

# XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN

ThS. DƯƠNG HỒNG NHUNG - CN. TRẦN THU CÚC

*Viện Nghiên cứu Đông Bắc Á*

Là một nước công nghiệp phát triển nhưng mức độ tự cung tự cấp về lương thực của Nhật Bản chỉ đạt 40% tiêu dùng trong nước, trong đó trái cây khoảng 75% và rau khoảng 37%. Hàng năm Nhật Bản phải giành trên 1 tỷ đô la cho nhập khẩu rau quả. Nhật Bản là một trong những bạn hàng nhập khẩu rau quả của Việt Nam, chiếm khoảng 10% kim ngạch xuất khẩu rau quả của nước ta.

Năm 2001 Việt Nam xuất sang Nhật Bản 10% khối lượng rau quả xuất khẩu, tuy nhiên mới chỉ chiếm con số 0,05% giá trị nhập khẩu rau quả của Nhật Bản. Việt Nam có nhiều tiềm năng xuất khẩu rau quả, do nằm ở khu vực nhiệt đới, khí hậu cũng như đất đai phù hợp với nhiều loại rau quả, lao động rẻ mạt. Vậy, làm thế nào để mặt hàng rau quả của chúng ta thâm nhập được nhiều hơn nữa vào thị trường Nhật Bản, đó là nội dung của bài viết.

Với số dân 127 triệu 435 ngàn người (*Japan Statistical Yearbook 2004*, p.33), Nhật Bản có nhu cầu lớn về lương thực cũng như về rau quả. Năm 1998, kim ngạch nhập khẩu rau quả của Nhật Bản đạt 1,3 tỷ USD, gấp 4 lần kim ngạch nhập khẩu rau quả của Trung Quốc, nước đông dân nhất thế giới.

Trung bình mỗi năm Nhật Bản tiêu thụ 17 triệu tấn rau, bình quân 120 kg/đầu người - nhiều hơn Đức (95,5 kg) và Anh (92,8 kg). Trong đó, nhu cầu về rau đông lạnh năm 1998 là 792.476 tấn, phải nhập khẩu 705.568 tấn, chiếm gần 84%, đạt kim ngạch 113.984 triệu yên.

Về tiêu thụ đồ uống từ trái cây, năm 1997 là 1,81 triệu kilô lít, đạt 385,5 tỷ yên. Trong đó mức tiêu thụ nước quả tự nhiên là 573.000 kilô lít (1 kilô lít = 1000 lít), có

giảm đôi chút so với những năm trước do thị trường nước ngọt ngày càng đa dạng và nhất là sự xuất hiện của trà đen, trà xanh, trà hỗn hợp và những loại trà khác cũng như các loại nước uống tinh khiết.

Tổng sản lượng mứt quả toàn thị trường Nhật Bản năm 1997 là 70.814 tấn, trị giá 27,5 tỷ yên, trong đó sản xuất nội địa là 65.080 tấn và nhập khẩu là 5.734 tấn. Trong thập niên qua, thị phần nhập khẩu mứt quả hàng năm duy trì tương đối ổn định ở mức từ 6% đến 10%. Trong số các sản phẩm nội địa, mứt dâu chiếm tỷ lệ cao nhất (28.435 tấn năm 1997), tương đương 44% tổng sản lượng. Không như trái cây đóng hộp, sản lượng mứt không thấy có dấu hiệu tăng trưởng.

Nếu như ở các nước công nghiệp phát triển khác, nguồn vitamin trong đời sống hàng ngày thường được bổ sung bằng dược phẩm hoặc các chất tinh chế, thì ở Nhật Bản nguồn vitamin tự nhiên từ rau quả tươi lại được coi trọng. Ở Nhật Bản, riêng rau quả đã cung cấp 47,4% tất cả lượng sinh tố A, 59,3% sinh tố C, 18,3% chất canxi và 19,2% chất sắt. Tất cả tỷ lệ trên của Nhật Bản đều cao hơn Mỹ và Anh. Mặc dầu văn hoá ẩm thực của Nhật Bản đang bị Âu hoá nhưng trong bữa ăn của người dân rau xanh vẫn luôn giữ vị trí quan trọng. Gần đây, nhận thức về sức khoẻ càng tăng lên, người Nhật Bản càng chú trọng đến cân bằng dinh dưỡng trong bữa ăn. Chính vì thế lương tiêu dùng rau quả ở Nhật Bản có xu hướng gia tăng. Việc sử dụng hoa quả sau bữa ăn đang trở thành thói quen hàng ngày.

Nguồn dinh dưỡng lấy từ cá và động vật của người Nhật hiện nay không còn đảm bảo an toàn như trước. Sản lượng cá đánh

bắt ngày càng giảm, việc đánh bắt cá voi, một trong những món ăn ưa thích của người Nhật Bản bị thế giới lên án. Thêm vào đó, những vụ ngộ độc thực phẩm những năm gần đây, điển hình là vụ 13 ngàn người ngộ độc sữa vào mùa hè năm 2000 rồi sự kiện bò điên xảy ra vào tháng 9 năm 2001 và gần đây nhất là dịch cúm gà ở các nước châu Á, trong đó có Nhật Bản đã hướng người Nhật tiêu dùng nhiều rau quả hơn, để thay thế các nguồn dinh dưỡng khác. Nhưng, các sản phẩm rau quả nói riêng hay các sản phẩm lương thực nói chung khi được phép lưu hành trên thị trường Nhật Bản sẽ bị đòi hỏi kiểm dịch chặt chẽ hơn, yêu cầu chất lượng cao hơn. Điều đó cũng có nghĩa là xâm nhập vào thị trường Nhật Bản rất khó khăn, nhưng các sản phẩm một khi đã có chứng nhận chất lượng của Nhật Bản sẽ có được tính cạnh tranh tuyệt đối trên thị trường này.

