

Doanh nghiệp rau quả cần “bàn đạp” nào để bứt tốc bền vững?

08:38 02/02/2026

Ngành rau quả Việt Nam đang đứng trước cơ hội tăng trưởng hiếm có khi nhu cầu tiêu dùng toàn cầu phục hồi, nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA) phát huy hiệu lực và năng lực sản xuất trong nước ngày càng được cải thiện. Tuy nhiên, để duy trì đà tăng trưởng cao trong trung và dài hạn, các doanh nghiệp không thể chỉ dựa vào lợi thế tự nhiên mà cần những “bàn đạp” mới về chính sách, công nghệ và mô hình phát triển.

Tại một hội thảo về nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp Việt Nam tổ chức tại TP.HCM cuối tháng 1/2026, ông Nguyễn Đình Tùng – Chủ tịch HĐQT Vina T&T Group cho rằng, thước đo năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp hiện nay đã thay đổi căn bản. Không còn là quy mô vốn hay sản lượng, mà là khả năng đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, thích ứng thị trường và phát triển bền vững.



Các nhà XK rau quả Việt cần kết nối nhiều hơn với nhà thu mua quốc tế để mở rộng thị trường nhằm tạo đà tăng trưởng trong dài hạn.

Thực tế cho thấy, năm 2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam đã lập kỷ lục hơn 8,5 tỷ USD. Riêng Vina T&T Group ghi nhận mức tăng trưởng xuất khẩu trên 21%. Đây là những con số ấn tượng, phản ánh tiềm năng lớn của doanh nghiệp Việt. Tuy nhiên, theo ông Tùng, thách thức không nhỏ là áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt và yêu cầu phát triển bền vững ngày càng cao, trong khi cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp tham gia liên kết, hợp tác chiến lược vẫn chưa thực sự đủ mạnh.

Nhiều doanh nghiệp hiện vẫn phải tự xoay sở nguồn lực cho nghiên cứu, chuyển đổi xanh và đổi mới công nghệ. Việc tiếp cận các chương trình hỗ trợ còn gặp khó do thủ tục phức tạp, thiếu ưu đãi rõ ràng về thuế, tín dụng cho các mô hình hợp tác dài hạn giữa Nhà nước – doanh nghiệp – nhà trường.

Trong bối cảnh đó, mục tiêu nâng kim ngạch xuất khẩu rau quả lên 10 tỷ USD vào năm 2026 và hướng tới 15 tỷ USD vào năm 2030 chỉ có thể đạt được nếu năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được nâng lên một tầm mới. Theo phân tích của Công ty Chứng khoán MBS, triển vọng thị trường xuất khẩu tại Mỹ, châu Âu và châu Á đang mở ra dư địa tăng trưởng tích cực, giúp kim ngạch xuất khẩu rau quả năm 2026 có thể tăng khoảng 15% so với năm trước.

Một điểm sáng của ngành là sự dịch chuyển cơ cấu sản phẩm. Bên cạnh rau quả tươi, các sản phẩm chế biến sâu như đông lạnh IQF, sấy khô, nước ép đang ngày càng chiếm tỷ trọng lớn, ước đạt khoảng 17% trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Việc chuẩn hóa quy trình sản xuất, kiểm soát chất lượng và truy xuất nguồn gốc đã giúp nhiều mặt hàng rau quả Việt Nam đủ điều kiện xuất khẩu chính ngạch vào các thị trường khó tính.

Một số doanh nghiệp đầu ngành đã tận dụng tốt lợi thế này. Chẳng hạn, CTCP Rau quả Thực phẩm An Giang (ANT) – doanh nghiệp dẫn đầu phân khúc rau quả đông lạnh được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng tích cực trong giai đoạn 2026–2027 nhờ mở rộng thị trường và tối ưu chi phí. Với công suất khoảng 50.000 tấn/năm, ANT đã xuất khẩu sang nhiều thị trường tại châu Á, châu Âu, châu Úc và châu Mỹ, đưa kim ngạch năm 2025 lên khoảng 50 triệu USD.

Về dài hạn, giới chuyên gia cho rằng, “bàn đạp” then chốt của doanh nghiệp rau quả nằm ở việc xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững: chủ động vùng nguyên liệu, đầu tư nhà máy tại khu vực trọng điểm, đa dạng hóa sản phẩm giá trị gia tăng và mở rộng hệ thống phân phối tại các thị trường mục tiêu. Khi đó, tăng trưởng không chỉ đến từ sản lượng, mà còn từ biên lợi nhuận và vị thế thương hiệu trên bản đồ nông sản toàn cầu.

Nam Sơn (t/h)