

Nông sản Việt trước “cơn lốc” chuỗi cung ứng: Muốn đi xa phải nâng chuẩn ngay từ bây giờ

07:57 18/04/2026

Những xáo trộn kéo dài của chuỗi cung ứng toàn cầu đang tạo ra sức ép lớn với thương mại nông sản thế giới. Từ xung đột địa chính trị, giá cước vận tải leo thang đến nguy cơ đứt gãy logistics tại các tuyến hàng hải trọng yếu, mọi biến động đều tác động trực tiếp đến ngành nông sản – lĩnh vực phụ thuộc nhiều vào thời gian giao hàng, bảo quản và chi phí vận chuyển.

Biến động toàn cầu gây sức ép nhưng cũng mở ra cơ hội mới

Với Việt Nam, đây là phép thử không nhỏ, nhưng đồng thời cũng là cơ hội để tái định vị vai trò trong chuỗi giá trị quốc tế. Khi nhiều nguồn cung truyền thống bị gián đoạn, các thị trường nhập khẩu buộc phải tìm kiếm đối tác mới có năng lực cung ứng ổn định hơn. Nếu tận dụng tốt thời điểm này, nông sản Việt hoàn toàn có thể mở rộng thị phần và nâng tầm vị thế xuất khẩu.

Theo đánh giá của cơ quan quản lý ngành nông nghiệp, các bất ổn tại khu vực Trung Đông và sự gián đoạn qua Biển Đỏ, kênh đào Suez đã làm chậm dòng hàng từ Nam Mỹ, châu Âu sang châu Á. Điều này khiến nguồn cung trái cây từ một số quốc gia lớn như Chile, Peru hay Ecuador vào thị trường châu Á bị ảnh hưởng đáng kể.



Các DN nông sản thực phẩm Việt cần chủ động kết nối nhiều hơn nữa với nhà thu mua quốc tế để mở rộng tầm ảnh hưởng xuất khẩu.

Khoảng trống đó tạo điều kiện để rau quả Việt Nam gia tăng hiện diện tại những thị trường gần như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc hay khu vực Đông Nam Á. Lợi thế khoảng cách địa lý ngắn hơn giúp doanh nghiệp Việt rút ngắn thời gian giao hàng, giảm rủi ro bảo quản và tối ưu chi phí logistics so với nhiều đối thủ ở xa.

Tuy nhiên, mặt trái của biến động chuỗi cung ứng cũng rất rõ ràng. Với những mặt hàng tươi sống, thời gian vận chuyển kéo dài thêm vài tuần có thể khiến chi phí đội lên mạnh hoặc làm giảm chất lượng sản phẩm. Những thị trường xa như châu Âu hay bờ Đông nước Mỹ vì vậy trở nên khó tiếp cận hơn trong giai đoạn hiện nay.

Bên cạnh đó, giá nhiên liệu tăng, phụ phí chiến tranh, thiếu container lạnh và năng lực vận tải hàng không hạn chế cũng đang làm giảm sức cạnh tranh của hàng Việt. Điều này cho thấy lợi thế về sản lượng thôi là chưa đủ, doanh nghiệp phải thay đổi toàn diện nếu muốn giữ chỗ đứng lâu dài.

Dù vậy, nhiều thị trường vẫn duy trì nhu cầu tích cực với nông sản Việt Nam như Trung Quốc, Australia hay bờ Tây nước Mỹ. Điều này chứng minh rằng nếu có chiến lược thị trường linh hoạt, doanh nghiệp hoàn toàn có thể chuyển hướng xuất khẩu thay vì phụ thuộc quá lớn vào một khu vực.

Muốn bứt phá, doanh nghiệp phải cạnh tranh bằng giá trị thay vì giá rẻ

Trong bối cảnh mới, mở rộng tầm ảnh hưởng xuất khẩu không còn là câu chuyện riêng của từng doanh nghiệp mà là yêu cầu chiến lược của cả ngành nông sản Việt Nam. Cạnh tranh bằng giá thấp hay xuất thô đang dần mất lợi thế khi các nước nhập khẩu ngày càng đặt nặng tiêu chuẩn chất lượng, môi trường và khả năng truy xuất nguồn gốc.

Thực tế cho thấy, dù kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản Việt Nam đã vượt mốc 50 tỷ USD mỗi năm, giá trị gia tăng vẫn tập trung chủ yếu ở phân khúc trung bình. Tỷ lệ sản phẩm chế biến sâu chưa cao, thương hiệu quốc tế còn mờ nhạt, trong khi nhiều doanh nghiệp vẫn đóng vai trò nhà cung ứng hơn là người kiến tạo thị trường.

Để chuyển mình, giới chuyên gia cho rằng doanh nghiệp cần tập trung vào ba trụ cột lớn. Trước hết là nâng cấp sản phẩm. Đầu tư vào chế biến sâu, đóng gói tiện lợi, kéo dài thời gian bảo quản và phát triển sản phẩm phù hợp từng thị trường sẽ giúp tăng giá trị đáng kể. Một sản phẩm có câu chuyện thương hiệu và tiện ích rõ ràng sẽ dễ cạnh tranh hơn nhiều so với hàng nguyên liệu thô.

Thứ hai là xây dựng thương hiệu quốc tế. Thị trường nhập khẩu hiện không chỉ mua sản phẩm mà còn mua sự tin cậy. Các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm, chứng nhận vùng trồng, minh bạch chuỗi cung ứng và truy xuất nguồn gốc đang trở thành điều kiện bắt buộc. Doanh nghiệp nào xây dựng được uy tín sẽ có lợi thế bền vững hơn hẳn.

Thứ ba là ứng dụng công nghệ trong quản trị chuỗi cung ứng. Từ phần mềm theo dõi đơn hàng, quản lý tồn kho, logistics thông minh đến hệ thống truy xuất nguồn gốc bằng mã số vùng trồng, công nghệ sẽ giúp doanh nghiệp phản ứng nhanh hơn trước biến động toàn cầu.

Song song với nỗ lực của doanh nghiệp, vai trò hỗ trợ từ địa phương và cơ quan xúc tiến thương mại cũng rất quan trọng. Những hội chợ chuyên ngành, chương trình kết nối mua hàng quốc tế hay mạng lưới phân phối hiện đại sẽ là cầu nối để nông sản Việt tiếp cận trực tiếp các nhà bán lẻ lớn thay vì qua nhiều tầng trung gian.

Trong “cơn lốc” chuỗi cung ứng hiện nay, chậm chân đồng nghĩa mất cơ hội. Ngành nông sản Việt đang đứng trước thời điểm quan trọng để bước sang giai đoạn mới: từ xuất khẩu dựa vào sản lượng sang xuất khẩu dựa vào chất lượng, thương hiệu và năng lực thích ứng. Doanh nghiệp đi trước sẽ không chỉ giữ được thị trường cũ, mà còn mở thêm cánh cửa mới trên bản đồ thương mại toàn cầu.

Nam Sơn