

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH TẾ ĐÊM TẠI VIỆT NAM¹

ThS. Hoàng Thị Hương Lan

Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

TS. Vũ Thị Lộc

Vụ Kế hoạch - Bộ Công Thương

Phát triển "kinh tế đêm" là một xu hướng tất yếu của các nền kinh tế trên thế giới hiện nay và trở thành động lực mới cho tăng trưởng kinh tế của Việt Nam. Nước ta có tiềm năng lớn cho phát triển kinh tế đêm do những thành tựu trong tăng trưởng và phát triển kinh tế, phát triển mạnh mẽ hoạt động du lịch, quá trình đô thị hóa nhanh tại các đô thị lớn và sự gia tăng về thu nhập, mức sống dân cư, nhất là của tầng lớp trung lưu. Tuy nhiên, kinh tế đêm mới chỉ xuất hiện manh mún tại một số đô thị và các trung tâm du lịch, chưa định hình thành một khu vực kinh tế được tổ chức chuyên nghiệp và có đóng góp cho tăng trưởng GDP cũng như cho phát triển kinh tế - xã hội. Để phát triển kinh tế đêm có hiệu quả cần xây dựng khung pháp lý và chính sách phù hợp với điều kiện của Việt Nam nói chung và của từng ngành, địa phương nói riêng, đảm bảo phù hợp với xu hướng phát triển chung, đáp ứng nhu cầu của thị trường và đóng góp quan trọng cho phát triển kinh tế - xã hội theo hướng bền vững. Bài viết phân tích thực trạng phát triển kinh tế đêm, từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển kinh tế đêm tại Việt Nam trong giai đoạn mới.

Từ khóa: Kinh tế đêm; Phát triển kinh tế đêm.

1. Tiềm năng phát triển kinh tế đêm ở Việt Nam

Trong 10 năm qua, quá trình đô thị hóa ở nước ta diễn ra mạnh mẽ, thể hiện qua tỷ lệ dân số thành thị có xu hướng tăng (từ 30,4% năm 2010 lên 35,1% năm 2019) và tỷ lệ dân số nông thôn giảm nhanh (từ 69,6% năm 2010 xuống 65% năm 2019). Đáng chú ý, tại các khu đô thị có sự tập trung dân số trẻ; các thành phố, khu đô thị lớn có nền văn hóa nghệ thuật và ẩm thực đa dạng, đặc sắc, có mức độ hội nhập và toàn cầu hóa cao, thời tiết ban đêm tương đối phù hợp cho các hoạt động về đêm (không có các hình thái thời tiết cực đoan). Chuyển dịch trong cơ cấu dân số hiện nay của nước ta tạo ra những thay đổi trong tiêu dùng của dân cư, có tác động tích cực đến các hoạt động kinh tế đêm khu vực thành thị nói chung, trong đó có hoạt động mua sắm hàng hóa vào ban đêm.

Cùng với sự phát triển kinh tế ổn định, quá trình đô thị hóa, hệ thống giao thông ở nước ta ngày càng được đầu tư và hoàn thiện theo hướng đồng bộ, từ giao thông đường bộ, đường hàng không, đến đường thủy, đường sắt..., tạo điều kiện thuận lợi trong việc vận chuyển hành khách và hàng hóa, làm gia tăng nhu cầu đi lại, du lịch của khách du lịch trong nước và quốc tế, từ đó góp phần phát triển kinh tế đêm ở nước ta.

2. Thực trạng phát triển kinh tế đêm tại Việt Nam

* Những kết quả bước đầu đạt được:

- Nhận thấy sự cần thiết và tầm quan trọng của kinh tế đêm, ngày 27/7/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ký ban hành Quyết định số 1129/QĐ-TTg phê duyệt "Đề án phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam", với mục tiêu khai thác

¹ Bài báo là một phần của kết quả nghiên cứu nhiệm vụ: "Nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm phát triển kinh tế đêm ở Việt Nam trong lĩnh vực ngành công thương".

tiềm năng phát triển kinh tế ban đêm, tận dụng tối đa cơ hội phát triển kinh tế mới, nâng cao thu nhập và đời sống của người dân, đồng thời hạn chế những rủi ro, tác động tiêu cực đối với công tác bảo đảm an ninh chính trị và trật tự an toàn xã hội.

- Có thể thấy, kinh tế đêm góp phần phát triển nền kinh tế, tạo công ăn việc làm, thu nhập cho người lao động và tận dụng tối đa các tài nguyên, nguồn lực tại chỗ để thu hút khách du lịch, tạo động lực mới cho sự phát triển kinh tế - xã hội.

- Hiện nay, một số đô thị và trung tâm du lịch lớn của cả nước như Thành phố Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hội An, Sa Pa, Huế... đã phát triển các hoạt động kinh tế đêm dưới các loại hình như khu phố đi bộ, khu mua sắm, khu ẩm thực, cửa hàng tiện lợi, chợ đêm, một số các hoạt động nghệ thuật, giải trí đường phố vào ban đêm. Hiện cả nước có khoảng gần 20 chợ đêm phục vụ du lịch, khoảng 1.000/2.300 cửa hàng tiện lợi hoạt động 24/24 giờ, tập trung ở TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội².

- Thành phố Hà Nội hiện mới chỉ có một khu vực tập trung hoạt động kinh tế đêm nằm ở khu phố cổ. Để tạo điều kiện cho hoạt động kinh doanh dịch vụ ban đêm phát triển tại khu vực phố cổ, thành phố đã cho phép các hoạt động kinh doanh tới 2h sáng và chợ đêm hoạt động vào 3 ngày cuối tuần trên các tuyến phố như Hàng Đào và phố đi bộ tại khu vực Bờ Hồ, bên cạnh đó một số hoạt động trình diễn nghệ thuật đường phố đã manh nha xuất hiện.

- Thành phố Hồ Chí Minh cũng đã phát triển các khu phố kinh doanh về đêm tại một số khu phố và phố đi bộ, với các loại hình ẩm thực, quán bar, quán cà phê, trình diễn nghệ thuật và đang có kế hoạch phát triển phố chuyên doanh ẩm thực về đêm để thu hút khách du lịch, từ đó thúc đẩy phát triển kinh tế đêm.

- Thành phố Vũng Tàu đã lập quy hoạch chi tiết 1/500 trục đường Thùy Vân - Bãi Sau, trong đó có các tuyến phố đi bộ và khu dịch vụ du lịch phục vụ du khách và người dân vào ban đêm.

- Thành phố Huế đang triển khai dự án “Sáng và sống” nhằm tạo ra thêm nhiều dịch vụ về đêm cho du khách và được du khách đánh giá cao, như việc đưa vào hoạt động hệ thống chiếu sáng kỳ đài, phố đi bộ tại Huế.

- Tỉnh Quảng Bình đang xây dựng hai sản phẩm du lịch ban đêm, đó là khám phá thành phố Đồng Hới ban đêm bằng xe điện và phố chợ đêm.

- Riêng đối với ngành công thương, phát triển kinh tế đêm chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực bán buôn, bán lẻ, thông qua các trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tiện lợi, chợ đêm..., do đó các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm phát triển kinh tế đêm, các hoạt động quản lý hàng hóa lưu thông vào ban đêm, quản lý vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm, cung cấp cơ sở hạ tầng, điện, nước... phục vụ các hoạt động dịch vụ kinh tế đêm là hết sức quan trọng.

** Một số hạn chế, tồn tại:*

- Tuy nhiên, đi kèm với những kết quả bước đầu đã đạt được và những điểm sáng, thực trạng phát triển kinh tế đêm tại Việt Nam đang tồn tại những bất cập:

- + Phát triển kinh tế đêm (kinh tế đêm) đã hình thành tại Việt Nam, tuy nhiên, mới chỉ xuất hiện manh mún tại một số đô thị và các trung tâm du lịch lớn, chưa định hình thành một khu vực kinh tế có đóng góp quan trọng vào tăng trưởng GDP, chưa được quản lý một cách bài bản và chưa có báo cáo, thống kê cụ thể về đóng góp của kinh tế đêm vào phát triển kinh tế - xã hội.

- + Các hoạt động kinh doanh ban đêm hiện nay chưa được quản lý một cách bài bản, chưa được quảng bá sâu rộng, chưa đủ để tạo điểm nhấn trong mắt khách du lịch thập phương, chưa đủ hấp dẫn để thu hút khách du lịch quay lại nhiều lần, trong khi nhu cầu khám phá, vui chơi giải trí vào ban đêm đang ngày càng gia tăng trong các tầng lớp dân cư tại các đô thị.

- + Một số địa phương đã có các chương trình, kế hoạch phát triển kinh tế đêm, tuy

²<https://tuoitre.vn/viet-nam-thuc-day-nen-kinh-te-ban-dem-nhu-the-nao-20190722085334303.htm>

nhien, các hoạt động kinh tế đêm mới chỉ xuất hiện trên cơ sở khai thác lợi thế sẵn có của địa phương với quy mô nhỏ, phát triển mang tính thí điểm.

- Các hoạt động kinh tế đêm tại Việt Nam còn nghèo nàn, đơn điệu, phát triển ở quy mô nhỏ và chưa được tổ chức chuyên nghiệp, dẫn đến hiệu quả thấp.

+ Thực tế tại nhiều địa phương, các hoạt động kinh tế đêm như các chương trình giải trí, văn hóa vào ban đêm, hệ thống khu ẩm thực, khu mua sắm còn đơn điệu nên chưa hấp dẫn du khách. Các loại hình hoạt động kinh tế đêm hiện nay rất đơn điệu và phát triển ở quy mô nhỏ, chỉ mới tập trung vào các hoạt động ẩm thực và chợ đêm, hoặc phố đi bộ với quy mô rất nhỏ và mang tính thí điểm. Các hoạt động về giải trí, biểu diễn nghệ thuật vào ban đêm, hệ thống các cửa hàng, siêu thị, các khu mua sắm đêm sầm uất chưa được hình thành tại các đô thị lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, còn đối với các khu du lịch ở các địa phương xa hơn thì các hoạt động này chủ yếu mang tính nhỏ lẻ, tự phát của người dân hơn là do quy hoạch phát triển của chính quyền địa phương.

+ Mặc dù một số khu vực như khu phố cổ ở Hà Nội, khu phố Bùi Viện, Phạm Ngũ Lão ở TP. Hồ Chí Minh được xem là điểm đến của khách du lịch, Việt Nam chưa phát triển được các thương hiệu nổi bật để hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước, từ đó thúc đẩy phát triển kinh tế đêm. Một số địa bàn du lịch nổi tiếng như Hội An, Sapa, Mũi Né... đều chưa đa dạng hóa được các dịch vụ phát triển về đêm để khai thác tối đa hoạt động của khách du lịch.

+ Các địa phương mới chỉ phát triển kinh tế đêm với quy mô nhỏ ở một vài địa điểm mà chưa hình thành được hệ thống đa dạng các khu vực kinh tế đêm của địa phương và kết nối với nhau từ du lịch tới ẩm thực, trình diễn nghệ thuật và các hoạt động thể thao, chăm sóc sức khỏe...

- Công tác quy hoạch, xây dựng chính sách và khung pháp lý cho hoạt động kinh tế đêm của Việt Nam còn chưa được quan tâm và chưa được tích hợp vào trong quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của cả nước. Việt Nam chưa có

chiến lược/kế hoạch/chương trình hành động để phát triển có hiệu quả kinh tế đêm ở cấp độ quốc gia, ngành và địa phương.

+ Mặc dù thời gian qua, nhiều địa phương, doanh nghiệp đã quan tâm và phát triển các hoạt động kinh doanh, dịch vụ ban đêm, song do chưa có các hướng dẫn cụ thể nên việc quy hoạch phát triển còn nhiều điểm chưa hợp lý, dẫn đến hoạt động của các loại hình kinh doanh, dịch vụ ban đêm chưa thực sự hiệu quả.

+ Các hoạt động về phát triển kinh tế đêm chưa được tích hợp vào trong quy hoạch phát triển tổng thể kinh tế - xã hội của các địa phương, do đó chưa có các chính sách hỗ trợ phát triển kinh tế đêm như thiết lập hệ thống hạ tầng (giao thông công cộng, cung ứng điện, xử lý chất thải, bảo đảm an ninh - an toàn...), đồng thời chưa có các quy hoạch riêng về hạ tầng cho phát triển kinh tế đêm mà chủ yếu phát triển dựa trên hệ thống hạ tầng hiện có với vị trí gần khu dân cư, không gian đô thị chật hẹp, dẫn đến hạn chế rất nhiều sự phát triển hoạt động của kinh tế đêm.

+ Việc thiết lập khung giờ cho các hoạt động kinh tế đêm chủ yếu vẫn áp dụng quy định sau 11 giờ đêm, các hoạt động vui chơi, giải trí phải dừng lại. Thực tế, pháp luật hiện hành không quy định về “giờ giới nghiêm” mà chỉ có quy định thời gian được phép kinh doanh trong ngày của một số loại hình như bar, vũ trường. Do nhu cầu từ thị trường nên vừa qua, một số địa phương có lợi thế về phát triển du lịch đã đưa ra các chính sách điều tiết ban đầu nhằm thúc đẩy kinh tế đêm, từ chỗ lựa chọn vị trí, thay đổi khung giờ cho phép các hoạt động kinh doanh..., như tại Hà Nội, các điểm kinh doanh nhà hàng, quán bar trên địa bàn quận Hoàn Kiếm được mở cửa đến 2 giờ sáng vào 3 ngày cuối tuần với điều kiện phải đảm bảo về an toàn, an ninh, không gây ồn ào và nghiêm cấm bán rượu bia cho trẻ em.

- Phát triển kinh tế đêm tại Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều rủi ro, thách thức.

Mặc dù phát triển kinh tế đêm mang lại nhiều đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội, song cũng nảy sinh nhiều vấn đề liên quan đến an ninh trật tự ở địa phương; ô nhiễm tiếng ồn, rác

thải; áp lực lên hệ thống hạ tầng hiện có chủ yếu phục vụ cho kinh tế ban ngày (hệ thống giao thông, xử lý chất thải, cung cấp điện, nước...); phát sinh các vấn đề về tệ nạn xã hội như tội phạm, mại dâm, sự lai căng về văn hóa; tình trạng chiếm dụng trái phép không gian công cộng phục vụ cho hoạt động kinh doanh như lấn chiếm vỉa hè, lòng đường; khó khăn trong kiểm soát các vấn đề về vệ sinh, an toàn thực phẩm, kiểm soát chất lượng hàng hóa, xuất xứ hàng hóa, giá cả hàng hóa được bày bán tại các khu vực phát triển kinh tế đêm.

3. Một số giải pháp phát triển kinh tế đêm tại Việt Nam

** Về phía Chính phủ:*

– *Giao cơ quan đầu mối triển khai xây dựng “Đề án phát triển kinh tế đêm của Việt Nam”.* Do phát triển kinh tế đêm có liên quan đến nhiều bộ, ngành và địa phương, do đó đề án cần có một cơ quan đầu mối chủ trì với sự tham gia của các bộ, ngành và địa phương liên quan chịu trách nhiệm nghiên cứu, đánh giá tổng thể về phát triển kinh tế đêm và xây dựng Đề án phát triển kinh tế đêm ở Việt Nam để làm cơ sở đề xuất các quan điểm, định hướng và giải pháp phát triển kinh tế đêm phù hợp với điều kiện của Việt Nam, đồng thời đề xuất các cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển kinh tế đêm.

– Chỉ đạo các địa phương đưa nội dung quy hoạch phát triển kinh tế đêm vào trong nội dung quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của các tỉnh, thành phố. Trong đó, cần quy hoạch rõ các khu vực, địa bàn, tuyến đường tập trung phát triển kinh tế đêm; các khu vực trung tâm và vệ tinh; các loại hình dịch vụ kinh tế đêm chủ yếu cần được phát triển và các chính sách hỗ trợ, ưu đãi để thu hút doanh nghiệp tham gia đầu tư phát triển các hoạt động và dịch vụ vui chơi, giải trí, mua sắm về đêm (như nhà hàng, quán bar, phố ẩm thực, các loại hình văn hóa, lễ hội, nghệ thuật đường phố), đáp ứng nhu cầu của dân cư và khách du lịch, đặc biệt là phục vụ nhu cầu của khách du lịch về ban đêm. Đồng thời, nội dung quy hoạch cần chú trọng các quy định đảm bảo mục tiêu phát triển bền vững như các quy định, tiêu chuẩn về tiếng ồn, ánh sáng,

vị trí, khoảng cách so với khu dân cư, bệnh viện, trường học, hạ tầng cần thiết (hệ thống thu gom và xử lý chất thải, hệ thống hạ tầng công cộng, cơ quan quản lý trật tự - an ninh...).

– Chỉ đạo các bộ, ngành có liên quan xây dựng Đề án phát triển kinh tế đêm đối với ngành, lĩnh vực và địa phương; rà soát, hoàn thiện chính sách và khung pháp lý về phát triển kinh tế đêm, với các quy định về giới nghiêm, thời gian hoạt động, giấy phép hoạt động, khu vực hạn chế, chính sách về giao thông tạo thuận lợi cho phát triển kinh tế đêm; chính sách về an ninh, an toàn; chính sách hỗ trợ tạo điều kiện cho thương nhân, người tiêu dùng, khách du lịch tham gia vào phát triển kinh tế đêm... Có chính sách thúc đẩy phát triển đa dạng hóa các loại hình dịch vụ kinh tế đêm và phát triển đồng bộ hệ thống các dịch vụ hỗ trợ, hệ thống hạ tầng đô thị để đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế đêm như hệ thống hạ tầng giao thông, hạ tầng điện, nước...

– *Lựa chọn thực hiện thí điểm phát triển kinh tế đêm tại một số thành phố lớn và một số khu du lịch lớn trên cả nước* như Thành phố Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Quảng Ninh, Vũng Tàu, Đà Lạt, Sa Pa, Hội An..., trong đó, cần nhấn mạnh đến các yếu tố về thương hiệu kinh tế đêm của các địa phương, chú trọng đến các hoạt động mang đậm bản sắc văn hóa bản địa để khuyến khích khách hàng trải nghiệm nhiều hơn và chi tiêu nhiều hơn; xem xét cho phép các địa phương có cơ chế chính sách riêng nhằm định hướng và tạo điều kiện cho các đô thị lớn và các địa bàn tập trung du lịch phát triển kinh tế đêm tại địa phương.

– Mỗi địa phương cần định hướng và lựa chọn một số nhóm ngành kinh tế đêm để bố trí tập trung nguồn lực đầu tư phát triển, thu hút và kêu gọi các nhà đầu tư trong và ngoài nước, từ đó hình thành được hệ thống đa dạng các khu vực kinh tế đêm của các địa phương và tăng cường kết nối chặt chẽ với nhau từ du lịch tới ẩm thực, mua sắm, trình diễn nghệ thuật và các hoạt động thể thao, chăm sóc sức khỏe...; đồng thời tăng cường xúc tiến thương mại để quảng bá và thu hút khách du lịch và người dân tham gia các hoạt động kinh tế đêm tại địa phương.

– Xây dựng “*Cẩm nang hướng dẫn về phát triển kinh tế đêm*” để hướng dẫn cho các nhà quản lý ở các cấp trung ương và địa phương, doanh nghiệp, hiệp hội và các bên liên quan, từ đó quản lý tốt các hoạt động dịch vụ kinh tế đêm, nhất là giải quyết tốt các vấn đề liên quan đến an ninh trật tự ở địa phương, ô nhiễm tiếng ồn, rác thải, các vấn đề về tệ nạn xã hội như tội phạm, mại dâm, sự lai căng về văn hóa, cũng như các vấn đề về vệ sinh, an toàn thực phẩm, kiểm soát chất lượng, xuất xứ, giá cả hàng hóa trong các khu vực phát triển kinh tế đêm.

* *Về phía các bộ, ngành và địa phương:*

– Tổ chức nghiên cứu kinh nghiệm của các nước về phát triển kinh tế đêm liên quan đến ngành, lĩnh vực mà bộ, ngành và địa phương phụ trách, từ đó có các giải pháp để phát triển kinh tế đêm đối với các hoạt động có liên quan đến ngành, lĩnh vực của đơn vị mình; đề xuất, kiến nghị với Chính phủ đối với các vấn đề, giải pháp vượt thẩm quyền quản lý của mình.

– Xây dựng Đề án phát triển kinh tế đêm đối với ngành, lĩnh vực và địa phương theo sự chỉ đạo thống nhất của Chính phủ, đồng thời chủ động rà soát, bổ sung và hoàn thiện chính sách và khung khổ pháp lý để tăng cường công tác quản lý, hỗ trợ phát triển kinh tế đêm đối với các hoạt động có liên quan đến ngành, lĩnh vực và địa phương; lồng ghép các nội dung về phát triển kinh tế đêm vào trong Quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, các chương trình, kế hoạch phát triển của ngành, lĩnh vực và địa phương.

– Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát đối với các hoạt động kinh doanh đêm trên địa bàn và do bộ, ngành mình phụ trách; tăng cường công tác phối hợp liên ngành trong quản lý, phát triển kinh tế đêm liên quan đến các vấn đề như: văn hóa - nghệ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm soát chất lượng, xuất xứ, giá cả hàng hóa bày bán trong các khu vực phát triển kinh tế đêm, hạ tầng (giao thông, điện, nước, xử lý chất thải, ô nhiễm tiếng ồn, rác thải), an ninh, trật tự và an toàn, quản lý khách du lịch, nhất là khách quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Andreina Seijas (2018), A guide to managing your night time economy, Sound Diplomacy, London.
2. [Http://vneconomy.vn/thay-gi-tu-nhung-con-so-sieu-khung-cua-kinh-te-ban-dem-20190830120407344.htm](http://vneconomy.vn/thay-gi-tu-nhung-con-so-sieu-khung-cua-kinh-te-ban-dem-20190830120407344.htm).
3. Đăng Khôi (2019), “Kinh tế ban đêm - Những con số hấp dẫn và thách thức chờ đợi”, www.baodautu.vn. Truy cập ngày 25/11/2019.
4. Nguyễn Minh Phong (2019), “Kinh tế ban đêm - Cửa sáng cho ngành du lịch”, www.nhandan.org.vn. Truy cập ngày 11/11/2019.

KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA VỀ PHÁT TRIỂN KHO LẠNH, VẬN TẢI LẠNH PHỤC VỤ HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU³

**TS. Đặng Thanh Phương; ThS. Nguyễn Thị Trà Giang;
ThS. Nguyễn Minh Thắng**
Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

Phát triển kho lạnh, vận tải lạnh đóng vai trò ngày càng quan trọng, đặc biệt là sản xuất, phân phối và xuất khẩu hàng nông sản nhằm tăng thời gian lưu trữ, giảm hao hụt, hư hỏng, tăng giá trị gia tăng cho sản phẩm. Bài báo phân tích kinh nghiệm phát triển kho lạnh, vận tải lạnh trong logistics thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của một số quốc gia như Thái Lan, Trung Quốc, Hàn Quốc... và rút ra bài học cho Việt Nam.

Từ khóa: Kho lạnh; Logistics; Vận tải lạnh; Xuất khẩu nông sản.

1. Khái niệm và vai trò của kho lạnh, vận tải lạnh trong logistics thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản

1.1. Khái niệm kho lạnh, vận tải lạnh

Kho lạnh và vận tải lạnh là hai cấu phần logistics cơ bản của một chuỗi cung ứng lạnh - một khái niệm khá phổ biến ở các nước có nền nông nghiệp phát triển. Trong đó, (1) Mạng lưới nhà kho lạnh là những nhà kho được kiểm soát nhiệt độ để bảo quản các mặt hàng nhạy cảm và dễ hỏng; (2) Hệ thống vận tải lạnh gồm các loại phương tiện chuyên chở như xe tải, container lạnh, các thiết bị chuyên dụng cho hoạt động vận chuyển và giao nhận kiểm tra, duy trì nhiệt độ lạnh cần thiết.

Kho lạnh và vận tải lạnh với khả năng kiểm soát và duy trì nhiệt độ thích hợp với các loại hàng hóa có yêu cầu bảo quản lạnh khác nhau, nhằm bảo đảm và kéo dài tuổi thọ của các mặt hàng nhạy cảm với nhiệt độ cao như sản phẩm nông nghiệp, thủy hải sản, hàng đông lạnh chế biến, hoa tươi cắt cành, các sản phẩm dược phẩm đặc biệt.

1.2. Vai trò của kho lạnh, vận tải lạnh

- Kho lạnh và vận tải lạnh giúp duy trì và kéo dài chu kỳ sống cho sản phẩm trong tình trạng an toàn, do vậy gia tăng giá trị cho các sản phẩm dễ hỏng. Nghiên cứu cho thấy, sử dụng kho lạnh và vận tải lạnh có thể giúp rau quả kéo dài thời gian sử dụng từ 2 - 3 ngày lên 7 ngày, từ đó giảm được hao hụt đến 60 - 70%. Theo nghiên cứu của CEL Consulting, trung bình 25,4% sản phẩm nông sản được sản xuất bị hư hỏng trước khi được đưa đến các nhà máy chế biến hoặc trung tâm phân phối. Điều tra của FAO từng chỉ ra, tổn thất sau thu hoạch lúa gạo tại Đông Nam Á vào khoảng 10 - 37%. Trong đó, tổn thất trong giai đoạn bảo quản có thể lên đến 6% khi điều kiện bảo quản quá nghèo nàn. Sự hao hụt này gồm cả hao hụt trọng lượng và suy giảm về chất lượng. Chẳng hạn khi hạt tự bốc nóng thì hao hụt về trọng lượng có thể lên tới 3 - 8%. Hay khi rau quả tiếp xúc với ánh nắng, không khí, nhiệt độ cao, vitamin C có trong nhiều loại rau quả như cam, quýt, dâu tây, cà chua, ổi, bông cải xanh, khoai lang, khoai tây... sẽ dễ hao hụt, "bay hơi".

³ Bài báo là một sản phẩm của đề tài cấp Bộ "Phát triển dịch vụ logistics thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030", Bộ Công Thương, 2020.

Như vậy, kho lạnh và vận tải lạnh không chỉ giữ rau quả thực phẩm tươi ngon, chất lượng mà còn giúp bảo đảm an toàn, bảo vệ sức khỏe cho con người. Theo nghiên cứu từ Nielsen, người dân ngày càng tăng dần chỉ tiêu cho sức khỏe và quan tâm tới thực phẩm tươi, tự nhiên. Thỏa mãn tiêu chí này là nhà sản xuất, nhà bán lẻ đã có thể nâng cao chất lượng cuộc sống và gia tăng sự hài lòng của khách hàng.

– *Kho lạnh và vận tải lạnh* là những mắt xích kết nối hệ thống quản lý thông tin hoạt động logistics trong chuỗi cung ứng hàng nông sản xuất khẩu. Nhờ đó, kho lạnh và vận tải lạnh không chỉ giúp tối ưu hóa thời gian và chi phí mà còn nâng cao hiệu quả, sức mạnh của sản phẩm trên thị trường. Việc sử dụng kho lạnh và vận tải lạnh còn có thể trở thành một phần quan trọng của chiến lược thương hiệu sản phẩm, đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt hơn, đạt thị phần, lợi nhuận cao hơn và giảm được rủi ro. Xét về tổng thể, áp dụng kho lạnh và vận tải lạnh trong dịch vụ logistics thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống và góp phần thúc đẩy nền kinh tế theo hướng bền vững.

2. Kinh nghiệm của một số quốc gia trong phát triển kho lạnh và vận tải lạnh thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản

Từ hai thập niên qua, các quốc gia phát triển như Pháp, Đức, Phần Lan, Tây Ban Nha, Mỹ... đã thúc đẩy đầu tư và trở thành những nước có hệ thống kho lạnh và vận tải lạnh phát triển nhanh nhất thế giới. Sản phẩm nông sản ở các nước này có giá trị gia tăng 100%, trong khi Ấn Độ, Trung Quốc lại khiêm tốn hơn, chỉ 7% ở Ấn Độ và 23% ở Trung Quốc.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, xuất khẩu nông sản, hoa quả, thủy sản gia tăng. Hơn hết, giữa đại dịch COVID-19, thế giới cần đến những cách thức giúp lưu trữ, bảo quản sản phẩm được lâu hơn và đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Chính vì vậy, việc sử dụng kho lạnh và vận tải lạnh ngày càng được quan tâm, phát triển.

2.1. Phát triển kho lạnh và vận tải lạnh thúc đẩy xuất khẩu nông sản tại Thái Lan

Để đáp ứng được nhu cầu xuất khẩu ngày càng tăng này, ngành logistics phục vụ xuất khẩu nông sản đặc biệt là xuất khẩu các loại quả và các sản phẩm chế biến liên quan ở Thái Lan rất phát triển. Trong đó, phát triển kho lạnh và vận tải lạnh được chính phủ, doanh nghiệp của Thái Lan quan tâm, có sự tăng trưởng về cả doanh thu lẫn số lượng công ty tham gia và các dịch vụ kèm theo. Cụ thể:

* *Kho lạnh*: Thị trường kho lạnh chiếm thị phần cao thứ hai trong thị trường chuỗi cung ứng lạnh nói chung của Thái Lan năm 2017 và liên tục tăng do nhu cầu xuất khẩu nông sản. Hầu hết các công ty kinh doanh kho lạnh của Thái Lan đều xây dựng cơ sở của họ gần các cảng và sân bay lớn để giảm chi phí vận chuyển và đạt được lợi thế cạnh tranh giữa các khách hàng trong và ngoài nước. Hầu hết các cơ sở kho lạnh nằm ở khu vực Bangkok gần tỉnh Samut Prakhon. Bangkok cũng đóng góp doanh thu cao nhất trong thị trường kho lạnh ở Thái Lan, do gần cảng Klong Toey, cảng lớn nhất ở Thái Lan và sân bay Suvarnabhumi.

* *Vận tải lạnh*: Ngày càng chiếm vị trí quan trọng do chi phí vận chuyển lạnh cao hơn nhiều so với chi phí liên quan đến kho lạnh. Các nhà sản xuất và nhập khẩu thực phẩm ở Thái Lan có xu thế yêu cầu giải pháp logistics kho lạnh, vận tải lạnh đến từ các công ty 3PL do ưu thế về chi phí, giảm những rủi ro pháp lý và quản lý, bảo quản sản phẩm làm do doanh thu và số lượng các công ty 3PL tăng mạnh ở Thái Lan.

Tuy nhiên, thị trường kho lạnh, vận tải lạnh của Thái Lan về cơ bản rất phân mảnh và ở giai đoạn sơ khai. Các công ty cạnh tranh dựa trên các thông số khác nhau bao gồm: sức chứa kho, số lượng pallet, đội xe, phạm vi nhiệt độ, phạm vi mạng lưới và địa điểm. Sự phát triển của kho lạnh, vận tải lạnh tại Thái Lan chưa ở mức hiện đại: cơ sở hạ tầng kho, xe lạnh còn ở mức thấp, thiếu chuyên gia, lao động chất lượng cao tham gia vào quá trình quản lý và vận hành kho lạnh, vận tải lạnh. Năm vấn đề là trở ngại cơ bản của việc phát triển kho lạnh, vận tải lạnh ở Thái Lan, đó là:

(1) Nguồn nhân lực: Nhân viên vận hành kho lạnh, vận tải lạnh còn thiếu kiến thức và kỹ năng để có thể nắm vững việc bảo quản và vận chuyển sản phẩm theo Tiêu chuẩn thực hành kho tốt và Tiêu chuẩn thực hành phân phối tốt.

(2) Hạ tầng kho lạnh, vận tải lạnh chưa đủ và chưa hiệu quả để có thể đáp ứng nhu cầu bảo quản và vận chuyển lạnh với hàng nông sản xuất khẩu ở Thái Lan.

(3) Quản lý nhiệt độ: Theo dõi và kiểm tra nhiệt độ là rất quan trọng, trong khi việc tổ chức, quản lý chưa hiệu quả, cần được tổ chức lại để đạt được hệ thống bền vững hơn.

(4) Tiêu chuẩn vận chuyển: Sản phẩm được bảo quản trong kho lạnh và vận chuyển lạnh thường nhạy cảm với không khí trong suốt quá trình bảo quản, vận tải và trung chuyển. Điều này có thể ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm và là nguyên nhân của hư hỏng sản phẩm.

(5) Quản lý điện: Năng lượng được phân phối không ổn định dẫn đến không kiểm soát ổn định nhiệt độ.

Sự quan tâm của chính phủ được đánh giá là một trong những lợi thế của logistics Thái Lan nói chung và với phát triển kho lạnh, vận tải lạnh nói riêng. Những chuyển biến tích cực trong hệ thống chính sách và môi trường logistics Thái Lan thời gian qua cho thấy sự linh hoạt và quan tâm rất nghiêm túc trong việc đẩy mạnh logistics của chính phủ. Ngoài việc hỗ trợ bằng hệ thống chính sách, chính phủ Thái Lan còn chủ động đầu tư mạnh cho hạ tầng logistics, trong đó có kho lạnh, vận tải lạnh nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản.

2.2. Phát triển kho lạnh, vận tải lạnh thúc đẩy xuất khẩu nông sản tại Trung Quốc

Logistics phục vụ xuất khẩu hàng nông sản Trung Quốc nhìn chung có nhiều thay đổi theo hướng tích cực (ở các khâu vận chuyển, lưu trữ và thông quan,...) đáp ứng giá trị xuất khẩu hàng nông sản ngày một tăng (từ 57,6 tỷ USD

năm 2015⁴ lên 64,83 tỷ USD năm 2019⁵). Logistics phục vụ xuất khẩu hàng nông sản Trung Quốc chủ yếu được thúc đẩy bởi các mặt hàng thịt, sản phẩm thủy sản, thực phẩm đông lạnh nhanh, trái cây và rau quả, các sản phẩm từ sữa. Trong đó, kho lạnh và vận tải lạnh, đặc thù của logistics phục vụ mặt hàng nông sản như trái cây và rau quả hiện là phân khúc thị trường lớn nhất, sau đó là các sản phẩm thủy sản đều có nhu cầu về bảo quản và vận chuyển lạnh đang tăng nhanh.

Kho lạnh, vận tải lạnh của Trung Quốc phát triển nhanh chóng không chỉ ở giá trị của dịch vụ logistics mang lại⁶ mà còn thể hiện ở sự tăng của số lượng kho lạnh, số lượng xe đông lạnh và số lượng các nhà cung cấp tham gia vào mảng dịch vụ này. Cụ thể:

* Kho lạnh: Hoạt động kinh doanh kho lạnh Trung Quốc phân tán với đặc điểm là tập trung thấp và mang tính khu vực khác biệt. Mười nhà khai thác kho lạnh hàng đầu có tổng công suất kho lạnh lên tới 25,15 triệu m³ vào năm 2019, chiếm khoảng 17,3% thị phần toàn quốc. Các công ty tiêu biểu là Xianyi Holdings, Swire Cold Chain Logistics và China Merchants Americold đều có mạng lưới kho lạnh rộng khắp cả nước.

Ngoài ra, để bắt kịp với tốc độ phát triển nhanh chóng của vận tải hàng không trong chuỗi cung ứng lạnh do nhu cầu xuất nhập khẩu các mặt hàng nông sản giá trị cao ngày một tăng, một số nhà kho được kiểm soát nhiệt độ đã được xây dựng xung quanh các sân bay và khu kinh tế. Các sân bay nội địa hàng đầu ở Trung Quốc có khả năng lưu trữ lạnh bao gồm sân bay Phố Đông (Thượng Hải), sân bay Bạch Vân (Quảng Châu) và sân bay Côn Minh.

* Số lượng xe tải đông lạnh Trung Quốc cũng tăng mạnh từ 26 lên 81 nghìn trong giai đoạn 2010-2015 và lên đến trên 120 nghìn xe vào năm 2019. Tuy nhiên, thị trường cho các nhà cung cấp xe tải đông lạnh ở Trung Quốc

⁴ <https://knoema.com/aulndse/the-world-s-leading-exporters-of-agricultural-products>

⁵ <https://ihsmarkit.com/research-analysis/agrifood-exports-of-china.html>

⁶ Năm 2019, thị trường logistics chuỗi lạnh Trung Quốc trị giá 276,37 tỷ NDT, tăng tỷ lệ gộp hàng năm 10,5% từ năm 2010 đến năm 2019.

vẫn còn phân mảnh - mười nhà cung cấp hàng đầu, bao gồm Zhenjiang Kangfei Auto và CLW Special Auto, chỉ chiếm 26% thị trường.

* Bên cạnh đó, các nhà cung cấp dịch vụ logistics tham gia vào cả kho lạnh và vận chuyển lạnh, chẳng hạn như Xianyi Holdings, Swire Cold Chain Logistics và ZM Logistics với khả năng lưu trữ lạnh lớn và khả năng vận chuyển phạm vi rộng trong nước. Ngoài ra, ngày càng có nhiều các công ty logistics bên thứ ba (3PL) tham gia vào cung cấp dịch vụ kho lạnh, vận chuyển lạnh của Trung Quốc. Các công ty này cho phép các nhà cung cấp tập trung vào các hoạt động khác để thúc đẩy hoạt động kinh doanh của họ trong khi logistics do các nhà cung cấp dịch vụ 3PL đảm nhiệm. Hình thức 3PL ở Trung Quốc vẫn đang trong giai đoạn phát triển, các công ty truyền thống vẫn được ưa chuộng hơn các nhà cung cấp dịch vụ 3PL. Năm 2018, thị trường 3PL ở Trung Quốc đạt doanh thu 203,2 tỷ USD và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng với tốc độ trên 10%. Bên cạnh các chính sách chung, chính phủ Trung Quốc ở tất cả các cấp tăng cường đầu tư vào cơ sở hạ tầng kho lạnh, vận tải lạnh, tạo điều kiện mở rộng logistics chuỗi cung ứng lạnh.

Tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế như nhu cầu thấp đối với sản phẩm tươi, chất lượng cao hoặc chi phí áp dụng công nghệ cao, có thể gây ra tỷ lệ sử dụng thấp đối với kho lạnh, vận tải lạnh. Xe tải lạnh không chỉ đòi hỏi chi phí đầu tư ban đầu cao mà còn tiêu tốn nhiều năng lượng hơn so với xe tải thông thường trong quá trình vận chuyển. Kết hợp chi phí đầu tư và bảo trì cao khiến nhiều doanh nghiệp không muốn sử dụng xe tải lạnh đối với vận chuyển các nông sản có giá trị thấp. Điều này cũng tương tự với kho lạnh và dẫn đến doanh nghiệp logistics e dễ trong đầu tư phát triển dịch vụ kho lạnh, vận tải lạnh phục vụ nông sản xuất khẩu.

2.3. Phát triển kho lạnh, vận tải lạnh thúc đẩy xuất khẩu nông sản tại Hàn Quốc

Hoạt động kinh doanh kho lạnh, vận tải lạnh ở Hàn Quốc phát triển mạnh do sự tăng trưởng của

thương mại quốc tế đối với các loại thực phẩm yêu cầu về các điều kiện bảo quản ngày một cao như các sản phẩm nông sản, thuốc. Hàn Quốc đã đạt được những thành tựu công nghệ trong vận chuyển và bảo quản lạnh và phát triển cơ sở hạ tầng của logistics chuỗi cung ứng lạnh. Các kho lạnh, vận tải lạnh ở Hàn Quốc ngày càng hiện đại trên cơ sở ứng dụng các giải pháp công nghệ thông tin tiên tiến cho quản lý kho và phương tiện, quy trình vận tải. Để đảm bảo sử dụng tối ưu hóa kho lạnh, các công ty tại Hàn Quốc sử dụng các công nghệ tự động hóa và tập trung vào việc lưu kho theo yêu cầu, các kho bãi có quy mô nhỏ (2.000 - 5000 m²) chiếm lĩnh thị trường.

Bên cạnh đó, dịch vụ kho lạnh, vận tải lạnh Hàn Quốc cũng có sự tăng trưởng về doanh thu cũng như quy mô hoạt động. Doanh thu dịch vụ kho lạnh, vận tải lạnh Hàn Quốc có sự đóng góp lớn nhất từ các hoạt động kinh doanh thịt và hải sản, tiếp đó là dược phẩm và rau quả, còn lại từ các sản phẩm sữa, bánh, kẹo và các sản phẩm khác như thực phẩm chế biến sẵn. Trong đó, khu vực phía Bắc Hàn Quốc gồm các thành phố như Seoul và Incheon chiếm thị phần chính trong thị trường kho lạnh Hàn Quốc, tiếp đến là khu vực miền Trung, và thứ ba là khu vực phía Nam.

Sự kết nối trong các khâu của logistics phục vụ các hoạt động kinh doanh, thương mại nói chung và của logistics phục vụ xuất khẩu hàng nông sản nói riêng tại Hàn Quốc phát triển hiệu quả. Điều này thể hiện ở việc các công ty logistics kho lạnh, vận tải lạnh của Hàn Quốc chủ yếu mô hình 3PL, cung cấp một loạt các dịch vụ tích hợp cho khách hàng phát triển mạnh ở Hàn Quốc.

Chính phủ Hàn Quốc cũng đã đưa ra các chính sách hỗ trợ phát triển công nghệ cho kho lạnh, vận tải lạnh; Đề ra các chính sách củng cố mối quan hệ với các nền kinh tế mới nổi để đa dạng hóa thị trường xuất khẩu của mình⁷, thúc đẩy logistics xuất khẩu nói chung, logistics xuất khẩu nông sản nói riêng.

Tuy nhiên vẫn có một số hạn chế như các nhà cung cấp logistics bên thứ ba (3PL) về kho lạnh, vận tải lạnh cũng như logistics Hàn Quốc nói chung còn tụt hậu so với các nhà cung cấp phát triển trên thế giới ở nhiều mặt như xử lý biểu mẫu đơn đặt hàng, quản lý thông tin, cơ sở hạ tầng kho lạnh, xe vận chuyển lạnh,... Những

⁷ Theo Koreaherald, Bộ Nông nghiệp, Thực phẩm và Nông thôn Hàn Quốc sẽ hỗ trợ các nhà xuất khẩu Hàn Quốc tăng cường cơ sở bán lẻ của họ tại Việt Nam để vận chuyển nhiều hàng hóa tươi hơn đến Việt Nam.

hạn chế trên bắt nguồn từ sự cạnh tranh gay gắt trong thị trường logistics Hàn Quốc, khi các công ty toàn cầu, gia nhập thị trường sớm ngày càng lớn mạnh thông qua các liên minh chiến lược và các phi vụ M&A. Ngoài ra, các chính sách hỗ trợ phát triển ngành logistics, logistics phục vụ xuất khẩu nông sản của Hàn Quốc cũng chưa đạt hiệu quả cao: Các thông tin, tiêu chuẩn hóa quy trình logistics của Hàn Quốc vẫn còn chậm; Việc phát triển kho lưu trữ thông tin quốc gia bị trì hoãn, dẫn đến độ tin cậy của các chính sách phát triển logistics giảm...

3. Bài học rút ra cho Việt Nam trong phát triển kho lạnh, vận tải lạnh

Tại Việt Nam, lợi ích của việc sử dụng kho lạnh, vận tải lạnh đang dần được quan tâm. Các nhà sản xuất, chế biến đã nhận ra, với chu kỳ sử dụng ngắn, dễ hư hỏng, tính thời vụ cao và theo mùa, rau quả, nông sản cần được bảo quản ở nhiệt độ thích hợp. Quá trình này là một chuỗi khép kín và tích hợp, từ khâu sản xuất, thu hoạch, chế biến, đóng gói, lưu trữ, vận chuyển, phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng.

Hiện nay, theo báo cáo của Bộ Công Thương, rau quả là một trong 13 sản phẩm nông nghiệp chủ lực của Việt Nam, chiếm khoảng 1,4% tổng nhập khẩu rau quả của thế giới (khoảng 270 tỷ USD năm 2018). Thị trường xuất khẩu chủ yếu của nông sản Việt Nam là Trung Quốc, Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hà Lan... Với đặc điểm này, những cải thiện về bảo quản lạnh và vận chuyển lạnh có thể giúp rau quả, nông sản, thủy sản thâm nhập nhiều thị trường xuất khẩu và tránh được nhiều thất thoát.