Tương tự nhiều nước công nghiệp phát triển khác, nông nghiệp Nhật Bản chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong toàn bộ nền kinh tế. Năm 1997, tổng sản lượng nông nghiệp đạt 10,2 ngàn tỷ yên, chiếm khoảng 2% GDP. Nông nghiệp Nhật Bản bị đánh giá là đang trên đường suy giảm. Là một quần đảo nằm ở Đông Á, với diện tích gần 380 ngàn km<sup>2</sup>, trong đó 72% là đồi núi và còn sót lại là các đồng bằng và thung lũng, lòng chảo nhỏ hẹp. Đồng bằng lớn nhất của Nhật Bản nằm ở vùng Kanto, thuộc đảo Honshu, cung cấp phần lớn rau quả tiêu thụ cho khu vực Tokyo và Osaka. Đồng bằng lớn thứ hai nằm ở Hokkaido, tuy nhiên, khí hậu ở đây lại khắc nghiệt, không thuận lợi cho việc trồng các loại rau quả. Tóm lại, Nhật Bản là một nước không được thiên nhiên ưu đãi trong sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là trồng trọt.

Với địa hình trải dài từ 20 đến 46 vĩ độ bắc, nên rau quả ở Nhật Bản rất phong phú, đa dạng, có nhiều loại giống Việt Nam. Tuy nhiên, điều kiện sản xuất như: đất đai, sông ngòi v.v.giúp Việt Nam có điều kiện thuận lợi trong việc sản xuất rau quả hơn Nhật Bản.

Lao động nông nghiệp Nhật Bản liên tục giảm trong suốt vài thập niên gần đây do nhiều nguyên nhân khác nhau, chủ yếu do dịch chuyển giữa các ngành sản xuất và hiện tượng giảm quy mô ngành nông nghiệp. Năm 1975, nông nghiệp chiếm 11,4% tổng số lao động trong cả nước, năm 1997, tỷ lệ này giảm còn 5,9%(3,9 triệu trong số 65,6 triệu lao động). Mặt khác, chất lượng lao động trong nông nghiệp cũng giảm sút do quá trình già hoá dân số. Năm 2003, hơn 60% lao động nông nghiệp ở độ tuổi trên 60. Chính phủ Nhật Bản đã áp dụng chính sách hỗ trợ nông nghiệp như một phương thức để ngăn chặn sự suy giảm lao động trong ngành nông nghiệp, nhưng do giá đất nông nghiệp quá cao kết hợp với những bất cập về quyền sở hữu đã tạo thành rào cản lớn hạn chế số người tham gia sản xuất nông nghiệp cũng như các nỗ lực nhằm hợp lý hoá sản xuất nông nghiệp. Giá đất canh tác ở Nhật Bản đắt gấp 10 lần ở Mỹ, 4 lần ở Pháp và 2,6 lần ở Anh. Cùng với quá trình đô thị hoá, trong 20 năm gần đây, đất nông nghiệp trung bình mỗi năm giảm 1%. Từ năm 1995 đến năm 1997 đất nông nghiệp giảm từ 5,4 triệu ha xuống còn 4,9 triệu ha. Điều này là trở ngại lớn đến việc tăng quy mô cũng như hiệu quả của sản xuất nông nghiệp.

Các hình thức sản xuất nông nghiệp đều có quy mô nhỏ, đặc biệt đối với ngành trồng trọt. Trong thời gian từ năm 1950 đến năm 1995 số lượng trang trại giảm từ 6 triệu xuống còn 3,6 triệu nhưng quy mô lại tăng từ 0,8 ha lên 1,5 ha/trang trại. Ngoài ra, một số điều khoản trong bộ luật về thuế đất đai không khuyến khích việc bán đất cũng như tích tụ ruộng đất trong nông nghiệp.

Về kỹ thuật canh tác, Nhật Bản đã áp dụng những thành tựu tiên tiến của khoa học kỹ thuật vào sản xuất nông nghiệp cũng như công nghệ bảo quản sau thu hoạch. Ở châu Á, Nhật Bản là quốc gia đầu tiên nghiên cứu ứng dụng công nghệ sinh học, chọn lọc lai tạo giống lúa, rau, cây ăn quả mới phù hợp với điều kiện khí hậu và đất

đại của họ. Về thủy nông, Nhật Bản đã xây dựng được hệ thống thủy nông hiện đại với các công trình đầu mối, hồ, đập chứa nước và hệ thống kênh mương dẫn, sử dụng các loại vật liệu và kỹ thuật xây dựng hiện đại. Đến những năm 1990 trên 60% diện tích gieo trồng ở Nhật Bản được tưới nước. Nhật Bản cũng là một trong những quốc gia đầu tiên trên thế giới sớm sử dụng phân hoá học trong nông nghiệp. Đến những năm 1980 lượng phân bón cho 1 ha gieo trồng đạt 450 kg, nhưng đến những năm gần đây, lượng phân bón/ha có xu hướng giảm nhằm hạn

chế dư lượng chất độc hại trong đất và trong nước.

