá rộng và không dễ dàng để chứng minh với nhà nhập khẩu EU rằng sản phẩm của bạn tuân thủ theo tất cả các quy định. Do đó, nhà nhập khẩu sản phẩm thực phẩm EU thường yêu cầu chứng từ về các chất độc và đánh giá rủi ro về hóa chất từ các nguyên liệu có tiếp xúc với thực phẩm và/ hoặc tuyên bố tuân thủ quy định.

Một chất cần lưu ý là Bisphenol A (BPA). BPA được biết đến là chất sử dụng trong chai nhựa, nhưng đôi khi cũng được sử dụng trong bề mặt bên trong của nắp bình. Hiện tại, EU vẫn cho phép sử dụng BPA, nhưng gần đây đã có những cuộc thảo luận về vấn đề này và một số nhà mua hàng có thể sẽ yêu cầu bạn không sử dụng chất này.

Doanh nghiệp cũng cần lưu ý rằng hiện tại không có quy định pháp lý cụ thể nào về bao gói được áp dụng cho tất cả các hàng hóa bán trên thị trường EU.

4.3. Yêu cầu về chứng nhận và tiêu chuẩn chất lượng

4.3.1 Chứng nhận sản phẩm

Chứng nhận về sản phẩm nông nghiệp được áp dụng phổ biến nhất hiện nay là GlobalGAP. Hầu hết các khách mua hàng EU đều yêu cầu nhà xuất khẩu phải có chứng nhận GlobalGAP như là điều kiện tiên quyết để thực hiện giao dịch kinh doanh. Ngoài việc đảm bảo chất lượng và an toàn sản phẩm, GlobalGAP cũng liên quan tới việc đảm bảo tiêu chuẩn về môi trường và xã hội thông qua việc thực hiện giảm lượng hóa chất sử dụng và có trách nhiệm với sức khỏe và an toàn của người lao động.

Ngoài GlobalGAP, một số tiêu chuẩn hệ thống quản lý mà rất nhiều khách hàng EU cần các nhà xuất khẩu đạt được. Tiêu chuẩn BRC (British Retail Consortium - Hiệp Hội Nhà Bán Lẻ Anh quốc) là tiêu chuẩn bắt buộc phải có khi cung cấp rau quả tươi vào các siêu thị tại Anh. Các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm như HACCP (Hệ thống quản lý chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm) cũng được các nước EU đưa vào quy định hàng nhập khẩu và được áp dụng cho tất cả các hàng thực phẩm chế biến được bày bán tại thị trường.

Trên thị trường châu Âu đại lục, người mua có thể yêu cầu doanh nghiệp bạn phải thực hiện IFS, SQF, FSSC22000.

Tất cả các hệ thống quản lý nêu trên đều được công nhận bởi Global Food Safety Initiative - Sáng kiến an toàn thực phẩm toàn cầu (GFSI). Điều đó có nghĩa là những chứng nhận đó sẽ được chấp nhận bởi các nhà bán lẻ lớn.

Nhu cầu về các sản phẩm có chứng nhận ngày càng tăng cao, đặc biệt tại Bắc Âu, như một cách để nâng cao yêu cầu về chất lượng sản phẩm. Người mua hàng thích những nhà cung cấp có chứng nhận hữu cơ (Organic) và công bằng thương mại (Fairtrade), những sản phẩm có chứng nhận này đang gia tăng thị phần trên thị trường. Các chứng nhận này sẽ làm tăng thêm giá trị cho sản phẩm của doanh nghiệp và có thể đem lại cơ hội thâm nhập thị trường ngách ở Bắc Âu.

Đạt chứng nhận hữu cơ có nghĩa là sản phẩm không được phép sử dụng hóa chất nông nghiệp (như phân bón và thuốc trừ sâu). Chứng nhận hữu cơ được cấp bởi một tổ chức được công nhận theo Quy định (EC) Số 834/2007. Tham khảo tại: http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/eu-legislation/index_en.htm

Chứng nhận công bằng thương mại là một hệ thống được thiết lập nhằm đảm bảo một mức giá hợp lý được trả cho người sản xuất. Chứng nhận này được cấp bởi FLOcert theo tiêu chuẩn Fairtrade (Tham khảo tại <http://www.fairtrade.net/>). Sau khi được chứng nhận bởi một bên thứ ba độc lập, doanh nghiệp có thể đưa logo Fair Trade lên trên sản phẩm của họ.

4.3.2 Tiêu chuẩn chất lượng

Các tiêu chuẩn chất lượng đối với mặt hàng rau quả là những quy định pháp lý bắt buộc nhằm đảm bảo các sản phẩm trên thị trường đạt chất lượng có thể chấp nhận được và được dán nhãn đúng quy cách, Rau quả có thể được chào bán nếu tuân thủ các tiêu chuẩn đã được quy định và sẽ không được phép đưa vào thị trường nếu không đạt đủ tiêu chuẩn về chất lượng. Các tiêu chuẩn chất lượng được thống nhất trong toàn khối EU.

Các tiêu chuẩn của EU được xây dựng theo tiêu chuẩn của Ủy ban Kinh tế Châu Âu (UNECE) và Codex Alimentarius.

Cần lưu ý rằng tiêu chuẩn chất lượng liên quan đến cả 2 vấn đề an toàn thực phẩm và chất lượng thực phẩm. Thực tế thì an toàn thực phẩm bao hàm cả chất lượng thực phẩm. Chất lượng thực phẩm, dưới góc độ người tiêu dùng thường, thường bao gồm các đặc trưng cụ thể của thực phẩm, cả bên trong lẫn bên ngoài. Dưới góc độ nhà nhập khẩu là những quy cách kỹ thuật.

Tại EU, các tiêu chuẩn đối với chất lượng của mặt hàng rau quả nằm trong Quy định (EC) 2200/96 của Ủy ban châu Âu. Quy định này thiết lập cơ cấu chung cho thị trường rau quả tươi. Yêu cầu chủ yếu của các tiêu chuẩn là việc phân loại chất lượng và dán nhãn thông tin cho sản phẩm. Các tiêu chuẩn này không áp dụng đối với sản phẩm rau quả chế biến.

Ngày 6/1/2007, Hội đồng EU ban hành quy định (EC) 1182/2007, theo đó đưa ra các quy định cụ thể về lĩnh vực rau quả, sửa đổi Chỉ thị 2001/112/EC liên quan đến các loại nước ép trái cây và một số sản phẩm tương tự dành cho tiêu dùng của con người, Chỉ thị 2001/113/EC liên quan đến các loại mút trái cây dành cho tiêu dùng của con người và Quy định (EC) 827/68 về cơ cấu chung của một số thị trường nhất định, Quy định (EC) 2200/96 về cơ cấu chung của thị trường rau quả, Quy định (EC) 2201/96 về cơ cấu chung của thị trường các sản phẩm rau quả chế biến. Quy định (EC) 1182/2007 có hiệu lực từ ngày 1/1/2008.