Thực tế cho thấy, thị trường kho lạnh, vận tải lạnh của Việt Nam đang trong giai đoạn phát triển, có tiềm năng lớn. Theo đánh giá của Ken Research, thị trường kho lạnh, vận tải lạnh Việt Nam dự kiến sẽ đạt 1,8 tỷ USD vào năm 2021. Trong khi đó, con số năm 2019 theo ước tính của FiinGroup chỉ dừng lại ở 169 triệu USD. Hiện tại, thị trường kho lạnh, vận tải lạnh Việt Nam ghi nhận sự có mặt của nhiều nhà đầu tư. Nếu các nhà nước ngoài chủ yếu phát triển hệ thống kho lạnh thì hầu hết các doanh nghiệp trong nước như ABA Cooltrans, Tân Bảo An...

nắm giữ thị trường vận chuyển lạnh. Tuy nhiên, xe tải đông lạnh hiện đại, có cách nhiệt đúng chuẩn ở Việt Nam mới chiếm 0,3% tỷ lệ hàng hóa vận chuyển bằng xe. Ở các nước phát triển như Hoa Kỳ, tỷ lệ này là 1% và 2,6% ở Anh, Đức đạt 3%.

Từ kinh nghiệm của các nước Hàn Quốc, Trung Quốc và Thái Lan, có thể rút ra một số bài học cho Việt Nam trong phát triển kho lạnh, vận tải lạnh, đó là:

- Chính phủ có vai trò quan trọng trong hoạch định và thực thi các chính sách vĩ mô, đặc biệt phát triển các hạ tầng giao thông, hạ tầng logistics lớn đến hạ tầng kho lạnh, vận tải lạnh cũng như kết nối các phương thức dịch vụ logistics,... Đồng thời, cần có kế hoạch đồng bộ và sự tham gia của các cơ quan trong chính phủ để phát triển dịch vụ logistics kho lạnh, vận tải lạnh để thúc đẩy xuất khẩu nông sản.

- Xây dựng một chiến lược phát triển kho lạnh, vận tải lạnh hiệu quả, dựa trên các dự báo về khả năng phát triển xuất nhập khẩu các sản phẩm nông sản, sản phẩm yêu cầu bảo quản về nhiệt độ khác.

- Tăng cường đầu tư phát triển, hỗ trợ các doanh nghiệp kinh doanh kho lạnh, vận tải lạnh, hỗ trợ thông tin, nghiên cứu công nghệ và đào tạo để thực hiện quá trình vận hành, quản lý kho lạnh, vận tải lạnh, đặc biệt hỗ trợ dịch vụ kho lạnh, vận tải lạnh phát triển theo hướng chuyên môn hóa, tạo điều kiện cho các nhà cung cấp dịch vụ 3PL tham gia vào thị trường.

- Tăng cường hợp tác quốc tế, xúc tiến thương mại và chuyên giao công nghệ trong phát triển kho lạnh, vận tải lạnh thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản.

- Tăng cường đầu tư cơ sở hạ tầng giao thông vận tải (đường bộ, đường sắt, đường thủy, đường hàng không) theo hướng hiện đại, đồng bộ, tăng cường khả năng liên kết của vận tải đa phương thức. Đặc biệt, xem xét mở rộng vận tải lạnh bằng đường hàng không trong bối cảnh nhu cầu xuất khẩu các sản phẩm nông sản giá trị cao ngày một tăng như ở trường hợp Trung Quốc.

– Giải quyết vấn đề nhân lực trong vận hành kho lạnh, vận tải lạnh. Chính phủ và doanh nghiệp cần tăng cường, hỗ trợ đào tạo các chuyên gia quản lý, nhân lực chất lượng cao tham gia vào quản lý và vận hành kho lạnh, vận tải lạnh.

– Tăng cường sự minh bạch hóa các quy định trong nước về logistics bằng cách công bố đúng

lúc các quy định về đầu tư, các tiêu chí cấp phép, các quyết định cấp phép của Chính phủ và tạo thuận lợi cho việc lấy ý kiến của khu vực tư nhân trong quá trình hoạch định chính sách ngành. Tạo dựng môi trường chính sách có hiệu quả nhằm tăng cường việc tham gia của khu vực tư nhân và/hoặc hợp tác công - tư phát triển kết cấu hạ tầng logistics, trong đó có hạ tầng kho lạnh, vận tải lạnh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2018, 2019, 2020), Báo cáo Logistics, NXB Công Thương.
2. APEC (2015), High Level Public-Private Forum on Cold Chain to Strengthen Agriculture & Food's Global Value Chain, Final Project Completion Report.
3. Sumet Onkittikul, Vari Plongon, Jitlaykha Sukruay and Kittiya Yisthanichakul (2019), A Geographical Simulation Analysis of Impacts of Vietiane-Hanoi Expressway.
4. Đoàn Ngọc Ninh (2019), Nghiên cứu sự phát triển hệ thống logistics Trung Quốc và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam, Tạp chí Công Thương.

CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN NGÀNH CƠ KHÍ CHẾ TẠO - NHÌN TỪ KINH NGHIỆM CỦA NHẬT BẢN

Hoàng Thị Vân Anh; Đỗ Tuấn Linh; Phạm Hồng Lam
Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

Nhật Bản là quốc gia có nền sản xuất phát triển ngành cơ khí chế tạo giữ vai trò quan trọng trong việc củng cố vị trí này cho nền kinh tế. Vì vậy, nhóm tác giả lựa chọn nghiên cứu kinh nghiệm chuyển dịch cơ cấu trong ngành cơ khí chế tạo theo hướng nâng cao giá trị gia tăng của Nhật Bản, qua đó, rút ra một số bài học cho Việt Nam.

Từ khóa: Cơ cấu ngành cơ khí chế tạo; Kinh tế Nhật Bản; Ngành cơ khí.

1. Chính sách phát triển ngành cơ khí chế tạo của Nhật Bản

* *Khái quát về ngành cơ khí chế tạo của Nhật Bản*

Hiện nay, phần lớn sức mạnh kinh tế của Nhật Bản nằm trong ngành cơ khí chế tạo mà xe hơi là một trong những sản phẩm nổi tiếng nhất. Hàng năm, Nhật Bản sản xuất khoảng 10 triệu chiếc xe hơi các loại, trong đó xuất khẩu khoảng một nửa. Ngoài số xe sản xuất trong

nước, ô tô của các công ty Nhật Bản còn được lắp ráp và chế tạo tại các nhà máy ở nước ngoài với mức độ nội địa hóa tùy thuộc vào trình độ công nghiệp và chính sách của nước sở tại. Ngoài xe con, Nhật Bản cũng sản xuất và xuất khẩu nhiều xe tải, xe buýt và các phương tiện vận tải khác. Đóng tàu cũng là ngành công nghiệp hàng đầu nhưng gần đây, ngành đóng tàu vấp phải sự cạnh tranh mạnh mẽ trên thế giới nên sản xuất gặp nhiều khó khăn.

Bảng 1. Vị trí và kim ngạch xuất khẩu một số sản phẩm cơ khí chế tạo của Nhật Bản

Mã HS	Mô tả	Vị trí trong XK thế giới	KNXK 2018 (tỷ USD)	KNXK 2019 (tỷ USD)	Tăng trưởng (%) 2018-2019
84	Máy móc, dụng cụ cơ khí, nồi hơi...	4	147.932	137.116	-7
85	Máy móc thiết bị điện, điện tử...	9	109.422	103.041	-6
86	Tàu hỏa, tàu điện...	13	1.636	759	-54
87	Xe cộ trừ tàu hỏa, tàu điện...	2	154.053	148.853	-3
88	Máy bay, thiết bị bay...	9	4.341	4.538	5
89	Tàu thuyền	3	12.618	13.803	9

Nguồn: ITC Trade Map, năm 2020

Nhật Bản cũng rất nổi tiếng về ngành chế tạo thiết bị điện, điện tử. Các sản phẩm nổi tiếng gồm: các thiết bị nghe nhìn như radio, video, LCD, DVD, máy ảnh, máy quay video... Nhật Bản xuất khẩu nhiều thiết bị điện tử chính xác dùng trong ngành cơ khí chế tạo trên khắp thế giới, trong đó số người máy công nghiệp luôn chiếm phần lớn thị phần của thế giới. Nhật Bản còn sản xuất và xuất khẩu nhiều máy móc khác như máy văn phòng, máy tính... Trong vòng 10

năm trở lại đây, nhờ sự đóng góp của ngành công nghiệp cơ khí chế tạo, kinh tế Nhật Bản đã trải qua giai đoạn khởi sắc, từ tháng 12/2012 đến tháng 3/2019, tức là có 76 tháng liên tiếp tăng trưởng và trở thành thời kỳ khởi sắc dài nhất kể từ sau chiến tranh thế giới lần thứ II.

Khi thế giới đang trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, Nhật Bản - một siêu cường trong lĩnh vực sản xuất robot - được dự báo sẽ quay trở lại thời kỳ dẫn đầu ngành công nghiệp

thế giới nhờ phát triển AI và chế tạo robot thông minh. Hiện nay, có 6 công ty Nhật Bản nằm trong nhóm 10 công ty chế tạo robot hàng đầu thế giới, trong đó Công ty Yaskawa chiếm vị trí số một và Công ty Fanuc đứng hàng thứ ba thế giới.

** Chính sách đối với ngành công nghiệp cơ khí chế tạo*

Thứ nhất, ban hành luật ưu tiên, khuyến khích phát triển công nghiệp cơ khí chế tạo. Nhật Bản đưa ra các chính sách ưu tiên phát triển cho những sản phẩm cụ thể, đặc biệt là công nghiệp cơ khí và điện tử từ rất sớm. Có thể kể đến hai đạo luật quan trọng là “Luật về Biện pháp ngăn hạn khuyến khích công nghiệp cơ khí” và “Luật về Biện pháp ngăn hạn khuyến khích ngành công nghiệp điện tử”, theo đó chính phủ có trách nhiệm đảm bảo vốn đầu tư cần thiết cho việc trang bị thiết bị nhằm hợp lý hóa việc sản xuất và nhiều ưu đãi khác để phát triển công nghiệp cơ khí, điện tử.

Để thực thi hai đạo luật này, chính phủ Nhật Bản đã ban hành danh mục chi tiết các sản phẩm được ưu tiên phát triển. Danh mục được xem xét, đề xuất và liên tục cập nhật bởi Ban thẩm tra Công nghiệp cơ khí và Ban thẩm tra Công nghiệp điện tử. Hai ban này được đặt tại Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản (METI), với thành viên được Bộ trưởng METI bổ nhiệm từ những cán bộ của các tổ chức hành chính liên quan và các chuyên gia trong các lĩnh vực công nghiệp. *Luật về Biện pháp ngăn hạn khuyến khích công nghiệp cơ khí* ra đời từ cuối năm 1956, luật đưa ra danh mục một số sản phẩm, máy móc, linh kiện và bán thành phẩm cần phải đặc biệt cải thiện tính năng, chất lượng hay giảm chi phí sản xuất gọi là “công nghiệp cơ khí đặc định”. Còn trong lĩnh vực điện tử, cuối năm 1957, Chính phủ Nhật Bản đã đưa ra *Luật về Biện pháp ngăn hạn khuyến khích ngành công nghiệp điện tử*, đưa ra một danh mục các sản phẩm được khuyến khích phát triển, trong đó chú trọng ưu tiên cho phát triển các linh kiện, nguyên liệu chủ yếu được dùng trong thiết bị điện tử. Danh mục các sản phẩm

cơ khí và điện tử được thay đổi phù hợp với từng giai đoạn phát triển kinh tế Nhật Bản, do Ban Thẩm tra Công nghiệp cơ khí và Ban thẩm tra Công nghiệp điện tử đề xuất và trình Bộ trưởng Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản phê duyệt.

Thứ hai, chú trọng phát triển công nghiệp hỗ trợ. Có thể thấy, để phát triển công nghiệp cơ khí chế tạo, chính phủ Nhật Bản đã rất coi trọng phát triển công nghiệp hỗ trợ. Chính phủ Nhật Bản đã đưa ra một danh mục các sản phẩm được ưu tiên hỗ trợ rất chi tiết và cụ thể, trong đó chú trọng đến công nghiệp hỗ trợ, từ nguyên liệu đầu vào, máy móc sản xuất, các linh kiện quan trọng cho đến cả chu trình gia công và các thiết bị kiểm tra đầu cuối. Các chính sách trên đã giúp ngành công nghiệp hỗ trợ của Nhật Bản phát triển mạnh mẽ, đưa Nhật Bản từ một quốc gia bị tàn phá trong chiến tranh trở thành cường quốc về công nghiệp.

Chính phủ Nhật Bản nhìn nhận rằng, không có sự phát triển của ngành công nghiệp chế tạo máy móc nếu thiếu công nghiệp Sokeizai⁸. Trung tâm Sokeizai được thành lập từ tháng 7 năm 1984 trực thuộc METI, chịu trách nhiệm về quản lý nhà nước, thông tin, liên kết mọi mặt hoạt động của các doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ. Bên cạnh đó, ở Nhật Bản còn rất nhiều các cơ quan hỗ trợ gián tiếp cho công nghiệp hỗ trợ như Tổ chức Doanh nghiệp nhỏ và vừa, Hiệp hội khuôn mẫu, Hiệp hội chế tạo máy... (có khoảng 50 hiệp hội như vậy ở Nhật Bản) chuyên thực hiện các chương trình hỗ trợ đến doanh nghiệp, đóng góp mạnh mẽ vào quá trình xây dựng, phát triển các ngành công nghiệp của Nhật Bản.

Thứ ba, áp dụng các biện pháp ưu tiên, khuyến khích về đầu tư, tài chính, thuế và nhiều biện pháp khác, kể cả bảo hộ thương mại hợp lý cho phát triển công nghiệp cơ khí chế tạo. Bước vào thời kỳ khôi phục và tái thiết nền kinh tế, Nhật Bản đã đặt ra mục tiêu ưu tiên phát triển một số ngành công nghiệp chủ chốt nhằm đạt được năng lực cạnh tranh quốc tế gồm các

⁸ Sokeizai là một thuật ngữ của Nhật Bản, nhằm chỉ các sản phẩm được sản xuất từ kim loại hoặc các nguyên liệu khác sử dụng phương pháp chế biến, gia công là đúc, rèn, dập và luyện kim bột.

ngành công nghiệp thép, than, đóng tàu, điện, sợi tổng hợp và phân bón hóa học, hóa dầu, máy công cụ và phụ tùng, điện tử. Đồng thời, chính phủ cũng nhắm mục tiêu phát triển một số ngành công nghiệp mới giàu tiềm năng và có lợi thế cạnh tranh nhờ quy mô gồm công nghiệp ô tô, máy móc thiết bị điện, máy tính và hóa dầu. Đối với các mục tiêu này, chính phủ Nhật Bản đã thông qua các biện pháp chính sách khác nhau: ban hành các điều khoản thuế đặc biệt, thuế quan và hạn ngạch nhập khẩu, khẩu hao nhanh, miễn thuế cho máy móc nhập khẩu... Để tài trợ cho các biện pháp chính sách này, chính phủ Nhật Bản đã thực hiện Chương trình cho vay và đầu tư tài chính (Zaisei Touyushi), tiết kiệm bưu điện và tài khoản bảo hiểm xã hội được chuyển vào chương trình này. Trên thực tế, các ngành công nghiệp được bảo hộ cao và được ưu đãi đặc biệt thông qua các công cụ, biện pháp chính sách tạm thời và có lộ trình bãi bỏ dần.

Đồng thời, trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt về công nghệ cao giữa các cường quốc thế giới, Nhật Bản đã ban hành các chính sách bảo hộ cho các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm công nghệ cao trong nước với việc cho phép thành lập các công ty sản xuất sản phẩm công nghệ cao và ban hành nhiều chính sách bảo vệ thị trường trong nước, tránh sự cạnh tranh của nước ngoài. Các chính sách bảo hộ này vừa cung cấp tài chính, vừa hỗ trợ mua công nghệ của nước ngoài và duy trì cho đến khi các công ty này đủ năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Thứ tư, chuyển hướng ưu tiên hợp lý từ chiến lược công nghiệp hóa thay thế nhập khẩu sang chiến lược công nghiệp hóa định hướng xuất khẩu. Từ ưu tiên, nuôi dưỡng và bảo hộ các ngành công nghiệp non trẻ, chính phủ dần dần thực hiện tự do hóa đầu tư và thương mại nhằm nâng cao sức cạnh tranh quốc tế cho hàng công nghiệp cơ khí chế tạo Nhật Bản. Hạn chế về xe buýt và xe tải được dỡ bỏ từ năm 1961, ti vi màu năm 1964, xe ô tô chở khách năm 1965, phim màu năm 1971, mạch tích hợp bộ nhớ lớn năm 1974 và máy tính vào năm 1975. Tự do hóa thị trường vốn (FDI) bắt đầu vào năm 1967 và đã

được hoàn thành trong năm 1973. Tự do hóa đã tạo ra động lực mạnh mẽ cho các doanh nghiệp chuẩn bị cho cạnh tranh quốc tế trong giai đoạn tiếp theo.

Tuy nhiên, để ngành công nghiệp có thể đứng vững trước sự cạnh tranh gay gắt của nước ngoài, Nhật Bản đã thực hiện sáp nhập một số ngành thông qua “Kế hoạch Nhóm” (Group Plan) nhằm đạt được quy mô kinh tế và khả năng cạnh tranh ngày càng cao. Bên cạnh đó, Nhật Bản cũng tiến hành hỗ trợ và hiện đại hóa các SME để tăng cường năng lực cạnh tranh quốc tế của các công ty Nhật Bản và hỗ trợ xúc tiến, quảng bá cho các công ty này ở cả trong và ngoài nước.

Thứ năm, khuyến khích, phát triển và ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ tiên tiến. Phát triển, ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ tiên tiến trên thế giới đã đưa nền kinh tế Nhật Bản nói chung và ngành công nghiệp cơ khí chế tạo nói riêng có bước phát triển vượt bậc để trở thành một trong ba nền kinh tế mạnh nhất thế giới. Nhật Bản đã, đang và vẫn sẽ đi tiên phong trong phát triển, ứng dụng các thành tựu khoa học công nghệ để phát triển kinh tế nói chung và phát triển ngành cơ khí chế tạo nói riêng. Chính sách hiện tại của chính phủ Nhật Bản rất coi trọng các cơ hội đổi mới khoa học kỹ thuật do cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại. Nhật Bản định hướng chiến lược biến nhược điểm thành cơ hội, áp dụng cách làm theo hướng vấn đề, lấy hàng loạt các vấn đề xã hội làm bước đột phá, coi cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 là cơ hội, thông qua đẩy mạnh đổi mới khoa học kỹ thuật tạo nên hình thái xã hội mới để thu được lợi ích kinh tế.

Nhật Bản đã tích cực triển khai các lĩnh vực khoa học công nghệ chủ yếu liên quan đến cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 như internet, thông tin liên lạc. Tháng 6/2013, Nhật Bản đã công bố “Tuyên bố quốc gia sáng tạo nhất thế giới về công nghệ thông tin” tạo nền tảng cơ sở cho sự phát triển, thiết lập “Chiến lược tổng hợp hệ thống vạn vật kết nối - IoT”.

Sự ra đời của Luật Cơ bản thúc đẩy sử dụng dữ liệu công - tư năm 2016 và việc thành lập Ủy ban Nghiên cứu kiến thiết tương lai của thời đại

mới IoT năm 2017 đã cung cấp môi trường thể chế, dữ liệu phù hợp để thúc đẩy sự phát triển của internet. Tháng 4/2016, Nhật Bản đã thành lập Hội đồng chiến lược khoa học kỹ thuật trí tuệ nhân tạo với nòng cốt là Bộ Nội vụ, Bộ Văn hóa Giáo dục Thể thao và Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp, thực hiện chức năng là tổng chỉ huy các hoạt động liên quan đến nghiên cứu. Tháng 3/2017, Hội đồng chiến lược khoa học kỹ thuật trí tuệ nhân tạo đã đưa ra chiến lược khoa học kỹ thuật trí tuệ nhân tạo, đưa ra lộ trình chiến lược cụ thể, đó là sử dụng hiệu quả trí tuệ nhân tạo trong các lĩnh vực liên quan vào năm 2020. Trong giai đoạn 2020-2025 và đến năm 2030, Nhật Bản sẽ áp dụng trong các lĩnh vực cá biệt, thực hiện ứng dụng đồng bộ trí tuệ nhân tạo và thúc đẩy các ngành mới. Ngoài ra, vật liệu tiên tiến và công nghệ nano của Nhật Bản luôn đứng đầu thế giới. Từ sau năm 2030, Nhật Bản sẽ kết hợp các lĩnh vực khác nhau trong sử dụng trí tuệ nhân tạo để xây dựng xã hội mới.

Trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, sự đổi mới công nghệ trong lĩnh vực vật liệu cũng ảnh hưởng đến sự phát triển của những lĩnh vực quan trọng khác. Tháng 7/2018, Nhật Bản đã ban hành Kế hoạch thúc đẩy đổi mới chiến lược giai đoạn 2, bao gồm 12 lĩnh vực đầu tư chủ yếu như không gian mạng, phát triển vật liệu, công nghệ lượng tử quang học và thúc đẩy cuộc cách mạng vật chất của hệ thống phát triển vật liệu tổng hợp. Các nghiên cứu phát triển của Nhật Bản cũng tập trung vào kỹ thuật và ứng dụng vật liệu tích hợp như kỹ thuật phân tích kỹ thuật cán 3D hợp kim chịu nhiệt (hợp kim niken, hợp kim nhôm...), kỹ thuật đánh giá và tạo vật liệu composite siêu chịu nhiệt...

2. Bài học cho Việt Nam

Thứ nhất, xây dựng ngành cơ khí chế tạo là vấn đề quan trọng, cốt yếu để Việt Nam tiếp tục hiện đại hóa đất nước, thực hiện đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế. Thực tế đã chứng minh, Nhật Bản đã không thể hiện đại hóa và tiến hành công nghiệp hóa thành công trong thời gian ngắn trở thành nước

công nghiệp phát triển nếu không xây dựng cho mình những ngành công nghiệp cơ sở, nền tảng như cơ khí chế tạo, dù rằng ngành công nghiệp cơ khí chế tạo là ngành thâm dụng vốn và công nghệ. Điều quan trọng là tư duy đúng và tầm nhìn chiến lược đã khiến chính phủ nước này có chính sách phù hợp huy động được các nguồn lực cần thiết về cả vốn và công nghệ ở cả trong và ngoài nước cho phát triển công nghiệp cơ khí chế tạo và nước này đã nhanh chóng vươn lên trở thành cường quốc công nghiệp chế tạo của thế giới.

