

Xuất khẩu điều tăng mạnh, doanh nghiệp vẫn chịu sức ép từ đầu vào

06:00 31/10/2026

Đứng đầu thế giới về xuất khẩu nhân điều nhưng phần lớn nguyên liệu phục vụ chế biến lại đến từ nước ngoài. Sự phụ thuộc này khiến ngành điều Việt Nam đối mặt với nhiều biến động về giá, nguồn cung và chi phí, đặt ra yêu cầu tổ chức lại chuỗi sản xuất thay vì chỉ tập trung mở rộng kim ngạch.

Nghịch lý của ngành xuất khẩu tỷ USD

Việt Nam đang nắm giữ vị trí quan trọng trong chuỗi cung ứng điều toàn cầu, nhưng vị thế xuất khẩu lớn không đồng nghĩa với khả năng chủ động nguồn hàng. Đây là một trong những vấn đề đáng chú ý được đặt ra tại Hội nghị Điều quốc tế Việt Nam lần thứ 15 năm 2026, vừa diễn ra tại TP. Hồ Chí Minh do Hiệp hội Điều Việt Nam (Vinacas) phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) tổ chức.

Theo báo cáo của Vinacas, năm 2025, Việt Nam xuất khẩu khoảng 798.000 tấn nhân điều, thu về hơn 5,4 tỷ USD, mức cao nhất từ trước đến nay. Việt Nam hiện chiếm hơn 80% lượng nhân điều xuất khẩu toàn cầu. Tuy nhiên, để duy trì vị trí này, ngành chế biến trong nước phải dựa đáng kể vào nguồn điều thô nhập khẩu.



Hoạt động chế biến nhân điều xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam vẫn phụ thuộc đáng kể vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu.

Số liệu 9 tháng năm 2026 cho thấy Việt Nam đã nhập khẩu hơn 2,77 triệu tấn điều thô, trị giá trên 4,43 tỷ USD. Trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu nhân điều vượt 4,2 tỷ USD. Khoảng cách giữa năng lực chế biến và khả năng tự bảo đảm nguyên liệu cho thấy một đặc điểm của ngành: Việt Nam giữ vai trò lớn trong khâu chế biến, nhưng chưa làm chủ tương ứng nguồn cung đầu vào.

Sự phụ thuộc này khiến doanh nghiệp dễ bị tác động khi các nước cung ứng thay đổi chính sách xuất khẩu, sản lượng thu hoạch hoặc điều kiện thương mại. Giá nguyên liệu tăng, chi phí vận chuyển và tài chính leo thang có thể nhanh chóng tạo sức ép lên hoạt động sản xuất. Trong khi đó, doanh nghiệp không phải lúc nào cũng có thể tăng giá bán nhân điều để bù đắp chi phí.

Thị trường đầu ra cũng đặt ra yêu cầu thận trọng. Trung Quốc và Hoa Kỳ lần lượt chiếm 21,6% và 15,2% kim ngạch xuất khẩu nhân điều của Việt Nam. Đây là những thị trường lớn, nhưng mức độ tập trung nhất định cũng khiến doanh nghiệp cần tính đến phương án mở rộng khách hàng, tránh phụ thuộc quá nhiều vào một số thị trường chủ lực.

Mục tiêu xuất khẩu 800.000 tấn nhân điều, đạt 5 tỷ USD trong năm 2026 vì thế không chỉ là câu chuyện tăng sản lượng. Quan trọng hơn là khả năng duy trì nguồn nguyên liệu ổn định, kiểm soát chi phí và bảo đảm đầu ra trong bối cảnh thương mại quốc tế biến động.

Tổ chức lại chuỗi cung ứng để giảm rủi ro

Từ thực tế trên, vấn đề của ngành điều không đơn thuần nằm ở việc đầu tư thêm nhà máy hay mở rộng công suất. Điều cần thiết là tăng khả năng phối hợp giữa vùng nguyên liệu, nhà cung cấp, doanh nghiệp chế biến và hệ thống phân phối.

Tại hội nghị, nội dung về máy móc, thiết bị và chế biến sâu được đưa vào phiên thảo luận riêng. Đây là hướng tiếp cận đáng chú ý, bởi công nghệ không chỉ giúp nâng năng suất mà còn hỗ trợ doanh nghiệp kiểm soát chất lượng, giảm hao hụt và linh hoạt hơn trong cơ cấu sản phẩm.

Ông Bạch Khánh Nhựt, Phó Chủ tịch Vinacas, cho rằng doanh nghiệp muốn đưa sản phẩm chế biến sâu ra thị trường cần xác định rõ khách hàng và kênh phân phối. Vinacas đề cập việc tiếp cận hệ thống siêu thị trong nước, trong đó có Saigon Co.op, đồng thời tạo điều kiện để doanh nghiệp kết nối với đối tác quốc tế.

Điều này cho thấy đầu tư sản xuất phải xuất phát từ nhu cầu thị trường. Nếu chỉ tăng công suất mà chưa có hệ thống tiêu thụ phù hợp, doanh nghiệp có thể phải gánh thêm chi phí đầu tư và tồn kho. Ngược lại, khi nắm được nhu cầu của nhà phân phối và người tiêu dùng, doanh nghiệp có cơ sở lựa chọn sản phẩm, quy cách và công nghệ phù hợp.

Về lâu dài, việc nâng năng suất vùng điều trong nước, đa dạng hóa quốc gia cung ứng và tăng cường liên kết với nhà cung cấp sẽ giúp giảm rủi ro đầu vào. Cùng với đó, truy xuất nguồn gốc, an toàn thực phẩm và tiêu chuẩn bền vững cần được kiểm soát xuyên suốt chuỗi cung ứng.

Với ngành điều, thách thức hiện nay không phải là chứng minh năng lực chế biến hay vị thế xuất khẩu, mà là làm thế nào để vị thế đó không bị chi phối quá lớn bởi những yếu tố nằm ngoài tầm kiểm soát của doanh nghiệp. Một chuỗi cung ứng chủ động và liên kết chặt chẽ hơn sẽ là nền tảng để ngành duy trì tăng trưởng, đồng thời nâng hiệu quả kinh tế từ mỗi tấn điều xuất khẩu.

Nam Sơn (t/h)