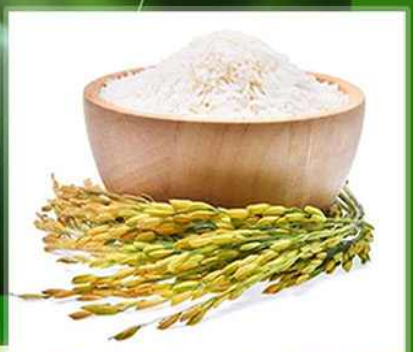
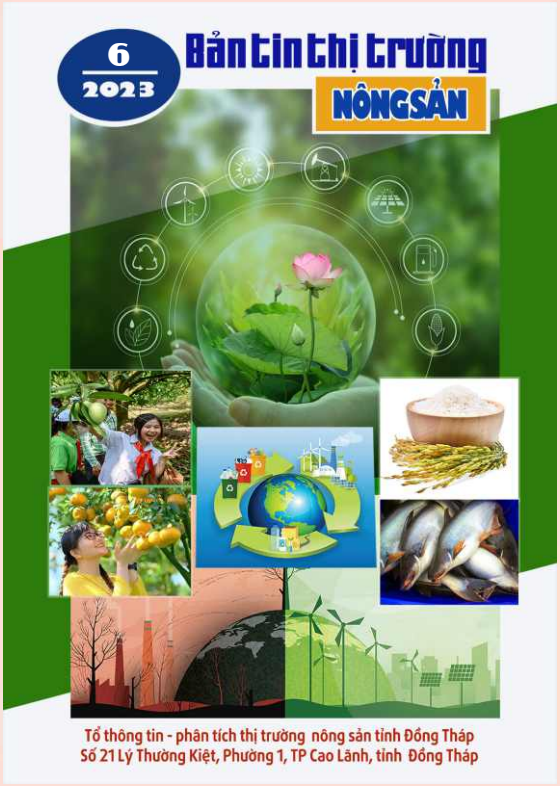
6
2023

Bản tin thị trường

NÔNG SẢN



Tổ thông tin - phân tích thị trường nông sản tỉnh Đồng Tháp
Số 21 Lý Thường Kiệt, Phường 1, TP Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp



Chịu trách nhiệm xuất bản:
NGUYỄN HỮU DŨNG
Giám đốc Sở Công Thương Đồng Tháp

Biên tập
NGUYỄN CAO LƯỢNG

MỤC LỤC

- Thông tin thị trường 1
  Cao Lượng - tổng hợp
- Trung Quốc vẫn là thị trường mang lại những dấu hiệu lạc quan đối với ngành hàng cá tra của Việt Nam
  PGS.TS. Nguyễn Phú Son 3
- Tại sao trách nhiệm xã hội của nông dân cần quan tâm? 5
  TS. Phạm Minh Vũ - [TT Pháp Việt]
  PGS.TS. Từ Văn Bình - [TT Pháp Việt]
- Tín hiệu mới trong đàm phán thúc đẩy kinh tế biên mậu Việt Nam - Trung Quốc 7
  Gia Viên - Tổng hợp
- Đa dạng hóa sinh kế trong mùa lũ là giải pháp mang tính bền vững cho người dân đang sinh sống trong vùng lũ ở tỉnh Đồng Tháp 10
  PGS.TS. Nguyễn Phú Son
  Trường Kinh tế - ĐHCT
- Cục diện – Phòng vệ thương mại 12
  Gia Viên - Trung tâm BSA
- Nhận diện xu hướng mới từ Thaifex Anuga 2023 15
  Gia Viên - Trung tâm BSA
- Xúc tiến thương mại - Cơ hội giao thương ... 18
- Thông tin chính sách/chuyên đề 20
- Giá cả thị trường một số mặt hàng tại tỉnh Đồng Tháp 23

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

Cao Lượng
Tổng hợp

1. Thị trường thế giới

- *Giá gạo tăng trở lại,* Theo Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại, trong hai tuần từ ngày 6/6 đến ngày 23/6, các nhà xuất khẩu gạo hàng đầu đã chứng kiến giá gạo tăng lên mức cao nhất trong hơn hai năm do lo ngại về nguồn cung trong khi nhu cầu tiếp tục ở mức cao.

Gạo 5% tấm của Việt Nam hiện được chào bán ở mức 495-505 USD/tấn, mức cao nhất kể từ tháng 4/2021, tăng từ mức 490 - 495 USD của đầu tháng này. Các nhà xuất khẩu đang tăng cường thu mua gạo trong nước để hoàn thành các hợp đồng xuất khẩu, đẩy giá gạo trong nước lên trong bối cảnh nguồn cung khan hiếm.

(Ảnh: vasep.com.vn)

Giá gạo 5% tấm của Thái Lan cũng tăng 10 USD/tấn so với đầu tháng 6 lên 505 USD/tấn, đây cũng là mức trung bình cao nhất trong hơn hai năm. Một thương nhân có trụ sở tại Bangkok cho biết: "Có các tàu đang chờ vận chuyển gạo đi Indonesia trong khi gạo vụ mới chưa được đưa vào thị trường", đồng thời cho biết thêm "các nhà xuất khẩu đang nỗ lực để tìm đủ nguồn cung kịp thời". Một thương nhân khác cho biết giá có thể duy trì ở mức này do giá trong nước tăng.

- *Xuất khẩu cá tra của Việt Nam giảm*, tính chung 5 tháng đầu năm 2023, xuất khẩu cá tra của Việt Nam đạt 300,5 nghìn tấn, trị giá 724,5 triệu USD, giảm 27,6% về lượng và giảm 39,9% về trị giá so với 5 tháng đầu năm 2022, do xuất khẩu cá tra sang nhiều thị trường giảm cả về lượng và trị giá như Trung Quốc, Mỹ, EU, ASEAN, Braxin, Mêhicô, Hồng Kông, Canada, Côlômbia, Ai Cập, Nhật Bản… nên đã ảnh hưởng tới tổng xuất khẩu cá tra trong 5 tháng đầu năm 2023. Có thể thấy, xuất khẩu cá tra 5 tháng đầu năm 2023 giảm mạnh do vẫn ảnh hưởng từ lạm phát. Dự báo, xuất khẩu cá tra của Việt Nam sẽ phục hồi từ quý III/2023, do lạm phát sẽ dần hạ nhiệt, mức tồn kho giảm và nhu cầu tiêu thụ cao… để phục vụ nhu cầu tiêu thụ vào dịp lễ cuối năm.

- *Xuất khẩu xoài của Ấn Độ sang Mỹ tăng mạnh*: Năm 2023 được coi là một năm khá thành công đối với hoạt động xuất khẩu trái xoài của Ấn Độ sang Mỹ. Số người Ấn Độ sinh sống và làm việc tại Mỹ khá lớn, là động lực chính thúc đẩy nhu cầu đối với các giống xoài Ấn Độ ở Mỹ tăng vọt. Điều kiện thời tiết thuận lợi và mùa xoài bắt đầu sớm ở Ấn Độ đã đóng một vai trò quan trọng trong sự phong phú và chất lượng của vụ mùa năm nay. Các nhà sản xuất xoài Ấn Độ đã trải qua một vụ thu hoạch bội thu, cung cấp nguồn cung dồi dào để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của Mỹ. Vụ mùa hiện tại dự kiến sẽ tăng gấp đôi sản lượng đạt được vào năm 2022, đánh dấu một cột mốc quan trọng đối với ngành xoài Ấn Độ.

- *Ngành sầu riêng Thái Lan* sẽ đối mặt với khó khăn khi xuất khẩu sang Trung Quốc trong vòng 5 năm tới: Thái Lan có thể phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt hơn trong việc xuất khẩu sầu riêng sang thị trường Trung Quốc trong vòng 5 năm tới khi mà Trung Quốc tăng nhập khẩu từ các nguồn cung khác, đặc biệt từ Việt Nam và Philippin. Thái Lan là nước xuất khẩu sầu riêng hàng đầu thế giới trong hơn 10 năm qua, đặc biệt là thị trường lớn Trung Quốc với mức tăng trưởng đáng kể trong 5 năm qua. Trong 5 năm tới, mức tiêu thụ sầu riêng của Trung Quốc dự kiến sẽ tăng 1 kg/người/năm, điều này sẽ làm tăng nhu cầu sầu riêng của Trung Quốc thêm 1 triệu tấn. Tuy nhiên, người tiêu dùng Trung Quốc chủ yếu mua sầu riêng "Monthong" từ Thái Lan đã bắt đầu mua sầu riêng tươi từ Việt Nam. Ngoài ra, Philippines gần đây đã được cấp phép xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc.

2. Thị trường trong nước

- *Lúa gạo:* Giá lúa gạo trong kỳ từ ngày 15 - 22/6 tại Đồng Tháp tương đối ổn định, giá lúa doanh nghiệp thu mua tại ruộng: lúa Đài thơm 8 ở mức 6.700 – 6.900 đồng/kg; lúa OM 5451 6.500 – 6.600 đồng/kg; lúa IR 504 ở mức 6.500 – 6.600 đồng/kg; lúa chất lượng cao tại ruộng giá 6.900 - 7.100 đồng/kg. Trên thị trường xuất khẩu gạo, giá gạo xuất khẩu chững lại và đi ngang sau phiên điều chỉnh tăng, giá gạo 5% tấm của Việt Nam đang được chào bán ở mức 503 USD/tấn; gạo 25% tấm ở mức 483 USD/tấn; gạo Jasmine 578 USD/tấn.

- *Rau quả:* Tại Đồng Tháp, trong tuần từ ngày 15 - 22/6, các mặt hàng xoài được thương lái thu mua với giá giảm mạnh so với tuần trước: xoài Cát Hòa Lộc giá 25.000 đồng/kg, giảm 10.000 đồng/kg so với tuần trước; xoài Cát Chu 10.000 đồng/kg, giảm 5.000 đồng so với tuần trước; xoài tượng da xanh 8.000 đồng/kg, giảm 2.000 đồng/kg so với tuần trước. Các mặt hàng khác như: cam soàn 17.000 đồng/kg, ổn định so với tuần trước; quýt đường 19.000 đồng/kg, tăng 1.000 đồng/kg so với tuần trước; chanh có giá 13.000 đồng/kg, ổn định so với tuần trước; nhãn Idor giá 24.000 đồng/kg, giảm 3.000 đồng/kg; thanh long có giá 12.000 đồng/kg, tăng 1.000 đồng/kg so với tuần trước; mít giá 8.000 kg, ổn định so với tuần trước; sầu riêng mongthong được thương lái thu mua giá 65.000 đồng/kg, tăng 3.000 đồng/kg so với tuần trước; khoai môn giá 13.000 đồng/kg, ổn định so với tuần trước; ớt tươi giá 32.000 đồng/kg, tăng 2.000 đồng/kg so với tuần trước.