Các tiêu chuẩn cụ thể được áp dụng đối với các loại rau quả khác nhau. Ngoài những tiêu chuẩn chung đối với các loại rau quả, còn có các tiêu chuẩn riêng đối với từng loại rau quả cụ thể. Từng sản phẩm cụ thể sẽ được kiểm tra thường xuyên và những sản phẩm không tuân thủ các tiêu chuẩn này sẽ không được phép tiêu thụ tại EU.

Trong trường hợp sản phẩm không nằm trong tiêu chuẩn chất lượng của EU thì các tiêu chuẩn của UNECE sẽ được áp dụng.

4.4. Yêu cầu của một số thị trường ngách

4.4.1 Trách nhiệm xã hội

Một thị trường ngách dù hiện có quy mô nhỏ nhưng đang tăng trưởng tốt là thị trường rau quả được sản xuất với sự chú trọng cao đến các điều kiện về xã hội và môi trường ở khu vực sản xuất. Sự tuân thủ và đảm bảo các yêu cầu về môi trường và xã hội hiện rất quan trọng dù chất lượng sản phẩm là ưu tiên hàng đầu.

Trách nhiệm xã hội (CSR) và phát triển bền vững rất được quan tâm tại thị trường EU, nhưng cho đến nay, hầu hết các thương hiệu đều gặp trở ngại trong vấn đề này bởi chi phí cao cũng như sự phức tạp trong việc thực hiện. Các tập đoàn đa quốc gia là những người tiên phong thực thi CSR, được kì vọng tiếp nối bởi các công ty nhỏ hơn. Tuy nhiên, vẫn có những ngoại lệ, một số công ty nhỏ trong phân khúc thị trường ngách sản phẩm hữu cơ vẫn yêu cầu các nhà cung cấp của họ thực thi CSR.

Trong những năm tới đây, CSR sẽ trở thành vấn đề nổi bật. Các nhà nhập khẩu EU (đặc biệt là những công ty lớn ở các nước Tây và Bắc Âu) ngày càng quan tâm hơn đến trách nhiệm của bên đối tác trong các vấn đề xã hội như tác động của hoạt động kinh doanh của họ đến môi trường. Yêu cầu chung là kí kết bộ quy tắc ứng xử, theo đó doanh nghiệp tuyên bố sẽ thực hiện hoạt động kinh doanh một cách có trách nhiệm, tuân thủ luật lao động, bảo vệ môi trường tự nhiên, không thực hiện các hành động hối lộ, ... Ngoài ra, các nhà nhập khẩu có thể gia nhập vào một số tổ chức như ETI (Ethical Trading Initiative) ở Anh hay Business Social Compliance Initiative. Các tổ chức này tập trung vào thúc đẩy các điều kiện xã hội trong chuỗi cung ứng của các thành viên. Do đó, doanh nghiệp xuất khẩu, với vai trò là nhà cung cấp, cũng được yêu cầu phải tuân thủ nguyên tắc của các tổ chức này.

The Fruit Juice CSR Platform được thành lập năm 2013 như một sáng kiến phát triển bền vững cho ngành công nghiệp nước ép trái cây. Mục tiêu chính là để đảm bảo tất cả các sản phẩm nước ép trái cây được sản xuất đạt tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội, hiện đang được lan rộng áp dụng cho các nguồn nguyên liệu thô từ các nước đang phát triển. Hiệp hội nước ép EU đang tiến hành phát triển hệ thống CSR tập trung vào sản phẩm nước cam ép Brazil, nơi chiếm đến 80% sản lượng toàn thế giới. Các chuyên gia hi vọng sáng kiến này sẽ được mở rộng cho các sản phẩm nước táo ép.

Doanh nghiệp đặt mục tiêu vào thị trường EU trong dài hạn thì thực thi CSR là điều tất yếu. Bạn nên đàm phán với đối tác về tiến độ bạn phải áp dụng CSR. Để nắm bắt kịp với những đổi mới, doanh nghiệp nên bắt đầu tìm hiểu về CSR, những tiêu chuẩn cơ bản và hệ thống chứng chỉ, như ISO, Rainforest Alliance et cetera.

Nếu doanh nghiệp có dự định thâm nhập thị trường Anh, bạn nên làm quen dần với các nguyên tắc cơ bản của ETI. Truy cập vào website: <http://www.ethicaltrade.org/eti-base-code> để tham khảo những yêu cầu chủ yếu đối với nhà cung cấp.

4.4.2 Thị trường rau quả hữu cơ

Nhu cầu về rau quả hữu cơ tại thị trường EU là rất lớn, hầu như tất cả các siêu thị EU đều có những dãy hàng thực phẩm hữu cơ.

Ngày càng có nhiều người tiêu dùng ở các nước EU lựa chọn các loại thực phẩm được sản xuất và chế biến sử dụng các phương thức tự nhiên. Thị trường rau quả tươi hữu cơ hiện còn tương đối nhỏ, cầu về mặt hàng này vẫn tăng trưởng mạnh dù nguồn cung còn hạn chế.

Do thiếu các số liệu thương mại chính thức cho các sản phẩm hữu cơ, nên thông tin về quy mô thị trường cũng như xu hướng được đưa ra dựa trên những ước tính từ thị trường bán lẻ của từng nước thành viên EU. Tỷ lệ tăng trưởng cao nhất được ghi nhận tại Đức và Anh. Tại hầu hết các nước EU, tỷ lệ tăng trưởng cao nhất thuộc về ngành hàng rau quả, tiếp theo đó là thịt và các sản phẩm từ sữa. Trong ngắn hạn và trung hạn, nhu cầu được dự báo là rất lớn và tốc độ tăng trưởng vẫn tiếp tục được duy trì. Sự tăng trưởng được dẫn dắt bởi sự gia tăng độ sẵn có cũng như tính đa dạng của sản phẩm thông qua mở rộng kênh phân phối. Rất nhiều siêu thị thông thường đã tăng tỷ lệ sản phẩm hữu cơ trong cửa hàng của họ, đặc biệt nhiều siêu thị mới ra đời chỉ bán riêng sản phẩm hữu cơ, phổ biến tại Đức. Nhu cầu từ các ngành dịch vụ thực phẩm cũng như các chương trình giao hàng tận nhà ngày càng tăng.

Trong khi tầm quan trọng của các kênh marketing là khác nhau giữa các nước EU thì sự tăng trưởng và thị phần của các sản phẩm hữu cơ được kỳ vọng sẽ ngày càng cao hơn khi siêu thị đóng vai trò là kênh phân phối chính. Nhìn chung, sự cung cấp một lượng lớn các sản phẩm trên thị trường rau quả hữu cơ đóng vai trò quan trọng đối với các nhà bán lẻ. Hầu hết các nhà bán lẻ chính (bao gồm cả các siêu thị hữu cơ) đều cố gắng cũng cấp các loại rau quả hữu cơ đa dạng hơn, tươi mới hơn.