Thứ hai, xây dựng và triển khai thực hiện hiệu quả chiến lược phát triển công nghiệp cơ khí chế tạo, lựa chọn đúng đắn các ngành công nghiệp mũi nhọn phù hợp với xu thế phát triển của thị trường thế giới và đáp ứng yêu cầu xây dựng năng lực công nghiệp quốc gia. Có thể thấy, Nhật Bản đã cân nhắc lựa chọn kỹ càng các ngành cơ khí chế tạo cốt lõi và tập trung ưu tiên, khuyến khích cao nhất cho phát triển các ngành này. Chẳng hạn, việc lựa chọn phát triển công nghiệp ô tô là một sự lựa chọn khó khăn, thậm chí có những ý kiến phản đối quyết liệt từ một số cán bộ cao cấp, nhưng cuối cùng Nhật Bản vẫn quyết tâm theo đuổi mục tiêu phát triển công nghiệp ô tô và hiện họ đã trở thành những nhà sản xuất ô tô cạnh tranh hàng đầu thế giới. Đồng thời, việc phát triển công nghiệp ô tô cũng đóng góp nhiều nhất cho nền kinh tế về giá trị gia tăng, việc làm, xuất nhập khẩu và thu ngân sách của quốc gia này. Bởi Nhật Bản bắt đầu ngành công nghiệp ô tô khi mà thị trường thế giới được cho là đã an bài với các hãng ô tô nổi tiếng của châu Âu, châu Mỹ như GM, Ford, Mercedes, BMW - những hãng ô tô này sở hữu công nghệ tiên tiến và đã phân chia xong thị trường tiêu thụ ô tô thế giới. Khi đó, ngay một số nhà hoạch định chính sách cao cấp ở Nhật Bản cũng nêu ra những lý do và những khó khăn cản trở phát triển công nghiệp ô tô của nước này từ cả trong và ngoài nước. Bên cạnh những khó khăn từ thị trường quốc tế như đã nêu thì những khó khăn nội tại của nền kinh tế về thiếu vốn, công nghệ nguồn và nhân lực được đào tạo cho ngành là rất lớn. Tuy vậy, công nghiệp ô tô cuối cùng vẫn được chính phủ nước này lựa chọn là ngành công nghiệp chế tạo

mũi nhọn vì tiềm năng phát triển cao, khả năng sinh lời lớn cũng như góp phần quan trọng vào phát triển công nghiệp nền tảng và cốt lõi của quốc gia, tạo hiệu ứng lan tỏa cho phát triển các ngành công nghiệp tương tự khác, cũng như giúp hình thành nên các chuỗi giá trị sản phẩm theo ngành dọc cho quốc gia. Thực tiễn thành công của công nghiệp ô tô Nhật Bản đã chứng tỏ rằng, dù không có thể mạnh ban đầu nhưng nếu có quyết tâm, có tầm nhìn, có sự lựa chọn đúng đắn và tập trung đầu tư các nguồn lực quốc gia, huy động được các nguồn lực quốc tế cho phát triển ngành công nghiệp cơ khí chế tạo thì quốc gia sẽ đạt được thành công và do vậy mà nâng tầm quốc gia lên hàng ngũ các nước công nghiệp phát triển.

Thứ ba, chính phủ giữ vai trò quan trọng, nâng đỡ, khuyến khích, thúc đẩy phát triển công nghiệp hỗ trợ cơ khí chế tạo. Từ kinh nghiệm phát triển thành công và trở thành một siêu cường công nghiệp trên thế giới hiện nay, Nhật Bản đã cho thấy tầm quan trọng của phát triển công nghiệp hỗ trợ và nước này đã có các chính sách ưu tiên phát triển công nghiệp hỗ trợ từ rất sớm.

Chính sách của Nhật Bản tập trung hỗ trợ, bảo vệ các nhà sản xuất công nghiệp hỗ trợ tới các nhà thầu phụ cũng như chính sách hỗ trợ sản phẩm cụ thể. Năm 1949, Nhật Bản ban hành Luật về hợp tác doanh nghiệp với mục đích bảo vệ quyền đàm phán và tạo điều kiện cho các nhà thầu phụ tiếp cận nguồn vốn vay ưu đãi, nhằm xúc tiến các hoạt động thầu phụ - tức là các hoạt động sản xuất công nghiệp hỗ trợ. Đến những năm 1970 lại có Luật Xúc tiến doanh nghiệp cung ứng nhỏ và vừa nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các nhà cung ứng và họ đã phát triển rất mạnh, trở thành lực lượng sản xuất quan trọng của công nghiệp Nhật Bản.

Chính phủ Nhật Bản cũng đưa ra các chính sách ưu tiên phát triển những sản phẩm cụ thể, đặc biệt là công nghiệp cơ khí và điện tử, trong đó chú trọng đến các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ. Trong phát triển công nghiệp ô tô, Nhật Bản đã đưa ra mục tiêu hàng đầu là phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ vì họ nhận thức rằng cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa các nhà sản xuất

xe và các nhà sản xuất linh kiện để có thể cải thiện công nghệ sản xuất, kiểm soát chất lượng và các hệ thống phân phối sản phẩm.

Thứ tư, khuyến khích phát triển và ứng dụng các thành tựu khoa học công nghệ tiên tiến trên thế giới là chìa khóa đem tới thành công cho ngành công nghiệp cơ khí chế tạo của quốc gia. Từ rất sớm, khoảng tháng 10/1952, Nhật Bản khi đó đã đưa ra bộ hướng dẫn nhằm giúp thu hút các công nghệ sản xuất mới vào Nhật Bản thông qua hợp tác với các nhà sản xuất nước ngoài - vừa hợp tác vừa học hỏi công nghệ. Đồng thời, Nhật Bản cũng ban hành các biện pháp, chính sách, khuyến khích cải thiện công nghệ sản xuất ô tô khách và sản xuất xe có khả năng cạnh tranh xuất khẩu. Các chính sách này được thực hiện quyết liệt và sớm phát huy hiệu quả. Từ năm 1955, nhiều nhà sản xuất ô tô Nhật Bản trước đó phải liên doanh với nước ngoài như Nissan Austin, Isuzu Hillman và Hino Renault đã "hấp thu" được công nghệ để có thể tự mình sản xuất hoàn toàn nội địa. Từ đó, các hãng xe của Nhật Bản dần kết thúc hợp tác với nước ngoài như Nissan ngừng sản xuất xe Austin (Anh) vào năm 1959, Hino và Isuzu cũng lần lượt dừng sản xuất xe cho Hillman (Anh) và Renault (Pháp) vào năm 1965... Ngày nay, các công ty cơ khí chế tạo hàng đầu của Nhật Bản, được sự tập trung ưu tiên hỗ trợ, khuyến khích cao của chính phủ, đang triển khai ứng dụng các thành quả của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nghiên cứu, phát triển AI, IoT, các hệ thống thực tế ảo... trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội nói chung, đặc biệt là trong lĩnh vực cơ khí chế tạo và công nghiệp hỗ trợ cơ khí chế tạo nhằm đạt được những mục tiêu tái công nghiệp hóa và tiếp tục vươn lên tầm các cường quốc công nghiệp hàng đầu của thế giới.

Thứ năm, chú trọng phát triển nguồn nhân lực. Quá trình phát triển của Nhật Bản trong tất cả các lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực cơ khí chế tạo, không thể thiếu vai trò đóng góp vô cùng lớn của nguồn nhân lực tri thức cao của nước này. Chính phủ Nhật Bản đầu tư cho hệ thống giáo dục về cơ sở vật chất, đặc biệt chú trọng đào tạo nghề, chuẩn bị một lực lượng lao động có tay nghề vững chắc, sẵn sàng làm việc. Các

trường dạy nghề tư nhân chiếm tỷ lệ 80 - 90% trong tổng số trường dạy nghề trên cả nước, trong đó ngành công nghệ thông tin chiếm đa số. Ở các thành phố lớn của Nhật Bản, có các trung tâm đào tạo công nghệ thông tin và kỹ thuật hoạt động độc lập, các trung tâm này có chức năng đào tạo giáo viên, hoàn thiện tài liệu giảng dạy và nghiên cứu phương pháp giảng dạy.

Với trình độ khoa học công nghệ tiên tiến và lực lượng lao động được đào tạo tốt, Nhật Bản là một trong những nền kinh tế có sức cạnh tranh hàng đầu thế giới. Theo *Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu năm 2019* của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF), Nhật Bản đứng thứ 6 trong tổng số 141 nền kinh tế được xếp hạng năm 2019 về năng lực cạnh tranh toàn cầu. Nhật

Bản đứng thứ ba ở khu vực Đông Á và Thái Bình Dương, sau Singapore và Hồng Kông vào thời điểm xếp hạng. Sức cạnh tranh hàng đầu của kinh tế Nhật Bản dựa trên những trụ cột với số điểm rất cao về cơ sở hạ tầng, ổn định kinh tế vĩ mô và sức khỏe, am hiểu công nghệ tiên tiến, tài chính vững mạnh và ổn định. Trong những yếu tố liên quan đến nguồn nhân lực, bên cạnh kỹ năng lao động, đặc biệt là năng lực đổi mới sáng tạo được xếp thứ hạng cao với điểm số cao, thì có những yếu tố cũng ảnh hưởng tiêu cực tới cạnh tranh, ví dụ còn hạn chế về tư duy phê phán trong giảng dạy làm gia tăng chênh lệch về kỹ năng hay thị trường lao động còn cứng nhắc, thiếu linh hoạt, sự đa dạng lực lượng lao động thấp, sự tham gia của lao động nữ thấp...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Michael Schuman (12/2017), Japan Has Figured Out Factories: Countries hoping to revive manufacturing should look east for answers.
2. Lại Trần Tùng, Bùi Thị Phương Mai (3/2020), Phát triển công nghiệp công nghệ cao - Kinh nghiệm từ Nhật Bản, đăng tải trên trang <http://vdi.org.vn/article/403/phat-trien-cong-nghiep-cong-nghe-cau-kinh-nghiem-tu-nhat-ban>.
3. Vũ Chí Hùng (2017), Chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Nhật Bản và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam, Tạp chí nghiên cứu châu Phi & Trung Đông, số 08/2017.
4. WEF (2020), Global Competitiveness Report 2019.
5. ITC Trade Map, 2020.

PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU BỀN VỮNG MẶT HÀNG RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH THỰC THI HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM - LIÊN MINH CHÂU ÂU (EU) (EVFTA)

TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa

Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

Thị trường Liên minh châu Âu (EU) được coi là thị trường xuất khẩu tiềm năng đối với rau củ, quả tươi nhiệt đới của Việt Nam. Năm 2019, xuất khẩu rau quả sang EU vẫn duy trì tăng trưởng khá ở mức 28,53% so với năm 2018, đạt 148,01 triệu USD (bình quân giai đoạn 2015-2019 tăng 15,89%), mặc dù tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này chỉ ở mức 3,95% và thị phần rau quả Việt Nam còn rất khiêm tốn, chỉ chiếm 0,94% tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả của EU. Trong giai đoạn từ nay đến năm 2025 và xa hơn đến 2030, việc mở rộng tự do hóa thương mại và thực thi các FTAs thế hệ mới, trong đó có Hiệp định EVFTA sẽ mở ra những cơ hội mới trong phát triển thị trường xuất khẩu rau quả với những nước lớn thuộc EU, đồng thời đi kèm những khó khăn, thách thức rất lớn đối với xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam, bởi vì EU là một thị trường đòi hỏi rất cao về tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh, an toàn thực phẩm, với các quy định nghiêm ngặt về truy xuất nguồn gốc, kiểm dịch thực vật và dư lượng tối đa thuốc bảo vệ thực vật... Do đó, cần đánh giá đúng thực trạng, cơ hội và thách thức đối với phát triển xuất khẩu, làm cơ sở đề xuất các giải pháp, chính sách khả thi nhằm phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả sang thị trường đầy tiềm năng này trong bối cảnh mới.

Từ khóa: Chính sách; Hiệp định EVFTA; Liên minh châu Âu (EU); Rau quả; Xuất khẩu.

1. Đánh giá thực trạng phát triển xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu (EU) giai đoạn 2015-2019

1.1. Những thành tựu, kết quả đạt được

Thứ nhất, xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường EU đã duy trì được xu hướng tăng trưởng khá trong giai đoạn 2015-2019, với mức tăng trưởng bình quân cả giai đoạn là 15,89% (so với mức tăng trưởng tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả bình quân chung là 21,35%). Đặc biệt năm 2019, xuất khẩu rau quả sang EU vẫn duy trì tăng trưởng khá cao ở mức 28,53% so với năm 2018, đạt 148,01 triệu

USD, trong khi tăng trưởng tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả giảm 1,64%, đạt 3.747,06 triệu USD.

Đáng chú ý, xuất khẩu rau, củ, quả của Việt Nam sang EU trong tháng đầu tiên hiệp định có hiệu lực đã ghi nhận sự khởi sắc, tháng 8/2020, giá trị xuất khẩu các sản phẩm rau quả của Việt Nam sang EU đạt 14,7 triệu USD, tăng 25,2% so với tháng trước (trong khi do tác động của dịch COVID-19, xuất khẩu rau, củ, quả của Việt Nam gặp nhiều khó khăn, 8 tháng đầu năm 2020, tổng kim ngạch xuất khẩu rau, quả đạt 2,26 tỷ USD, giảm 11,3% so với cùng kỳ năm 2019).

Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam sang EU và thế giới giai đoạn 2015-2019

Đơn vị: Triệu USD

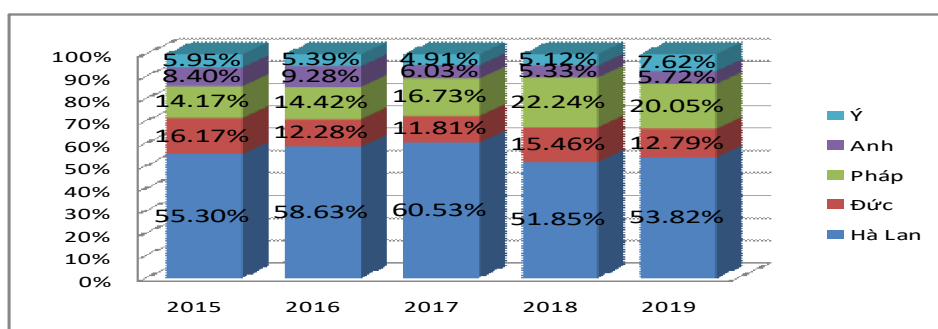
Nước nhập khẩu	2015	2016	2017	2018	2019	11 tháng/2020	Tốc độ tăng bình quân 2015-2019 (%)
EU	76,34	93,12	106,35	115,15	148,01	128,48	
Tốc độ tăng/năm (%)	6,50	21,96	14,21	8,28	28,53		15,89
Thế giới	1.839,27	2.457,66	3.501,59	3.809,59	3.747,06	3.010	
Tốc độ tăng/năm (%)	23,52	33,62	42,47	8,79	-1,64		21,35
Tỷ trọng EU/thế giới (%)	4,15	3,79	3,04	3,02	3,95	4,27	

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

Thứ hai, EU luôn giữ vị trí là thị trường xuất khẩu rau quả quan trọng, với tỷ trọng xuất khẩu mặt hàng rau quả sang thị trường EU trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này duy trì khá ổn định trong giai đoạn 2015-2019 (năm 2019 đạt 148,01 triệu USD, chiếm 3,95%), đưa EU vượt trên Hàn Quốc, Nhật Bản và trở thành thị trường xuất khẩu rau quả lớn thứ tư của Việt Nam.

Thứ ba, trong khu vực EU, xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam tiếp tục giữ vững và phát triển các thị trường truyền thống, trong đó, đứng đầu là xuất khẩu các loại rau quả chế biến

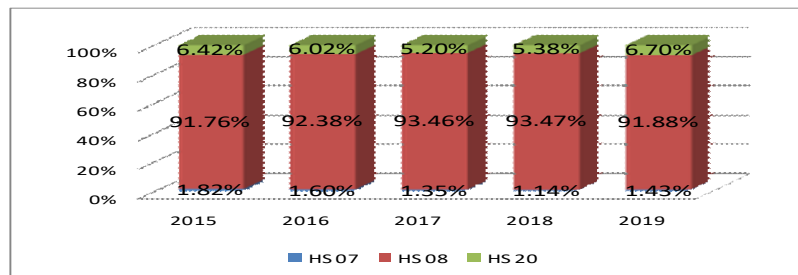
sang Hà Lan - cửa ngõ để các mặt hàng rau quả thâm nhập vào thị trường EU (năm 2019 đạt 79,66 triệu USD, bình quân giai đoạn 2015-2019 tăng 16,09%/năm, chiếm 53,82%); xuất khẩu mặt hàng trái cây và rau quả chế biến sang Pháp (năm 2019 đạt 29,67 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015-2019 đạt 22,64%/năm, chiếm 20,05%); xuất khẩu mặt hàng trái cây tươi sang Đức (năm 2019 đạt 18,92 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015-2019 đạt 13,93%/năm, chiếm 12,79%).

**Biểu đồ 1.** Cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam khu vực EU giai đoạn 2015-2019

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

Thứ tư, chủng loại mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU ngày càng được mở rộng và đa dạng hóa, đặc biệt là trái cây tươi (mã HS 08) - mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang thị trường EU, chiếm tỷ trọng rất cao so với tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang khu vực này (năm 2019 chiếm 91,88%); bình quân giai đoạn 2015-2019, tốc độ tăng trưởng kim ngạch

xuất khẩu nhóm hàng này đạt cao nhất ở mức 17,75%. Trong khi đó, xuất khẩu nhóm hàng rau củ (mã HS 07) và rau quả chế biến (mã HS 20) sang EU ghi nhận sự tăng trưởng vượt bậc trong năm 2019 so với năm trước ở mức lần lượt là 21,75% và 21,03%, bình quân chung cả giai đoạn đạt mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu theo thứ tự là 1,26% và 8,68%.



Biểu đồ 2. Cơ cấu mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU giai đoạn 2015-2019

Nguồn: Tính toán của tác giả từ thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), năm 2020

Thứ năm, mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU đã không ngừng được cải thiện về chất lượng, mang tính đặc sản nhiệt đới gắn với chỉ dẫn địa lý, đáp ứng ngày càng tốt hơn những yêu cầu, đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng EU về vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Đây là những yếu tố căn bản giúp nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu của hàng rau quả, nhất là trái cây tươi, giúp các doanh nghiệp chủ động và tăng cường tham gia trong các chuỗi cung ứng và phân phối rau quả trên thị trường EU.

1.2. Những hạn chế và một số vấn đề đặt ra đối với phát triển xuất khẩu rau quả

Thứ nhất, mặc dù tốc độ tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng rau quả sang EU được duy trì khá cao, đi đôi với tăng trưởng tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam trong giai đoạn 2015-2019, tuy nhiên tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam còn khá nhỏ, chỉ khoảng từ 3,02 - 4,15% (năm 2019 ở mức 3,95%). Hơn nữa, thị phần rau quả Việt Nam còn rất khiêm tốn, chỉ chiếm 0,94% tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả của EU - thị trường được đánh giá là tiềm năng lớn đối với rau củ, trái cây nhiệt đới.

Thứ hai, mặc dù đã có nhiều nỗ lực trong phát triển và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU vẫn không tránh khỏi tình trạng tập trung quá mức vào một số thị trường chủ yếu như Hà Lan, Pháp, Đức, Anh và Ý, trong khi việc thâm nhập

và giữ được thị trường cho từng loại rau quả tại các thị trường xuất khẩu tiềm năng khác khu vực Trung và Đông Âu thực sự không hề đơn giản và cần rất nhiều thời gian.

Thứ ba, mức độ chuyển dịch cơ cấu mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực EU giai đoạn 2015-2019 vẫn còn chậm, chủ yếu xuất khẩu rau quả tươi, mức độ chế biến chưa sâu, giá trị gia tăng thấp, phẩm cấp, chất lượng chưa cao và chưa có thương hiệu, chủ yếu nằm ở phân khúc thị trường giá trung bình và thấp.

Thứ tư, năng lực cạnh tranh xuất khẩu nhóm mặt hàng rau củ, quả chế biến của Việt Nam còn thấp so với các đối thủ cạnh tranh ngay trong khu vực như Thái Lan, trong khi lợi thế cạnh tranh đối với mặt hàng trái cây tươi xuất khẩu sang thị trường EU cũng đang bị cạnh tranh mạnh bởi Thổ Nhĩ Kỳ và Thái Lan trong những năm gần đây. Trong tương quan so sánh giữa xuất khẩu và nhập khẩu, mặc dù giá trị kim ngạch xuất khẩu rau quả nhìn chung có tăng nhưng chủ yếu do sự gia tăng về quy mô, sản lượng và chủ yếu cạnh tranh bằng giá chứ chưa thực sự cạnh tranh bằng chất lượng và giá trị.

Thứ năm, khả năng đáp ứng các quy định về nhập khẩu đối với mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU còn hạn chế và có nhiều vấn đề cần khắc phục, đặc biệt là việc đáp ứng các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm ngày càng khắt khe của thị trường EU. Số lượng, chủng loại mặt hàng rau quả của Việt Nam đạt các tiêu chuẩn kiểm định về chất lượng sản phẩm như VietGAP, Global GAP còn rất ít

so với tiềm năng xuất khẩu. Năng lực tham gia chuỗi cung ứng rau quả xuất khẩu sang EU còn yếu và chưa hiệu quả, phương thức xuất khẩu, phân phối còn nhiều bất cập, khả năng thâm nhập trực tiếp vào các chuỗi siêu thị của EU còn nhiều hạn chế.

Thứ sáu, việc mở rộng diện tích trồng cây ăn quả, rau hoa màu, sử dụng các loại hóa chất, thuốc bảo vệ thực vật, thuốc kích thích tăng trưởng... gây những tác động đối với môi trường đất, nước, không khí và hệ sinh thái tự nhiên, ô nhiễm môi trường nông nghiệp hiện rất đáng báo động.

Thứ bảy, thu nhập của phần lớn người nông dân các vùng nông nghiệp, nông thôn vẫn chưa được cải thiện, tiền lương công nhân trong ngành chế biến rau quả xuất khẩu không cao. Khả năng tạo việc làm, nâng cao trình độ chuyên môn, quản lý và chất lượng lao động từ hoạt động xuất khẩu rau quả còn nhiều hạn chế, mức độ chia sẻ lợi ích chưa thực sự hợp lý giữa các đối tượng tham gia xuất khẩu.