Tại chợ đầu mối nông sản TP. Thủ Đức, giá một số mặt hàng nông sản ổn định so với tuần trước, cụ thể: xoài Cát Chu giá 15.000 đồng/kg, xoài Cát Hòa Lộc giá 45.000 đồng/kg; thanh long ruột đỏ giá 20.000 đồng/kg; sầu riêng Thái Ri6 giá 80.000 đồng/kg; nhãn Idor giá 37.000 đồng/kg; mít Thái giá 12.000 đồng/kg.

- *Thủy sản:* Giá thủy sản tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long trong tuần từ ngày 12 - 18/6 tương đối ổn định. Cụ thể tại Đồng Tháp, cá tra nguyên liệu giá 26.000 – 27.000 đồng/kg; cá lóc nuôi giá 52.000 – 56.000 đồng/kg; cá điêu hồng giá 45.000 – 48.000 đồng/kg; ếch 36.000 – 38.000 đồng/kg; tôm thương phẩm loại 1 giá 180.000 - 200.000 đồng/kg.

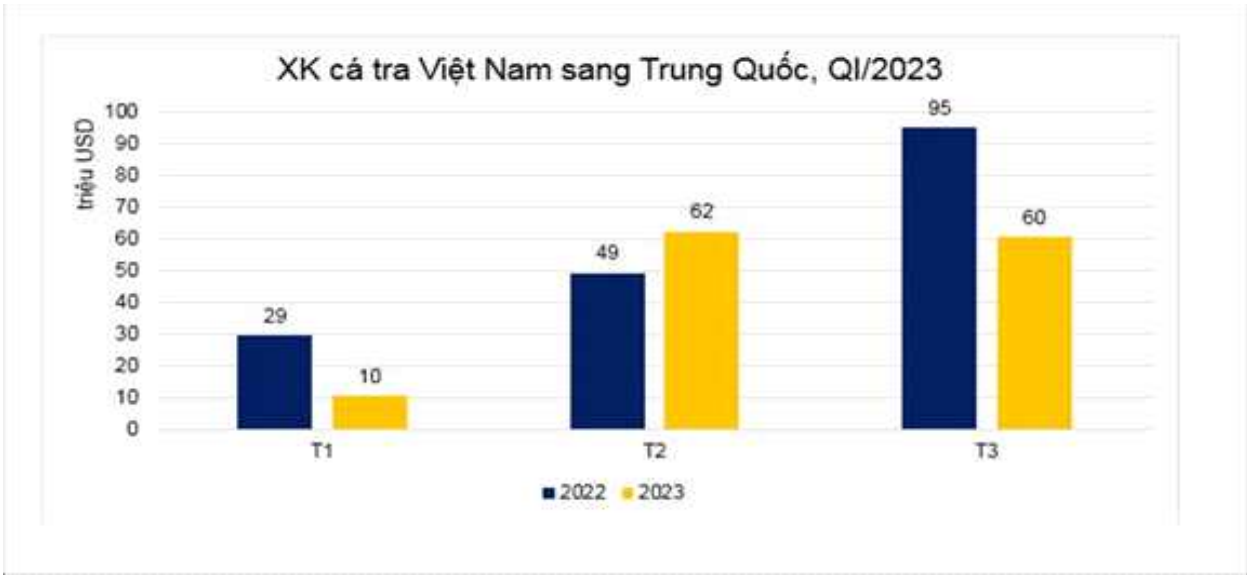
Thu hoạch ớt tại huyện Thanh Bình (Ảnh: dotip.dongthap.gov.vn)

TRUNG QUỐC VẪN LÀ THỊ TRƯỜNG MANG LẠI NHỮNG DẤU HIỆU LẠC QUAN ĐỐI VỚI NGÀNH HÀNG CÁ TRA CỦA VIỆT NAM

PGS.TS. Nguyễn Phú Son

Theo số liệu tổng hợp của Tổng cục Hải quan, lượng cá tra xuất khẩu của Việt Nam trong 15 ngày đầu của tháng 5/2023 đạt gần 27 nghìn tấn, với giá trị xuất khẩu đạt gần 67 triệu USD, đều giảm so với cùng kỳ năm 2022, do tác động xấu của lạm phát và suy thoái kinh tế, làm ảnh hưởng đến sức mua của người tiêu dùng ở các nước nhập khẩu, và do vậy làm giảm nhu cầu nhập khẩu cá tra. Theo đánh giá của các chuyên gia trong ngành, chỉ còn hy vọng tình hình này trở nên khả quan hơn khi Trung Quốc mở cửa trở lại hoàn toàn sau Covid-19; nguồn cung cá tra nguyên liệu có khả năng bị thiếu hụt do sản lượng nuôi bị sụt giảm vì giá cả cá tra nguyên liệu giảm, cộng thêm lượng hàng tồn kho thành phẩm ở các doanh nghiệp nhập khẩu nước ngoài trở nên cạn kiệt. Ngoài ra, còn có một hy vọng khác để cứu vãn tình hình này là trong bối cảnh kinh tế suy thoái như hiện nay, việc lựa chọn tiêu dùng sản phẩm cá tra với giá thấp tương đối so với những loại thực phẩm thay thế khác có thể là sự lựa chọn tối ưu của họ, và do vậy làm tăng nhu cầu tiêu dùng sản phẩm cá tra.

Đối với việc mở cửa trở lại của Trung Quốc đối với sản phẩm cá tra, khi nhìn lại số liệu về giá trị xuất khẩu cá tra của Việt Nam sang Trung Quốc trong Quý I/2023 ở Hình "Xuất khẩu cá tra Việt Nam sang Trung Quốc, năm 2023" có xu hướng gia tăng bình quân hàng tháng gần 145%, trong khi đó, con số này của năm 2022 chỉ có gần 81%, mặc dù so với cùng kỳ năm 2022 về giá trị xuất khẩu tuyệt đối, tổng giá trị xuất khẩu cá tra của Việt Nam sang Trung Quốc trong Quý I/2023 (132 triệu USD), thấp hơn cùng kỳ so với năm 2022 (173 triệu USD).



Nguồn: VASEP, vasep.com.vn

Nói cách khác, sau mở cửa, dù xuất khẩu cá tra của Việt Nam sang thị trường này chưa có sự cải thiện đáng kể nhưng cũng phần nào đã có chiều xu hướng tích cực hơn. Khác với thị trường Mỹ và EU, hiện tại, Trung Quốc đang phải đối mặt với vấn đề "Giảm phát". Điều này khiến cho người tiêu dùng và doanh nghiệp có thể ngừng chi tiêu với kỳ vọng giá cả sẽ giảm hơn nữa, khiến các hộ gia đình thắt chặt chi tiêu.

Tuy nhiên, với lợi thế là loại sản phẩm với nhiều dinh dưỡng và có giá cả thấp, cá tra của Việt Nam (với 02 dòng sản phẩm chính là cá tra phile, cắt khúc đông lạnh (mã HS 0304) chiếm tỉ trọng 68% và cá tra tươi/đông lạnh/khô nguyên con, cắt khúc (trừ cá thuộc mã 0304) chiếm 32%, hy vọng cá tra sẽ vẫn là lựa chọn phù hợp cho người tiêu dùng Trung Quốc trong giai đoạn năm 2023 còn nhiều khó khăn về kinh tế. Như vậy, có thể nói, chúng ta có quyền hy vọng về diễn biến này sẽ xảy ra theo suy đoán của nhiều chuyên gia của VASEP. Riêng cá nhân tôi cũng đồng tình với suy đoán này.

Ngoài ra, còn nhiều yếu tố khác cho phép chúng ta đặt nhiều hy vọng vào thị trường "1 tỷ dân", là một trong 02 quốc gia, cùng với thị trường Mỹ, có lượng và giá trị nhập khẩu cá tra lớn nhất của Việt Nam. Những yếu tố này bao gồm:

I) Các doanh nghiệp xuất khẩu cá tra của Việt Nam có sẵn quan hệ thương mại với các đối tác Trung Quốc;

II) Cá tra Việt Nam có thể thay thế lượng lớn cá thịt trắng từ Nga trong bối cảnh xung đột chính trị vẫn chưa có điểm dừng;

III) Xuất khẩu cá tra sang Trung Quốc có vị trí địa lý gần, chi phí logistic thấp so với các thị trường khác;

IV) Số doanh nghiệp được phía Trung Quốc tham gia vào thị trường xuất khẩu ngày càng nhiều. Đến năm 2023, hệ thống hướng dẫn đăng ký xuất khẩu thực phẩm có nguồn gốc thực vật sang Trung Quốc (CIFER-Computational Intelligence for Financial Engineering) của Tổng cục Hải quan Trung Quốc đã ghi nhận 802 doanh nghiệp Việt Nam đủ điều kiện xuất khẩu thủy sản sang nước này, tạo điều kiện tăng lượng cung xuất khẩu cá tra của Việt Nam sang thị trường này;

V) Nhu cầu tiêu dùng thủy sản của người dân Trung Quốc có xu hướng gia tăng trong tương lai. Theo dự báo của các chuyên gia kinh tế Thế giới, trong giai đoạn 2022 - 2023, mức tiêu dùng thủy sản của người dân nước này tăng lên đến 39-40 kg/người, tương đương với 58 triệu tấn thủy sản với dân số 1,5 tỷ dân (so với 25,4 kg/người vào năm 2004), tới năm 2028 dự báo tăng lên 44 kg/người, tương đương với 64 triệu tấn thủy sản, trong đó có sản phẩm cá tra (Trang Thông tin điện tử của Tổng cục Thủy sản, ngày 07/02/2023, https://tongcucthuysan.gov.vn)

Tóm lại, mặc dù thị trường cá tra của Việt Nam hiện đang phải đối mặt với những thách thức lớn từ những nguyên nhân nêu trên, nhưng vẫn còn có những cơ hội và lợi thế cạnh tranh nhất định. Trong số đó, có thể thấy đối với cá tra, Trung Quốc vẫn là thị trường xuất khẩu cá tra quan trọng của Việt Nam hiện nay và trong thời gian tới, bên cạnh với những lợi thế thị trường khác như: Việt Nam là thị trường cung cấp cá da trơn lớn nhất cho Australia, Nhật Bản (trong quý I/2023, đạt trên 99% và 97% về lượng và giá trị về giá trị nhập khẩu cá da trơn, tương ứng). Chính vì vậy, kể cả người nuôi và doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cá tra của Việt Nam, trước hết cần tuân thủ thực hiện quy trình nuôi và chế biến theo đúng những yêu cầu về chất lượng do các đối tác thu mua đưa ra, và đồng thời phải hướng đến việc cắt giảm chi phí để nâng cao năng lực cạnh tranh trong dài hạn để tránh được rủi ro giống như sản phẩm tôm xuất khẩu của Việt Nam như hiện nay.