Chính phủ của một số nước EU đã thực hiện các biện pháp khuyến khích sản xuất nội địa, nhằm mục đích giảm sự phụ thuộc vào nhập khẩu. Tuy nhiên, đối với thực phẩm hữu cơ, tốc độ tăng trưởng của tiêu dùng lớn hơn rất nhiều so với sản xuất thì tình trạng thiếu cung được dự đoán vẫn tiếp diễn.

Để có thể cung cấp mặt hàng này, nhà sản xuất cần sử dụng các phương thức sản xuất hữu cơ tuân thủ các quy định của luật pháp EU. Ngoài ra, những phương thức sản xuất này cần được sử dụng tối thiểu hai năm trước khi được quảng bá ra thị trường. Đồng thời cần phải xin chứng nhận nhập khẩu từ các cơ quan kiểm soát sản phẩm hữu cơ của EU. Sau khi được chứng nhận, nhà xuất khẩu có thể gắn nhãn thực phẩm hữu cơ EU lên sản phẩm, cũng như các nhãn tiêu chuẩn khác tùy thuộc vào từng nước cụ thể. Tuy nhiên do chi phí khá cao nên nhà xuất khẩu cần đánh giá tiềm năng thị trường trước khi quyết định đầu tư, cũng như tham khảo các loại chứng nhận hữu cơ khác nhau tại địa chỉ:

<http://www.standardsmap.org/>. Để xuất khẩu rau quả tươi hữu cơ vào thị trường EU, nhà xuất khẩu cũng nên lựa chọn các nhà nhập khẩu có uy tín và chuyên môn trong lĩnh vực này để có thể hiểu rõ yêu cầu cụ thể của các thị trường khác.

V. Đánh giá cơ hội xuất khẩu rau quả Việt Nam sang EU

5.1. Khoảng cách giữa năng lực cung ứng của Việt Nam và nhu cầu của thị trường EU

5.1.1 Chứng nhận

Rau quả cần có chứng nhận ở dạng này hay dạng khác, cho dù đó là GlobalGAP, chứng nhận hữu cơ, thương mại bình đẳng, HACCP, hay BRC, IFS. Mặc dù nhằm chuẩn hóa theo GlobalGAP nhưng hiện nay tiêu chuẩn VietGAP vẫn chưa tương ứng với GlobalGAP và do đó không đáp ứng được các yêu cầu của nhiều khách hàng Châu Âu. Vấn đề này cần được giải quyết trong ngắn hạn.

Đáp ứng được chi phí chứng nhận đã là một rào cản nhưng xây dựng bí quyết kỹ thuật để vượt qua các tiêu chuẩn nhằm đạt được chứng nhận lại là một rào cản lớn hơn nhiều. Chính phủ Việt Nam cần phải đầu tư nhiều hơn nữa trong việc cải thiện các tiêu chuẩn và quy trình sản xuất. Đồng thời, tài trợ kinh phí ban đầu cho chứng nhận cũng là điều cần thiết dù trong trung và dài hạn các nhà sản xuất cần phải tự chủ tài chính để trở thành ngành công nghiệp bền vững.

Các chứng nhận đặc biệt quan trọng đối với các sản phẩm tươi, nhưng cũng không nên đánh giá thấp tầm quan trọng của nó đối với các sản phẩm chế biến.

5.1.2 Nhận thức

Một trọng tâm quan trọng khác là cần phải nâng cao nhận thức và phổ biến kiến thức về Hiệp định Thương mại Tự do EU - Việt Nam (EVFTA) trong cộng đồng doanh nghiệp, vì đây hiện vẫn được coi là khâu tương đối yếu. Cung cấp thông tin cho cộng đồng doanh nghiệp trên thị trường EU cũng hết sức quan trọng. Các tổ chức xúc tiến thương mại, hiệp hội ngành hàng cần thể hiện vai trò trong các hoạt động này.

5.1.3 Chuỗi cung ứng bền vững

Như đã đề cập trong phần 3.1, người tiêu dùng đang ngày càng quan tâm hơn đến tính minh bạch trong quá trình sản xuất rau quả mà họ sử dụng. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đang ngày càng được chú ý trên thị trường EU và cần được phát triển ở mức độ ngành hàng cũng như cần được xem là một kế hoạch chi tiết để các doanh nghiệp làm theo. Đây cũng có thể là đối tượng được cấp chứng nhận, không chỉ là quy định một cách lỏng lẻo. Nghĩa là tất cả các công ty trong chuỗi cung ứng sẽ phải thực hiện nỗ lực bảo vệ môi trường và các hoạt động thể hiện trách nhiệm xã hội.

Các tổ chức, đơn vị (như Cục Xúc tiến thương mại) cùng với các hiệp hội ngành hàng cũng cần xây dựng chiến lược liên quan đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với ngành hàng rau quả và ngành chế biến. Đồng thời cần kết hợp với các ngành hàng khác có vai trò lớn trong lĩnh vực nông nghiệp của Việt Nam, như cà phê và trà. Ngoài ra, cần

nhiều nỗ lực hơn nữa để phát triển các phương thức canh tác hữu cơ nhằm chống lại dịch bệnh và diệt trừ sâu bọ. Ví dụ, một số doanh nghiệp trẻ của Việt Nam đang thử nghiệm phương pháp hữu cơ để diệt trừ sâu bọ bằng cách sử dụng chiết xuất từ tỏi và ớt (được phát triển bởi một Giáo sư người Nhật), nhưng phương thức này không thực sự tỏ ra hiệu quả. Ngoài ra còn có một số sáng kiến khác trên cả nước về canh tác hữu cơ nhưng vẫn ở quy mô nhỏ lẻ và hiện chỉ đang trong giai đoạn phát triển.

5.1.4 Vận chuyển bền vững

EU hiện cũng đang tiến tới giảm thiểu nhập khẩu khí thải carbon. Điều này có tác động đặc biệt đối với vận tải hàng không; mặc dù một đề xuất hấp dẫn trong trung hạn dường như không có khả năng duy trì bền vững trong dài hạn. Thứ nhất, đề xuất của EU về việc dán nhãn liên quan đến dấu carbon, và thứ hai, nhận thức của người tiêu dùng ở Châu Âu sẽ tạo ra sự chuyển hướng sang hình thức vận tải đường biển (hình thức vận tải tạo ra dấu carbon thấp hơn). Mặc dù chi phí và độ tin cậy của mạng lưới vận tải ở Việt Nam là thách thức khá lớn. Đối với sản phẩm tươi sống, đó sẽ là một thách thức đáng kể bởi các dây chuyền đông lạnh của vận tải đường biển sẽ cần phải giúp kéo dài thời gian bảo quản hơn so với đường hàng không. Điều cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, sự phát triển kỹ thuật cũng hết sức cần thiết để cho phép vận chuyển các loại rau quả ngoại lai từ Việt Nam sang Châu Âu bằng đường biển với dây chuyền làm lạnh đảm bảo.