1.3. Nguyên nhân hạn chế, tồn tại

** Nhóm nguyên nhân từ phía thị trường nhập khẩu EU:*

Thứ nhất, sự thay đổi môi trường kinh doanh quốc tế là nguyên nhân quan trọng tác động đến phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả. Sự phát triển bùng nổ của khoa học - công nghệ, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, xu hướng mở rộng tự do hóa thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế, tham gia các FTAs thế hệ mới, trong đó có Hiệp định EVFTA là không thể đảo ngược, đem đến những thuận lợi và thách thức to lớn cho phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả.

Thứ hai, những thay đổi, điều chỉnh trong chính sách quản lý nhập khẩu, tăng cường bảo hộ sản xuất nông nghiệp và bảo vệ người tiêu dùng, nhất là các quy định, tiêu chuẩn nhập khẩu rất nghiêm ngặt và thay đổi theo hướng ngày càng nghiêm ngặt hơn của thị trường EU

về chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm, bảo vệ môi trường, trách nhiệm xã hội và quyền của người lao động, đã gây những thách thức và cản trở không nhỏ đối với phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của Việt Nam.

Thứ ba, các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả của Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu sang khu vực EU do sự cạnh tranh gay gắt từ nguồn cung rau quả tại chỗ của các nước EU, cũng như từ các nhà xuất khẩu rau quả lớn khác trên thế giới.

** Nhóm nguyên nhân từ phía thị trường xuất khẩu Việt Nam:*

Thứ nhất, nhận thức và ý thức về phát triển xuất khẩu bền vững và bảo vệ môi trường của các nhà quản lý, hoạch định chính sách và cộng đồng doanh nghiệp, người lao động trong ngành nông nghiệp chưa cao, chưa đầy đủ dẫn đến những mâu thuẫn và xung đột giữa lý thuyết và thực tiễn hành động về phát triển xuất khẩu bền vững nói chung và đối với mặt hàng rau quả nói riêng.

Thứ hai, hệ thống thể chế chính sách nhằm phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả về quy hoạch sử dụng đất đai, về tài chính, tín dụng, về khoa học - công nghệ, đào tạo nguồn nhân lực... còn nhiều bất cập, hiệu lực thực thi còn thấp. Trong đó, các chính sách thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng rau quả sang EU còn chưa thiết thực, hiệu quả phát triển xuất khẩu, xúc tiến thương mại hàng rau quả chưa như mong muốn, các chính sách chưa cụ thể gắn với đặc thù của từng thị trường, đặc tính từng mặt hàng.

Thứ ba, năng lực tổ chức triển khai chính sách phát triển xuất khẩu còn hạn chế, thiếu sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan chức năng bộ, ban, ngành và doanh nghiệp, người lao động. Nguồn lực cho phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của đất nước và doanh nghiệp về vốn, cơ sở hạ tầng kinh tế - kỹ thuật, dịch vụ logistics, trình độ khoa học - công nghệ và nguồn nhân lực còn nhiều hạn chế, ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh xuất khẩu và

khuyến cho các mục tiêu của phát triển xuất khẩu bền vững trở nên khó thực hiện trong thực tiễn.

Thứ tư, đó là những yếu kém trong tổ chức quản lý và thiếu liên kết, hợp tác giữa các khâu trong chuỗi cung ứng rau quả xuất khẩu, đặc biệt vai trò lãnh đạo chuỗi thuộc về các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu rau quả còn yếu. Khâu xúc tiến thương mại, quảng bá xuất khẩu và khả năng thâm nhập chuỗi cung ứng rau quả trên thị trường EU của các doanh nghiệp còn nhiều khó khăn.

Thứ năm, sự thay đổi môi trường tự nhiên, những hiện tượng thời tiết cực đoan, thiên tai, biến đổi khí hậu và nước biển dâng là một trong những nguyên nhân khách quan ngoài tầm kiểm soát, tác động không nhỏ tới diện tích, sản lượng, năng suất và chất lượng nguồn cung rau quả phục vụ chế biến, xuất khẩu những năm vừa qua và sẽ còn tiếp diễn trong những năm tới.

2. Cơ hội và thách thức đối với phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của Việt Nam trong bối cảnh thực thi Hiệp định EVFTA

2.1. Cơ hội

– Trước hết, từ góc độ thương mại và xuất khẩu, việc tham gia Hiệp định EVFTA sẽ đem lại lợi thế cạnh tranh cho mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường EU nhờ các cam kết cắt giảm thuế quan so với các đối thủ cạnh tranh chưa có FTA với EU.

– Từ nhu cầu thị trường khu vực EU, EU là một thị trường có nhu cầu ổn định về các chủng loại mặt hàng rau quả, chiếm 45% trị giá thương mại hàng rau quả toàn cầu. Quy mô thị trường rộng lớn và nhu cầu theo mùa của EU về những loại trái cây nhiệt đới và mới lạ chính là đặc điểm hấp dẫn đối với các nhà cung cấp rau quả ở các nước đang phát triển và có khí hậu nhiệt đới như Việt Nam.

– Từ các đặc điểm ngành hàng rau quả của Việt Nam, có thể nhận thấy những cơ hội trong xuất khẩu rau quả sang thị trường EU trên cơ sở

các cam kết về chỉ dẫn địa lý hay thuận lợi hóa đầu tư trong Hiệp định EVFTA. Việt Nam đã xây dựng được hành lang pháp lý khá đầy đủ, thuận lợi và có những biện pháp hữu hiệu nhằm hỗ trợ cho các địa phương trong việc đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm đặc sản ở trong nước... Đối với chỉ dẫn địa lý, Việt Nam cam kết bảo hộ 171 chỉ dẫn địa lý của EU và EU sẽ bảo hộ 39 chỉ dẫn địa lý của Việt Nam, đây là điều kiện để một số đặc sản của Việt Nam được tiếp cận và khẳng định thương hiệu của mình tại thị trường EU.

2.2. Thách thức

– *Đối với việc thực hiện các cam kết trong Hiệp định EVFTA và đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật và môi trường.* Các nước phát triển trong khu vực EU sẽ gia tăng áp dụng các biện pháp bảo hộ mậu dịch nhằm mục đích bảo hộ nền sản xuất trong nước và bảo vệ người tiêu dùng, bao gồm: Các rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT), các quy định và tiêu chuẩn chất lượng, môi trường, an toàn vệ sinh thực phẩm; quy định về kiểm dịch động thực vật (SPS); không phân biệt đối xử giữa các loại doanh nghiệp trong và ngoài nước, không chấp nhận những ưu đãi, biệt đãi, cách đối xử đặc biệt với bất kỳ doanh nghiệp nào, cũng như việc áp dụng một số biện pháp bảo hộ không cân xứng như các loại thuế chống bán phá giá, chống trợ cấp...

Đáng chú ý, các quy định về truy xuất nguồn gốc, quy tắc xuất xứ, mức dư lượng tối đa (MRLs) đối với thuốc trừ sâu trong và trên thực phẩm là những điều kiện tiên quyết để vào được thị trường EU, bên cạnh các quy định về trách nhiệm xã hội, tiêu chuẩn lao động và các yêu cầu cao về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ môi trường.

– *Đối với việc gia tăng áp lực cạnh tranh trước hàng rau quả nhập khẩu từ nước ngoài trên thị trường EU*, do các nước này đã đi trước và thành công trong việc thúc đẩy sản xuất rau

quả hữu cơ, rau quả an toàn, đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng và kỹ thuật khắt khe của EU, mặt khác chi phí xuất khẩu rau quả, nhất là chi phí vận chuyển, bảo quản và được cấp chứng nhận có xu hướng tăng làm ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh bằng giá của rau quả xuất khẩu của Việt Nam.

- *Đối với việc khai thác lợi thế từ các hiệp định FTA*, tuy là nước có quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại tốt đẹp với các nước EU và đã ký Hiệp định EVFTA với EU, nhưng các nước ngay trong khu vực ASEAN như Singapore cũng đã tham gia ký kết FTA với EU từ năm 2014 và một số nước khác đang tiến hành đàm phán ký kết FTA với EU sẽ làm triệt tiêu những ưu đãi, lợi thế từ việc ký kết EVFTA.

Tóm lại, mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam đang gặp phải những rào cản về tiêu chuẩn kỹ thuật và môi trường rất lớn, trong đó các thị trường xuất khẩu chính thuộc EU là những thị trường có tiêu chuẩn rất nghiêm ngặt và thay đổi theo hướng ngày càng nghiêm ngặt hơn. Đây sẽ là thách thức không nhỏ đối với xuất khẩu rau quả của Việt Nam hướng tới các mục tiêu phát triển xuất khẩu bền vững, nhất là trong bối cảnh thực thi Hiệp định EVFTA.

3. Một số giải pháp, chính sách nhằm phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường EU

(1) *Đổi mới tư duy của nhà quản lý, hoạch định chính sách*, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp trong phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả.

(2) *Thực thi hiệu quả các cam kết trong Hiệp định EVFTA* nhằm tận dụng cơ hội và hạn chế các thách thức, hài hòa hóa các quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật trong nước với quy định quốc tế, từ đó nâng cao khả năng đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn ngày càng nghiêm ngặt của thị trường nhập khẩu khu vực EU.

- Rà soát luật pháp, chính sách liên quan tới phát triển xuất khẩu mặt hàng rau quả để có cơ

sở cho việc xây dựng mới, bổ sung, điều chỉnh các chính sách đã có nhằm đảm bảo khung pháp lý, chính sách đầy đủ, đồng bộ, rõ ràng và minh bạch phù hợp với quy định và cam kết trong EVFTA, tiếp tục đàm phán và tăng cường hợp tác với các đối tác nhập khẩu phía EU nhằm thực hiện mục tiêu phát triển xuất khẩu rau quả bền vững.

- Hoàn thiện hệ thống các chính sách và quy định, tiêu chuẩn đảm bảo phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả trên cả ba mặt kinh tế, môi trường, xã hội, rà soát và điều chỉnh các quy định, tiêu chuẩn chất lượng, môi trường và an toàn thực phẩm đối với hàng rau quả xuất khẩu phù hợp với chuẩn mực quốc tế.

(3) *Nâng cao hiệu quả thực thi các chiến lược, đề án nhằm phát triển các chuỗi cung ứng rau quả bền vững cho xuất khẩu.*

- Cần tăng cường giám sát doanh nghiệp trong việc tổ chức triển khai thực hiện tốt các quyết định phê duyệt quy hoạch vùng trồng cây ăn quả chủ lực, vùng sản xuất rau tập trung, chuyên canh lớn, cũng như các đề án, kế hoạch phát triển cây ăn quả chủ lực ở các địa phương.

- Hình thành các tập đoàn sản xuất, kinh doanh lớn theo mô hình tổ chức khép kín có sự tham gia của nhà nước, các ngân hàng, nhà đầu tư, nhà khoa học và doanh nghiệp, thông qua đó các hiệp hội ngành hàng rau quả cần phát huy vai trò trong việc tổ chức, kết nối chặt chẽ giữa các cơ sở sản xuất là các doanh nghiệp, trang trại tư nhân, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ nông dân với các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu rau quả, qua đó gắn các vùng sản xuất nguyên liệu với nhu cầu của từng thị trường xuất khẩu. Khuyến khích các doanh nghiệp chế biến làm trung tâm trong liên kết chuỗi giá trị và phát huy vai trò tiên phong trong phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, đảm bảo quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn VietGap, Global GAP, từ đó xây dựng liên minh sản xuất sạch với người nông dân, doanh nghiệp sản xuất giống, thuốc

bảo vệ thực vật và các đối tác cung cấp vật tư, phân bón, dịch vụ hỗ trợ logistics.

(4) Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu mặt hàng rau quả xuất khẩu theo hướng nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng; xây dựng uy tín và thương hiệu hàng rau quả Việt Nam.

– Đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu mặt hàng rau quả xuất khẩu theo hướng nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và tỷ trọng sản phẩm chế biến sâu, ứng dụng công nghệ cao, công nghệ sinh học, cải tiến mẫu mã và bao bì sản phẩm, điều chỉnh tỷ trọng các mặt hàng đem lại giá trị lớn cho xuất khẩu.

– Đa dạng hóa sản phẩm rau quả chế biến, cải tiến chất lượng, mẫu mã sản phẩm rau quả xuất khẩu, nghiên cứu phát triển giống mới, ứng dụng công nghệ sinh học trong lai tạo giống sản phẩm mới, đặc thù nhằm nâng cao chất lượng và giá trị khác biệt cho rau quả xuất khẩu, từ đó xây dựng thương hiệu rau quả xuất khẩu và tìm kiếm thị trường ngách tại EU.

(5) Phát triển thị trường tiềm năng mới, tìm kiếm thị trường ngách trong khu vực EU cho rau quả xuất khẩu của Việt Nam.

– Trước hết, cần khai thác các thị trường tiềm năng và thị trường ngách, mở ra các thị trường mới nhằm đa dạng hóa thị trường xuất khẩu rau quả, tránh phụ thuộc hoặc tập trung quá mức vào một số thị trường chủ lực như hiện nay. Bên cạnh giữ vững thị phần rau quả xuất khẩu của Việt Nam ở những thị trường lớn truyền thống như Hà Lan, Đức, Anh, Pháp, Ý, cần xây dựng chiến lược xuất khẩu và phân khúc thị trường các sản phẩm rau quả đối với từng thị trường nhằm thâm nhập các thị trường mới, có nhiều tiềm năng như các thị trường khu vực Trung và Đông Âu, với các sản phẩm phù hợp với nhu cầu đặc trưng của từng thị trường tiêu thụ.

– Các doanh nghiệp xuất khẩu cần có chiến lược để tham gia vào các chuỗi phân phối mặt hàng rau quả tại thị trường EU, dần xây dựng

mối quan hệ khăng khít với nhà nhập khẩu, hay chuỗi tiêu thụ hàng rau quả tại địa phương, đồng thời giúp các nhà xuất khẩu rau quả lựa chọn nhà nhập khẩu hay kênh phân phối phù hợp với nguồn sản phẩm mình cung cấp, thông qua mạng lưới các siêu thị, đại siêu thị tại các nước khu vực EU.

(6) Nâng cao hiệu quả công tác xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin, dự báo thị trường EU nhằm hỗ trợ doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng rau quả.

– Xây dựng hệ thống thông tin thương mại quốc gia, cung cấp thông tin cập nhật đầy đủ về các sản phẩm và thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam. Thường xuyên cập nhật thông tin về các thủ tục, quy định nhập khẩu, dự báo, cảnh báo về nguy cơ bị kiểm tra, kiểm nghiệm và bị từ chối nhập khẩu để các doanh nghiệp chủ động có biện pháp phòng tránh.

– Cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp xuất khẩu về các quy định, tiêu chuẩn ngành hàng rau quả đối với từng thị trường khu vực EU, trong đó không chỉ có những tiêu chuẩn chung của khu vực EU như Global GAP, mà còn cả các tiêu chuẩn riêng cao hơn của từng nước thành viên EU (tiêu chuẩn BRC, FSSC 22000, IFS...), kể cả tiêu chuẩn riêng trong chuỗi cung ứng của mỗi doanh nghiệp nhập khẩu vào EU hay tiêu chuẩn riêng trong hệ thống siêu thị khu vực EU, giúp các doanh nghiệp xuất khẩu hiểu rõ và chủ động đáp ứng, tránh rủi ro do bị từ chối hay hủy đơn hàng.

– Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại mặt hàng rau quả đối với cả cấp chính phủ, hiệp hội và doanh nghiệp, tham quan và khảo sát thị trường thông qua tham tán thương mại, hiệp hội thương mại, hiệp hội ngành hàng rau quả Việt Nam, các nhà bán buôn, hay phối hợp với các trung tâm thương mại của người Việt tại nước ngoài để thực hiện các chương trình truyền thông, tiếp thị, xây dựng mạng lưới thông tin tại các thị trường xuất khẩu. Hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả Việt Nam tăng cường

tổ chức các sự kiện quảng bá và tham gia các hội chợ, nhất là các hội chợ chuyên đề về thực phẩm, rau củ, trái cây tại các thị trường xuất khẩu thuộc khu vực EU.

(7) Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, dịch vụ logistics, vận chuyển và bảo quản; ứng dụng khoa học công nghệ, kỹ thuật tiên tiến trong sản xuất, chế biến rau quả.

– Tập trung nguồn vốn đầu tư của nhà nước (từ ngân sách trung ương và địa phương), tăng cường thu hút nguồn vốn ODA, khuyến khích đầu tư của tư nhân nhằm đa dạng hóa hình thức đầu tư, nhất là đầu tư theo hình thức hợp tác công - tư (PPP) cho phát triển cơ sở hạ tầng kinh tế - kỹ thuật, dịch vụ logistics phục vụ sản xuất, chế biến xuất khẩu hàng rau quả.

– Tăng cường trang thiết bị kỹ thuật, xây dựng các phòng thí nghiệm trọng điểm quốc gia phục vụ cho công tác kiểm tra, kiểm nghiệm, giám định, chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, đảm bảo truy xuất nguồn gốc sản phẩm rau quả, đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn lao động và môi trường cho sản phẩm rau quả xuất khẩu...

– Đầu tư xây dựng và phát triển các trung tâm chiếu xạ, kiểm dịch thực vật tại các vùng trồng rau quả lớn tập trung (như ở vùng Đồng bằng sông Hồng, Đồng bằng sông Cửu Long, Tây Nguyên), trang bị công nghệ bảo quản, công nghệ xử lý kiểm dịch thực vật, nhà máy chiếu xạ, nhà máy xông hơi nước nóng xử lý trái cây... nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch, giảm tỷ lệ hao hụt, bảo đảm chất lượng sản phẩm trong quá trình lưu thông, phân phối.

– Xây dựng mô hình tổ chức sản xuất, chế biến phù hợp tạo thuận lợi cho việc ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ trong chế biến rau quả xuất khẩu. Khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp đầu tư, đổi mới công nghệ chế biến theo hướng hiện đại, phát triển và nâng cao năng lực chế biến theo chiều sâu. Xây dựng, tổ chức thực hiện tốt quy trình chế biến để đảm bảo chất lượng, giảm tỷ lệ tiêu hao vật tư, nguyên liệu và quản lý tốt an toàn thực phẩm đối với sản phẩm rau quả xuất khẩu.

(8) Thực hiện các giải pháp, chính sách nhằm đảm bảo hài hòa giữa tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng rau quả và bảo vệ môi trường, giải quyết các vấn đề xã hội.

– Tăng cường công tác bảo vệ môi trường, giảm thiểu ô nhiễm môi trường trong nông nghiệp, nâng cao hiệu quả khai thác tài nguyên và hệ sinh thái tự nhiên. Nâng cao năng lực kiểm tra, giám sát và xử lý các vi phạm về bảo vệ môi trường trong sản xuất, chế biến, xuất khẩu rau quả, chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, hạn hán và xâm nhập mặn.

– Ban hành và thực thi hiệu quả chính sách đào tạo, nâng cao trình độ kỹ thuật, quản lý và chất lượng nguồn nhân lực ngành hàng rau quả, cùng các chính sách đảm bảo các quyền về lao động, cải thiện điều kiện lao động trong hoạt động sản xuất, xuất khẩu rau quả, đảm bảo chia sẻ lợi ích hợp lý, bình đẳng giữa những người tham gia xuất khẩu rau quả, xử lý xung đột xã hội, hạn chế phân hóa giàu nghèo giữa các khu vực nông thôn và thành thị.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2017), Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU - Sổ tay cho các doanh nghiệp Việt Nam.
2. Cổng thông tin điện tử, Cục Xúc tiến thương mại VIETRADE (2016), Báo cáo thị trường rau quả EU.
3. Phạm Nguyên Minh (2019), Nghiên cứu đề xuất giải pháp phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu (EU) đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương, Bộ Công Thương, mã số ĐTNCKH.056.19.
4. MUTRAP (2015), Lộ trình nâng cấp hệ thống vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật - SPS của Việt Nam dựa trên hệ thống SPS của EU đối với thực phẩm, đồ uống, động vật và cây trồng, Báo cáo nghiên cứu.
5. Trung tâm Phát triển Thương mại điện tử (ECOMVIET) (2016), “Hướng dẫn xuất khẩu rau quả tươi sang EU”, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương.

CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS FOR NIGHT-TIME ECONOMY DEVELOPMENT IN VIETNAM⁹

M.Econ. Hoang Thi Huong Lan

Vietnam Institute of Industrial and Trade Policy and Strategy

Dr. Vu Thi Loc

Planning Department - Ministry of Industry and Trade

The development of "night-time economy" is an inevitable trend of economies in the world today and has become a new driving force for the economic growth of Vietnam. The country has great potential for night-time economic development due to its achievements in economic growth and development, strong tourism development, rapid urbanization in major cities, and growth in income, living standards, especially of the middle class. However, the night-time economy has only appeared fragmented in some cities and tourist centers have not yet formed a professionally organized economic region and have contributed to GDP growth as well as socio-economic development. To develop the night-time economy effectively, it is necessary to set up legal framework and policy for night-time economic activities that is sustainable for socio-economic development. The article analyzes the current situation of night-time economic development, thereby proposing some solutions for night-time economic development in Vietnam in the new period.

Keywords: Night-time economy; Night-time economic development.

1. Potential for developing night-time economy in Vietnam

In the past 10 years, the urbanization process in our country has taken place strongly, reflected in the proportion of the urban population tending to increase (from 30.4% in 2010 to 35.1% in 2019). The rural population declines rapidly (from 69.6% in 2010 to 65% in 2019). Notably, in urban areas with a concentration of young populations; cities and large urban areas have a diverse and unique culture, art and cuisine, has a high degree of integration and globalization, the night weather is relatively suitable for night activities (without extreme weather patterns). Transitions in the current population structure of our country create changes in population consumption; having a positive impact on night-time economic activities in urban areas in general, including shopping for goods at night.

Along with the process of urbanization, the transportation system in our country is increasingly invested and perfected in a synchronous direction, from road traffic, by air, to waterway, railway..., creating favorable conditions for the transportation of passengers and goods, increasing travel demand of domestic and international tourists, thereby contributing to the development of the night-time economy in our country.

