

Xuất khẩu nông sản năm 2023 được kỳ vọng đạt kim ngạch 55 tỷ USD

18:51 13/02/2023

Ngành NN&PTNT cần có tính toán kỹ lưỡng, nắm bắt kịp thời thông tin thị trường, linh hoạt ứng phó để đạt mục tiêu đề ra của Thủ tướng Chính phủ là đạt kim ngạch xuất khẩu ít nhất 55 tỷ USD trong năm 2023.

Năm 2023, Thủ tướng Chính phủ giao ngành NN&PTNT đạt kim ngạch xuất khẩu ít nhất là 55 tỷ USD, một con số không hề nhỏ. Trong khi đó, bối cảnh thị trường đang gặp nhiều khó khăn.

Ảnh hưởng từ kinh tế thế giới

Bối cảnh tình hình thế giới 2023 có nhiều diễn biến phức tạp, ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu các mặt hàng nông sản. Lạm phát ở Mỹ, Châu Âu và nhiều nước trên thế giới tăng cao. Chuỗi cung ứng sản xuất bị đứt gãy, nguy cơ mất ổn định an ninh năng lượng, an ninh lương thực... tăng cao. Quỹ tiền tệ thế giới IMF dự báo tăng trưởng kinh tế toàn cầu trong năm 2023 có nguy cơ chậm lại dưới mức 2% do ảnh hưởng của xung đột Nga-Ukraine và kinh tế giảm tốc tại các nền kinh tế lớn.



Tình hình thế giới có nhiều diễn biến phức tạp. (Ảnh: Internet)

Giá xăng dầu tiếp tục được dự báo có nhiều diễn biến phức tạp do ảnh hưởng từ các biến động chính trị và kinh tế. Chi phí nhập khẩu nguyên vật liệu phục vụ sản xuất tiếp tục tăng lên do sự tăng giá đồng đô-la Mỹ. Điều này khiến chi phí logistic tăng dẫn đến sự tăng giá của hàng hóa thế giới, hoạt động xuất nhập khẩu và gây sức ép lên mặt bằng giá trong nước.

Nhiều rào cản thương mại mới xuất hiện gây khó lên thị trường xuất khẩu như: EU điều chỉnh các biện pháp kiểm dịch, kiểm soát an toàn thực phẩm đối với hàng hóa nhập khẩu vào ngày 26/1/2023; các khu vực thị trường thuộc hiệp định CPTPP, UKVFTA đưa ra những sự điều chỉnh quan trọng trong quy định về hàng hóa nhập khẩu...

Chi phí sản xuất trong nước cũng tăng cao do tỷ lệ chi phí đầu tư vào phục vụ sản xuất còn ở mức cao. Điều này dự báo sẽ ảnh hưởng đến mặt bằng giá nhóm hàng thực phẩm có tỷ trọng tiêu dùng lớn: gạo, rau củ, trái cây, thịt lợn...

Những đánh giá về các thị trường xuất khẩu của nước ta

Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với các mặt hàng xuất khẩu chính là: 64,5% gỗ và sản phẩm từ gỗ, 16,5% thủy sản, 6,2% hạt điều, 2,1% cà phê, 1,9% rau quả, đây cũng là thị trường tiềm năng về xuất khẩu nông sản. Dự báo trong thời gian tới, nhu cầu nhập khẩu các sản phẩm nông sản sẽ tăng cao, đặc biệt là các sản phẩm gỗ, hạt tiêu dự báo tăng trưởng bình quân từ 1 -2% trong 5 năm tới; nhu cầu nhập khẩu cà phê dự báo sẽ tăng trưởng 4,8% trong giai đoạn 2020-2025.

Thị trường Hoa Kỳ có nhiều cơ hội song cũng có không ít thách thức. Thị hiếu thị trường này ngày càng đa dạng, thiên về sản phẩm chế biến, bảo quản lâu trong khi sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là sản phẩm thô, chất lượng chưa cao. Đến nay, số lượng mặt hàng được phép tiếp cận vào thị trường Hoa Kỳ vẫn còn khiêm tốn. Mới có 7 loại quả tươi của Việt Nam được phép xuất khẩu vào thị trường này, gồm: xoài, nhãn, vải, thanh long, chôm chôm, vú sữa, bưởi. Hoa Kỳ cũng đang gia tăng số vụ điều tra chống bán phá giá, chống trợ cấp với một số nông sản Việt Nam (cá tra, tôm, gỗ dán và tủ gỗ, mật ong); ban hành các quy định thực thi chương trình giám sát thủy sản nhập khẩu (SIMP), quy định thực thi Luật Bảo vệ động vật có vú ở biển (MMPA),...