Chiến lược đối với từng sản phẩm cụ thể cần được xây dựng dựa trên những kết quả nghiên cứu ngoài báo cáo này. Điều này đòi hỏi sự hỗ trợ tài chính từ Chính phủ Việt Nam, cũng như thu hút đầu tư từ các nguồn khác như vốn FDI. Trọng tâm chính của các hoạt động phát triển ngành hàng cần hướng tới các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) tại Việt Nam. Hơn nữa, kiến thức từ các nhà sản xuất và xuất khẩu rau quả nước ngoài sẽ có giá trị giúp thúc đẩy các liên doanh. Vai trò của chính phủ hết sức quan trọng, từ cung cấp thông tin, nâng cao nhận thức, xây dựng thương hiệu quốc gia và ngành hàng, hỗ trợ hợp tác liên ngành và nhiều sự hỗ trợ khác.

5.1.5 Đóng gói và thiết kế bao bì xuất khẩu

Việc đóng gói và thiết kế bao bì cho các sản phẩm thực phẩm hiện nay chưa thực sự tốt và phù hợp với thị trường Châu Âu. Mặc dù các sản phẩm Việt Nam có thể được tìm thấy trong các siêu thị dành cho người Châu Á nhưng tiêu chuẩn về bao bì và thiết kế cho thị trường ngách này tương đối thấp và không thể so sánh được với yêu cầu của các nhà bán lẻ thực phẩm phổ biến ở Châu Âu. Dưới đây là một ví dụ về thiết kế bao bì sản phẩm chuối sấy khô của Việt Nam trong một siêu thị Châu Á tại Hà Lan.



5.1.6 Một số lưu ý

Trong giai đoạn tiếp theo, cần tiếp tục xây dựng chiến lược cho ngành hàng rau quả. Bao gồm cả việc lập kế hoạch thực hiện cụ thể đối với các ngành nhỏ, cụ thể hóa hành động với trách nhiệm được phân bổ cụ thể cùng với khung thời gian dự kiến đối với mỗi ngành nhỏ đó.

Lưu ý:

- Báo cáo này chỉ tập trung vào ngành hàng rau quả và các vấn đề trực tiếp liên quan đến ngành hàng này. Vì vậy cần phải phát triển chiến lược liên ngành với các lĩnh vực khác như hậu cần, cơ sở hạ tầng, tiếp cận tài chính và phát triển trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.
- Sản phẩm đóng gói yêu cầu dán nhãn có mã vạch tại thị trường Châu Âu. Nhãn máccũng cần cung cấp các thông tin quan trọng như số sản phẩm, số lô nhằm nâng cao hiệu quả trong suốt chuỗi cung ứng. GS1 là một tổ chức quản lý các dữ liệu kỹ thuật số, được mã hóa trong mã vạch ([GS1](#) cũng có mặt ở Việt Nam) và đây không phải là một trở ngại đối với việc tiếp cận các kênh bán lẻ thực phẩm ở Châu Âu.

5.2. Đánh giá cơ hội xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU

Các xu hướng và sự phát triển sau đây mang lại cơ hội cho xuất khẩu rau quả Việt Nam, đó là các sản phẩm phù hợp với xu hướng thị trường Châu Âu hiện nay:

- Gia tăng nhu cầu đối với các loại rau quả có lợi cho sức khỏe
- Người tiêu dùng mong muốn sự tiện lợi
- Đa dạng hóa sản phẩm và hương vị
- Ưu chuộng chuỗi cung ứng bền vững

Về lý thuyết, trong ngắn và trung hạn các điều kiện này tạo ra cơ hội cho nhiều loại rau quả của Việt Nam và các sản phẩm chế biến, như được đề cập đến trong Biểu đồ 5.1 dưới đây.

Biểu đồ 5.1: Ma trận cơ hội đối với rau quả Việt Nam

| Phân loại cơ hội, các sản phẩm và thách thức | Xu hướng | | | | Cạnh tranh |
|---|---|--|---|--|--|
| | Xu hướng 1 – Gia tăng nhu cầu đối với sản phẩm rau quả tốt cho sức khỏe | Xu hướng 2 – Người tiêu dùng mong muốn sự tiện lợi | Xu hướng 3 – Đa dạng sản phẩm và hương vị | Xu hướng 4 – Ưu chuộng chuỗi cung ứng bền vững | |
| Cơ hội tốt nhất trong ngắn và trung hạn | | | | | |
| 1. Rau quả chế biến | | | | | |
| Rau quả thái lát mỏng | X | X | X | | Đến nay, nguồn cung khá hạn chế tại Châu Âu. Cạnh tranh từ khoai tây chiên, chuối lát mỏng, bông cải xanh lát mỏng... |
| Hoa quảngoại lai sấy khô, đã được cung cấp bởi một số nước. Ví dụ. xoài, dứa sấy khô. | X | X | X | | Một số nước cung cấp xoài sấy khô: Thái Lan, Philippines, Ấn Độ, Pakistan, Nam Phi và một số ít nước Tây Phi khác. |
| Hoa quảngoại lai sấy khô, vẫn còn khá hiếm tại EU: sầu riêng, nhãn. | | | | | Nhãn và sầu riêng sấy khô được sản xuất tại Trung Quốc, Việt Nam và các nước Châu Á khác. |
| Bột hoa quả ngoại lai nghiền cho dịch vụ thực phẩm, pha trộn riêng. Ví dụ: chanh leo | X | X | X | | Cạnh tranh từ một số nước, chủ yếu từ các nhà sản xuất hoa quả cấp đông IQF của Châu Âu, như công ty Ponthier S.A. của Pháp. |
| Hỗn hợp hoa quả ngoại lai được cấp đông IQF | X | X | X | | Cạnh tranh từ một số nước, chủ yếu từ các nhà sản xuất hoa quả cấp đông IQF của Châu Âu, như công ty Dirafrost của Bỉ. |
| Hoa quảngoại lai đóng hộp | X | X | X | | Phần lớn tới từ Thái Lan, Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ và trong Châu Âu với quy mô lớn, nhưng chi phí sản xuất cao. |
| Kem que/thanh 100% trái cây. Ví dụ: Xoài | X | X | X | | Hiếm ở Châu Âu, nếu có thì được trồng nội địa. Phần lớn được thêm vào thành phần hoặc kem có tối đa thành phần là 20% cùi của trái cây. |
| Rau quả dầm | X | X | X | | Thổ Nhĩ Kỳ, Trung Quốc và các nhà sản xuất Châu Âu (ví dụ: Ba Lan). |