Tại sao trách nhiệm xã hội của nông dân cần quan tâm?

TS. Phạm Minh Vũ - TT Pháp Việt Đào tạo về Quản lý (CFVG) - UEH

PGS.TS. Từ Văn Bình - TT Pháp Việt Đào tạo về Quản lý (CFVG) - UEH

Có thể phải thừa nhận rằng, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp không gì xa lạ với chúng ta, nhưng nếu nói đến trách nhiệm xã hội của nông dân khi tham gia sản xuất thì ít nhiều ý kiến sẽ trái chiều. Ở đây, chúng ta có thể xem trách nhiệm xã hội của nông dân là tập hợp các nhiệm vụ và vai trò mà họ tham gia sản xuất đáp ứng nhu cầu mong đợi của xã hội, bảo vệ môi trường, cộng đồng và đáp ứng cho cả nhu cầu kinh tế của gia đình. Sau đây, nội dung sẽ đi vào thảo luận tính tham gia và trách nhiệm của nông dân trong quá trình sản xuất nông nghiệp tại vùng đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) nói chung và của Đồng Tháp nói riêng.

1. Đối với hoạt động sản xuất - canh tác

Mỗi một người dân luôn chuẩn bị cho mình sự cẩn thận các bước trước khi tham gia canh tác bằng việc chuẩn bị đất, nước và vật tư nông nghiệp. Đây phải nói là một bước rất cần thiết vì cho một tác động hiệu quả về sau khi quá trình canh tác được triển khai cụ thể. Tuy nhiên việc sử dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật không có một chừng mực nhất định sẽ là một phản ứng ngược làm ảnh hưởng xấu sức khỏe cá nhân, tác động tiêu cực đến sức khỏe cộng đồng xung quanh, đặc biệt tạo một dư âm của dư lượng thuốc vật trong đất, dự lượng kháng sinh trong nước, điều này tạo tiềm ẩn dịch bệnh và hủy hoại hệ sinh thái của vùng ĐBSCL.

Không dừng lại ở đó, trong quá trình canh tác, chính việc chạy theo năng suất sản xuất, dẫn đến sử dụng vung tay các loại thuốc bảo vệ thực vật vô tội vạ, một mặt làm cho môi trường không khí bị ô nhiễm, mặt khác là nguồn dư âm tạo ô nhiễm trong nguồn nước, làm hủy hoại tài nguyên nước phục vụ sinh hoạt và hệ sinh thái tự nhiên trên những con sông mà nông dân ĐBSCL đang sinh sống.

Tương tự thế, những chất thải từ ngành chăn nuôi thủy sản ít nhiều đã là nguyên nhân của sự ô nhiễm nguồn nước đáng kể. Việc sử dụng các thức ăn không nguồn gốc, thức ăn tự chế, đôi khi là lợi ích của chi phí sản xuất được kiểm soát không tăng lên, nhưng thiệt hại môi trường có thể tăng lên gấp bội. Điều này có thể phần nào giải thích được lý do nguồn nước chăn nuôi ở lần đầu luôn cho chất lượng sản phẩm cao hơn những lần nuôi tiếp theo. Như vậy có phải chăng chất lượng nguồn nước bị giảm dần, nên ít nhiều dẫn đến chất lượng cá tôm giảm xuống, tỷ lệ hao hụt lại tăng lên, câu hỏi này cũng được nhiều chuyên gia trong ngành cảnh báo. Việc sử dụng nguồn thức ăn thủy sản, thuốc tăng trưởng thiếu sự kiểm soát, thiếu cân đong đo đếm theo kỹ thuật, không những tạo hậu quả chất lượng sản phẩm thủy sản không vượt các thông số kiểm định chất lượng và chỉ số an toàn thực phẩm do thế giới đề ra tại các quốc gia nhập khẩu mà còn hủy hoại tài nguyên sống trong vùng ĐBSCL.

Mặc dù chính quyền các cấp, các sở ban ngành có liên quan đã có những chương trình nâng cao năng lực, kiến thức kỹ thuật trong canh tác cây trồng và vật nuôi cho nông dân trong vùng ĐBSCL một cách thường xuyên,

tuy nhiên ý thức về trách nhiệm xã hội của nông dân là yếu tố không thể thiếu được, ở đó nông dân sản xuất phải có một tinh thần trách nhiệm đối với bản thân, với gia đình, đối cộng đồng và xã hội. Như vậy họ phải thực hiện như một doanh nghiệp thu nhỏ phải có trách nhiệm xã hội đối với môi trường và lợi ích của người tiêu dùng.

2. Trong quá trình chuẩn bị thu hoạch

Không khác gì trong quá trình canh tác, việc chuẩn bị thu hoạch cho một sản phẩm dù là cây trồng hay vật nuôi. Nông dân luôn có những phút chót sử dụng dồn dập cho các loại thuốc bảo vệ thực vật để duy trì chất lượng sản phẩm, để sao cho sản phẩm nhìn từ bên ngoài tạo bắt mắt, nhưng điều này lại đang chứa đựng một tiềm ẩn của sự nguy hiểm trong an toàn thực phẩm. Nếu chúng ta nói nông dân không hề biết việc mình đang quá lạm dụng sử dụng lượng kháng sinh cho vật nuôi, tăng thuốc bảo vệ thực vật cho cây trồng thì chắc chúng ta phải ngẫm nghĩ lại, bởi vì phần lớn nông dân sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, thuốc kháng sinh trong gia đoạn sắp thu hoạch chỉ vì muốn sản phẩm bán ra với mức giá phải cao hơn những gì mà phí đầu tư đã bỏ ra trước đó. Về lý thuyết kinh tế thì nông dân có quan niệm hoàn toàn đúng. Tuy nhiên về lâu dài nông dân vô tình tạo cho uy tín chất lượng và an toàn thực phẩm của sản phẩm không ổn định và gây hiệu ứng ngược cho hình ảnh sản phẩm. Có thể chúng ta may mắn bán được lần này, nhưng sẽ không có may mắn bán được lần sau, lý do không quá khó để chúng ta suy nghĩ, bởi vì các thông số kỹ thuật đo lường chất lượng và an toàn thực phẩm luôn ổn định, không thay đổi, đôi khi còn khắc khe hơn. Do vậy chúng ta không thể sử dụng sự may mắn của sản phẩm để vượt qua các chỉ số kỹ thuật đánh giá sản phẩm trước khi đưa sản phẩm ra thị trường trong nước và quốc tế.

Đã không ít nông dân phải trả giá đắt cho việc sử dụng quá mức các chất tăng trưởng cho vật nuôi, lạm dụng thuốc bảo vệ thực vật trước khi thu hoạch. Như vậy phải nói rằng, chỉ có nhận thức trong trách nhiệm xã hội ở mỗi nông dân, bảo vệ môi trường, đảm bảo an toàn thực phẩm của sản phẩm khi làm ra thì nông dân ở ĐBSCL về lâu dài sẽ có một chỗ đứng trên thị trường quốc tế. Tại sao lại như vậy?, vì phần lớn các sản phẩm nông nghiệp của nông dân không riêng gì tại Đồng Tháp mà cả ĐBSCL, các sản phẩm đó đã và đang có mặt tại trường thế giới.

3. Nhận định chung

Điều luôn được triết lý trong kinh tế học, nông dân có một vai trò quan trọng trong sản xuất lương thực và thực phẩm đáp ứng nhu cầu của cộng đồng. Nếu một may chất lượng sản phẩm không thành sẽ tạo một hệ lụy về sức khỏe của người tiêu dùng, và như vậy, nông dân cũng phải gánh lấy một phần trách nhiệm đó. Nông dân còn là tác nhân ảnh hưởng không nhỏ đến môi trường sống trong vùng ĐBSCL. Nếu nông dân không vận dụng các kỹ thuật canh tác tiên tiến, không ý thức trong quá trình canh tác và thu hoạch sẽ tạo một sự bào mòn không nhỏ môi trường tự nhiên. Vì vậy trách nhiệm xã hội của nông dân trong sử dụng nguồn nước, sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, thuốc dư lượng kháng sinh,… là một việc vô cùng quan trọng. Không thể nào nói quá trễ nếu từ lúc này mỗi người nông dân trong vùng có một ý về cộng đồng và xã hội khi tham gia quá trình tham gia sản xuất nông nghiệp. Việc xây dựng chương trình sản xuất nông nghiệp bền vững có được tốt hay không là hoàn toàn không thể phủ nhận một khi trách nhiệm xã hội của nông dân được hình thành trong nhận thức của họ. Một tỷ lệ nông dân tham gia sản xuất nông nghiệp tại ĐBSCL không nhỏ, nếu khiêm tốn nói rằng, mỗi một người có một ý thức về trách nhiệm xã hội trong quá trình sản xuất thì cả ĐBSCL sẽ có một đóng góp rất lớn để bảo vệ môi trường của vùng.