Trung Quốc - thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam sau Hoa Kỳ, cũng là một thị trường tiềm năng. Trung Quốc với số dân đông và nhu cầu đa dạng mang đến nhu cầu tiêu dùng lớn. Thương mại nông sản được dự báo sẽ tiếp tục sôi động với chiều hướng giảm trong tiêu thụ ngũ cốc, và xu hướng tăng trong tiêu thụ thịt, trứng, sữa, trái cây, rau quả. Năm 2023 khi các biện pháp nới lỏng Covid-19 được thực hiện, dự báo tiêu dùng trái cây và thịt cũng sẽ tăng cao.

Xuất khẩu nông sản Việt Nam có một số thách thức khi đi vào thị trường Trung Quốc như: phần lớn sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam là sản phẩm tươi, sống, xuất khẩu qua tiểu ngạch (trái cây, thủy sản), chưa tiếp cận đến kênh khách hàng cuối cùng, đặc biệt là phân khúc thị trường cao cấp trong nội địa Trung Quốc. Ngoài ra, khi Trung Quốc có những chính sách thay đổi hay siết chặt về hoạt động nhập khẩu, các doanh nghiệp Việt lại tỏ ra lúng túng, dẫn đến tỷ lệ tổn thất cao sau thu hoạch, tỷ trọng chi phí logistics cao. Bên cạnh đó, thương hiệu cho sản phẩm cũng chưa được xây dựng vững chắc.



Trung Quốc là một trong những thị trường xuất khẩu lớn của nước ta.
(Ảnh: Internet)

Đứng sau Hoa Kỳ và Trung Quốc, EU là thị trường xuất khẩu lớn thứ ba của Việt Nam. Với hiệp định EVFTA, thị trường EU có lợi thế lớn về xuất khẩu và thu hút đầu tư, chuyển giao công nghệ. Điểm quan tâm lớn của người tiêu dùng trong thị trường này là những sản phẩm thân thiện môi trường, tốt cho sức khỏe, đảm bảo an toàn thực phẩm. Bởi vậy, thị trường này có nhu cầu tiêu dùng cao với mặt hàng rau quả, các loại hạt dinh dưỡng và đặc sản có chất lượng cao. Ngoài ra, khi đại dịch Covid-19 đã được kiểm soát, thị trường xây dựng hoạt động mạnh trở lại, dự báo nhu cầu gỗ nội thất (đặc biệt là gỗ đạt chứng chỉ) được dự báo sẽ tăng trưởng tốt.

Tương tự như các thị trường khác, nông sản Việt gặp khó khi chưa xây dựng được thương hiệu. EU vốn là thị trường khó tính với nhiều quy định kiểm định gắt gao và ngày được thắt chặt, nông sản Việt chủ yếu tham gia vào các phân khúc thị trường có giá trị gia tăng thấp (hàng thô, sản phẩm chế biến làm nguyên liệu đầu vào); chi phí logistics còn cao so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực. Ngoài ra, tại thị trường EU, nông sản Việt vẫn chưa đạt năng lực cao trong tiếp cận và tìm hiểu thị trường, đồng thời chưa tham gia sâu vào hệ thống phân phối hiện đại và chưa xây dựng được kênh phân phối ổn định.

Giải pháp tăng giá trị xuất khẩu mặt hàng nông sản

Bộ NN&PTNT đã đưa ra nhiều giải pháp cụ thể cho vấn đề tăng giá trị xuất khẩu các mặt hàng nông sản.

Toàn ngành sẽ tập trung tổ chức xúc tiến thương mại, quảng bá cho những sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm chủ lực đã được cấp phép tiếp cận thị trường xuất khẩu trong năm 2022: Trung Quốc (chanh leo, sầu riêng, chuối), New Zealand (chanh, bưởi), Nhật Bản (nhãn), Hoa Kỳ (bưởi). Với các thị trường truyền thống có nhu cầu lớn trong năm 2023, cần thiết việc tiếp tục tổ chức xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm phù hợp với thị trường như: Hoa Kỳ (gỗ, hạt tiêu, cà phê), Trung Quốc (trái cây, rau quả), EU (rau quả, gỗ), Đông Bắc Á (rau quả, cây gia vị), ASEAN (gạo, gỗ); thị trường tiềm năng như Ả Rập Xê út (gạo, chè, cà phê).