- 1) Thách thức đối với hoa quả ngoại lai sấy khô: cung cấp sản phẩm có vị ngọt nhưng không được thêm đường (như phần lớn xoài sấy khô thì sẽ có vị ngọt đường hoặc vị chua vì dùng quả sẽ không có đủ vị ngọt).
- 2) Thách thức cho sầu riêng và nhãn sấy khô: giá tương đối cao, và hương vị của sầu riêng không được ưa chuộng phổ biến.
- 3) Thách thức đối với hoa quả nghiền nhuyễn, hỗn hợp hoa quả đông lạnh IQF, kem hoa quả: đáp ứng yêu cầu tiếp cận thị trường đối với thực phẩm chế biến. Cũng áp dụng đối với cả hoa quả đóng hộp và rau quả dầm.
- 4) Thách thức đối với hỗn hợp hoa quả đông lạnh IQF, kem hoa quả: Khâu hậu cần đông lạnh để vận chuyển sang Châu Âu.

| Phân loại cơ hội, các sản phẩm và thách thức | Xu hướng | | | | Cạnh tranh |
|--|---|--|---|--|--|
| | Xu hướng 1 – Gia tăng nhu cầu đối với sản phẩm rau quả tốt cho sức khỏe | Xu hướng 2 – Người tiêu dùng mong muốn sự tiện lợi | Xu hướng 3 – Đa dạng sản phẩm và hương vị | Xu hướng 4 – Ưu chuộng chuỗi cung ứng bền vững | |
| Cơ hội ở mức trung bình | | | | | |
| 2. Các loại trái cây ngoại lai chưa được biết đến nhiều hiện nay (tại Châu Âu) | | | | | |
| Thanh long tươi | X | | X | | Nguồn cung hạn chế ở Châu Âu. Colombia bắt đầu xuất khẩu thanh long sang Châu Âu từ năm 2015. |
| Nhãn tươi | | | | | Hạn chế, nếu có thì chủ yếu từ Việt Nam. |
| Chôm chôm tươi | X | | X | | Lượng nhỏ, chủ yếu từ Thái Lan, Indonesia và Malaysia. Giá tương đối cao (16 EUR/kg năm 2016 tại Hà Lan) |
| <p>1) Thách thức: xuất khẩu các sản phẩm này sang Châu Âu chỉ có thể khả thi thông qua một người mua sẵn sàng dành thời gian và nguồn lực để quảng bá đến khách hàng và gián tiếp đến người tiêu dùng.</p> <p>2) Thách thức đối với thanh long: kỳ vọng của người tiêu dùng sẽ cao hơn khi họ nhìn thấy quả hấp dẫn, màu sắc đẹp, vỏ đỏ, tím hoặc xanh với ruột trắng và hạt đen. Vị nếu không thật ngọt có thể gây thất vọng. Chẳng hạn vị cũng không tươi và chua như kiwi.</p> <p>3) Thách thức đối với chôm chôm và nhãn: các tổn hại đối với quả, vì dễ bị va đập hơn so với vải.</p> | | | | | |
| 3. Các loại trái cây ngoại lai được biết đến khá nhiều ở Châu Âu: | | | | | |
| Xoài | | | | | Một số nhà cung cấp, đến từ Tây Phi, Nam Mỹ và Châu Á |

| | | | | | | |
|--|--------------------------------------|---|--|--|---|--|
| | Vải | | | | | Nước đang chiếm lĩnh thị trường Châu Âu: Madagascar. |
| | Đu đủ | | | | | Chủ yếu là Braxin, lượng nhỏ từ Ecuador, Ghana. |
| <p>1) Đối với xoài: đã có một số nhà cung cấp, đến từ Tây Phi, Nam Mỹ và Châu Á. Cạnh tranh lớn phụ thuộc theo mùa và sự đa dạng chủng loại. Ở khía cạnh này, xoài vị rất ngọt từ Châu Á có cơ hội tốt.</p> <p>2) Nguồn cung vải từ Madagascar được phát triển rất tốt. Cạnh tranh được dự báo ở mức độ cao.</p> <p>3) Đối với đu đủ, vì là loại quả khá nhạy cảm, rất khó để xử lý và vận chuyển. Giống mới và cải tiến kỹ thuật để tạo thuận lợi trong vận tải biển có thể giúp giảm rủi ro và thúc đẩy hơn nữa nhu cầu đối với quả đu đủ ở Châu Âu.</p> | | | | | | |
| Cơ hội tốt | | | | | | |
| 4. Các sản phẩm được sản xuất bền vững, bao gồm sản phẩm hữu cơ và sản phẩm thương mại bình đẳng | | | | | | |
| | Rau quả hữu cơ/ thương mại bình đẳng | X | | | X | Nguồn cung hạn chế và cạnh tranh trên thị trường Châu Âu |
| <p>1) Sản xuất các sản phẩm này trên thực tế sẽ cần có chiến lược trung và dài hạn.</p> <p>2) Tất cả các thách thức được đề cập ở trên đối với các sản phẩm truyền thống cũng được áp dụng ở đây.</p> | | | | | | |

Khả năng cạnh tranh của Việt Nam

Một phần quan trọng trong việc phát triển một chiến lược tiếp cận thị trường Châu Âu là việc xem xét triển vọng cho mỗi sản phẩm được đề cập trong Biểu đồ 7.

Các khía cạnh cần xem xét bao gồm:

- Đánh giá về quy mô, khả năng mở rộng
- Các tác động dự kiến đến thu nhập quốc dân và các tác động kinh tế - xã hội
- Những thách thức trong quá trình đạt được chứng nhận GlobalGAP
- Công nghệ và trang thiết bị phù hợp để sản xuất một số sản phẩm GlobalGAP nhất định (như trái cây sấy khô hoặc trái cây và rau thái lát mỏng)
- Khả năng cung cấp các sản phẩm trái mùa cho thị trường Châu Âu
- Cạnh tranh trên thị trường, giá cả thị trường, dự báo thị trường dài hạn, dựa trên các góc nhìn chuyên sâu khác từ các hiệp hội ngành hàng... Ví dụ:
 - + Đối với quả bơ, trong dài hạn với việc mở rộng nguồn cung toàn cầu sẽ khiến giá giảm, dẫn đến vận chuyển bằng đường hàng không không còn khả thi.
 - + Hoặc một ví dụ khác là đậu. Nhu cầu đối với mặt hàng này ở Châu Âu bị giới hạn bởi các mùa nhất định khi sản lượng sản xuất ở Châu Âu và Ai Cập giảm đi, do đó có sự giới hạn về nhu cầu. Ngoài ra, các quốc gia Châu Phi khác (chủ yếu ở Đông Phi) cũng đang phát triển xuất khẩu các loại rau củ tươi như vậy đến châu Âu.