2. Reality of night-time economic development in Vietnam

** Initial achieved results*

– Realizing the necessity and importance of the night-time economy, on July 27th, 2020, the Prime Minister signed Decision No. 1129/QĐ-TTg approving the "Project for night-time economic development in Vietnam", intending

⁹ The article is part of the mission research results: "Research proposing solutions to develop the night-time economy in Vietnam in the field of industry and trade".

to exploit the potential for economic development at night, making the most of opportunities for new economic development, improving people's incomes and living standards, and minimizing risks and negative impacts on the work of ensuring political security and social order and safety.

- It can be seen that the night economy contributes to the development of the economy, creates jobs, income for workers and makes the most of local resources and resources to attract tourists, creating a new driving force for socio-economic development.

- Currently, some major cities and tourist centers of the country such as Hanoi, Ho Chi Minh, Da Nang, Hoi An, Sa Pa, Hue... have developed night-time economic activities under the types such as pedestrian streets, shopping malls, food courts, convenience stores, night-time markets, some of the arts activities, street entertainment at night. The country has about 20 night-time markets for tourism, about 1,000/2,300 convenience stores operating 24/24 hours, concentrated in Ho Chi Minh City and Hanoi¹⁰.

Hanoi City currently has only one area of night economic activity located in the Old Quarter. To facilitate the development of the night service business in the Old Quarter, the city has allowed business activities until 2:00 am and the night market is open for 3 weekends on streets such as Hang Dao and pedestrian streets in Hoan Kiem lake area. Besides, some street performing activities have appeared.

Ho Chi Minh City has also developed nightlife neighborhoods in many pedestrian streets, with various types of food, bars, cafes, and performing arts, and is planning to develop developing a city specializing in night food to attract tourists, thereby promoting the development of night-time economy.

Vung Tau City has made a detailed plan of 1/500 axis Thuy Van - Bai Sau, including

pedestrian streets and tourist service areas serving tourists and people at night.

Hue city is implementing the project "Morning and Live" to create more night services for tourists and is highly appreciated by tourists, such as the putting into operation of the lighting system of the monument, the pedestrian street at Hue.

Quang Binh province is building two-night tourism products, which are exploring Dong Hoi city at night by tram and night market street.

- Particularly for the industry and trade, night-time economic development mainly focuses on the fields of wholesale and retail, through trade centers, supermarkets, convenience stores, night markets..., therefore, trade promotion activities aimed at developing the night-time economy, managing goods in circulation at night, managing food safety and hygiene, providing infrastructure, electricity and water... serving the night economy is very important.

** Some limitations*

However, along with the initial results achieved and the bright spots, the current situation of night-time economic development in Vietnam is facing shortcomings:

+ Night-time economic development has formed in Vietnam, however, it has only appeared fragmented in many big cities and tourist centers, has not yet formed an economic area that makes an important contribution to GDP growth, has not been properly managed and there are no specific reports and statistics on the contribution of the night-time economy to socio-economic development.

+ Night-time business activities are not currently properly managed, not widely promoted, not enough to create a highlight in the eyes of tourists from all over the world, not attractive enough to attract tourists coming back

¹⁰ <https://tuoitre.vn/viet-nam-thuc-day-nen-kinh-te-ban-dem-nhu-the-nao-20190722085334303.htm>

many times, while the demand for exploration and entertainment at night is increasing among the population classes in the cities.

- + Some localities have programs and plans for night-time economic development, however, night-time economic activities only appear based on exploiting existing advantages of the locality on a small scale, developing pilot.

- Night-time economic activities in Vietnam are still poor, monotonous, developing on a small scale and not professionally organized, leading to low efficiency.

- + In many localities, night-time economic activities such as entertainment programs, culture at night, the food court system, and shopping areas are still monotonous, so they are not attractive to tourists. The current types of night-time economic activities are very monotonous and developing on a small scale, focusing only on food activities and night markets, or pedestrian streets with very small scale and pilot. In fact, entertainment activities, performing arts at night, the chain of shops, supermarkets, and busy night shopping areas has not been formed in big cities such as Hanoi and Ho Chi Minh City, while for tourist areas in more remote localities, these activities are mainly small and spontaneous of the people rather than the development planning of local governments.

- + Although some areas such as Hanoi Old Quarter, Bui Vien Street and Pham Ngu Lao in Ho Chi Minh City are considered tourist destinations, Vietnam has not yet developed outstanding brands for attracting domestic and foreign tourists, thereby promoting night-time economic development. Some famous tourist areas such as Hoi An, Sa Pa, Mui Ne... have not diversified nightlife development services to maximize tourist activities.

- + The localities have only developed a small-scale night-time economy in a few locations but have not formed a diversified system of local night-time economic zones and connected from tourism to food, performing arts and sports activities, health care...

- The planning and formulation of policies and legal framework for night-time economic activities in Vietnam have not received attention and have not been integrated into the national socio-economic development planning. Vietnam does not yet have a Strategy/Plan/Action Program to effectively develop the night-time economy at the national, sectoral and local levels.

- + Although many localities and businesses have been interested in and developing night-time business and service activities over the past time, due to the lack of specific guidelines, the development planning is still unreasonable. This leads to ineffective operation of all types of night-time business and services.

- + Night-time economic development activities have not been integrated into the local socio-economic development master plans, so there are no policies to support night-time economic development such as setting up infrastructure systems (public transport, electricity supply, waste treatment, security - safety...). At the same time, there are no separate infrastructure plans for night-time economic development but mainly based on the existing infrastructure system located near residential areas, narrow urban space, leading to very limited much of the night-time economy's active development.

- + The setting of a time frame for night-time economic activities mainly applies the regulation that after 11pm, entertainment activities must stop. In fact, the current law does not regulate "curfew", but only regulates the time allowed to do business during the day of some types such as bars, discos. Due to the demand from the market, recently, some localities with advantages in tourism development have introduced initial regulatory policies to promote the night economy, from choosing locations, changing the time frame to allow business activities..., as in Hanoi, restaurants and bars in Hoan Kiem district are open until 2am on 3 weekends with the

condition of ensuring safety, security, not making noise and it is strictly forbidden to sell alcohol to children.

– Night-time economic development in Vietnam is facing many risks and challenges.

Although night-time economic development brings many contributions to socio-economic development, there are also many problems related to security and order in the locality; noise pollution, garbage; pressure on existing infrastructure systems mainly serving daytime economy (transportation system, waste treatment, electricity and water supply...); issues of social evils such as crime, prostitution, and cultural tension arise; the illegal appropriation of public spaces in service of business activities such as encroaching on pavements, roadbeds; difficulties in controlling issues of hygiene, food safety, quality control of goods, the origin of goods, prices of goods displayed for sale in night-time economic development areas.

3. Some solutions for developing night-time economy in Vietnam

** For the Government:*

– To assign the focal agency to develop "Vietnam's night-time economic development project". Since the night-time economic development is related to many ministries, branches and localities, the Project should have a focal point agency with the participation of relevant ministries, branches and localities responsible for research, an overall assessment of night-time economic development and development of the night-time economic development project in Vietnam to serve as a basis for proposing perspectives, orientations and solutions for night-time economic development suitable to Vietnam's conditions. At the same time, it should be entitled mechanisms and policies to support night-time economic development.

– To direct governmental localities to include the content of night-time economic development planning into the content of socio-economic development master plans of

provinces and cities. In which, it is necessary to plan areas and routes to focus on night-time economic development; central and satellite areas; main types of night-time economic services need to be developed and supportive and preferential policies to attract businesses to invest in developing entertainment and night-time shopping activities (such as restaurants, bars, food streets, cultural forms, festivals, street arts), meeting the needs of residents and tourists, especially serving the needs of tourists at night. At the same time, the planning content should focus on regulations to ensure sustainable development such as regulations and standards on noise, light, location, distance from residential areas, hospitals, schools, necessary infrastructure (waste collection and treatment system, public infrastructure system, order and security management agency...).

– To direct concerned ministries and branches in formulating night-time economic development projects for branches, domains and localities; reviewing and completing policies and legal frameworks on night-time economic development, with regulations on curfew, time of operation, operating permits, restricted areas, policies on transportation to facilitate development night economy; security and safety policy; supportive policies create favorable conditions for traders, consumers, tourists to participate in night-time economic development... To adopt policies to promote the development of diversification of types of night economic services and synchronously develop the system of support services and the urban infrastructure system to meet the needs of night-time economic development such as transport infrastructure systems, electricity and water infrastructure...

– To pilot night-time economic development in some big cities and some big tourist areas across the country such as Hanoi, Ho Chi Minh, Da Nang, Quang Ninh, Vung Tau, Da Lat, Sa Pa, Hoi An..., in which, it is necessary to emphasize the factors of local night-time economic brands, focus on activities bearing indigenous cultural identity to encourage customers to experience more and spend more;

consider allowing localities to have their mechanisms and policies to orient and create conditions for big cities and tourist-focused areas to develop the local night-time economy.

- Each locality needs to orient and select a number of groups of night-time economic sectors to arrange concentrated investment resources for development, attract domestic and foreign investors, thereby forming a diverse system of local night-time economic zones and strengthening close connections with each other from tourism to food, shopping, performing arts, and sports activities, health care...; at the same time enhancing trade promotion to promote and attract tourists and people to participate in local night-time economic activities.

- To develop a "Guidebook on Night-time Economic Development" to guide managers at central and local levels, businesses, associations and stakeholders, thereby managing well the night-time economic service activities, especially solving problems related to local security and order, noise pollution, garbage, social evils such as crime, prostitution, a cultural tension, also such as issues of hygiene, food safety, quality control, origin, and commodity prices in the developed night-time economy areas.

* For ministries and governmental localities:

- To organize research on experiences of countries in night-time economic development related to sectors and fields under the charge of

Ministries, branches and localities, from which solutions to night-time economic development for activities with related to the branches and fields of their units; propose and recommend to the Government problems and solutions beyond its management competence.

- To develop a night-time economy development project for sectors, fields and localities under the unified direction of the Government, while actively reviewing, supplementing and completing policies and legal frameworks to strengthen night-time economic development management and support for activities related to branches, fields and localities; integrate the contents of night-time economic development into the socio-economic development planning, development programs and plans of branches, fields and localities.

- To strengthen the inspection and supervision of night-time business activities in the locality and under the responsibility of the ministries and branches; strengthen inter-agency coordination in night-time economic management and development related to issues such as culture - art, food safety and hygiene, quality control, origin, and price of goods display for sale in night-time economic development areas, infrastructure (traffic, electricity, water, waste treatment, noise pollution, garbage), security, order and safety, tourist management, especially international visitors.

REFERENCES

1. Andreina Seijas (2018), A guide to managing your night-time economy, Sound Diplomacy, London.
2. [Http://vneconomy.vn/thay-gi-tu-nhung-con-so-sieu-khung-cua-kinh-te-ban-dem-20190830120407344.htm](http://vneconomy.vn/thay-gi-tu-nhung-con-so-sieu-khung-cua-kinh-te-ban-dem-20190830120407344.htm).
3. Dang Khoi (2019), "Night-timeEconomy - Attractive and challenging numbers await", www.baodautu.vn. Retrieved November 25th, 2019.
4. Nguyen Minh Phong (2019), "Night-time Economy - A bright door for the tourism industry", www.nhandan.org.vn. Retrieved November 11th, 2019.

EXPERIENCES ON DEVELOPING REFRIGERATED STORAGE AND REFRIGERATED TRANSPORT IN SOME COUNTRIES AND LESSONS FOR VIETNAM

Dr. Dang Thanh Phuong; M.Econ. Nguyen Thi Tra Giang; M.Econ. Nguyen Minh Thang
Vietnam Institute of Industrial and Trade Policy and Strategy

Development of refrigerated storage and transport is playing an increasingly important role, especially in production, distribution and export of agricultural products in order to increase storage time, reduce loss, damage and increase VAT for products. The article analyzes the experience of refrigerated storage and transport development in logistics to promote agricultural exports of some countries such as Thailand, China, and South Korea... and draws lessons for Vietnam.

Keywords: *Agricultural products; Export; Logistics; Refrigerated storage; Refrigerated transport.*

1. Concepts of refrigerated storage, refrigerated transport and the roles in enhancing agricultural exports

1.1. The concepts of refrigerated storage, refrigerated transport

Refrigerated storage and refrigerated transport are two basic logistics components of a cold supply chain - the common concepts in countries with developed agriculture, including: (1) The refrigerated storage network are temperature controlled warehouses for storing sensitive and perishable items; (2) The cold transport system includes various types of transport such as trucks, reefer containers, specialized mean for transport and inspection, maintaining the necessary refrigerated temperature.

Refrigerated storage and refrigerated transport, with the ability to control and maintain the appropriate temperature for goods with different refrigeration requirements, ensure and prolong the life of high temperature sensitive items such as agricultural products, aquatic products, processed frozen goods, fresh cut flowers, special pharmaceutical products.

1.2. The role of refrigerated storage, refrigerated transport

- Refrigerated storage and refrigerated transport help maintain and extend the product life cycle in a safe condition, therefore, adding value to perishable products. Many studies show that using refrigerated storage and refrigerated transport can help vegetables prolong edible time from 2 - 3 days to 7 days, thereby reducing loss by 60 - 70%. According to research by CEL Consulting, around 25.4% of agricultural products are damaged before being sent to processing factories or distribution centers. Particularly, a FAO survey have shown that the post-harvest loss of rice in Southeast Asia is about 10 - 37% where the losses during the storage period can be up to 6% in bade conditions. The loss is seen on both in weight and quality. For example, when seeds naturally evaporated, the weight loss can be around 3 - 8%. Also, when vegetables are exposed to sunlight, air, and high temperatures, vitamin C is found in many vegetables such as oranges, tangerines, strawberries, tomatoes, guava, broccoli, sweet potatoes, potatoes... easily lost from evaporating process. Thus, Refrigerated storage and refrigerated transport not only keeps vegetables and fruits and vegetables fresh and delicious, but also helps to

ensure safety and protect human health. According to research from Nielsen, people are spending more and more on health, and nearly half of Vietnamese consumers are interested in fresh, natural food. If meeting the criterion, manufacturers and retailers are able to improve the quality of life and increase customer satisfaction.

- Refrigerated storage and refrigerated transport are hubs in connecting information management system in logistics activities for agricultural supply chain. As a result, Refrigerated storage and refrigerated transport are not only help to optimize time and cost, but also improve the efficiency and competitiveness of products in the market. Refrigerated storage and refrigerated transport can also become an important part of the product branding strategy, better respond to customer needs, achieve higher market share, higher profitability and reduce risk. In general, Refrigerated storage and refrigerated transport contribute to improving the quality of life and promoting the economy in a sustainable direction.

2. Experiences of some countries in developing refrigerated storage and transport to enhance export of agricultural products

Over the past two decades, developed countries such as France, Germany, Finland, Spain, and the US... have promoted investment and become the countries with the fastest growing Refrigerated storage and refrigerated transport in the world. Agricultural products in these countries have reach twice in added value, while India and China are more modest, only 7% and 23% respectively. In the context of globalization, the export of agricultural products, fruits and aquatic products has increased and moreover, in the midst of the COVID-19 pandemic, the world needs ways to help store and preserve products for a longer period of time and to ensure that food safety and hygiene. Therefore, applying Refrigerated storage and refrigerated transport are increasingly interested and developed.

2.1. Refrigerated storage and refrigerated transport development promotes agricultural exports in Thailand

To meet the growing export, the logistics industry for agricultural exports, especially the export of fruits and related processed products in Thailand has drastically developed in the recent years. The Government and enterprises focus refrigerated storage and refrigerated transport, and gained good result in both revenue, number of joiners and related services.

- * The refrigerated storage market accounted for the second highest market share in Thailand's refrigerated storage and transport market in 2017 and continued to increase due to export demand for agricultural products. Most of Thailand's refrigerated storage companies build their facilities near major ports and airports to reduce transportation costs and gain a competitive advantage between domestic and foreign customers. Most refrigerated storage facilities are located in the Bangkok area near Samut Prakan province. Bangkok also contributes the highest revenue contribution to Thailand's refrigerated storage market, due to its proximity to Klong Toey Port, the largest port in Thailand and Suvarnabhumi Airport.

- * Cold transport also plays an increasingly important role; the cost of cold transportation is much higher than the cost related to refrigerated storage. Food manufacturers and importers in Thailand tend to find refrigerated storage logistics solutions of 3PLs with advantages in cost, reduction of legal risks and product management and preservation, thus revenue and the number of 3PLs surged in Thailand.

However, Thailand's refrigerated storage and transport market is very fragmented and in its infancy. Companies compete based on different parameters including warehouse capacity, number of pallets, fleet, temperature range, network coverage and location. Thailand's refrigerated storage and transport is not yet at a modern level of development: warehouse infrastructure, refrigerated vehicles are underdeveloped, lack of specialists, and high-quality labor involved in the management

and operation of the refrigerated storage and transport. Five problems are problems with refrigerated storage and transports in Thailand, consisting of the followings:

(1) Human resources: Refrigerated storage and transport employees lack the knowledge and skills to master product handling and storage according to Good Warehouse Practice and Good Distribution Practices.

(2) Infrastructure: Inadequate infrastructure and ineffective to meet refrigerated storage and transport demand in Thailand.

(3) Temperature management: Temperature monitoring and testing should be organized to achieve a more sustainable system.

(4) Transport standard: Refrigerated storage and transport products are usually sensitive to air during transport and transit. This can affect the product quality and cause damage to the product.

(5) Electricity Management: Energy is distributed unstable, resulting in uncontrolled temperature stability.

The attention of the Government is assessed as one of the advantages of Logistics Thailand. The positive changes in Thailand's logistics policy system and environment over the past time show the flexibility and serious interest in promoting the Logistics of the Government. In addition to the support by the policy system, the Thai Government is also actively investing heavily in Logistics infrastructure.

2.2. Refrigerated storage and transport development promotes agricultural exports in China

Logistics serving the export of Chinese agricultural products in general has many positive changes (in stages of transport, storage and clearance,) to meet the increasing value of agricultural exports (from 57.6 billion USD in 2015 to 64.83 billion USD in 2019). Logistics for export of Chinese agricultural products is mainly thriving for such commodities as meat, seafood products, fast-frozen foods, fruits and vegetables and dairy products, including

refrigerated storage and transport logistics serving agricultural products such as fruits and vegetables is currently the largest market segment, followed by seafood products with rapidly increasing demand for refrigerated storage and transports.

China's refrigerated storage and transport logistics is also growing rapidly not only in the value of refrigerated storage and transport logistics, but also in the increase of the number of refrigerated storage, vehicles and the number of participated suppliers:

* Refrigerated storage operation: The Chinese refrigerated storage business performance is fragmented, low concentration and regional specific. The top ten refrigerated storage operators have a total refrigerated storage capacity of 25.15 million m³ by 2019, accounting for about 17.3% of the national market share. Notable companies such as Xianyi Holdings, Swire Refrigerated storage and transport Logistics and China Merchants Americold all have an extensive refrigerated storage network nationwide.

In addition, in order to keep pace with the rapid growth of air transport in the refrigerated storage and transport due to the increasing demand for import and export of high value agricultural products, temperature controlled warehouse systems have been construction around airports and economic zones. Top domestic airports in China with refrigerated storage capacity include Pudong Airport (Shanghai), Baiyun Airport (Guangzhou) and Kunming Airport.

* The number of Chinese frozen trucks also increased sharply from 26 thousand to 81 thousand vehicles in the period 2010 - 2015 and by 2019, the number of frozen trucks of China are estimated to reach 120 thousand. However, the market for refrigerated truck suppliers in China is still fragmented, with the top ten suppliers, including Zhenjiang Kangfei Auto and CLW Special Auto, accounts for only 26% of the market.

* Refrigerated storage and transport logistics providers involved in both refrigerated storage

and refrigerated storage and transport, such as Xianyi Holdings, Swire Refrigerated storage and transport Logistics and ZM Logistics with large refrigerated storage and transport capacity. In addition, a growing number of third party logistics companies (3PLs) are participating in China's refrigerated storage and transport logistics. The 3PLs' responsibility for logistics operations enables the production and export companies to focus on their business activities more efficiently. The 3PL form in China is still in the development stage, and traditional companies are still preferred over 3PL service providers. In 2018, the 3PL market in China achieved revenue of 203.2 billion USD, and is expected to continue to grow at a rate of over 10%. In addition to general policies, the Chinese government at all levels increases investment in refrigerated storage and transport infrastructure, facilitating the expansion of refrigerated storage and transport logistics.

However, there are still some constraints such as low demand for fresh, high quality product or the cost of adopting high technology, which can result in low utilization rates for refrigerated storage and transport technology. Frozen trucks not only require high one-time costs but also consume more energy than conventional trucks during transportation. The combination of high purchase and maintenance costs makes many businesses reluctant to use them for low value agricultural products resulting in low efficiency using refrigerated storage and transport systems. It is the same for refrigerated storage.

2.3. Refrigerated storage and transport development promotes agricultural exports in Korea

The refrigerated storage and transport business in Korea is thriving due to the growth of international trade in foods with increasing requirements for storage conditions such as agricultural products and medicines. Korea has made achievements in transport technology, refrigerated storage and infrastructure development of refrigerated storage and transport logistics. Refrigerated storage and transport facilities in Korea are increasingly modern, based on the

application of advanced information technology solutions for warehouse and transportation management. To ensure optimal use of the refrigerated storage and transport, companies in Korea use automatic technology and focus on on-demand storage, and mainly small-scale warehouses (2000 - 5000 m²). In addition, Korean refrigerated storage and transport logistics experienced growth in revenue as well as scale of operations. The Korean refrigerated storage and transport logistics revenue is the largest contributor from the meat and seafood business, secondly from the pharmaceutical and vegetable business, the rest from dairy products, confectionery, and other products such as processed foods and ready-to-eat foods. In particular, the Northern Korean region including cities like Seoul and Incheon occupies the main market share in the Korean refrigerated storage market, followed by the Central region, and the third is the South.

The connection in the stages of logistics serving business activities, trade in general and logistics for agricultural exports in particular in Korea has developed effectively. This is reflected in the fact that Korean refrigerated storage and transport logistics companies are mainly 3PLs, providing a range of integrated services to customers thriving in Korea.

The Korean government has also launched policies to support the development of refrigerated storage and transport technology; propose policies to strengthen the relationship with emerging economies to diversify its export markets, promote export logistics in general, and agricultural export logistics in particular.