Với điều kiện khí hậu tương đồng, chủng loại rau quả của Nhật Bản khá trùng hợp với Việt Nam, tuy vậy, điều kiện sản xuất cũng như sản lượng rau quả của Nhật Bản lại thua xa Việt Nam. Mặc dù vậy, khả năng bảo quản sau thu hoạch cũng như chế biến của họ lại hơn hẳn chúng ta.

Rau ở Nhật Bản được sản xuất trên khắp cả nước với các chủng loại phong phú phù hợp với khí hậu, đất đai từng vùng. Sau đây là sản lượng cũng như chủng loại một số rau chủ yếu được gieo trồng tại Nhật Bản.

**Bảng 1: Chủng loại và sản lượng rau sản xuất tại Nhật Bản năm 1998**

*Đơn vị: Tấn*

Chủng loại	Sản lượng	Chủng loại	Sản lượng
Bắp cải	1.404.000	Dưa chuột	756.000
Cà rốt	648.000	Hành tây	1.355.000
Cà tím	458.800	Khoai tây	763.000
Cải bắc thảo	898.900	Rau diếp	506.300
Củ cải	1.902.000	Rau piman	159.600

*Nguồn: Hình ảnh Nhật Bản năm 2000.*

Sau thu hoạch, rau được chia làm hai loại: rau tươi và rau qua chế biến. Rau tươi được hiểu là rau tươi và rau được ướp lạnh ở nhiệt độ sấp xỉ 0°C. Sản xuất trong nước cung cấp khoảng 90% lượng rau tươi tiêu dùng trong nước. Rau chế biến gồm có rau sơ chế đông lạnh, rau khô, rau đóng hộp, rau cất và rau muối. Nhu cầu tiêu dùng các loại rau này tăng nhẹ trong các năm, nhưng khối lượng sản xuất vốn đã không tăng mà còn có xu hướng giảm và giảm mạnh nhất là rau đông lạnh. Năm 1993 sản xuất rau

đông lạnh trong nước đạt 112.037 tấn, đáp ứng 22% nhu cầu tiêu thụ trong nước, đến năm 1997 các con số này là 86.397 tấn và 12%.

Do địa hình trải dài từ bắc xuống nam tạo nên các vùng khí hậu khác nhau nên hoa quả của Nhật Bản cũng rất đa dạng, từ các loại quả nhiệt đới như dưa, cam, quýt, chuối... và các loại quả ôn đới như táo, nho, đào, lê.... Sản lượng quả năm 1997 của Nhật Bản như sau:

**Bảng 2: Sản lượng một số quả năm 1997 của Nhật Bản**

*Đơn vị: Tấn*

Chủng loại	Sản lượng	Chủng loại	Sản lượng
Táo	933.300	Nho	251.000
Cam	1.555.000	Đào	175.400
Lê	404.000	Hồng	301.700

*Nguồn: Hình ảnh Nhật Bản năm 2000.*

Năm 2001 tổng sản lượng quả có múi của Nhật Bản ước đạt 1,5 triệu tấn. Nhìn

chung, sản lượng quả có múi của Nhật giảm mạnh trong những năm qua, tổng sản lượng

năm 2001 chỉ bằng 82% so với năm 2000, chủ yếu là cam và quýt. Riêng về sản lượng cam, từ năm 1978 đến năm 1998 giảm 60%. Sản lượng táo, nho, lê có biến động nhẹ trong từng giai đoạn nhưng nhìn chung không thay đổi. Trong khi đó, nhu cầu về rau quả của người dân Nhật Bản ngày một tăng nên quốc gia này sẽ còn là thị trường nhập khẩu lớn.

Nhật Bản là nước nhập khẩu nông sản lớn thứ hai thế giới sau Liên minh Châu Âu. Năm 1997, nhập khẩu nông sản của Nhật Bản chiếm gần 11% tổng giá trị nhập khẩu nông sản thế giới và chiếm khoảng 20% tổng giá trị nhập khẩu của cả nước. Riêng về rau quả, hàng năm Nhật Bản phải nhập khẩu lượng lớn rau quả tươi và rau quả qua chế biến. Hơn nữa, khối lượng và giá trị nhập khẩu ngày càng tăng. Năm 1998, chỉ

tính riêng rau quả tươi và rau quả ướp lạnh Nhật Bản đã phải nhập khẩu trị giá 1.298,2 triệu USD.

Về rau nhập khẩu, năm 1998 giá trị rau tươi chiếm 30,8% với trị giá 826.785.000 USD, rau đông lạnh chiếm 19,5% với kim ngạch 542.714.890 USD, rau khô chiếm 3,4% với 94.500.000 USD, còn lại là các loại rau đóng hộp và rau muối, rau cắt. Nhật Bản chỉ nhập khẩu rau tươi khi trái mùa hoặc khi sản xuất trong nước không đủ đáp ứng nhu cầu trong nước. Từ năm 1994, thị phần rau nhập khẩu tăng dần. Năm 1998 thị phần nhập khẩu rau tươi đạt 15%, rau đông lạnh đạt gần 90% khối lượng tiêu thụ. Bảng 3 cho thấy các chủng loại và kim ngạch nhập khẩu các loại rau chủ yếu của Nhật Bản những năm gần đây.