Mặc dù so sánh và đánh giá triển vọng là một bức tranh lớn hơn, nhưng việc xây dựng chiến lược cần phải bám sát các so sánh, đánh giá này để phân tích chi tiết các viễn cảnh có thể xảy ra đối với mỗi sản phẩm/ngành hàng.

VI. Phụ lục

PHỤ LỤC 1:

DANH SÁCH MỘT SỐ CÔNG TY NHẬP KHẨU RAU QUẢ EU

| STT | Tên công ty | Website |
|-----|---|---|
| 1 | Afrikanische Frucht-Compagnie Gmbh | http://www.afc-frucht.de/ |
| 2 | Afrucat | http://www.afrucat.com |
| 3 | Agrofresh, division of Rohm & Haas France SAS | http://www.smartfresh.com |
| 4 | Ahold | https://www.ahold.com/ |
| 5 | Ailimpo | http://www.ailimpo.com |
| 6 | AMC Group | http://www.amcgrupo.eu |
| 7 | Andretta fruchtimport | http://www.andretta-stuttgart.de |
| 8 | Anecoop | http://www.anecoop.com |
| 9 | Anecoop Czech Republic, | http://www.anecoop.com/en/anecoop-praha |
| 10 | Anecoop France | http://www.anecoop.com/fr/anecoop-france-et-ifs-france |
| 11 | Anecoop Poland, | http://www.anecoop.com/en/anecoop-polska |
| 12 | Aneefel | http://www.aneefel.com |
| 13 | Anton duerbeck | http://www.duerbeck.com |
| 14 | Antonio Munoz Y Cia | http://www.amcgrupo.eu/en |
| 15 | Antwerp Port Authority | http://www.portofantwerp.com/ |
| 16 | Aprifel | http://www.aprifel.com/ |
| 17 | Arc eurobanan | http://www.eurobanan.com |
| 18 | Asoex | http://www.asoex.cl |
| 19 | Association nationale pommes et poires | http://www.pommespoires.com/ |
| 20 | Assomela | http://www.assomela.it |
| 21 | Azura Group | http://www.azura-group.com |
| 22 | Bama gruppen | http://www.bama.no |
| 23 | Banan-kompaniet | http://www.banan-kompaniet.se |
| 24 | Battaglio | http://www.battaglio.it |
| 25 | Bayer crop science | http://www.cropscience.bayer.com |
| 26 | Belfruco | http://www.sea-invest.be |
| 27 | Belorta | http://www.belorta.be |
| 28 | Besana spa | http://www.gruppobesana.it |
| 29 | Best fresh group | http://www.bestfreshgroup.com |
| 30 | Blue whale | http://www.blue-whale.com |
| 31 | Bonita – Leon van parys | http://www.bonitaeurope.com/Paginas/History.htm |
| 32 | Bord bia - the irish food board | http://www.bordbia.ie |
| 33 | Bvf | http://www.fruchtverband.de |

| | | |
|----|--|---|
| 34 | C.H. Robinson | http://www.chrobinson.com |
| 35 | Capespan international | http://www.capespan.com |
| 36 | Capespan Pty. Ltd | http://www.capespan.com |
| 37 | Cerozfrucht | http://www.ceroz.com |
| 38 | Chiquita international | http://www.chiquita.com |
| 39 | Citrosol | http://www.citrosol.com/ |
| 40 | Citrusvil | http://www.grupolucci.com.ar |
| 41 | Cobana fruchtring | http://www.cobana-fruchtring.com/ |
| 42 | Compagnie fruitiere | http://www.fruitiere.fr |
| 43 | Compagnie fruitiere (uk) | http://www.compfruit.com |
| 44 | Compagnie fruitiere paris | http://www.fruitiere.fr |
| 45 | Coop trading | http://www.coopnorden.com |
| 46 | Cooperative telers vereniging prominent | http://www.prominent-tomatoes.nl/ |
| 47 | CSIF – Chambre syndicale des importateurs Francais | http://www.csif.eu/sites/fr/ |
| 48 | Cso - centro servizi orotofrutticoli | http://www.csoservizi.com |
| 49 | Cultivar barcelona | http://www.cultivar.net |
| 50 | Cultivar madrid | http://www.cultivar.net |
| 51 | Cultivar palma | http://www.cultivar.net |
| 52 | Cyprus association of exporters and packers of citrus and grapes | http://www.farm.com.cy |
| 53 | Decco | http://www.deccopostharvest.com/en/ |
| 54 | Del monte holland bv | http://www.freshdelmonte.com |
| 55 | Department of market research Israel | http://www.moag.gov.il |
| 56 | Dfhv | http://www.dfhv.de |
| 57 | Dole europe sa | http://www.doleeurope.com |
| 58 | Dole fresh fruit europe | http://www.doleeurope.com |
| 59 | Dow agro sciences Ltd. | http://www.dowagro.com |
| 60 | Dp surveys | http://www.dpsurveys.com |
| 61 | Dutch produce association | http://www.dpa.eu |
| 62 | Eacce | http://web2.eacce.org.ma/ |
| 63 | Edeka | http://www.edeka.de |
| 64 | Enzafruit (continent) | http://www.enzafruit.be |
| 65 | Eosta | http://www.eosta.com/ |
| 66 | Eurofins | http://www.eurofins.de |
| 67 | Eurofrutas | http://www.eurofrutas.pt |
| 68 | Exofarm | http://www.exofarm.com |
| 69 | Expofrut | http://www.expofrut.com.ar |
| 70 | Federcitrus | http://www.federcitrus.org.ar |
| 71 | Forumphyto | http://www.forumphyto.fr |
| 72 | Fresca group ltd. | http://www.frescagroup.co.uk |
| 73 | Fresh produce consortium | http://freshproduce.org.uk |
| 74 | Fresh produce exporters forum | http://fpof.co.za/ |