Hoạt động đàm phán tiếp tục được đẩy mạnh để thúc đẩy mở cửa thị trường cho các sản phẩm trồng trọt: Trung Quốc (ký nghị định thư yêu cầu kiểm dịch thực vật đối với thanh long, nhãn, vải, chôm chôm, xoài; mở cửa chính ngạch cho bơ, na, bưởi); Hàn Quốc (thanh long ruột đỏ); Ấn Độ (nhãn, bưởi, chôm chôm, sầu riêng, bơ, dừa, dưa hấu, dâu tây).



Trái cây Việt Nam có nhiều tiềm năng xuất khẩu sang các thị trường lớn. (Ảnh: Internet)

Cần tập trung công tác tháo gỡ rào cản và mở cửa thị trường xuất khẩu với mặt hàng thủy sản, bao gồm: Đề nghị Trung Quốc xem xét và cập nhật bổ sung doanh nghiệp và một số mặt hàng vào danh sách được phép xuất khẩu vào nước này; trao đổi với phía Nhật Bản đánh giá nguy cơ và không áp dụng biện pháp xử lý chặt đối với thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam, tiến tới khả năng ký kết Thỏa thuận hợp tác về kiểm soát an toàn thực phẩm.

Cần tháo gỡ rào cản và mở cửa thị trường xuất khẩu với sản phẩm chăn nuôi: Làm việc với thị trường Nhật Bản để đánh giá, cấp phép xuất khẩu sản phẩm thịt gà chế biến và xem xét mở cửa thị trường nhập khẩu một số sản phẩm sữa và sản phẩm sữa, trứng gia cầm tươi và chế biến; thúc đẩy làm việc với cơ quan chức năng Hàn Quốc để đề nghị xem xét sớm mở cửa cho sản phẩm thịt lợn, gà, trứng gà chưa qua chế biến và trứng chim cút đã qua chế biến.

Các chuyên gia cho rằng cần tiếp tục quan tâm, nâng cao chất lượng công tác phân tích, dự báo định hướng phát triển thị trường nông sản để hiện thực hóa mục tiêu xuất khẩu nông sản. Hoạt động tương tác, trao đổi thông tin với hệ thống đầu mối tại các địa phương, tham tán thương mại tại các thị trường, cộng đồng doanh nghiệp và người sản xuất cũng cần được đẩy mạnh tăng cường.

Từ yêu cầu về chất lượng sản phẩm của các thị trường, cần chú trọng việc đẩy mạnh triển khai xây dựng các vùng nguyên liệu tập trung phục vụ cho xuất khẩu.

Nông dân, người sản xuất, chế biến cần được phổ biến, tập huấn, đào tạo để nắm bắt tốt các yêu cầu thị trường, từ đó thay đổi tư duy trong sản xuất. Cần chú trọng đến chất lượng và xây dựng thương hiệu hàng hóa, ưu tiên phát triển các sản phẩm nông sản chủ lực, đặc sản của địa phương gắn với công nhận chỉ dẫn địa lý, chứng nhận sản phẩm hữu cơ, thực hành nông nghiệp tốt trong sản xuất, ứng dụng công nghệ cao trong bảo quản, chế biến sâu...

Trước những khó khăn và thách thức với nông sản xuất khẩu trong năm 2023, ngành NN&PTNT cần chủ động nắm bắt thông tin, nhu cầu từng thị trường, sớm tháo gỡ các rào cản kỹ thuật để thúc đẩy hoạt động xuất khẩu, cán đích và vượt mục tiêu về giá trị xuất khẩu mà Thủ tướng Chính phủ đề ra.

Việc tổ chức các hoạt động tìm kiếm, mở rộng các thị trường tiềm năng là một trong những vấn đề cần ưu tiên hàng đầu. Để nắm bắt các sản phẩm có thể mạnh, cần linh hoạt trong từng giai đoạn của thị trường, đồng thời từng bước khắc phục những khó khăn, điểm yếu của từng mặt hàng nông sản để chinh phục mọi thị trường đề ra.

Hồng Nhung (t/h)