**Bảng 3: Chủng loại và giá trị nhập khẩu một số loại rau quả**

*Đơn vị: Tán/Ingàn USD*

Tên mặt hàng	Năm 1997		Năm 1998		Năm 1999	
	Sản lượng	Giá trị	Sản lượng	Giá trị	Sản lượng	Giá trị
<b>Rau tươi</b>	<b>501.423</b>	<b>6.619</b>	<b>611.746</b>	<b>81.774</b>	<b>719.263</b>	<b>75.086</b>
Trong đó						
Hành	174.611	6.843	204.639	9.767	223.435	7.461
Bí ngô	135.665	12.183	128.875	11.853	153.946	9.872
Măng tây	21.078	12.053	19.894	11.022	24.466	11.893
Bắp cải, hoa lơ	75.216	14.471	118.614	19.075	133.855	17.178
Cà rốt, củ cải	13.305	1.057	34.009	2.643	53.490	2.937
<b>Rau đông lạnh</b>	<b>572.572</b>	<b>87.644</b>	<b>652.666</b>	<b>105.704</b>	<b>685.413</b>	<b>95.349</b>
Trong đó						
Khoai tây	241.120	29.870	266.651	35.230	281.190	31.159
Rau bina	30.633	3.422	45.814	5.683	44.426	4.872
Ngô ngọt	50.138	7.468	51.878	8.134	52.339	6.920
Rau trộn	31.356	5.490	35.445	6.970	37.494	6.571
Loại khác	219.280	41.388	25.877	49.686	269.964	45.917
<b>Tổng cộng</b>	<b>1.073.951</b>	<b>153.663</b>	<b>1.264.412</b>	<b>187.478</b>	<b>1.404.676</b>	<b>170.435</b>

*Nguồn: Xuất nhập khẩu Nhật Bản*

Về quả nhập khẩu, năm 1998 Nhật Bản nhập khẩu đạt giá trị 335,1 tỉ yên, trong đó chủ yếu là chuối chiếm 17,3%, tiếp đến là bưởi là 7,4%, cam 5%, chanh 4,8%, anh đào 1,9% v.v...Hầu hết những loại trái cây trên Nhật Bản không có hoặc có rất ít.

Những năm gần đây việc nhập khẩu các loại quả nhiệt đới cũng gia tăng. Trong suốt 5 năm từ năm 1992 đến năm 1996 Nhật Bản luôn đứng thứ 3 thế giới về nhập khẩu dứa. Dự tính nhập khẩu bưởi năm 2001 đạt 265 ngàn tấn và cam là 140 ngàn tấn.

**Bảng 4: Hoa quả tươi và ướp lạnh nhập khẩu**

Đơn vị: *Ngàn USD*

Tên hàng	Giá trị nhập khẩu	Tên hàng	Giá trị nhập khẩu
Dừa	1.183	Xoài, ổi, măng cụt	26.002
Chuối	436.815	Cam'	149.259
Dừa	45.657	Quýt	8.151
Quả bơ(lê)	13.539		

Nguồn: UNCTAD

Các thị trường nhập khẩu rau quả chính của Nhật Bản là Thái Lan, Đài Loan, Hàn Quốc, đặc biệt là Trung Quốc.

Đối với Thái Lan, Nhật Bản là thị trường tiêu thụ lớn nhất. Mỗi năm Thái Lan xuất sang Nhật Bản 50 đến 60 ngàn USD rau quả tươi và 60 đến 80 ngàn USD rau quả chế biến. Các sản phẩm rau quả Thái Lan xuất khẩu vào Nhật Bản tương đối giống Việt Nam và lại có chất lượng cao hơn, do vậy, nếu tham gia vào thị trường Nhật Bản, chúng ta không thể không quan tâm đến đối thủ cạnh tranh này.

Đối với rau, nguồn nhập khẩu rau tươi của Nhật Bản là Mỹ, Niu Di Lân, Trung Quốc, Mexico và Úc. Mỹ là nơi cung cấp các loại hành, cải hoa, súp lơ, bí ngô và măng tây, Niu Di Lân và Úc nằm ở nam bán cầu là nơi cung cấp rau tươi trái vụ cho Nhật Bản. Nhập khẩu rau tươi từ Trung

Quốc cũng tăng cao do những thuận lợi về địa lý. Về rau đông lạnh, Mỹ, Trung Quốc, Thái Lan, Đài Loan, Niu Di Lân là những nơi cung cấp chính cho Nhật Bản. Mỹ là nhà sản xuất khoai tây đông lạnh lớn nhất của Nhật Bản. Ngô ngọt và rau trộn cũng được nhập khẩu với số lượng lớn từ Mỹ. Ngoài ra, Nhật Bản còn nhập khẩu số lượng lớn đậu nành, đậu Hà Lan, đậu tây, rau bina và khoai sọ từ Trung Quốc.