| | | |
|-----|--|---|
| 75 | Fresh trade belgium | http://www.freshtradebelgium.be |
| 76 | Fruchthansa | http://www.fruchthansa.de |
| 77 | Fruchthof meissen | http://www.fruchthof.net |
| 78 | Frugi venta | http://www.frugiventa.nl |
| 79 | Fruit south Africa | http://www.fruitsa.co.za |
| 80 | Fruitimprese | http://www.fruitimprese.it |
| 81 | Fyffes bv | http://www.fyffes.com |
| 82 | Fyffes dublin | http://www.fyffes.com |
| 83 | Fyffes dundalk | http://www.fyffes.com |
| 84 | Fyffes group ltd | http://www.fyffes.com |
| 85 | Fyffes usa | http://www.fyffes.com |
| 86 | Green giant fresh Europe/ Bic | http://www.greengiantfresh.com |
| 87 | Greencell dartford | http://www.greencell.com |
| 88 | Greencell spalding | http://www.greencell.com |
| 89 | Greenery international | http://www.thegreenery.com |
| 90 | Greenyards Foods | http://www.greenyardfoods.com |
| 91 | Groenten fruit huis | http://www.groentenfruihuis.nl |
| 92 | Grupo yes | http://www.grupoyes.org |
| 93 | Hermanos fernandez lopez | http://www.grupofernandez.es |
| 94 | Hillfresh International | http://www.hillfresh.eu |
| 95 | Hungarian fruit & vegetable board | http://www.fruitveb.hu |
| 96 | Interfel | http://www.interfel.com |
| 97 | International distribution partners | http://www.idpartners.eu/ |
| 98 | It's fresh | http://www.itsfresh.com/ |
| 99 | JBT FoodTech | http://www.jbtfoodtech.com/ |
| 100 | Kesko | http://www.kesko.fi/ |
| 101 | Koella, hamburg overseas import | http://www.koella.de |
| 102 | Koninklijke fruitmasters | http://www.fruitmasters.nl |
| 103 | Koppert biological systems | http://koppert.com/ |
| 104 | Laboratorium zeeuws - vlaanderen | http://www.labzvl.nl/ |
| 105 | Landgard | https://www.landgard.de/ |
| 106 | Lembana | http://www.fruit.dk |
| 107 | Leon van parys | http://leonvanparys.com |
| 108 | Lithuanian vegetable producers association | http://www.ldaa.lt |
| 109 | Maba | http://maba-eg.com/ |
| 110 | Macalea | http://www.macalea.com |
| 111 | Mack international trading | http://www.mwmack.co.uk |
| 112 | Mack multiples division | http://www.mwmack.co.uk |
| 113 | Mario andretta | http://www.andretta.de |
| 114 | Mattstedt | |
| 115 | Mediterranean exporter union | http://www.akib.org.tr |
| 116 | Norgesgruppen | http://www.norgesgruppen.no/ |
| 117 | Norma | http://www.norma-online.de |

| | | |
|-----|--|---|
| 118 | Northwest horticultural council | http://www.nwhort.org |
| 119 | Nufri sat 1596 | http://www.nufri.com |
| 120 | Origin fruit direct | http://www.originfruitdirect.nl/ |
| 121 | Perishable products export control board | http://www.ppecb.com |
| 122 | Peviani | http://www.peviani.it |
| 123 | Pipfruit growers Newzealand | http://www.pipfruitnz.co.nz/ |
| 124 | Pma | http://www.pma.com/ |
| 125 | Pomona | http://www.pomona.fr |
| 126 | Port international gmbh | http://www.port-international.com |
| 127 | Port of koper | http://www.luka-kp.si/eng |
| 128 | Primafruit ltd. | http://www.primafruit.co.uk |
| 129 | Primland | http://www.primland.fr/default.aspx |
| 130 | Primoris | http://www.primoris-lab.com |
| 131 | Rewe group | http://www.rewe-group.com |
| 132 | Rijk zwaan | http://www.rijkszwaan.com |
| 133 | Roveg fruit | http://www.roveg.nl |
| 134 | Saba trading | http://www.sabatrading.se |
| 135 | San miguel | http://www.sa-sanmiguel.com |
| 136 | Seabrex rotterdam | http://www.seabrex.nl |
| 137 | Snifl | http://www.saintcharlesinternational.fr |
| 138 | Special fruit | http://www.specialfruit.com/en/home/ |
| 139 | Sunfoods - lucic group | http://www.lucic.rs/ |
| 140 | Swisscofel | http://www.swisscofel.ch |
| 141 | Swisscofel | http://www.swisscofel.ch |
| 142 | Syngenta | http://www.syngenta.com |
| 143 | Tập đoàn Carrefour - Bỉ | http://www.carrefour.com/ |
| 144 | Tập đoàn Metro | http://www.metrogroup.de |
| 145 | Tecnidex | http://www.tecnidex.es/ |
| 146 | Tesco | http://www.tesco.com/ |
| 147 | The greenery | http://www.thegreenery.com |
| 148 | The oppenheimer group | http://www.opyproduce.com |
| 149 | Theodore wille intertrade | http://www.twipv.com |
| 150 | Total produce plc | http://www.totalproduce.com |
| 151 | Transit fruits | http://www.fruitiere.fr |
| 152 | Trofi tropenfruchtimport | http://www.trofi.de |
| 153 | Turners & growers Ltd. auckland | http://www.turnersandgrowers.com |
| 154 | Turners & growers Ltd. wellington | http://www.turnersandgrowers.com |
| 155 | Ugpan | http://www.bananguadeloupemartinique.com/ |
| 156 | Uncgfl | http://www.uncgfl.fr |
| 157 | Univeg | http://www.univeg.com |
| 158 | Univeg Deutschland | http://www.univeg.com |
| 159 | Univeg Germany | http://www.univeg.de |
| 160 | Univeg katope france | http://www.univeg.com |

| | | |
|-----|----------------------|---|
| 161 | Univeg legumex trade | http://www.univeg.com |
| 162 | Univeg portugal | http://www.univeg.com |
| 163 | Univeg trade benelux | http://www.univeg.nl |
| 164 | Univeg Trade Italy | http://www.univegtradeitalia.com |
| 165 | Univeg Trade Poland | http://univeg.pl/ |
| 166 | Vbt | http://www.veiling.be |
| 167 | Vegdis sp. z o.o. | http://www.vegdis.com |
| 168 | Weyers gmbh | http://www.weyersgmbh.de/ |
| 169 | Zespri Europe | http://www.zespri.eu |
| 170 | Zespri International | http://www.zespri-europe.com |
| 171 | Zeus KIWI SA | http://www.zeuskiwi.gr/ |

PHỤ LỤC 2: MỘT SỐ NGUỒN THÔNG TIN HỮU ÍCH

1. Hiệp hội thương mại EU

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

- Hiệp hội các ngành thực phẩm và đồ uống EU (CIAA) – <http://www.ciaa.be> => Phần “About CIAA”, chọn “About our members” có tên các liên hiệp quốc gia, hiệp hội ngành hàng và các công ty lớn tại EU.