Tín hiệu mới trong đàm phán thúc đẩy kinh tế biên mậu Việt Nam - Trung Quốc

Gia Viên
Tổng hợp

Xuất khẩu rau quả trong tháng 5/2023 đạt gần 466,5 triệu USD, tăng 80,6% so với cùng kỳ và tăng 19,1% so với tháng 4/2023, theo Hiệp hội Rau quả Việt Nam, lũy kế 5 tháng đầu năm 2023, xuất khẩu rau quả đã thu về gần 1,97 tỉ USD, tăng 39% so với cùng kỳ 2022.Trong 5 tháng đầu năm 2023, nhiều mặt hàng xuất khẩu nông lâm thủy sản chính có giá trị xuất khẩu giảm so với cùng kỳ năm ngoái, tổng kim ngạch xuất khẩu ước đạt 20,26 tỷ USD, giảm 11,1% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó, nhóm nông sản đạt 10,3 tỷ USD, tăng 9,9%; chăn nuôi đạt 190 triệu USD, tăng 34,5%; thuỷ sản 3,47 tỷ USD, giảm 25,9%; lâm sản đạt 5,52 tỷ USD, giảm 26,8%; đầu vào sản xuất đạt 779 triệu USD, giảm 25,9% và muối đạt 2,0 triệu USD, giảm 11,9%. Trong khi đó Cà phê 2,02 tỷ USD, tăng 0,2%; rau quả 1,97 tỷ USD, tăng 39,0%; hạt điều 1,28 triệu USD, tăng 5,5%; thịt, gạo đạt 2,02 tỷ USD, tăng 49,0%.

TOP 10 thị trường xuất khẩu rau quả, Trung Quốc, Mỹ, Hà Lan, Malaysia có mức tăng trưởng mạnh nhất. Riêng Trung Quốc mua rau quả của Việt Nam đạt 805 triệu USD, chiếm 59% về thị phần (năm ngoái chiếm 53%). Tuy kim ngạch xuất khẩu gia - giảm nhưng Việt Nam đạt thỏa thuận mở cửa chính ngạch sầu riêng, khoai lang và một số mặt hàng truyền thống như: thanh long, chuối, mít... Đặc biệt, mặt hàng tỷ USD là sầu riêng có thêm nhiều vùng trồng được cấp mã xuất khẩu vào Trung Quốc. Công ty Xuất nhập khẩu Vina T&T cho biết, khi kim ngạch các thị trường Mỹ, Canada sụt giảm, thị trường Trung Quốc tăng trưởng 20% doanh số 4 tháng đầu năm 2023 của tập đoàn này. Dự báo kim ngạch xuất khẩu rau quả trong nửa đầu năm 2023 sẽ đạt trên 2,3 tỷ USD, tăng hơn 30% so với cùng kỳ năm trước. Ông Đặng Phúc Nguyên - Tổng thư ký Hiệp hội rau quả Việt Nam (Vinafruit) dự báo: Xuất khẩu rau quả năm nay của Việt Nam có thể cán mốc 4 tỷ USD.

Ngày 30/5, Cục Hải quan tỉnh Lào Cai cho biết, các doanh nghiệp đã làm thủ tục xuất khẩu 5.400 tấn quả vải của Việt Nam qua cửa khẩu quốc tế đường bộ số II Kim Thành, Lào Cai sang Trung Quốc từ đầu vụ vải đến nay, đạt giá trị 3,04 triệu USD. Sản lượng vải vụ này dự báo đạt khoảng 330.000 tấn, trong đó Bắc Giang thu hoạch 180.000 tấn vải thiều; Hải Dương thu hoạch 61.000 tấn vải thiều - thu hoạch rộ vào tháng 6 và 7.Cục Bảo vệ thực vật (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) cho biết đã nhận được văn bản của Tổng cục Hải quan Trung Quốc (GACC) thông báo kết quả xét duyệt hồ sơ khắc phục của các mã số vùng trồng, cơ sở sầu riêng không đạt ở lần kiểm tra trực tuyến tháng 1/2023, đã có 47/51 vùng trồng và 18 cơ sở đóng gói đạt yêu cầu đã được Tổng cục Hải quan Trung Quốc cấp mã số. Hồ sơ khắc phục của 4 vùng trồng chưa đạt yêu cầu là do hồ sơ gửi chưa đủ thông tin, hình ảnh không rõ nét nên phía Trung quốc không đánh giá được sự cải thiện, cải tiến.

Tìm cách khai thông kinh tế biên mậu Việt – Trung (Ảnh Internet)

Như vậy, đến nay Việt Nam đã có 293 vùng trồng và 115 cơ sở đóng gói đã được phía Trung Quốc cấp mã số xuất khẩu chính ngạch sang thị trường này. Nếu Cục Bảo vệ thực và Tổng cục Hải quan Trung Quốc thống nhất lịch kiểm tra trực tuyến đợt tiếp theo cho 400 vùng trồng và 60 cơ sở đóng gói sầu riêng, các địa phương phải chủ động chuẩn bị, phối hợp với Cục triển khai nội dung kiểm tra theo kế hoạch của phía Tổng cục Hải quan Trung Quốc.

Ngày 1/6, tại Vân Nam - Trung Quốc, Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Trần Thanh Nam đã có buổi trao đổi với Hải quan Côn Minh về một số giải pháp thúc đẩy thương mại nông sản giữa Việt Nam và tỉnh Vân Nam. Trước đó, Diễn đàn kết nối giao thương nông lâm thủy sản Việt Nam - Trung Quốc tại thành phố Côn Minh có 80 doanh nghiệp Vân Nam tham dự.

Ông Cận Diên Dũng, Cục trưởng Hải quan Côn Minh, Trung Quốc đưa 3 đề xuất tại diễn đàn:

I) Các cơ quan liên quan hai bên gặp nhau định kỳ ít nhất mỗi năm một lần, cần phát huy ưu thế địa lý, tăng cường giao lưu, học hỏi lẫn nhau, phát huy tinh thần làm việc cùng thắng, cùng có lợi. Mở rộng lĩnh vực, tầng bậc hợp tác.

II) Sớm tăng số lượng doanh nghiệp AEO (mô hình doanh nghiệp ưu tiên).

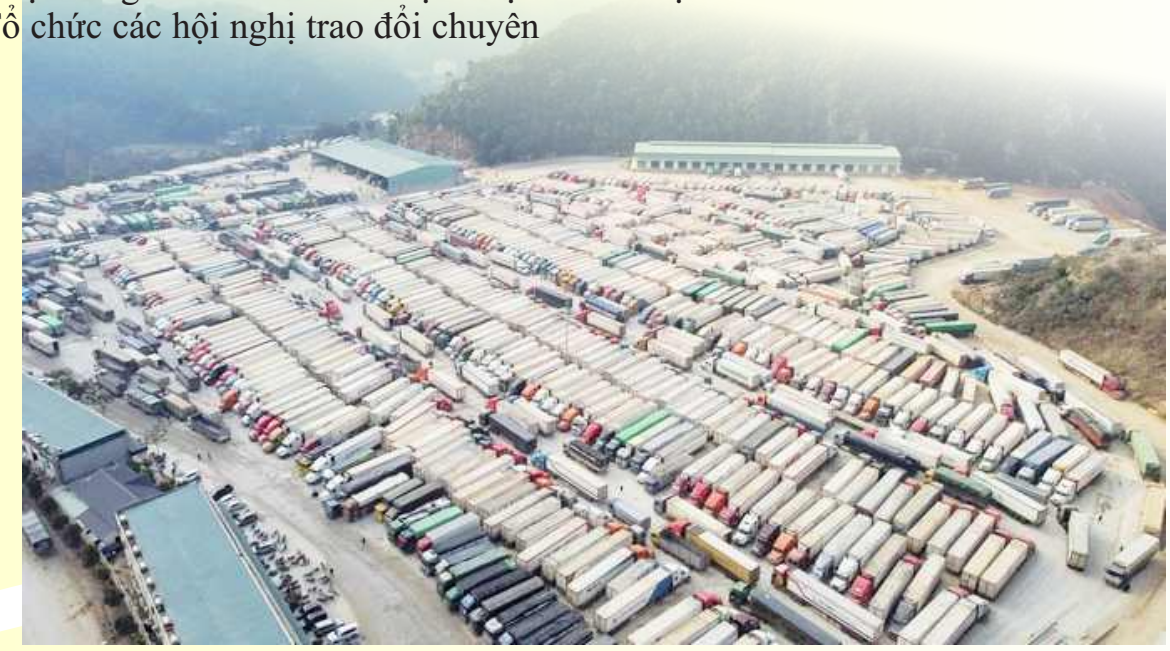
III) Thực hiện cơ chế hợp tác xuất nhập khẩu một cửa, theo mô hình tiên tiến đã được nhiều nước, nhiều tổ chức tài chính trên thế giới công nhận.

So với tiềm năng sẵn có, con số hơn 340 triệu USD xuất nhập khẩu nông sản trong 5 tháng đầu năm 2023 giữa hai bên là chưa tương xứng. Thứ trưởng Trần Thanh Nam nói rằng Việt Nam đã khởi công xây dựng cao tốc nối tỉnh biên giới giáp Vân Nam là Hà Giang đến các địa phương, tuyến vận chuyển hàng hóa huyết mạch; tới đây sẽ khởi công cao tốc từ Hòa Bình lên Điện Biên, có biên giới với Vân Nam. Ông hy vọng hai nước cùng xây dựng, vận hành chuỗi kho lạnh kết nối hai bên. Thủ tướng Chính phủ giao nhiệm vụ cho Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tham gia xây dựng, quản lý chuỗi logicstic kết nối trong cả nước đến các tỉnh biên giới. Thứ trưởng Trần Thanh Nam đề nghị Hải quan Côn Minh sớm gửi đề án về cửa khẩu thông minh, hải quan thông minh, kết nối thông minh, xuất nhập khẩu một cửa, tới các cơ quan quản lý Việt Nam để nghiên cứu thực hiện. Thứ trưởng Trần Thanh Nam cũng hy vọng các cơ quan chuyên môn hai bên cùng phối hợp giám sát chặt chẽ, chống gian lận thương mại, đặc biệt là gian lận về số lượng, chứng từ. Tháng 11 hàng năm, hai bên nên có buổi làm việc giữa các cơ quan của Bộ, các cơ quan ở biên giới cùng trao đổi nghiệp vụ, tháo gỡ khó khăn. Đồng thời, Thứ trưởng đề nghị Hải quan Vân Nam mở thêm danh mục về thủy sản, tạo điều kiện cho doanh nghiệp nâng cao số lượng, thủy sản xuất khẩu sang tỉnh Vân Nam. Trong đó có việc xuất khẩu thủy hải sản sống sang tỉnh này.