Mỹ cũng là nhà sản xuất chính các loại quả có múi cho thị trường Nhật Bản. Năm 2001 bưởi của Mỹ chiếm hơn 80% . Cam tươi của Mỹ vẫn ổn định trong các kênh phân phối ở Nhật Bản nhờ nguồn cung ổn định. Xuất khẩu cam Navel California sang Nhật Bản đạt khá nhờ chất lượng tốt và độ Brix cao. Theo UNCTAD các thị trường nhập khẩu rau quả chính của Nhật Bản như

5.

**Bảng 5: Một số thị trường chính cung cấp rau quả cho Nhật Bản**

Tên hàng	Nước xuất khẩu
	Các loại rau tươi và ướp lạnh
Khoai tây	Úc
Cà chua	Hàn Quốc, Mỹ
Hành	Mỹ, Niu Di Lân, Thái Lan, Trung Quốc, Đài Loan, Pháp, Việt Nam, Hà Lan, Nam Phi, Úc, Italia
Tỏi	Trung Quốc(98%), Achentina, Mỹ, Hồng Kông, Úc
Tỏi tây	Trung Quốc, Bỉ, Úc, Philippin, Hà Lan, Đài Loan
Súp lơ, bắp cải	Mỹ, Trung Quốc, Úc, Đài Loan, Mexico
Cà rốt	Đài Loan, Mỹ, Niu Di Lân, Úc, Trung Quốc, Việt Nam
Dưa chuột	Hàn Quốc
Đậu các loại	Trung Quốc, Thái lan, Mỹ, Mexico, Việt Nam
Rau Actisô	Mỹ
Măng tây	Philippin, Mỹ, Úc, Niu Di Lân, Thái Lan, Trung Quốc, Pháp
Cà tím	Hàn Quốc
Nấm	Trung Quốc, Hàn Quốc, Canada, Mỹ, Ma rốc, Pháp, Hà Lan
Ốt ngọt	Hà Lan, Niu Di Lân, Hàn Quốc, Mỹ, Ả rập xê út

Sản	Thái Lan, Indônêxia, Brazil, Paragoay
Khoai lang	Trung Quốc
	Các loại quả tươi và quả ướp lạnh
Dừa	Philippin, Costarica, Brazil
Chuối	Philippin, Ecuador, Đài Loan, Trung Quốc, Thái Lan, Indônêxia, Malaysia
Ổi, xoài, măng cụt	Philippin, Mexico, Úc, Thái Lan, Mỹ, Đài Loan, Trung Quốc
Cam	Mỹ, Nam Phi, Úc, Tây Ban Nha, Chi Lê, Niu Di Lân
Quýt	Mỹ, Chi Lê, Niu Di Lân, Đài Loan, Hàn Quốc

Nguồn: UNCTAD

Bảng 5 cho thấy Việt Nam chưa phải là bạn hàng chủ yếu về mặt hàng rau quả của Nhật Bản mặc dù Việt Nam là một nước nông nghiệp nằm trong khu vực khí hậu nhiệt đới gió mùa có hơn 80% cư dân sống ở các vùng nông thôn với những đồng bằng rộng lớn đất đai phì nhiêu ở cả ba miền Bắc, Trung, Nam cũng như một số cao nguyên ở khu vực Tây Nguyên... rất thích hợp cho các loại rau và cây ăn quả ôn đới.

Theo tính toán, trồng rau quả ở Việt Nam thường có hiệu quả kinh tế hơn trồng

lúa 4 đến 5 lần, cá biệt có nơi cao gấp 10 lần. Trung bình người trồng rau đạt doanh thu khoảng 20 đến 25 triệu đồng trên 1 ha canh tác. Trong những năm gần đây, sản xuất rau quả tăng trung bình 4,6% về diện tích, 0,7% về năng suất và 5,1% về sản lượng. Tuy vậy, cho đến gần đây diện tích rau quả vẫn chỉ chiếm phần rất nhỏ trong tổng số diện tích đất nông nghiệp, chưa tương xứng với giá trị kinh tế của nó (xem bảng 6).

**Bảng 6: Cơ cấu cây trồng ở Việt Nam những năm gần đây**

Năm	Diện tích gieo trồng (triệu ha)	Trong đó (%)				
		Lương thực	Rau đậu	Cây CN ngắn ngày	Cây CN dài ngày	Cây ăn quả
1990	9,040	78,7	4,71	6,00	7,27	3,11
1991	9,410	79,2	4,52	6,15	7,04	2,91
1992	9,752	79,0	4,56	5,99	7,16	2,68
1993	9,979	78,0	4,76	6,00	7,60	2,97
1994	10,172	76,8	4,87	6,45	8,37	3,15
1995	10,497	76,0	4,91	6,83	8,52	3,30
1996	10,929	75,2	5,16	6,25	9,19	3,52
1997	11,316	73,6	5,25	6,43	10,06	3,76
1998	11,705	73,0	5,32	6,90	10,29	3,74

Nguồn: Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, số 1/2001, tr.38.