2. Mạng lưới và cơ sở dữ liệu EU

- Freshfel Europe – <http://www.freshfel.org>: Diễn đàn dành cho các chuỗi công ty tham gia ngành hàng rau quả tại Châu Âu – Phần “Members” => chọn “List of Members”;

- FreshPlaza – <http://www.freshplaza.com>: Diễn đàn hàng đầu dành cho ngành hàng thực phẩm tươi sống – phần “World Retailers”;

- Greentrade – <http://www.greentrade.net>: Thị trường trực tuyến lớn nhất dành cho các nhà sản xuất, chế biến và mạng lưới phân phối ngành hàng thực phẩm hữu cơ – Phần “Directory”, chọn “Search directory” để nghiên cứu về nước nhập khẩu, danh mục hàng hóa, sản phẩm và các hoạt động kinh doanh;

- The Food World – <http://www.thefoodworld.com>: Danh bạ các nhà xuất khẩu và sản xuất thực phẩm – Phần “Fruit, Fruit Products”, “Vegetables, Vegetable Products” hoặc “Organic Products”;

- Europages – <http://www.europages.com>: Công cụ tìm kiếm B2B đa ngôn ngữ của EU bao gồm một cổng giao tiếp trực tuyến Mua & Bán – Phần “Agriculture and Livestock”, chọn ngành hàng “Fruits and Vegetables-import-export”;

- Food for Trade – <http://www.foodsfortrade.com>: Cổng giao dịch B2B hàng đầu đối với mặt hàng thực phẩm – Phần “Fruits” hoặc “Vegetables”;

- Agronetwork – <http://www.agronetwork.com>: Trang tin về ngành hàng nông sản có cổng giao dịch trực tuyến, gồm cả phần ngành hàng “Fruits” và “Vegetables”;

- FLO-CERT – <http://www.flo-cert.net>: Cung cấp các dịch vụ chứng nhận và thông tin về tìm kiếm các đối tác đã có chứng nhận thương mại công bằng;

- Intracen – <http://www.intrancen.org/Organics/importers.html>: Cung cấp thông tin về các công ty nhập khẩu thực phẩm hữu cơ;

- CBI - <http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/>: Thông tin thị trường và hỗ trợ xuất khẩu sang EU;

- <http://www.kwintessential.co.uk/etiquette/doing-business-in.html>: Hướng dẫn văn hóa kinh doanh;

- <http://exporthelp.europa.eu> : Trang web hỗ trợ xuất khẩu từ các nước đang phát triển vào thị trường EU được trình bày bằng 4 thứ tiếng (Anh, Pháp, Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha). Đây là một dịch vụ trực tuyến, dễ sử dụng và miễn phí, qua đó người truy cập có thể tra cứu mọi thông tin liên quan việc xuất khẩu hàng hoá vào thị trường EU;

- <http://www.freshquality.org/english/home.asp>: Tìm hiểu thông tin pháp luật về tiêu chuẩn marketing của EU;
- <http://www.eubusiness.com>: Tìm hiểu về kinh doanh, thị trường;
- <http://eur-lex.europa.eu/JOIndex.do>: Tra cứu các văn bản luật thuộc các lĩnh vực khác nhau của EU;
- http://europa.eu/index_en.htm: Tìm hiểu thông tin giới thiệu về EU nói chung.

PHỤ LỤC 3:
DANH SÁCH MỘT SỐ HỘI CHỢ TRIỂN LÃM CHUYÊN NGÀNH
TẠI EU

1. Triển lãm thương mại quốc tế ngành hàng rau quả- (International Fruit and Vegetables Trade Show)

Spain – Madrid,

Đơn vị tổ chức: [Ifema \(Feria de Madrid\)](#)

Tần suất: Hàng năm

Địa điểm tổ chức: [Ifema - Parque Ferial Juan Carlos I](#)

Feria de Madrid, 28042 Madrid, [Tây Ban Nha](#)

Thông tin tham khảo tại: <http://www.fruitattractionnews.com>

2. Hội chợ Thương mại quốc tế về rau quả (Fruit Logistica)

Nước tổ chức: Đức

Địa điểm tổ chức: [Messe Berlin](#)

Tần suất tổ chức: Hàng năm

Đơn vị tổ chức: [Messe Berlin GmbH](#)

Messedamm 22

14055 Berlin, Đức

Thông tin tham khảo tại: <http://www.fruitlogistica.de>

3. Triển lãm thương mại quốc tế về rau quả tại khu vực Châu Âu – Địa Trung Hải

Nước tổ chức: Pháp

Đơn vị tổ chức: [Miffel Organisation](#)

Cité de l'Alimentation

Site Agrparc BP 11548

84916 Avignon Cedex 9, France

Địa điểm tổ chức: Parc des expositions - Avignon Sud

84000 Avignon, [France](#)

Tần suất tổ chức: Hàng năm

Thông tin tham khảo tại: <http://www.miffel.com/index.php/en/exhibit/programm>

4. Triển lãm rau quả thế giới

Nước tổ chức: Anh

Đơn vị tổ chức: [Green World Exhibitions Ltd](#)

Tần suất tổ chức: Hàng năm

Thông tin tham khảo tại <http://www.wfvexpo.com/>

5. Hội chợ Công nghệ thực phẩm FoodTech

Nước tổ chức: Đan Mạch

Đơn vị tổ chức: Messecenter Herning

Tần suất tổ chức: Hàng năm

Thông tin tham khảo tại <http://www.uk.foodtech.dk/>

6. Hội chợ Quốc tế Thực phẩm và đồ uống SIAL Paris

Nước tổ chức: Pháp

Đơn vị tổ chức: SIAL Paris team

Tần suất tổ chức: Hàng năm

Thông tin tham khảo tại <https://www.sialparis.com/>

PHỤ LỤC 4:

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TRONG NƯỚC

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam – <http://www.mard.gov.vn>; <http://www.agroviet.gov.vn>

Bộ Công Thương: <http://www.moit.gov.vn>

Cổng thông tin về rau quả của Bộ Công Thương: <http://www.rauhoaquavn.vn>

Cổng thông tin thị trường nước ngoài của Bộ Công Thương: <http://www.ttnn.com.vn>

Tổng cục Hải quan Việt Nam – <http://www.customs.gov.vn>

Tổng cục thống kê: <http://www.gso.gov.vn>

Hiệp hội rau quả Việt Nam – <http://www.vinafruit.com>

Cục XTTM: <http://www.vietrade.gov.vn>

Các báo cáo thuộc Dự án VIE 61/94 của Cục Xúc tiến thương mại: Chiến lược phát triển ngành rau quả, Marketing ngành rau quả Việt Nam

Báo cáo Xúc tiến xuất khẩu của Cục Xúc tiến thương mại

Trung tâm Thông tin Thương mại và Công nghiệp: <http://www.vinanet.com.vn>

NƯỚC NGOÀI

Tổ chức thực phẩm và nông sản Liên hợp quốc – <https://www.ippc.int/en/>

Tổ chức nông lương Liên hợp quốc – <http://www.fao.org/home/en/>

Tổ chức tiêu chuẩn thực phẩm quốc tế (CODEX Alimentarius) – <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>

Bản đồ thương mại, Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) – <http://trademap.org>

Bản đồ tiếp cận thị trường, Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) – <http://www.macmap.org/>

Nguồn tin Euromonitor – <http://www.portal.euromonitor.com>

Liên minh Châu Âu – <http://europa.eu/>

Trang hỗ trợ thông tin thương mại của Ủy ban Châu Âu – <http://exporthelp.europa.eu>

Tổ chức hỗ trợ nhập khẩu từ các nước đang phát triển Hà Lan (CBI) – <http://www.cbi.eu>

Hiệp hội thực phẩm và đồ uống Ireland – <http://www.fdi.ie>