However, there are still some limitations such as refrigerated storage and transport third-party logistics (3PL) suppliers as well as Korean logistics chains, which lag behind developed world suppliers in many ways such as processing form of orders, information management, refrigerated storage infrastructure, cold transport vehicles. The above limitations stem from the fierce competition in the Korean logistics market, when global companies are entered the market early, growing stronger through strategic alliances and M&A missions. In addition, policies to support the development of logistics and logistics industries for Korean agricultural

exports have not yet achieved high efficiency: The information and standardization of Korean logistics processes are still slow; Development of the national information store has been delayed, leading to a decrease in the reliability of logistics development policies...

3. Lessons for Vietnam in refrigerated storage and transport development

The benefits of the refrigerated storage and transport are gradually gaining attention in Vietnam. Producers and processors have recognized that with short life cycles, easy to spoil, high seasonality, vegetables and fruits should be stored at the right temperature. This process is a closed and integrated chain, from the production, harvesting, processing, packaging, storing, transporting, and distributing to the end consumer.

Currently, according to a report by the Ministry of Industry and Trade, vegetables and fruits are one of the 13 main agricultural products of Vietnam, accounting for about 1.4% of the world's total import of vegetables and fruits (about 270 billion USD in 2018). The main export markets of Vietnamese agricultural products are China, the US, Korea, Japan, the Netherlands... Therefore, improvements in cold preservation help vegetables, fruits, agricultural products, and aquatic products penetrate a lot of market and avoid many losses.

In fact, Vietnam's cold logistics market is in the development stage and has great potential. According to Ken Research, Vietnam's cold supply chain market is expected to reach \$ 1.8 billion by 2021. Meanwhile, the figure in 2019 according to FiinGroup's estimate is only \$ 169 million. Currently, Vietnam's cold supply logistics market recognizes the presence of many large investors. If foreign investors mainly develop refrigerated storage systems, most of the domestic firms hold the cold transport market such as ABA Cooltrans, Tan Bao An... However, modern refrigerated trucks Standard insulation in Vietnam only accounts for 0.3% of the transportation rate by car. In developed countries like the United States, the

rate is 1% and 2.6% in the UK and Germany reach 3%.

From the experiences of South Korea, China and Thailand, some lessons can be drawn for Vietnam in refrigerated storage and transport development, which are:

- The government has an important role in planning and implementing macro policies, especially developing transport infrastructure, large logistics infrastructure as well as connecting logistics service modes... Thus, it is necessary to have a comprehensive plan and the participation of government agencies to develop logistics services to promote the export of agricultural products.

- Developing an effective refrigerated storage and transport development strategy, based on forecasts about the possibility of developing import and export of agricultural products, products requiring other temperature preservation.

- Increasing investment in supporting refrigerated storage and transport businesses, providing information support, technology research and training to implement refrigerated storage and transport operations and management, especially supporting refrigerated storage and transport logistics development towards specialization, creating conditions for 3PL service providers to enter the market.

- Strengthening international cooperation, trade promotion and technology transfer in refrigerated storage and transport logistics.

- Increasing investment in transportation infrastructure (road, railway, waterway, air) towards modernization, synchronization and strengthening interoperability of multimodal transport. In particular, consider expanding air transport in the refrigerated storage and transport as the demand for export of high value agricultural products is increasing like the case in China.

- Solving human resources in refrigerated storage and transport operations: Government and businesses need to strengthen and support the training of high-quality management

experts and human resources involved in refrigerated storage and transport.

– Transparent in logistics domestic regulations by timely publishing of investment regulations, licensing criteria, and government

licensing decisions; soliciting private sector input in the sector policy-making process. Create an effective policy environment that promotes private sector participation and public-private partnerships in logistics infrastructure development.

REFERENCES

1. Ministry of Industry and Trade (2018, 2019, 2020), Logistics Report, Industry and Trade Publishing House.
2. APEC (2015), High Level Public-Private Forum on Refrigerated storage and transport to Strengthen Agriculture & Food's Global Value Chain, Final Project Completion Report.
3. Sumet Onkittikul, Vari Plongon, Jitlaykha Sukruay and Kittiya Yisthanichakul (2019), A Geographical Simulation Analysis of Impacts of Vietiane-Hanoi Expressway.
4. Doan Ngoc Ninh (2019), Research on China's logistics system development and lessons for Vietnam, Journal of Industry and Trade
5. Some websites:
 - <https://cafef.vn/chuoi-cung-ung-lanh-len-ngoi-giua-dai-dich-covid-19-rieng-thi-truong-tai-viet-nam-du-dat-18-ty-usd-vao-nam-2021-20200826104511872.chn>.
 - <http://www.chinagoabroad.com/en/article/28072#:~:text=China%27s%20logistics%20sector%20continues%20to%20grow&text=The%20revenue%20of%20the%20logistics,CAGR%20of%205.0%25%20from%20RMB8>.
 - <https://ihsmarkit.com/research-analysis/agrifood-exports-of-china.html>
 - www.thailand-business-news.com/trade/77351-thailand-the-worlds-6th-biggest-exporter-of-fruits.html
 - www.statista.com

DEVELOPMENT POLICY OF MECHANICAL ENGINEERING INDUSTRY - VISION FROM JAPAN EXPERIENCE

Hoang Thi Van Anh; Do Tuan Linh; Pham Hong Lam
Vietnam Institute of Industrial and Trade Policy and Strategy

Japan is the nation of developed manufactures where mechanical engineering industry plays an important role in consolidating this position for the economy. Therefore, the authors choose to study the experience of structural transformation in the mechanical engineering industry in the direction of increasing Japan's added value, thereby, drawing some lessons for Vietnam.

Keywords: Engineering; Japanese economy; Mechanical industry.

1. Development policy of the Japanese mechanical engineering industry

** An overview of Japan's mechanical engineering industry*

Most of Japan's economic power lies in mechanical engineering, with cars being one of the most famous. Every year, Japan produces about 10 million cars of all kinds, of which about half are exported. In addition to the domestically produced cars, cars of Japanese

companies are also assembled and manufactured in overseas factories with the degree of localization depending on the industrial level and policies of the host country. In addition to cars, Japan also manufactures and exports many trucks, buses and other means of transport. Shipbuilding is also a leading industry, but recently, the shipbuilding industry has faced strong competition in the world, so production has faced many difficulties.

Table 1. Position and export value of some Japanese mechanical engineering products

HS code	Description	Position in world exports	Export turnover 2018 (billion USD)	Import turnover 2019 (billion USD)	Growth (%) 2018-2019
84	Machinery, mechanical tools, boilers...	4	147.932	137.116	-7
85	Electrical, electronic machinery...	9	109.422	103.041	-6
86	Railway, tramway...	13	1.636	759	-54
87	Vehicles other than railway, tramway...	2	154.053	148.853	-3
88	Aircraft, flying equipment ...	9	4.341	4.538	5
89	Ships	3	12.618	13.803	9

Source: ITC Trade Map, 2020

Japan is also very famous for its electrical and electronic equipment manufacturing industry. Famous products include: audio-visual devices such as radio, catset, video player, LCD, DVD, camera, video camera... Japan exports many precision electronics used in mechanical engineering all over the world, in

which industrial robots always account for a large share of the world market. Japan also produces and exports many other machines such as office machines, computers... In the past 10 years, thanks to the contribution of the mechanical engineering industry, Japan's economy has experienced a prosperous period from December 2012 to March 2019, which

means 76 consecutive months of growth and becoming the longest prosperous period after the war

When the world is in the Fourth Industrial Revolution, Japan - a superpower in the field of robotics - is expected to return to the world's leading era thanks to AI development and intelligent robot manufacturing. Currently, there are 6 Japanese companies in the top 10 group of robot manufacturing companies in the world, of which Yaskawa Company occupies the number one position and Fanuc Company ranks third in the world.

** Policy for the mechanical engineering industry*

Firstly, to promulgate laws to prioritize and encourage the development of the mechanical engineering industry. Japan gives development priority policies for specific products, especially the mechanical and electronic industries very early. There are two important laws, namely "Law on Short-Term Measures to Encourage the Mechanical Industry" and "Law on Short Term Measures to Encourage the Electronics Industry", under which the Government is responsible for ensuring investment capital is required for equipment to rationalize production and many other incentives for the development of the mechanical and electronic industries.

To implement the two Laws, Japanese Government has promulgated a detailed list of products to be prioritized for development. The list is reviewed, proposed and continuously updated by the Mechanical Industry Review Board and the Electronic Industry Review Board. These two boards are located at the Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan (METI), with membership appointed by the Minister of METI from officials of relevant administrative organizations and experts in the industrial sectors. The Law on Short-Term Measures to Encourage the Mechanical Industry was established in late 1956, and the

law outlines several products, machinery, components and semi-finished products that need to be particularly functional, quality, or reducing production costs is called "special engineering industry". In the electronics sector, at the end of 1957, the Japanese Government introduced "the Law on Short-Term Measures to Encourage the Electronics Industry", providing a list of products to be encouraged for development, which giving priority to the development of components and materials mainly used in electronic equipment. The list of mechanical and electronic products is tailored to each stage of Japanese economic development, proposed by the Mechanical Industry and Electronic Industry Verification Board and submitted to the Minister of Economy, Trade and Industry of Japan for approval.

Secondly, to attach importance to developing supporting industries. It can be seen that, to develop the mechanical engineering industry, the Japanese Government attaches great importance to the development of supporting industries. The Japanese government has provided a detailed and specific list of priority products, with a focus on supporting industries, from raw materials, production machinery, and critical components to both the machining cycle and end-to-end test equipment. These policies have helped Japan's supporting industry thrive, turning Japan from a war-torn country into an industrial powerhouse.

The Japanese government recognizes that there would be no development of the machinery industry without the Sokeizai industry¹¹. Sokeizai Center was established in July 1984 under METI, responsible for state management, information, linking all aspects of activities of businesses in the supporting industry. Also, in Japan, many agencies indirectly support supporting industries such as the Small and Medium Enterprise Organization, the Mold Association, and the

¹¹ Sokeizai is a Japanese term that refers to products made from metal or other materials using the processing and machining methods of casting, forging, stamping and powder metallurgy.

Machinery Manufacturing Association... (there are about 50 such associations in Japan) specializing in the implementation of business support programs, making a strong contribution to the process of building and developing Japanese industries.

Thirdly, the application of priority and incentive measures for investment, finance, taxes and many other measures, including reasonable commercial protection for the development of the mechanical engineering industry. Entering a period of economic recovery and reconstruction, Japan has set a priority target to develop many key industries to achieve international competitiveness industries include steel, coal, shipbuilding, electricity, synthetic fiber and chemical fertilizers, petrochemicals, machine tools and spare parts, and electronics. At the same time, the government also aims to develop several new industries with great potential and competitive advantage thanks to their size including automotive, electrical machinery, computers and petrochemicals. For these purposes, the Japanese government has adopted various policy measures: the enactment of special duties, tariffs and import quotas, rapid depreciation, and tax exemptions for imported machinery... To finance these policy measures, the Japanese government implemented the Financial Investment and Loan Program (Zaisei Touyushi), postal savings and social insurance accounts transferred into the scheme. In reality, industries are highly protected and given special incentives through interim policy tools and measures and a roadmap for phasing out.

At the same time, in the context of fierce competition for high technology among world powers, Japan has enacted protection policies for domestic high-tech product manufacturers by allowing the establishment of companies to manufacture high-tech products and issued many policies to protect the domestic market, avoiding foreign competition. These protections both finance and support the purchase of foreign technology and remain until these companies can compete in international markets.

Fourthly, to shift the appropriate priority from the import-substituting industrialization strategy to the export-oriented industrialization strategy. From prioritizing, nurturing and protecting fledgling industries, the government gradually liberalizes investment and trade to increase the international competitiveness of Japanese mechanical engineering products. Bus and truck restrictions were lifted in 1961, color television 1964, passenger cars 1965, color film 1971, large memory integrated circuits 1974, and computers in 1975. Capital market liberalization (FDI) began in 1967 and was completed in 1973. Liberalization has created a strong incentive for businesses to prepare for international competition in the next period.

However, for the industry to stand up to fierce foreign competition, Japan merged many industries through a "Group Plan" to achieve economic scale and competitiveness is increasing. Besides, Japan also supports and modernizes SMEs to enhance the international competitiveness of Japanese companies and support the promotion and promotion of these companies both inside and outside the country.

Fifthly, encourage, develop and apply advanced science and technology achievements. The development and application of advanced scientific and technological achievements in the world have brought the Japanese economy in general and the mechanical engineering industry in particular to a great development to become one of the three most powerful economies in the world. Japan has been and will still be a pioneer in the development and application of scientific and technological achievements for economic development in general and the development of mechanical engineering in particular. The current policy of the Japanese government attaches great importance to the scientific and technical innovation opportunities brought about by Industry 4.0. Japan has a strategic orientation to turn weaknesses into opportunities, apply a problem-oriented approach, take a series of social issues as a breakthrough, and consider Industry 4.0 as an opportunity, through promoting scientific and technical innovation to create a new social form to get economic benefits.

Japan has actively deployed science and technology fields mainly related to Industry 4.0 such as the Internet, communication. In June 2013, Japan announced the "Declaration of the most innovative country in the world on information technology", creating a foundation for the development, setting up the "Integrated Strategy for the system of things connected- IoT".

The introduction of the Basic Law that promotes the use of public-private data in 2016 and the establishment of the Future Construction Research Committee of the New Era of 2017 have provided an appropriate data and institutional environment for promoting the development of the Internet. In April 2016, Japan established the Artificial Intelligence Science and Technology Strategy Council with the core of the Ministry of Home Affairs, the Ministry of Culture, Sports, and Sports and the Ministry of Economy, Trade and Industry, functioning as the general commander of research-related activities. In March 2017, the Council for the strategy of artificial intelligence science and technology introduced the artificial intelligence science and technology strategy, giving a specific strategic roadmap, which is the effective use of artificial intelligence in related fields by 2020. In the period 2020 - 2025 and up to 2030, Japan will apply in special areas, implement the synchronous application of artificial intelligence and promote new industries. Also, Japan's advanced materials and Nanotechnology are always at the top of the world. After 2030, Japan will combine different fields in using artificial intelligence to build new societies.

In Industry 4.0, technological innovation in the material sector also affects the development of other important fields. In July 2018, Japan issued a Plan to promote phase 2 strategic innovation, covering 12 major investment areas such as cyberspace, materials development, and optical quantum technology and promote the material revolution of the synthetic material development system. Japanese research and development also focus on integrated materials engineering and application such as 3D-rolling

technique analysis of heat-resistant alloys (nickel alloys, aluminum alloys...), heat-resistant composite assessment and creation techniques...

2. A lesson that is suggestive to Vietnam

Firstly, the construction of mechanical engineering is an important and essential issue for Vietnam to continue to modernize the country, implement the growth model innovation, improving productivity, quality, efficiency and competitiveness of the economy. The fact has proved that Japan could not modernize and successfully industrialize in a short time to become an industrialized country if it did not build its basic industries and foundations such as manufacturing gas, even though the mechanical engineering industry is a capital and technology-intensive industry. It is important that the right thinking and strategic vision have led the Government of this country to have the right policy to mobilize the necessary resources in both capital and technology both at home and abroad for the development of the mechanical engineering industry and the country quickly rose to become the world's manufacturing powerhouse.

Secondly, building and effectively implementing the strategy for the development of the mechanical engineering industry, properly selecting key industries in line with the world market's development trend and meeting the requirements of building national industrial capacity. It can be seen that Japan carefully selects the core mechanical engineering industries and focuses on giving priority and the highest encouragement to the development of these industries. For example, the choice of automotive industry development is difficult, even with fierce opposition from some senior officials, but in the end Japan is determined to pursue the goal of developing the automotive industry and is now the world's leading competitive car manufacturers. At the same time, the development of the automotive industry also contributes the most to the economy in terms of value-added, employment, import and export, and budget revenues. Japan

started the automotive industry when the world market is said to have arranged with famous automakers from Europe and America such as GM, Ford, Mercedes, BMW - which these automakers possess advanced technology and have already divided the world automotive consumption market. At that time, even several senior policymakers in Japan also pointed out the reasons and difficulties hindering the development of the country's automotive industry from both at home and abroad. In addition to the difficulties from the international market as mentioned, the internal difficulties of the economy in terms of lack of capital, resource technology and trained human resources for the industry are enormous. However, the automotive industry was ultimately selected as a key manufacturing industry because of its high development potential, great profitability. In addition, it has made an important contribution to the development of the nation's core and foundation industries, creating a spillover effect for the development of other similar industries, as well as helping to form vertical product value chains for the country. The successful practice of the Japanese automotive industry has shown that, despite having no initial strengths, if there is determination, vision, right choice and investment in national resources, by mobilizing international resources for the development of the mechanical engineering industry, the country will achieve success and thus raise the nation's level to the ranks of industrialized countries.

Thirdly, the Government plays an important role, supporting, encouraging and promoting the development of mechanical and manufacturing supporting industries. From the experience of successful development and becoming an industrial superpower in the world today, Japan has shown the importance of supporting industry development and it has had policies that prioritize the development of supporting industries very early.

Japan's policy focuses on supporting and protecting supporting industry manufacturers to subcontractors as well as policies for specific

product support. In 1949, Japan enacted the Law on Enterprise Cooperation intending to protect the right to negotiate and facilitate subcontractors to access concessional loans, to promote subcontracting activities - that is, supporting industrial production activities. By the 1970s, there was the Law on Promotion of Small and Medium Supply Enterprises to create the most favorable conditions for suppliers and they had grown very strongly, becoming an important production force of Japanese industry.

The Japanese government also gives priority to the development of specific products, especially the mechanical and electronic industries, with a focus on supporting industrial products. In the development of the automotive industry, Japan has set the primary goal of developing supporting industries because they recognize that there is a need for close cooperation between vehicle manufacturers and component manufacturers to improve manufacturing technology, quality control and product delivery systems.

Fourthly, encouraging the development and application of advanced scientific and technological achievements in the world is the key to the success of the country's mechanical engineering industry. From very early, around October 1952, Japan then issued a set of guidelines to help attract new manufacturing technologies into Japan through cooperation with foreign manufacturers - both cooperation and learning technology. At the same time, Japan also enacted measures and policies to encourage the improvement of production technology of passenger cars and the manufacture of vehicles with export competitiveness. These policies were implemented drastically and soon brought into full play. Since 1955, many Japanese carmakers previously had to form joint ventures with foreign countries such as Nissan Austin, Isuzu Hillman and Hino Renault have "absorbed" the technology to be able to produce completely domestically. Since then, Japanese automakers gradually ended cooperation with foreign countries such as Nissan stopped producing

Austin (UK) cars in 1959, Hino and Isuzu also stopped producing cars for Hillman (UK) and Renault (France) in 1965... Today, the leading mechanical manufacturing companies in Japan, supported and highly encouraged by the government, are deploying the application of the achievements of Industry 4.0, research and development AI, IoT, virtual reality systems... in all areas of social life in general, especially in the field of mechanical engineering and the supporting industry for mechanical engineering to achieve the recurrence goals industrialization and continues to rise to the ranks of the world's leading industrial powers.

Fifthly, to attach importance to developing human resources. The development of Japan in all fields, especially the field of mechanical engineering, is indispensable for the enormous contribution of this country's highly educated human resources. The Japanese government invests in the educational system of facilities, paying special attention to vocational training, preparing a workforce with solid skills and willingness to work. Private vocational schools account for 80-90% of the total number of vocational schools across the country, of which information technology occupies the majority. In major Japanese cities, there are independent

information technology and engineering training centers that have the function of training teachers, perfecting teaching materials, and researching teaching methods.

With advanced science and technology and a well-trained workforce, Japan is one of the world's most competitive economies. According to the World Economic Forum's 2019 Global Competitiveness Report (WEF), Japan ranked 6th out of 141 economies ranked in 2019 in terms of global competitiveness. Japan ranked third in East Asia and the Pacific, behind Singapore and Hong Kong at the time of ranking. The leading competitiveness of the Japanese economy is based on the pillars with very high scores in infrastructure, macroeconomic stability and health, advanced technology knowledge, strong and stable finance. Among factors related to human resources, besides labor skills, especially high-ranked innovation capacity with high scores, there are factors that also negatively affect competition. For example, there is limited critical thinking in teaching that increases skills gap or the labor market remains rigid, inflexible, low diversity of the workforce, low female labor participation...

REFERENCES

1. Michael Schuman (12/2017), Japan Has Figured Out Factories: Countries hoping to revive manufacturing should look east for answers.
2. Lai Tran Tung, Bui Thi Phuong Mai (3/2020), “Phát triển công nghiệp công nghệ cao - Kinh nghiệm từ Nhật Bản”, <http://vdi.org.vn/article/403/phat-trien-cong-nghiep-cong-nghe-cao-kinh-nghiem-tu-nhat-ban>.
3. Vu Chi Hung (2017), *Supporting industry development policies in Japan and lessons for Vietnam*, *Journal for Africa & Middle East Studies*, No. 08/2017.
4. WEF (2020), Global Competitiveness Report 2019.
5. ITC Trade Map, 2020.

SUSTAINABLE EXPORT DEVELOPMENT OF VIETNAMESE VEGETABLES IN THE CONTEXT OF THE IMPLEMENTATION OF THE VIETNAM - EUROPEAN FREE TRADE AGREEMENT (EVFTA)

Dr. Nguyen Thi Quynh Hoa

Vietnam Institute of Industrial and Trade Policy and Strategy

The European Union market is considered a potential export market for the Vietnam's tropical fresh fruits and vegetables. In 2019, fruit and vegetable export to EU still maintained a good growth of 28.53% from 2018, reaching 148.01 million USD (in period of 2015-2019, the average growth of 15.89%), although the export turnover of fruits and vegetables to the EU in the total export turnover of this item is only 3.95% and Vietnam's market share of fruits and vegetables is still very modest, accounting for 0.94% of EU fruit and vegetable import turnover. In the period from now to 2025 and beyond to 2030, the expansion of trade liberalization and implementation of new generation FTAs, including the EVFTA Agreement will open up new opportunities for developing export markets of fruits and vegetables with major EU countries, at the same time, pose great difficulties and challenges to the Vietnam's export, because EU is a very demanding market for high quality, hygiene and food safety standards, with strict regulations on traceability, plant quarantine and maximum residue of plant protection drugs... Therefore, it is necessary to assess the situation, opportunities and challenges for the export development, as a basis for proposing feasible solutions and policies to develop the sustainable export of fruits and vegetables to this potential market in the new context.