Là một nước nông nghiệp, hàng năm nông nghiệp Việt Nam đóng góp 25% tổng sản phẩm quốc nội và 1/3 thu nhập xuất khẩu, trong đó, 14-15% giá trị sản phẩm được tạo ra bởi ngành sản xuất rau quả. Theo ước tính, mỗi năm cả nước thu hoạch khoảng gần 4 triệu tấn trái cây (xấp xỉ một nửa sản lượng của Thái Lan là 9 triệu tấn) và 5,6 triệu tấn rau đạt giá trị 12.140 tỉ đồng năm 1999.

Rau quả là một trong những ngành sản xuất có nhiều tiềm năng của nông nghiệp Việt Nam nhưng cho đến nay chúng ta vẫn chưa có quy hoạch phát triển. Công tác điều tra khảo sát toàn diện trên phạm vi toàn quốc và từng vùng sinh thái đối với ngành rau, quả cũng chưa được tiến hành.

Chế biến rau quả ở nước ta cũng chưa được chú trọng. Cả nước hiện có 20 nhà máy và xưởng chế biến rau quả xuất khẩu

với tổng công xuất 100 ngàn tấn/năm. Hầu hết máy móc, thiết bị của các nhà máy chế biến rau quả đều nhập từ các nước XHCN trước đây như: Liên Xô, Đức, Hung ga ri, Ba Lan...đã qua sử dụng đến nay đã trên 30 năm, quá cũ và lạc hậu, do vậy, sản phẩm không đủ sức cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước. Mặt khác, do chưa có những vùng chuyên canh cho từng loại cây, nên nói về chủng loại rau và cây ăn quả của chúng ta rất phong phú, nhưng về sản lượng lại quá nhỏ bé đối với các nhà máy chế biến. Hầu hết các nhà máy chế biến rau quả đều không đủ nguyên liệu để hoạt động, thường chỉ đạt từ 20% đến 25% công xuất. Cá biệt như nhà máy chế biến cà chua xuất khẩu ở Hải Phòng, nhà máy chế biến hoa

quả Bắc Giang chỉ chạy dưới 10% công xuất. Các nhà máy chế biến dựa một năm chỉ hoạt động vài ba tháng v.v... là hết nguyên liệu. Cũng tương tự như vậy đối với các nhà máy chế biến nước hoa quả.

Hiện nay thị trường Nhật Bản chỉ chiếm khoảng 10% giá trị xuất khẩu rau quả của Việt Nam và mới chỉ chiếm 0,05% thị trường nhập khẩu rau quả của Nhật Bản. Theo thống kê của Bộ Thương mại, kim ngạch xuất khẩu rau quả sang Nhật Bản năm 1998 đạt 6,57 triệu USD, năm 1999 là 9,36 triệu USD và năm 2000 là 9,7 triệu USD. Thực tế cho thấy chúng ta còn có nhiều cơ hội tăng thị phần rau quả xuất khẩu sang Nhật Bản trong tương lai.

**Bảng 7: Kim ngạch xuất khẩu rau quả qua các năm**

*Đơn vị: Triệu USD*

Năm	1999	2000	2001	2002	2003
Kim ngạch	104,9	213,6	330	219,7	151,5

*Nguồn: Huy Hoàng- Tăng sức cạnh tranh cho rau quả, Thời báo kinh tế Việt Nam, số 63, ngày 19/4/2004.*

Hiện nay chúng ta mới chỉ xuất sang Nhật Bản một số mặt hàng rau quả tươi và một số sản phẩm quả đóng hộp dưới dạng bao tiêu sản phẩm tại các khu chế xuất. Phía đối tác Nhật Bản chịu trách nhiệm từ cung cấp giống cho tới khâu tiêu thụ sản phẩm như mô hình sản xuất rau cải xanh tại Nam Định hoặc như sản xuất nấm mỡ tại Đà Lạt.

Các sản phẩm xuất khẩu sang Nhật Bản có rau quả tươi, rau quả đóng hộp, rau quả sấy khô hoặc muối đông lạnh và rau gia vị. Rau tươi bao gồm: Khoai mỡ ruột trắng và tím, bí đỏ (loại vỏ xanh), đậu bắp (giống của Nhật), bông cải xanh (brocoli), cà tím dài, cà tím tròn, nấm mỡ, lá tía tô tím, su su mỡ... Quả tươi gồm: thanh long, vú sữa, hồng xiêm, xoài tượng, mận (roi), mận hậu (miền Bắc). Rau quả đóng hộp có: nấm hộp, dưa hộp, chôm chôm nhân dưa, vại hộp, táo nghiền nhuyễn. Rau quả sấy khô hoặc muối đông lạnh gồm có: chuối sấy, nấm muối, đậu cô ve đông lạnh, cà rốt thái

miếng đông lạnh, bí đỏ đông lạnh. Rau gia vị gồm có: tỏi đông lạnh và các loại hành.

Nhìn chung, rau quả của chúng ta chưa đủ sức cạnh tranh trong thị trường Nhật Bản, ở đây chỉ lấy Thái Lan làm ví dụ so sánh. Về số lượng chủng loại thì chúng ta chiếm ưu thế, nhưng về sản lượng và chất lượng thì chúng ta kém xa. Ngoài chuối, các loại quả khác của chúng ta không thể so sánh được với Thái Lan. Năm 1999 sản lượng cam, quýt, chanh của chúng ta là 405,1 ngàn tấn chưa bằng 2/3 sản lượng của Thái Lan năm 1994 là 697,419 ngàn tấn. Tương tự như vậy, năm 2000 sản lượng sầu riêng của chúng ta là 102 ngàn tấn chưa bằng 1/7 sản lượng của Thái Lan năm 1994.