Hải quan Vân Nam cho biết tại tỉnh đang xây dựng cầu nối giữa Bách Sắc và Hà Khẩu, hai địa phương có cửa khẩu với Việt Nam đang được xây dựng và nhờ đó sẽ giảm cảnh ùn tắc cửa khẩu. "Chúng tôi cũng rất hy vọng Vân Nam và các địa phương của Việt Nam sẽ đẩy mạnh xây dựng cơ sở hạ tầng, áp dụng thiết bị hiện đại, phục vụ thông quan, xuất nhập khẩu, xuất nhập cảnh", ông Cận Diên Dũng, Cục trưởng Hải quan Côn Minh hướng suy nghĩ vào mô hình quản trị thông minh.

Tìm cách khai thông kinh tế biên mậu Việt – Trung (Ảnh Internet)

Từ ngày 1/6, Hải quan Côn Minh và phía Việt Nam bắt đầu thực hiện cơ chế trao đổi mẫu chứng nhận kiểm dịch, công nhận lẫn nhau. Trước mắt, tập trung sản phẩm sầu riêng. Sắp tới Hải quan sẽ áp dụng các biện pháp rút ngắn thời gian thông quan, khai báo sức khỏe, hàng hóa đầu cuối, thanh toán qua QR Code...Mọi việc sẽ được thực hiện từ xa, tiện lợi, Phó Cục trưởng Hải quan Côn Minh, ông Hùng Tiên Quân, cho biết. Những nội dung này sẽ được trao đổi với các cơ quan chức năng khác của Việt Nam như Tổng cục Hải quan, Bộ Ngoại giao, Bộ Công Thương và văn bản gửi đến Tổng cục Hải quan Trung Quốc trên cơ sở các nội dung làm việc. Đặc biệt là cơ chế trao đổi thông tin và làm việc định kỳ để sơ kết công tác giữa 2 bên, Thứ trưởng Trần Thanh Nam nói.Sau khi được giao là đầu mối, chủ động phối hợp với các cơ quan hải quan Trung Quốc tạo điều kiện thông quan hàng hóa nông sản có nguồn gốc thực vật và thủy sản, ông Huỳnh Tấn Đạt, Phó Cục trưởng Cục Bảo vệ thực vật đề xuất: Trước mắt, hai bên triển khai Hệ thống ECET để trao đổi các Giấy Chứng nhận Kiểm dịch thực vật điện tử rút ngắn các thủ tục thông quan. Sắp tới, sẽ phối hợp xây dựng các danh mục hàng hóa ưu tiên kiểm dịch thực vật. Tổ chức các hội nghị trao đổi chuyên môn, nghiệp vụ và xây dựng quy trình kiểm dịch thực vật theo định hướng "Hải quan 1 cửa khẩu" hay "1 cửa khẩu 1 điểm dừng", trao đổi thông tin, truy xuất nguồn gốc để xử lý nghiêm các trường hợp không tuân thủ quy định về kiểm dịch thực vật và an toàn thực phẩm của 2 nước. Bà Phạm Lan Trang, đại diện Tổng cục Hải quan Việt Nam đề xuất: 2 bên có thể phối hợp, trao đổi thông tin để chống buôn lậu, xây dựng môi trường kinh doanh an toàn, có thể thống nhất thêm giờ làm việc, giờ nghỉ để thông quan hàng hóa nông sản được nhanh hơn. Và, nghiên cứu, thực hiện cơ chế "2 hải quan 1 điểm dừng" bằng cách đồng bộ về chính sách và cơ sở hạ tầng.Hải quan Vân Nam nên xem xét cắt giảm thủ tục cho doanh nghiệp, ví dụ như bỏ xét nghiệm PCR Covid-19 với các lái xe hay cấp visa 1 năm cho lái xe ở cặp cửa khẩu, đại diện Bộ Công Thương, ông Vũ Như Thái đề xuất thêm: Hai bên nên thường xuyên trao đổi thông tin về những thay đổi trong chính sách, các vướng mắc phát sinh để kịp thời tháo gỡ, khuyến khích các doanh nghiệp hai nước phối hợp với nhau, đa dạng hóa các cửa khẩu thông thương, tránh tình trạng hàng hóa bị tập trung tại một điểm.



Nổi ám ảnh của hàng Việt ở biên giới Việt – Trung (Ảnh internet)

ĐA DẠNG HÓA SINH KẾ TRONG MÙA LŨ LÀ GIẢI PHÁP MANG TÍNH BỀN VỮNG CHO NGƯỜI DÂN ĐANG SINH SỐNG TRONG VÙNG LŨ Ở TỈNH ĐỒNG THÁP

PGS.TS. Nguyễn Phú Son - Trường Kinh tế - ĐHCT

Hằng năm, bắt đầu từ tháng 07 đến cuối tháng 11 dương lịch, mực nước ở đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) bắt đầu dâng cao, đặc biệt tại các tỉnh như Đồng Tháp, An Giang và Long An. Đặc điểm tự nhiên này đã hình thành những mô hình sinh kế đặc thù cho người dân đang sinh sống trong những vùng ngập lũ ở khu vực này. Tại Đồng Tháp, có những ngành nghề cho đến nay đã mang tính truyền thống như đánh bắt cá tự nhiên, chế biến khô, trồng sen, ấu, lúa mùa nổi v.v…Đến nay, theo dòng chảy của thời gian và nhu cầu thị trường đã nâng tầm phát triển qui mô của những ngành nghề này thêm một bước, cả về mặt sản lượng và chất lượng nhờ vào sự hỗ trợ của khoa học công nghệ tiên tiến, cũng như những chính sách hỗ trợ phát triển của Nhà nước và từ các tổ chức quốc tế trên Thế giới. Trong khuôn khổ của bài viết này, tôi xin được mang những trải nghiệm của mình từ sự can thiệp của Chương trình WWF trên vùng ngập lũ ở huyện Thạnh Hưng, tỉnh Long An để đề xuất những ý tưởng phát triển các mô hình sinh kế cho vùng ngập lũ ở tỉnh Đồng Tháp, do tại đây có nhiều nét tương đồng với nhau về điều kiện sản xuất và ngành nghề đã và đang được thực hiện.

Trước hết trong lĩnh vực thủy sản, mô hình thả thêm cá trên ruộng lúa bị ngập lũ (Mô hình này cũng đã được WWF triển khai ở Đồng Tháp), mặc dù thông qua các mô hình thí nghiệm của dự án, kết quả ban đầu chưa đạt được như mong đợi. Tuy nhiên, nguyên nhân chính dẫn đến kết quả này là do việc thiếu kinh nghiệm trong khâu tổ chức sản xuất của cộng đồng, xuất phát từ việc do đây là mô hình mới. Thêm vào đó, không ngoại trừ nguyên nhân do bị người dân bên ngoài bắt trộm –đây chỉ mới là nguyên nhân suy đoán của cộng đồng, chưa có minh chứng cụ thể. Một nguyên nhân khác xuất phát từ tính chủ quan, đó là việc thời gian thả thêm cá trong mùa lũ muộn nên đến thời điểm thu hoạch không đủ thời gian để cá sinh trưởng và phát triển như ước tính. Đúc kết lại, thiếu kinh nghiệm trong khâu tổ chức sản xuất vẫn là nguyên nhân chính. Tuy nhiên, với nguyên nhân này vẫn cho phép chúng ta có nhiều cơ hội để cải thiện kết quả của mô hình thông qua việc tiếp tục thực hiện nhiều mô hình thử nghiệm hơn để tìm được "chìa khóa" mở ra được những giải pháp hữu hiệu để duy trì và phát triển mô hình sinh kế này. Để thực thi được giải pháp này, bên cạnh những nỗ lực của cộng đồng ở Đồng Tháp để đeo đuổi mô hình này nhằm cải thiện thu nhập, cũng cần có sự hỗ trợ từ các Sở, ban ngành có liên quan ở địa phương, sự hỗ trợ kỹ thuật từ các viện, trường và những chương trình/dự án trong và ngoài nước.

Theo dòng chảy của sản phẩm thủy sản có được từ hoạt động nuôi và đánh bắt cá trong chuỗi giá trị, việc tạo ra những sản phẩm giá trị gia tăng từ nguồn nguyên liệu và tạo mối liên kết dọc với người mua trở nên cực kỳ quan trọng để nâng cấp chuỗi giá trị thủy sản ở vùng lũ của Đồng Tháp. Qua khảo sát thực tế ở Long An, được biết có trên 90% lượng cá tươi nguyên liệu được tiêu thụ thông qua thương lái, không có bất kỳ hợp đồng kinh tế nào giữa hai bên, và phương thức mua bán thường áp dụng là không phân loại sản phẩm. Kiểu bán hàng theo phương thức này đã là kiểu truyền thống xưa nay không chỉ ở Long An, Đồng Tháp mà hầu như đã phổ biến ở hầu hết các địa phương ở ĐBSCL, và chính vì vậy hiện tượng "được mùa mất giá" thường xuyên xảy ra, cuối cùng dẫn đến những thiệt thòi vốn có cho ngư dân. Đề cập đến vấn đề này, không có nghĩa là tôi phủ nhận vai trò của thương lái trong chuỗi này, do kênh phân phối này, theo tôi, ít nhất từ 5-10 năm tới vẫn tiếp tục duy trì. Điều mà tôi ngụ ý ở đây là người dân ở vùng lũ tận dụng những lợi thế của mình – sản lượng lớn, tâm lý thích ăn "cá đồng" của người tiêu dùng ở vùng lũ và thương hiệu sẵn có, nên mở ra thêm một kênh phân phối khác đồng hành với những kênh truyền thống hiện có, hướng đến phân khúc thị trường đang có nhu cầu tiêu dùng những sản phẩm thủy sản "đồng" tươi sống (các khu du lịch, nhà hàng/khách sạn lớn). Qua khảo sát ở Long An và Đồng Tháp gần đây được biết loại cá này chiếm khoảng 20% trong tổng sản lượng nuôi và đánh bắt tự nhiên hàng năm trong mùa lũ. Có thể xem kênh phân phối này hướng đến một thị trường ngách. Cũng từ cách bán hàng theo kiểu phân loại này cũng sẽ giúp cho ngư dân có thể mở rộng thêm một kênh phân phối khác từ việc lựa chọn những cỡ cá không đủ chuẩn bán tươi theo phân khúc vừa nêu để cơ chế dạng cá muối sỏi (đối với cá lóc) để cung cấp cho những doanh nghiệp chế biến mắm cá ở Châu Đốc. Thông qua việc khảo sát trực tiếp các doanh nghiệp này ở Châu Đốc gần đây được biết họ rất cần nguồn nguyên liệu này (kể cả cá lóc tươi và cá lóc muối sỏi), hàng năm họ phải tìm nguồn cung cấp này tận ở Campuchia và một số tỉnh, thành khác. Cũng qua khảo sát ở Long An và Đồng Tháp, loại cá này chiếm khoảng 40% trong tổng số. Vậy, 40% còn lại ngoài việc cung cấp cho thị trường tại các chợ địa phương, còn có một phân khúc thị trường khác cho lượng cá này, đó là sử dụng để chế biến thành dạng cá khô.