Key words: Vegetables; Exports; Policy; Vietnam; European Union (EU); EVFTA Agreement.

1. Evaluation of the development of Vietnam's fruit and vegetable exports to the European Union (EU) market in the period 2015-2019

1.1. Achievements, results achieved

Firstly, Vietnam's fruit and vegetable exports to the EU market maintained a fairly good growth trend in the period 2015-2019, with an average growth rate of 15.89% for the whole period (compared to the total average fruit and vegetable export turnover is 21.35%). Especially in 2019, the export of vegetables and fruits to the EU still maintained a relatively high growth at 28.53% compared to 2018, reaching 148.01 million USD, while the growth of total

fruit and vegetable exports decreased by 1,64%, reaching 3,747.06 million USD.

Notably, Vietnam's export of vegetables, tubers and fruits to the EU in the first month of the Agreement comes into effect, has recorded a prosperity, in August 2020, the export value of Vietnamese fruit and vegetable products to the EU reached USD 14.7 million, up 25.2% over the previous month (while due to the impact of Covid-19 epidemic, Vietnam's export of vegetables, roots and fruits faced many difficulties, in the first 8 months of 2020, total export turnover of vegetables and fruits reached US \$ 2.26 billion, down 11.3% over the same period in 2019).

Table 1. Export turnover of vegetables and fruits from Vietnam to the EU and the world in the period 2015-2019

Unit: Million USD

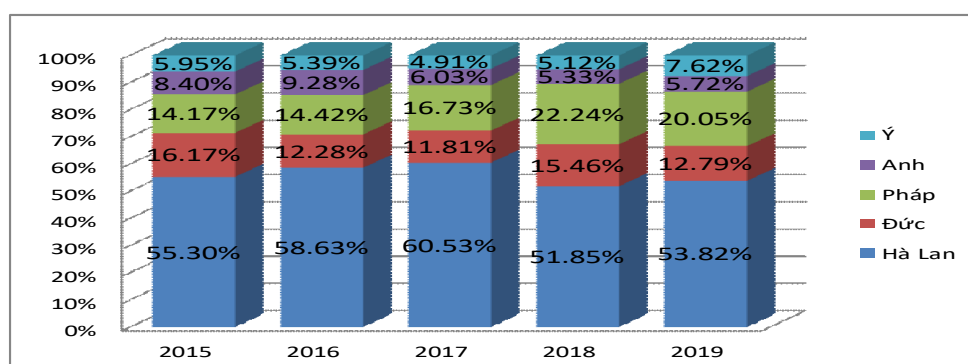
Import country	2015	2016	2017	2018	2019	11 month s/ 2020	Average growth rate 2015-2019 (%)
EU	76,34	93,12	106,35	115,15	148,01	128,48	
Growth rate/year (%)	6,50	21,96	14,21	8,28	28,53		15,89
World	1.839,27	2.457,66	3.501,59	3.809,59	3.747,06	3.010	
Growth rate/year (%)	23,52	33,62	42,47	8,79	-1,64		21,35
Share of EU/world (%)	4,15	3,79	3,04	3,02	3,95	4,27	

Source: General Department of Vietnam Customs

Secondly, the EU has always maintained its position as an important fruit and vegetable export market, with the proportion of fruit and vegetable exports to the EU market in the total export turnover of this commodity remained quite stable in the period of 2015-2019 (2019 reached 148.01 million USD, accounting for 3.95%), bringing the EU ahead of South Korea and Japan and becoming the fourth largest export market for vegetables and fruits of Vietnam.

Thirdly, in the EU region, Vietnam's export of vegetables and fruits continues to maintain and develop traditional markets, in which, the

first is the export of processed fruits and vegetables to the Netherlands, where is the gateway for fruit and vegetable products to penetrate the EU market, in 2019 reaching 79.66 million USD, an average increase of 16.09% per year in the period 2015-2019, accounting for 53.82%; The export of processed fruits and vegetables to France in 2019 reached 29.67 million USD, with an average growth rate of 22.64% per year in the period 2015-2019, accounting for 20.05%; Export of fresh fruit to Germany in 2019 reached 18.92 million USD, with an average growth rate of 13.93% per year in the period 2015-2019, accounting for 12.79%.

**Chart 1.** Structure of export markets for fruits and vegetables of Vietnam in the EU region, 2015-2019

Source: General Department of Vietnam Customs

Fourthly, the category of vegetables and fruits exported from Vietnam to the EU is increasingly expanded and diversified, especially fresh fruits (code HS 08) - the main export item to the EU market, accounting for a

very high proportion compared to the total export turnover of vegetables and fruits to this region (accounting for 91.88% in 2019); In the period 2015-2019, the average growth rate of this commodity group reached the highest rate

of 17.75%. Meanwhile, the group of vegetables (HS code 07) and processed vegetables (code HS 20) exported to the EU recorded remarkable

growth in 2019, respectively 21.75% and 21.03%, the average growth rate of the whole period was 1.26% and 8.68% respectively.

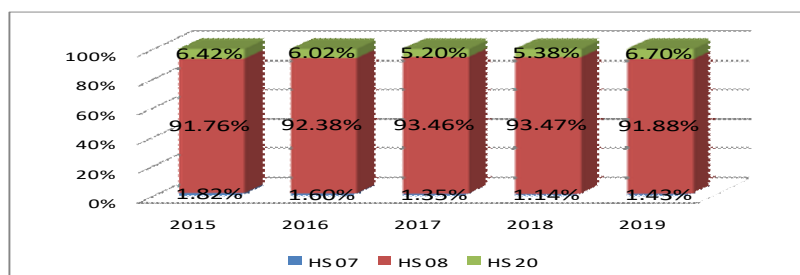


Chart 2. Structure of fruit and vegetable exports of Vietnam to the EU in the period 2015-2019

Source: Author's calculation from the statistics of the International Trade Center (ITC), 2020

Fifthly, Vietnam's vegetables and fruits exported to the EU market have been continuously improved in quality, with tropical specialties associated with geographical indications, to better meet the increasingly high requirements of EU consumers in terms of food hygiene and safety, protection of consumer health. These are the basic factors that help improve the export competitiveness of vegetables and fruits, especially fresh fruits, helping businesses proactively and increase participation in the supply chains and distribution of vegetables and fruits in the EU market.

1.2. Limitations and problems posed to the development of fruit and vegetable export

Firstly, although the growth rate of fruit and vegetable exports to the EU was maintained quite high, coupled with the growth of Vietnam's total fruit and vegetable export turnover in the period 2015-2019. However, the proportion of fruit and vegetable exports to the EU in the total export turnover of this item of Vietnam is still quite small, only about 3.02 - 4.15% (in 2019 it is 3.95%). In addition, the market share of Vietnamese fruits and vegetables is still very modest, accounting for only 0.94% of the EU's total import turnover of vegetables and fruits, the market is considered to be a great potential for vegetables, tropical fruits.

Secondly, despite many efforts in developing and diversifying export markets, Vietnam's

fruit and vegetable exports to the EU still cannot avoid over concentration in some major markets such as Netherlands, France, Germany, England and Italy. While penetrating and retaining markets for each type of fruit and vegetable in other potential export markets in Central and Eastern Europe is considered really not simple and requires a long process.

Thirdly, the level of restructuring of Vietnam's vegetables and fruits for export to the EU region in the period 2015-2019 is still slow, mainly exporting fresh fruits and vegetables; The level of processing is not deep, the added value is low, the quality is not high and there is no brand name, mainly in the middle and low price market segment.

Fourthly, Vietnam's export competitiveness for processed fruits and vegetables is low compared to regional competitors such as Thailand. Besides, the competitive advantage of fresh fruit exported to the EU market is also being strongly competed by Turkey and Thailand in recent years. Although the value of export turnover of vegetables and fruits in general has increased, it is mainly due to the increase in size, output and mainly competition by price, not really competition by quality and value.

Fifthly, the ability to meet the import regulations for Vietnam's fruit and vegetable exports to the EU market is limited and many problems need to be overcome, especially the meeting of food hygiene and safety, which is

increasingly demanding of the EU market. The quantity and types of Vietnamese vegetables and fruits that meet the product quality accreditation standards such as VietGAP and Global GAP are very few compared with the export potential. The capacity to participate in the supply chain of vegetables and fruits exported to the EU is still weak and ineffective, the mode of export and distribution remains inadequate, the ability to directly penetrate the EU supermarket chains is limited.

Sixthly, the expansion of the acreage of fruit trees, vegetables, and the use of chemicals, plant protection drugs, growth stimulants... has impacts on the soil, water, and air environment, the natural ecosystem, and the pollution of the agricultural environment, which is currently very alarming.

Seventhly, the income of the majority of farmers in agricultural and rural areas has not been improved, wages of workers in the fruit and vegetable processing industry for export are not high; The ability to create jobs, improve professional qualifications, manage and labor quality from fruit and vegetable export activities is limited; The level of benefit sharing is not really reasonable among export participants.

1.3. Causes, limitations, exist

Group of reasons from the EU import market:

Firstly, the change of the international business environment is an important cause affecting the sustainable export development of fruits and vegetables. The explosive development of science - technology, the industrial revolution 4.0, the trend of expanding trade liberalization and international economic integration, joining the new generation of FTAs, including the EVFTA, bringing great advantages and challenges for the development of sustainable export of vegetables and fruits.

Secondly, changes and adjustments in import management policies, strengthening protection of agricultural production and protection of consumers, especially very strict EU market

import regulations and standards, in terms of quality, food safety and hygiene, environmental protection, social responsibility and the rights of workers, have caused significant challenges and obstacles to the development of sustainable exports of fruits and vegetables. Vietnam.

Thirdly, Vietnam's fruit and vegetable export enterprises still face many difficulties in expanding export markets to the EU region due to the fierce competition from the local supply of vegetables and fruits from EU countries, as well as from other major fruit and vegetable exporters in the world.

Group of causes from Vietnam's export market:

First, the lack of awareness of sustainable export development and environmental protection of managers, policymakers and business community, workers in the agricultural sector, leads to conflicts between theory and practice about sustainable export development in general and vegetables and fruits in particular.

Secondly, the system of institutions and policies aimed at developing sustainable export of vegetables and fruits in land use planning, finance, credit, science - technology, human resource training... has many inadequacies and implementation of the policy remains low. In particular, the policies to promote the export of vegetables and fruits to the EU are not practical and effective; Export development, trade promotion for fruits and vegetables have not been as expected, and policies have not yet been specifically linked to specific markets and characteristics of each product.

Thirdly, the capacity to organize the implementation of export development policies is limited, there is a lack of close coordination between the ministries, departments, businesses, and employees. Resources for the sustainable export development of fruits and vegetables such as capital, economic and technical infrastructure, logistics services, science - technology and human resources are still limited, leading to an impact on export competitiveness and make the goals of sustainable export development difficult in practice.

Fourthly, there are weaknesses in organization and management and lack of linkages and cooperation between all stages in the supply chain of vegetables and fruits for export, especially the leading role of the chain of fruit and vegetable processing enterprises, still weak. Trade promotion, export promotion and enterprises' ability to penetrate the fruit and vegetable supply chain in the EU market are facing many difficulties.

Fifthly, changes in the natural environment, extreme weather events, natural disasters, climate change and sea level rise are one of the reasons out of control, having significant impacts on the area, output, productivity and quality of vegetables and fruits for processing and export in recent years and will continue in the coming years.

2. Opportunities and challenges for the development of sustainable export of fruits and vegetables of Vietnam in the context of the implementation of the EVFTA Agreement

2.1. Opportunity

– First of all, from a trade and export perspective, joining the EVFTA Agreement will bring a competitive advantage for Vietnam's exported fruits and vegetables in the EU market, due to tariff reduction commitments, that creates an advantage over a competitor without FTA with the EU.

– From the EU's regional market demand, the EU is a market with stable demand for fruits and vegetables, accounting for 45% of the global trade value of vegetables and fruits. The EU's large market size and seasonal demand for exotic and tropical fruits are compelling for vegetable suppliers in developing and tropical climates such as Vietnam.

– From the characteristics of the fruit and vegetable industry of Vietnam, creating many opportunities for fruit and vegetable export to the EU market on the basis of the commitments on geographical indications or investment facilitation under the EVFTA Agreement. Vietnam has also built a fairly complete and

favorable legal corridor and has effective measures to support localities in registering for protection of geographical indications for specialty products in the country... For geographical indications, Vietnam commits to protect 171 geographical indications of the EU and the EU will protect 39 geographical indications of Vietnam, which is a condition for some Vietnamese specialties to be approaching and affirming its brand in the EU market.

2.2. Challenge

– *Regards to implementing commitments in the EVFTA and meeting regulations, technical and environmental standards*, developed countries in the EU will increase the application of trade protection measures aimed at protecting domestic production and consumers, including: Technical barriers to trade (TBT), regulations and quality standards, environment, food safety and hygiene; regulations on plant and animal quarantine (SPS); including sensitive issues for Vietnam such as non-discriminatory equality between domestic and foreign enterprises, not accepting special preferences and treatment to any business, as well as the application of a number of disproportionate protection measures such as anti-dumping and anti-subsidy taxes...

Notably, traceability regulations, rules of origin, maximum residue levels (MRLs) for pesticides in and on food are prerequisites for entry into the EU market. In addition, regulations on social responsibility, labor standards and high requirements on protection of intellectual property rights and environmental protection. This will be a huge barrier to the trade of agricultural products in general, the export of vegetables and fruits in particular to the EU market and sometimes exceed the capacity of enterprises in developing countries like Vietnam.

– *With increasing competitive pressure against vegetables and fruits imported from abroad in the EU market*, the pressure to compete with vegetables and fruits of EU countries will be more and more increasing. On

the one hand, these countries have gone ahead and succeeded in promoting the production of safe organic vegetables and fruits, meeting the EU's strict quality and technical standards, and on the other hand, the cost of exporting fruits and vegetables, especially the cost of transport, storage and certification tends to increase, affecting the price competitiveness of Vietnam's exported fruits and vegetables.

- *For taking advantage of the FTA agreements*, although the country has good economic and trade relations with the EU countries and signed the EVFTA Agreement with the EU. However, countries in the ASEAN region such as Singapore have also signed FTAs with the EU since 2014 and others ASEAN countries are negotiating FTAs with EU could minimize what achieved from EVFTA.

In short, Vietnam's fruit and vegetable exports are facing huge barriers to technical and environmental standards, in which the main export markets of the EU are those with very strict standards and change towards more and more stringent. This will be a big challenge for Vietnam's fruit and vegetable exports towards the sustainable export development goals, especially in the context of the implementation of the EVFTA Agreement.

3. Suggest a number of solutions and policies to develop Vietnam's sustainable export of vegetables and fruits to the EU market

(1) *Renovating the minds of managers, making policies*, raising awareness of enterprises in developing sustainable export of vegetables and fruits.

(2) *Effectively implement commitments in the EVFTA Agreement* to take advantage of opportunities and limit challenges, harmonize domestic technical regulations and standards with international regulations, thereby improving the capability to meet increasingly strict regulations and standards of the EU import market.

- Review laws and policies related to the development of exports of vegetables and fruits

to have a basis for the new construction, supplementation, and adjustment of existing policies to ensure that the legal and policy framework is so be complete, consistent, clear and transparent in accordance with the rules and commitments in the FTAs and especially the EVFTA Agreement. Continue to negotiate and strengthen cooperation with EU importers to achieve the goal of developing sustainable fruit and vegetable exports.

- Completing the system of policies, regulations and standards to ensure the sustainable development of fruit and vegetable export in all three aspects of the economy, environment and society; reviewing and adjusting regulations and standards of quality, environment and food safety for exported fruits and vegetables in accordance with international standards.

(3) *Improve effectiveness in implementing strategies and projects to develop sustainable fruit and vegetable supply chains for export.*

- It is necessary to strengthen supervision of enterprises in organizing the good implementation of Decisions approving master plans for key fruit growing areas, concentrated vegetable production areas, large intensive farming, as well as projects and plans to development of key fruit trees in localities.

- Form large production and business groups under the closed organization model with the participation of the State, banks, investors, scientists and enterprises. Through the fruit and vegetable industry associations, it is necessary to promote the role of organizing and closely connecting production establishments such as businesses, private farms, cooperatives, cooperative groups, and farmers with fruit and vegetable processing and export enterprises, thereby linking raw material production areas with the needs of each export market. Encourage processing enterprises to be the center in linking the value chain and promote a pioneering role in agricultural development with high technology application, ensuring production processes according to VietGap and Global GAP standards. Since then, building

clean production alliances with farmers, seed production enterprises, plant protection products and partners providing materials, fertilizers, logistics support services.

(4) Promote the restructuring of vegetables and fruits for export in the direction of improving quality and added value; building prestige and brand name for Vietnamese fruits and vegetables.

- Accelerate the restructuring process of exported fruits and vegetables towards improving quality, added value and proportion of deeply processed products, application of high technology, biotechnology, and improve on design and packaging, adjusting the proportion of items that bring great value for export.

- Diversify processed fruit and vegetable products, improve the quality, designs of exported fruit and vegetables, research and development of new seeds, application of biotechnology in breeding new and specific products to improving the quality and distinct value for vegetables and fruits for export, thereby building the brand of vegetables for export and looking for niche markets in the EU.

(5) Developing new potential markets, searching for niche markets in the EU region for Vietnamese vegetables and fruits for export.

- First of all, it is necessary to exploit potential markets and niche markets, open up new markets to diversify fruit and vegetable export markets, avoid dependence or over-focus on some key markets such as the current. In addition to maintaining the market share of Vietnam's fruit and vegetable exports in traditional big markets such as the Netherlands, Germany, UK, France, and Italy, it is necessary to develop an export strategy and market segmentation of fruit and vegetable products for with each market in order to penetrate new and potential markets such as the Central and Eastern European markets, with products suitable to the specific needs of each consumer market.

- Export enterprises need to have a strategy to participate in the distribution chain of vegetables and fruits in the EU market,

gradually building a close relationship with importers, or local fruit and vegetable consumption chains. At the same time, it helps fruit and vegetable exporters to choose the right importers or distribution channels to supply their products, through a network of supermarkets and hypermarkets in EU countries.

(6) Improving the efficiency of trade promotion, providing information and forecasting the EU market to support businesses to promote export of vegetables and fruits.

- Building a national trade information system, providing up-to-date information on products and export markets for vegetables and fruits of Vietnam. Regularly update information on import procedures, regulations, forecasts and warnings about the risk of being inspected, tested and refused to import so that businesses can actively take preventive measures.

- Provide information to exporters about regulations and standards of the fruit and vegetable industry for each EU market, including not only common EU standards such as Global GAP, but also even higher individual standards of each EU member country (BRC standards, FSSC 22000, IFS...), including individual standards in the supply chain of each enterprise importing into the EU or individual standards in the to help export businesses understand and actively respond to the risk of rejecting or canceling orders.

- Promote trade promotion activities for fruits and vegetables for the Government, associations and businesses, visit and survey the market through trade counselors, trade associations, and vegetable fruit industry associations of Vietnam, wholesalers, or coordinate with Vietnamese trade centers in foreign countries to carry out communication, marketing programs, and building information networks in export markets. Supporting Vietnamese fruit and vegetable exporters such as strengthening the organization of promotional events and participating in fairs,

especially fairs on food, vegetables and fruits in export markets in the EU region.

(7) Investment in infrastructure development, logistics services, transportation and storage; to apply science, technology and advanced techniques to fruit and vegetable production and processing.

- Concentrate state investment capital (from central and local budgets), increase the attraction of ODA capital, encourage private investment to diversify investment forms, especially investment in public-private partnership (PPP) form for the development of economic - technical infrastructure, logistics services for the production, processing and export of fruits and vegetables.

- Strengthening technical equipment, building key national laboratories for inspection, testing, inspection, quality standard certification, food hygiene and safety, ensuring traceability fruit and vegetable products, meeting the standards of labor safety and environment for exported fruit and vegetable products...

- Invest in building and developing centers for irradiation and phytosanitary in large concentrated fruit and vegetable growing regions (such as in the Red River Delta, Mekong River Delta, and Central Highlands), equipped with technology on preservation, technology for phytosanitary treatment, irradiation plants, hot water saunas for fruit ... in order to reduce post-harvest losses, reduce loss rates, and ensure product quality in process of circulation and distribution.

- Develop an appropriate production and processing model to facilitate the application of scientific and technological achievements in the processing of vegetables and fruits for export. Encourage and support enterprises to invest in and renovate processing technology towards modernization, develop and improve in-depth processing capacity. Develop and organize the good implementation of the processing process to ensure quality, reduce the rate of consumption of materials and raw materials and manage food safety for exported fruit and vegetables.

(8) Implement solutions and policies to ensure the harmony between export growth of vegetables and fruits and protect the environment, and solve social problems.

- Strengthen environmental protection, reduce environmental pollution in agriculture, and improve efficiency of exploitation of natural resources and ecosystems. Improve capacity to inspect, monitor and solve violations of environmental protection in the production, processing and export of fruits and vegetables, proactively responding to climate change, drought and saline intrusion.

- Promulgating and effectively implementing policies on training, improving technical skills, managing and quality human resources in the fruit and vegetable industry, and policies to ensure labor rights and improve working conditions in production and export activities, ensuring reasonable and equal benefit sharing among those involved in fruit and vegetable export, solving social conflicts, limiting the rich and poor differentiation between countryside and city.

REFERENCES

1. Ministry of Industry and Trade (2017), Vietnam - EU Free Trade Agreement - Handbook for Vietnamese enterprises.
2. Portal, Trade Promotion Agency VIETRADE (2016), Report on EU fruit and vegetable market.
3. Pham Nguyen Minh (2019), Research and Proposal on solutions to develop Vietnam's export of vegetables and fruits sustainably to the European Union (EU) market until 2025, with a vision to 2030, Ministerial-level scientific research, Vietnam Institute of Strategy and Policy for Industry and Trade, Ministry of Industry and Trade, code ĐTNCKH.056.19.
4. MUTRAP (2015), Roadmap to upgrade the food safety and phytosanitary system (SPS) of Vietnam based on the EU SPS system for food, beverages, animals and plants, Research Report.
5. Center for E-Commerce Development (ECOMVIET) (2016), "Guide to exporting fresh fruits and vegetables to the EU", Department of E-Commerce and Digital Economy - Ministry of Industry and Trade.