Về chất lượng, chúng ta có quá nhiều chủng loại trong đó có nhiều giống chưa được tốt, không đồng đều, không thích hợp với thị trường xuất khẩu. Hiện nay, một số giống cây ăn quả bị thoái hoá, chất lượng thấp, quả nhỏ, nhiều hạt, mẫu mã

xấu, v.v... Mặt hàng chủ lực của Việt Nam là chuối và xoài nhưng chúng ta cũng không thể cạnh tranh được với Philippin và Thái Lan chủ yếu là do cước phí vận chuyển. Tuy vậy, chúng ta lại có những loại trái cây đặc sản mà các nước trong khu vực không có, nên không phải cạnh tranh như thanh long, vú sữa.

Về giá cả, trên thị trường Nhật Bản, rau quả của Trung Quốc và Thái Lan chiếm thị phần rất lớn. Lợi thế cạnh tranh của các nước này là giá rẻ, chất lượng cao, chúng ta phải vượt qua những khó khăn này mới có thể xâm nhập vào thị trường Nhật Bản. Ngoài nguyên nhân quan trọng là giống và kỹ thuật canh tác lạc hậu, hiệu quả thấp, còn có nguyên nhân về cước vận chuyển. Rau quả tươi của chúng ta xuất sang Nhật Bản và các nước khác bằng đường biển và các nước châu Âu bằng đường hàng không. Cước phí hàng vận chuyển đường biển của chúng ta cũng cao hơn các nước khác trong khu vực.

Vấn đề đặt ra là ngành rau quả Việt Nam cần phải tăng cường công tác chọn, lai tạo, áp dụng các thành tựu của công nghệ sinh học. Duy trì, cải thiện và phát triển các giống cây đã có để đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng và nhập các giống mới có chất lượng cao, có khả năng thích hợp với khí hậu nước ta. Có như vậy Việt Nam mới có những sản phẩm đồng nhất về hình dáng, chất lượng, trọng lượng, độ chín, kích cỡ... Mặt khác, ngành rau quả cũng cần chú trọng tới công việc chế biến, bảo quản sau thu hoạch, xây dựng những kho đông lạnh lớn ở những chợ đầu mối và ở những sân bay, bến cảng tạo thuận lợi cho việc xuất khẩu. Hiện nay, tổn thất sau thu hoạch của trái cây Việt Nam còn quá lớn tới 20% đến 25% sản lượng, trong khi đó, tổn thất này ở Malaysia và Indônêxia chỉ là 5%. Mặt khác, chúng ta phải làm sao hạ thấp được cước phí vận chuyển, hiện nay giá cước của chúng ta cao hơn các nước trong khu vực. Có như vậy chúng ta mới có thể hạ được giá thành sản phẩm và mới có thể cạnh tranh với sản

phẩm của các nước khác trong thị trường Nhật.

Ngoài ra, muốn sản phẩm thâm nhập được vào thị trường Nhật Bản, ngoài việc hiểu rõ tập quán tiêu dùng của người dân, các doanh nghiệp làm công việc xuất khẩu rau quả cũng phải nắm vững các chính sách quản lý nhập khẩu rau quả của Nhật Bản như: Thuế nhập khẩu, kiểm dịch thực vật, Luật vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn chất lượng, Luật bảo vệ người tiêu dùng và Luật trách nhiệm sản phẩm cũng như hệ thống phân phối và một vài tập quán thương mại và văn hoá kinh doanh của các doanh nghiệp Nhật Bản.

Như đã biết Nhật Bản bảo hộ cao cho ngành sản xuất nông nghiệp trong đó có rau quả. Trừ một số loại như hành tây, ngô non, còn các loại rau quả khác đều có mức thuế nhập khẩu là 5%. Hiện tại, Nhật Bản duy trì hạn ngạch với 22 loại nông sản khác nhau và Việt Nam đang được hưởng chế độ thuế xuất ưu đãi MFN và GSP. Thuế GSP thường thấp hơn thuế thông thường từ 3% đến 5%, còn thuế GSP thường dưới 5% hoặc bằng 0 nhưng chỉ áp dụng với một số ít mặt hàng. Kiểm dịch thực vật của Nhật Bản rất khắt khe. Tất cả các loại rau quả nhập khẩu đều phải đáp ứng đầy đủ các điều khoản của luật bảo vệ thực vật và phải có giấy chứng nhận tại các cảng biển hoặc sân bay mà qua đó hàng hoá được đưa vào Nhật Bản. Ngoài ra, rau quả nhập khẩu cũng phải đáp ứng được tiêu chuẩn chất lượng JAS và chứng nhận về bảo vệ môi trường Ecomark. JAS là luật về sản phẩm nông nghiệp Nhật Bản được người tiêu dùng đặc biệt tin tưởng, quy định các tiêu chuẩn về chất lượng, nhãn mác, đóng dấu chất lượng.