Chế biến cá khô là ngành nghề không còn xa lạ với cả 02 địa bàn Long An và Đồng Tháp, cũng như đối với những khách hàng đã từng sử dụng cá khô ở những nơi này. Tuy nhiên, cũng qua khảo sát thực tế tại 02 địa bàn này cho thấy phần lớn những hộ/cơ sở chế biến hiện đang sử dụng quy trình chế biến theo kiểu truyền thống – sử dụng kỹ thuật phơi sử dụng nắng trời, thay vì sử dụng thiết bị sấy hoặc nhà màng – với lý do lớn nhất là dựa vào sở thích tiêu dùng (ăn cá khô phơi tự nhiên ngon hơn so với cá khô sấy hoặc phơi trong nhà màng). Thực tế, lý do này không phải là không có lý, do hiện tại trên thị trường vẫn có một lượng khách hàng có hành vi tiêu dùng này. Tuy nhiên, với xu hướng tiêu dùng hiện nay trên Thế giới, cũng như trong nước hoàn toàn có thể lấn áp hành vi tiêu dùng này trong thời gian không xa, và do vậy sẽ không chỉ thu hút giới trẻ ngày càng nhiều hơn, mà còn xoay chuyển được hành vi một bộ phận người tiêu dùng không nhỏ đang có thói quen tiêu dùng theo kiểu truyền thống xưa nay. Thêm vào đó, với kỹ thuật công nghệ chế biến tiên tiến hiện nay hoàn toàn có thể khắc phục được những đặc điểm của sản phẩm được xem là không phù hợp với khẩu vị của nhóm khách hàng có thói quen tiêu dùng cá khô theo kiểu cũ. Nói cách khác, trong tương lai không xa, hành vi tiêu dùng thực phẩm nói chung, và sản phẩm cá khô nói riêng theo hướng sạch/an toàn sẽ làm thay đổi hành vi sản xuất của những hộ/cơ sở chế biến cá khô hiện nay đang sử dụng quy trình truyền thống. Chính vì vậy, chỉ có những ai bắt đầu ứng dụng quy trình chế biến theo hướng sạch/an toàn hôm nay, mới có thể đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng mới của thị trường, và do vậy mới có thể đưa sản phẩm cá khô đi xa và sâu hơn nữa trong chuỗi giá trị của sản phẩm này.

Bên cạnh những ý tưởng mô hình sinh kế như vừa được nêu ở trên, hiện nay vẫn còn có một số ý tưởng khác để phát triển sinh kế cho người dân đang sinh sống ở vùng lũ ở Đồng Tháp như: tổ chức sản xuất con giống cá đồng để nuôi trồng trong mùa lũ, mô hình trồng rau thủy sinh trên bè, nuôi ong, gia công đan đát nguyên liệu lục bình v.v… Tuy nhiên, do chưa có đủ thông tin về tính khả thi của những mô hình này, cần có thêm những khảo sát, nghiên cứu sâu hơn mới có thể đưa vào bàn luận trong chủ đề này.

GÓC NHÌN CHUYÊN GIA

CỤC DIỆN - PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI

Gia Viên - Trung Tâm BSA

Mật ong tự nhiên của Việt Nam được các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ ưa chuộng (Ảnh internet)

224 vụ điều tra hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, bị các nước áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại, chỉ tính đến tháng 10-2022, theo thống kê của Cục Phòng vệ Thương mại (Bộ Công Thương), tại Hoa Kỳ: 43 vụ, ASEAN: 42 vụ, Ấn Độ: 29 vụ…

Vì sao?

Cá tra, tôm, mật ong… là những mặt hàng chủ lực xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ bị áp thuế chống bán phá giá nhiều nhất. Ngay cả khi không còn bị áp dụng thuế chống bán phá giá nhưng hàng năm Bộ Thương mại Mỹ (DOC) vẫn để mắt tới và tiến hành rà soát các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam. Cuối năm 2022, Hoa Kỳ đã điều tra 53 vụ việc liên quan phòng vệ thương mại (PVTM) đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, chiếm khoảng 25% tổng số vụ việc nước ngoài điều tra hàng Việt Nam xuất khẩu. Trong đó có 11/12 vụ việc mới - điều tra chống lẩn tránh thuế phòng vệ. Các mặt hàng bị điều tra gồm các sản phẩm thép, pin năng lượng mặt trời, tủ gỗ, ghim dập, thép dây... Tháng 5/2023, sản phẩm giá để đồ bằng thép không dùng bu-lông, có mã HS 9403.20.0075 nhập khẩu từ Việt Nam bị điều tra chống bán phá giá, biên độ phá giá cáo buộc từ 92,60% - 224,94%. Nguyên đơn là Edsal Manufacturing CO., INC, thời gian điều tra chống bán phá giá từ 1/10/2022 đến ngày 31/3/2023.

DOC đã ban hành dự thảo sửa đổi các quy định nhằm tăng cường thực thi các biện pháp phòng vệ thương mại trong Luật Chống bán phá giá và Chống trợ cấp (Chương VII, Đạo luật Thuế quan 1930 của Mỹ) để lấy ý kiến các bên liên quan, theo Cục Phòng vệ thương mại, Bộ Công thương: DOC đề xuất sửa đổi nhiều thủ tục, quy trình hiện hành; luật hóa nhiều thực tiễn điều tra và củng cố một số phương pháp phân tích, tính toán giá và chi phí. Vì vậy, để đảm bảo quyền lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ, các hiệp hội/doanh nghiệp xuất khẩu/Văn phòng luật sư về phòng vệ thương mại và các bên liên quan khác nên nghiên cứu, có ý kiến đóng góp với dự thảo các quy định sửa đổi nói trên (*).

Năm ngoái, Tổng cục Hải quan cho biết: Thị trường Hoa Kỳ có sự tăng trưởng ấn tượng (109 tỷ USD, tăng 14% so với cùng kỳ), là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, trong đó 13 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD/năm trở lên như hàng dệt may, điện *tử, giày dép...*

Vì sao tăng trưởng thương mại ngon trớn mà các vụ điều tra hàng xuất khẩu phòng vệ thương mại lại gia tăng?

Các Luật sư nói gì?

Luật sư Christopher Corr, Công ty White & Case, Hoa Kỳ, nói rằng dưới thời Tổng thống Donald Trump, phòng vệ thương mại bao gồm Luật phòng chống bán phá giá cũng như thuế đối kháng. Thuế quan bắt đầu tăng cao tác động đến việc dịch chuyển các nhà sản xuất tách khỏi Trung Quốc đến khu vực ASEAN, trong đó có Việt Nam. Điều khoản 201 liên quan đến chống thiệt hại nên một số khách hàng, các nhà sản xuất ở Việt Nam cũng chịu tác động bởi điều khoản này. Ví dụ: Hoa Kỳ đang áp dụng thuế với sản phẩm gỗ dán của Trung Quốc ở mức thuế chống bán phá giá là 183,36% và thuế chống trợ cấp từ 22,98% đến 194,90%.

Kim ngạch xuất khẩu gỗ dán sử dụng nguyên liệu gỗ cứng của Việt Nam sang Hoa Kỳ liên tục tăng từ 112,3 triệu USD năm 2018 lên 356,7 triệu USD năm 2021, nếu sử dụng nguyên liệu nhập khẩu từ Trung Quốc, Việt Nam sẽ bị áp thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp như Trung Quốc. Tương tự, sản phẩm mật ong của Việt Nam, Hiệp hội Các nhà sản xuất mật ong Hoa Kỳ và Hiệp hội Mật ong Sioux, yêu cầu điều tra chống bán phá giá sản phẩm mật ong từ Việt Nam và 4 nước khác, trong khi mức thuế do nguyên đơn đề xuất cho các nước xuất khẩu mật ong vào Hoa Kỳ như Brazil (114%), Ấn Độ (34- 99%), Ukraine (11-95%) và Argentina (17-23%) thì Việt Nam tới 207%. DOC có kết luận sơ bộ kết quả điều tra chống bán phá giá đối với mức thuế từ 410,93 - 413,99%. "Có một thực tế là Hoa Kỳ muốn truy vấn xem sản phẩm của Việt Nam có phải đúng xuất xứ của Việt Nam hay từ nguồn gốc khác đội lốt"?, theo LS Christopher Corr, trong bối cảnh hiện tại, Hoa Kỳ rất nghiêm ngặt trong việc áp dụng các biện pháp phạt và sử dụng các đạo luật mới và cũ để kiểm tra nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm xuất khẩu. Cơ quan hải quan và phòng vệ biên giới của Hoa Kỳ điều tra cơ chế chuyển đổi - phức tạp hơn một chút so với thuế chuyển đổi mà các nhà nhập khẩu của Việt Nam đã thực sự trải nghiệm ở khung mậu dịch tự do khác. Việc rà soát tiếp theo không phải do cơ quan hải quan mà do DOC thực hiện, theo LS Christopher Corr.