Hệ thống phân phối rau quả ở Nhật Bản tương đối công kênh, phức tạp và khác lạ so với Việt Nam. Mỗi kênh phân phối tương ứng với mỗi loại hàng hoá khác nhau. Thông thường, đối với rau quả tươi, sơ đồ phân phối như sau: nhà nhập khẩu --> nhà bán buôn hoặc chuyên doanh --> nhà bán lẻ --> người tiêu dùng hoặc từ nhà nhập khẩu



thông qua nhà chế biến rồi đến tay người tiêu dùng. Do vậy, muốn hạ giá thành sản phẩm cũng phải lựa chọn kênh phân phối hợp lý, giảm bớt khâu trung gian cũng như giảm thời gian lưu thông ảnh hưởng tới chất lượng sản phẩm. Muốn vậy, chúng ta phải tìm được những đối tác thích hợp. Thường thì người Nhật Bản mất khá nhiều thời gian vào việc xây dựng mối quan hệ cá nhân và tìm hiểu đối phương

Đối với Việt Nam, ngoài mặt số lượng và chất lượng của sản phẩm chúng ta phải đẩy mạnh công tác tiếp thị, tìm hiểu thị trường. Nghiên cứu tổng hợp về thị trường bao gồm nghiên cứu khách hàng, nghiên cứu hàng hoá và xác định quy mô của thị trường. Hiện nay chúng ta chủ yếu nắm thông tin về thị trường Nhật Bản thông qua những đơn đặt hàng do đối tác Nhật Bản chủ động và những thông tin của Tổ chức Xúc tiến xuất nhập khẩu Nhật Bản (JETRO). Công tác tìm hiểu thị trường cũng được các doanh nghiệp bước đầu chú trọng. Năm 1999, riêng Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã tổ chức trên 20 đoàn với gần 500 thương nhân tham gia đi nghiên cứu thị trường nước ngoài. Cũng trong năm 1999 thành phố Hồ Chí Minh đã tổ chức được 18 đoàn với 220 thương nhân tham gia, chưa kể số đi lẻ lẻ. Theo khảo sát của Cục Xúc tiến thương mại, việc tổ chức các chuyến đi khảo sát của các doanh nghiệp còn lúng túng, thiếu bài bản, thiếu hiệu quả vì các doanh nghiệp này thiếu sự chuẩn bị thích hợp và chưa biết cách tận dụng cơ hội này một cách tốt nhất.

Hội chợ, triển lãm thương mại cũng là một loại hình của xúc tiến và hỗ trợ kinh doanh được đánh giá cao. Nó tạo điều kiện cho người mua tìm được người bán. Một số công ty còn coi hội chợ triển lãm là dịp để tìm kiếm đại lý, quy tụ các khách hàng tiềm năng. Tham gia vào hội trợ triển lãm, các doanh nghiệp còn có thể học hỏi, thu thập các thông tin về sản phẩm, các biện pháp marketing của những doanh nghiệp đang chiếm lĩnh hàng đầu trên thị trường cũng

như đánh giá ngay được phản ứng của khách hàng với sản phẩm. Nhưng tham gia hội chợ triển lãm ở nước ngoài nhất là ở Nhật Bản rất tốn kém. Trong điều kiện kinh doanh của ta đang có nhiều khó khăn về mặt tài chính việc tham gia hội chợ triển lãm nào cần có sự lựa chọn, tính toán hiệu quả.

Nghiên cứu, tìm hiểu và xây dựng chiến lược thị trường là một khối lượng công việc rất lớn, không một đơn vị sản xuất, kinh doanh nào có thể một mình đảm đương nổi, do đó cần phải có tổ chức chuyên trách công việc này, đó là hiệp hội xuất khẩu rau quả. Các hiệp hội như vậy đã xuất hiện ở nhiều nước trên thế giới, đặc biệt quan trọng trong giai đoạn khi các nước bắt đầu bước vào kinh tế thị trường như Việt Nam hiện nay.

Trên đây là nội dung chính về thị trường nhập khẩu rau quả của Nhật Bản và hiện trạng xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào thị trường này cũng như một số giải pháp mà ngành rau quả của chúng ta cần phải thực hiện để có thể bán được nhiều hàng hoá ở thị trường đầy tiềm năng này như kế hoạch của ngành rau quả đã đề ra.

### **TAI LIỆU THAM KHẢO**

1. Huy Hoàng- *Tăng sức cạnh tranh cho rau quả*, Thời báo Kinh tế Việt Nam, số 63, ngày 19/4/2004.
2. Tấn Huân- *Tìm thương hiệu cho trái cây Việt Nam*, Kinh tế Việt Nam & Thế giới, bản tin hàng ngày của TTXVN, số 1570, ngày 21/4/2004.
3. Số liệu thống kê Nông-lâm-ngư nghiệp Việt Nam 1975-2000, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2000.
4. Hoàng Tuyết Minh, Trần Minh Nhật, Vũ Tuyết Lan- *Chính sách và giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm rau quả*, Nxb. Nông nghiệp, Hà Nội, 2000.
5. Viện Nghiên cứu cây ăn quả Miền Nam- *Hội thảo thương mại hoá trái cây nhiệt đới lần thứ hai*, Cần Thơ, tháng 4/2001.
6. Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, số 1 và số 3, năm 2001.
7. Tạp chí Nghiên cứu Nhật Bản, số 2/1999.