Luật sư Nguyễn Thị Phương Thảo, Văn phòng Luật sư IDVN, cho biết việc áp dụng biện pháp điều tra được Hoa Kỳ áp dụng là cơ chế cho nền kinh tế phi thị trường. Cơ quan điều tra không chấp nhận chi phí sản xuất của doanh nghiệp đưa ra mà chỉ chấp nhận báo cáo lượng sử dụng các chi phí đầu vào và các yếu tố liên quan đến quá trình sản xuất…Mức giá của sản phẩm được lấy từ nước thứ ba mà Hoa Kỳ coi là đã có nền kinh tế thị trường như Ấn Độ, Bangladesh. Đối với các vụ việc điều tra về chống trợ cấp, do việc xác định Việt Nam không có thị trường về đất đai, tài chính, do đó các khoản vay của doanh nghiệp tại ngân hàng Nhà nước hoặc chi phí thuê đất của các công ty phát triển hạ tầng có vốn nhà nước cũng sẽ bị coi là chi phí được hưởng ưu đãi và có trợ cấp. "Đối với các vụ kiện chống lẩn tránh thuế không được quy định cụ thể trong Hiệp định WTO sẽ phải chịu các điều khoản luật định của Hoa Kỳ…Lâu nay, doanh nghiệp chỉ nắm nguyên tắc cơ bản về PVTM, khi vấp vào các vụ kiện cụ thể thì các doanh nghiệp mới tìm hiểu về các nội dung liên quan", Luật sư Phương Thảo khuyến nghị: Các doanh nghiệp nên đảm bảo hệ thống số liệu chi tiết và chính xác về giá bán, chi phí tiêu thụ các yếu tố đầu vào… đối với từng mã sản phẩm. Bên cạnh đó cần có nguồn lực tài chính để đầu tư các vấn đề về pháp lý và kỹ thuật như giá trị thay thế, phương pháp tính toán biên độ phá giá. Và, phải xây dựng chiến lược kháng kiện dài hạn vì các vụ việc điều tra PVTM thường kéo dài nhiều năm…

Cục diện thay đổi nếu…

Hoa Kỳ có hệ thống pháp luật chặt chẽ, nhưng việc điều tra, áp dụng phòng vệ thương mại của họ luôn quan tâm sự hợp tác. Chẳng hạn, kim ngạch nhập khẩu mật ong tự nhiên từ Brazil, Argentina, Ấn Độ, Việt Nam, Canada, Ucraina vào Hoa Kỳ ở mức trung bình khoảng 450 triệu USD/năm; riêng kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam, giảm liên tục từ năm 2018, 2019 và đã tăng 27,7% trong năm 2020 (trên 60,4 triệu USD), tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ chiếm 14,5%, mức cao nhất trong vòng 4 năm gần đây.

Đặc biệt, DOC cho phép các nhà xuất khẩu Việt Nam, các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ tham gia cơ chế tự xác nhận để được loại khỏi biện pháp lẩn tránh (trừ các doanh nghiệp không cung cấp thông tin hoặc cung cấp thông tin không đầy đủ, chính xác theo yêu cầu của DOC trong quá trình điều tra). Các bên liên quan có quyền nộp bình luận bằng văn bản đối với kết luận sơ bộ của DOC và văn bản đề nghị tổ chức phiên điều trần đối với các nội dung bình luận phải được nộp lên DOC trong vòng 30 ngày kể từ ngày thông báo kết luận sơ bộ. DOC sẽ thẩm tra để xác minh thông tin trước khi ban hành kết luận cuối cùng.

Bất kỳ hành động thể hiện sự bất hợp tác hoặc hợp tác không đầy đủ có thể dẫn tới việc cơ quan điều tra phía Hoa Kỳ sử dụng các chứng cứ sẵn có bất lợi hoặc áp dụng mức thuế chống bán phá giá cao nhất do nguyên đơn đề xuất. Cục PVTM luôn khuyến nghị Hiệp hội và doanh nghiệp sản xuất/xuất khẩu mật ong nên trả lời bảng câu hỏi đầy đủ và nộp bảng trả lời câu theo đúng định dạng và thời hạn của Ủy ban Thương mại quốc tế Hoa Kỳ (ITC) để thể hiện thiện chí hợp tác với cơ quan điều tra. Cục sẵn sàng hỗ trợ các doanh nghiệp để trả lời, ông Chu Thắng Trung, Phó Cục trưởng Cục Phòng vệ thương mại cho biết.

Tuy nhiên, đại diện Hội Nuôi ong Việt Nam nói thị trường đóng băng, chỉ có các doanh nghiệp đã ký hợp đồng trước còn tiếp tục xuất khẩu và lợi thế là các nhà đóng gói, còn Hội không ký được hợp đồng nào mới… Trong khi phía Việt Nam "buông xuôi" thì các nhà nhập khẩu từ Hoa Kỳ, vì ưa chuộng sản phẩm phù hợp với nhu cầu chế biến, nuôi ong trong điều kiện thuận tự nhiên và giá cạnh tranh thuận lợi nên họ đứng về phía Việt Nam, gửi đơn kiện ngược lại Hiệp hội Nuôi ong Hoa Kỳ. Sau đó, mức thuế ong mật tự nhiên từ Việt Nam giảm xuống còn 58,74 - 61,27% vào tháng 4/2022.

Lần đầu tiên mật ong của Việt Nam bị điều tra biện pháp PVTM - là vụ thứ ba trên thế giới sau khi Hoa Kỳ điều tra chống bán phá giá đối với mật ong Trung Quốc và tương tự với mật ong Argentina năm 2001. "Thay vì cạnh tranh bằng giá, các doanh nghiệp nên chuyển sang cạnh tranh bằng chất lượng góp phần tăng tỷ lệ nội địa hoá, nâng cao giá trị gia tăng tại Việt Nam" Luật sư Christopher Corr chia sẻ.

** Các ý kiến đóng góp có thể gửi trực tiếp qua Cổng Xây dựng Pháp luật Liên bang (Federal eRulemaking Portal) tại địa chỉ https://www.Regulations.gov, Docket No. ITA-2023-0003 trước ngày 10 tháng 7 năm 2023; hoặc gửi bằng văn bản đến Cục Phòng vệ thương mại, Bộ Công Thương, 23 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.*

Đồng thời gửi bản mềm đến địa chỉ email: hieuhv@moit.gov.vn; ngocny@moit.gov.vn) trước ngày 30 tháng 6 năm 2023 để Cục Phòng vệ thương mại tổng hợp ý kiến phản hồi DOC.

*Thông tin chi tiết, liên hệ Phòng Xử lý Phòng vệ thương mại nước ngoài, Cục Phòng vệ thương mại, Bộ Công Thương, 23 Ngô Quyền, Ho*àn Kiếm, Hà Nội email: hieuhv@moit.gov.vn;ngocny@moit.gov.vn).

Nhận diện xu hướng mới từ Thaifex Anuga 2023

Gia Viên - Trung Tâm BSA

Ông Nguyễn Thành Huy, Đại diện Thương vụ Việt Nam tại Thái Lan luôn hỗ trợ doanh nhân từ Việt Nam sang Thái Lan tham dự ThaiFex (Ảnh: BSA)

Thaifex năm nay đạt trên 3,4 tỷ USD chỉ trong 3 ngày kết nối giao thương, theo Ban Tổ chức, lượng giao thương thành công trên 80%, trên 90% khách hàng hài lòng về hội chợ. Các quốc gia mạnh về thực phẩm như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, EU, ASEAN, thậm chí khu vực Bắc Âu cũng mang đến những sản phẩm đột phá.

Việt Nam có 160 doanh nghiệp tham gia, hầu hết sản phẩm tập trung vào nhóm đồ uống, thực phẩm cao cấp, bánh kẹo và hải sản. Ba nhóm đầu hầu hết là sản phẩm chế biến, chứng minh sự chuyển đổi thành công từ việc xuất thô sang tinh chế và mang ra thị trường những sản phẩm chạm đến nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng, không chỉ người Thái mà cả những khách quốc tế, ông Nguyễn Thành Huy, Đại diện Thương vụ Việt Nam tại Thái Lan cho biết. Sau Thaifex, các doanh nghiệp hỏi Việt Nam đang ở đâu trên bản đồ thực phẩm thế giới?

Việt Nam đang đứng cùng Thái Lan, ASEAN, Trung Quốc - chia nhau miếng bánh và hướng tới phân khúc nhóm đối tượng đại trà, tập trung vào các sản phẩm thiết yếu. Các quốc gia phát triển như EU, Nhật Bản, Mỹ, Úc, New Zealand đang tập trung vào nhóm có hàm lượng công nghệ chế biến cao, phân khúc thị trường từ trung đến cao cấp. Điểm khác biệt của Việt Nam so với Thái Lan là nhiều sản phẩm nguyên liệu của Việt Nam là bài thuốc Nam. Nguyên liệu không chỉ giúp sức khỏe được cải thiện mà còn là những thảo dược canh tác theo hướng xanh, giúp cho sản phẩm công nghiệp có chỗ đứng ở các thị trường ngách khác với Thái Lan, ông Nguyễn Thành Huy trả lời.

Việt Nam và Thái Lan đều có sản phẩm tương đồng, làm thế nào để Việt Nam có thể cạnh tranh được với Thái Lan?

Thái Lan có lợi thế hơn vì họ có công nghiệp chế biến rất mạnh. Công nghiệp chế biến thực sự xuất sắc nên họ biến sản phẩm rất bình thường thành "hiện tượng" so với nhóm thực phẩm tại khu vực Đông Nam Á. Phải biết thế mạnh của mình không nằm ở chế biến mà chính là nguyên liệu, những loại thực sự thiên nhiên nhất mà chúng ta chế biến và đưa ra cho khách hàng quốc tế, phải biết tận dụng lợi thế đó và không ngừng vận dụng công nghệ chế biến hiện đại để có thể cạnh tranh, biến bài thuốc Nam thành những sản phẩm là những câu chuyện lan tỏa. Theo ông Nguyễn Thành Huy, 4 hội thảo trong chuỗi xúc tiến và giao thương thông qua cơ quan Thương vụ Việt Nam tại Thái Lan và Trung tâm Nghiên cứu kinh doanh và Hỗ trợ doanh nghiệp (BSA) tổ chức, có ý nghĩa:

1. Tích luỹ kiến thức tổng quan cập nhật thông tin thị trường thực tiễn cho doanh nghiệp theo phương thức chủ động và linh hoạt. So với những chương trình giao thương trước đây, BSA đã có những buổi Training, đào tạo cho doanh nghiệp có những kiến thức nền để khi giao thương thực tế thì các doanh nhân có thể vận dụng, chuyển hoá những kiến thức đã được đào tạo ngay lập tức.

2. Năm nay, thí điểm mô hình mới là giao thương trực tiếp và toàn diện với tất cả các hệ thống bán lẻ, bán buôn để các doanh nghiệp có cái nhìn toàn cảnh về thị trường bán lẻ tại những quốc gia mà họ đang hướng tới

3. Đa dạng hoá phương thức tiếp cận. Doanh nghiệp thực sự có nhu cầu đến tất cả thị trường, tích luỹ thêm thông tin cũng như được chia sẻ, giải đáp kịp thời.

4. Là sự tương tác trực tiếp với tất cả đối tác, đây là 1 điểm mới so với các năm trước, sau buổi giao thương thì Hội Doanh nghiệp Hàng Việt Nam chất lượng cao (Hội DNHVNCLC) cũng là đầu mối trực tiếp đứng ra kết nối doanh nghiệp với tất cả đối tác tham dự Thaifex.

So với những năm vừa qua, đây là một bước tiến đa dạng hoá dịch vụ và hoàn thiện mô hình giao thương từ đào tạo, thu thập kiến thức thực tiễn và cuối cùng là nhận diện cơ hội khi xúc tiến các sản phẩm xuất khẩu từ Việt Nam ra nước ngoài.

Qua 7 năm tổ chức tham dự, năm nay mục tiêu, kết quả trọng tâm của doanh nghiệp do Hội DNHVNCLC tổ chức gặt hái nhiều thành công. Tuy nhiên, có những điểm cần khắc phục như sau:

1. Doanh nghiệp cần chủ động tiếp cận đối tác trước và sau hoạt động để tiếp tục hoàn thiện những phần kết nối trong quá trình giao thương.

2. Đa dạng hoá và chuyển đổi phương thức trình bày và giới thiệu sản phẩm, không thể rời rạc mà phải cùng nhau tạo sức cộng hưởng.

3. Cách thức nghiên cứu và đánh giá thị trường là một bước khá mới mẻ, cần chuyển dịch từ việc trưng bày sang việc trải nghiệm, đưa ra những ý tưởng, những câu chuyện, những điểm mạnh của sản phẩm chạm đến thị hiếu của khách hàng.

4. Cần có kiến thức nền tảng phát triển thị trường và có sự chuẩn bị rõ ràng, phương thức tiếp cận chủ động để doanh nghiệp không chỉ phát huy được thế mạnh, tích luỹ được kinh nghiệm mà còn được

Các doanh nghiệp trong thuộc dự án tăng cường năng lực cạnh tranh khu vực tư nhân Việt Nam – USAID IPSC tại Thaifex 2023 (Ảnh: BSA)

lòng khách hàng ngay khi trải nghiệm. Sau đại dịch, phải có phương thức tiếp cận chủ động thì sản phẩm mới đến được tay đối tác, khách hàng.

Và Hội DNHVNCLC có 4 đề xuất:

1. Phải nhân rộng mô hình tại các quốc gia, không chỉ tại Thái Lan mà có rất nhiều quốc gia khác, đặc biệt là nhóm quốc gia tiềm năng mà doanh nghiệp hướng tới như Bắc Âu, Trung Đông, châu Phi, châu Mỹ La tinh…

2. Tổ chức các khoá đào tạo ngắn trước thềm sự kiện, Hội đã làm rất tốt thời gian qua.

3. Tiêu chí lựa chọn doanh nghiệp: cần theo chủ đề hàng năm. Năm nay xúc tiến năm sau cũng đi xúc tiến & nhiều năm sau nữa, hiện trạng của năm nay và mục tiêu của năm sau như thế nào - cần có nội dung để lựa chọn doanh nghiệp phù hợp. Tránh việc xúc tiến dàn trải và thiếu trọng tâm, gây ảnh hưởng kết quả của chuyến công tác.

4. Hội có sáng kiến và cơ quan thương vụ rất đồng tình là sau buổi giao thương thì câu chuyện cần phải tiếp tục, sự hỗ trợ cần tiếp tục, chính vì vậy Hội không chỉ đóng vai trò đại diện cho doanh nghiệp mà còn phải tiếp tục đồng hành với doanh nghiệp, đưa sản phẩm của doanh nghiệp đến các đối tác nước ngoài sau những buổi giao thương.

Về xu hướng thị hiếu, theo đánh giá của thương vụ thì Thaifex có 8 xu hướng, 4/8 xu hướng có tiềm năng với doanh nghiệp Việt Nam trong tầm trung, trước mắt.

1. Sản phẩm thực phẩm có nhãn riêng, là xu hướng riêng cho nhóm khách hàng thị trường bán lẻ.

2. Sản phẩm chữa lành. Các sản phẩm bổ sung các dưỡng chất cần thiết cho duy trì chế độ ăn uống lành mạnh (có lợi cho đường ruột).

3. Thực phẩm hữu cơ, sản phẩm không sử dụng chất bảo quản, hoá chất; sản phẩm tự nhiên tốt cho sức khoẻ con người và môi trường.

4. Thực phẩm ăn liền tiện dụng, ưu tiên yếu tố tiện dụng - tiện lợi và phù hợp phong cách sống hiện đại.

Có 10 xu hướng mà khách hàng và ngành công nghệ thực phẩm đang hướng tới, theo đánh giá của Trung tâm nghiên cứu Innova:

1. Tái định nghĩa giá trị người tiêu dùng tại thời điểm này họ đang tìm kiếm những sản phẩm thương hiệu phản ánh thực chất nhu cầu.

2. Dinh dưỡng và giá trị. Sản phẩm dinh dưỡng đại trà còn nhiều dư địa phát triển trong tương lai, phải biết kết hợp giữa những giá trị sản phẩm và công dụng mang lại, không những tốt cho sức khỏe mà còn có mức chi phí hợp lý để dễ tiếp cận khách hàng.

3. Thế hệ khách hàng mới. Sau đại dịch Covid-19 thì thế hệ khách hàng có rất nhiều thay đổi. Ví dụ: Thế hệ Z (1) có nhu cầu du lịch nhiều hơn, cách tiếp cận của họ cũng khác hơn.

4. Thực phẩm Plant Based đã phát triển thành xu hướng cách đây 2-3 năm rồi, nhưng năm nay là năm bùng nổ và sẽ còn bùng nổ trong những năm tới.

5. Công nghệ nông nghiệp. Xu hướng ứng dụng công nghệ đã mang đến những đột phá trong ngành sản xuất công - nông nghiệp không chỉ ở khu vực châu Á mà còn ở trên toàn thế giới.

6. Tiện dụng và tiện lợi. Người tiêu dùng ngày nay càng coi trọng sự tiện dụng và tiện lợi theo tiêu chí là phù hợp mọi lúc, mọi nơi.

7. Ứng dụng công nghệ số. Công nghệ mang đến cuộc cách mạng xuyên suốt chuỗi giá trị sản xuất và phân phối thực phẩm.

8. Chi tiêu giải phóng áp lực. Nghiên cứu cho thấy là khách hàng trong tâm trạng áp lực sẽ có những chi tiêu thực phẩm cao hơn.

9. Chứng nhận giá trị. Những chứng nhận giá trị hiện nay đều là những điều kiện bắt buộc để tăng niềm tin của người tiêu dùng và đối tác đối với các dòng sản phẩm trong nước, cần được quan tâm hơn nữa khi xúc tiến tại thị trường nước ngoài.

10. "Tốt gỗ hơn tốt nước sơn" – tuy sản phẩm không được bắt mắt nhưng bảo đảm chất lượng nguyên liệu đầu vào, cực kỳ tốt đối với các nhãn hàng hướng tới nền kinh tế bền vững. Đó là xu hướng mà các doanh nghiệp đừng để mất cơ hội.

Với xu thế như vậy, doanh nghiệp cần phải có định hướng như thế nào? Ông Nguyễn Thành Huy cho biết cơ quan thương vụ đề xuất 8 định hướng như sau:

1. Chung tay xây dựng thương hiệu quốc gia.

2. Định hướng xúc tiến thương mại tập trung để tăng giá trị cộng hưởng cho tất cả các sản phẩm; tránh dàn trải.

3. Sức mạnh cộng đồng: Doanh nghiệp không thể là những doanh nghiệp xúc tiến đơn lẻ mà phải đi cùng nhau để có sự đồng hành dài hơi, giúp nâng tầm những sản phẩm, vị thế của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế.

4. Hiệp hội không chỉ là đại diện tiếng nói của doanh nghiệp mà thực sự là nhà hoạch định chiến lược, có tầm nhìn, điều phối hợp tác công- tư với các tổ chức trong và ngoài nước.

5. Trải nghiệm thay vì trưng bày.

6. Ứng dụng nền tảng số.

7. Câu chuyện kể lan tỏa.

8. Xu hướng cá nhân hóa.

Cuối cùng, chúng ta biết thị hiếu và xu hướng thị trường quốc tế, vậy xếp thứ tự ưu tiên như thế nào và làm gì để mang những lợi thế ấy tạo thị hiếu ở nước ngoài?

(1).Chỉ những bạn trẻ được sinh vào giữa thập niên 1995 đến năm 2012

Đồng Tháp tổ chức Hội nghị hợp tác Thương mại và đầu tư giữa Ấn Độ và tỉnh Đồng Tháp năm 2023

Nhằm quảng bá, giới thiệu tiềm năng, hình ảnh địa phương, con người, môi trường và cơ hội hợp tác đầu tư vào tỉnh Đồng Tháp để thu hút, kêu gọi các doanh nghiệp, nhà đầu tư Ấn Độ triển khai các dự án đầu tư tại tỉnh, góp phần phát triển kinh tế - xã hội địa phương, UBND tỉnh Đồng Tháp phối hợp với Tổng Lãnh sự quán Ấn Độ tại TP HCM tổ chức Hội nghị Hợp tác Thương mại và Đầu tư giữa Ấn Độ và tỉnh Đồng Tháp năm 2023 trong thời gian từ ngày 27 - 29/6 tại thành phố Cao Lãnh.

Chương trình Hội nghị có các hoạt động chính gồm: Ngày Quốc tế Yoga năm 2023; Hội nghị Hợp tác Thương mại và Đầu tư Ấn Độ và Đồng Tháp (phiên khai mạc); phiên gặp gỡ, thảo luận kết nối doanh nghiệp Ấn Độ và tỉnh Đồng Tháp (B2B), gồm phiên gặp gỡ, kết nối chủ đề "Thương mại và Đầu tư" và phiên gặp gỡ, kết nối chủ đề "Du lịch và Công nghệ thông tin"; thăm quan thực tế; ký kết hợp tác giữa các hiệp hội doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, trong khuôn khổ hội nghị còn tổ chức khu trưng bày, triển lãm các sản phẩm tiêu biểu, đặc trưng, sản phẩm khởi nghiệp, OCOP, sản phẩm xuất khẩu của tỉnh Đồng Tháp; khu vực triển lãm, gian hàng trưng bày của các doanh nghiệp; mô hình chuyển đổi số trong lĩnh vực giáo dục, nông nghiệp, du lịch...

Hội nghị có khoảng 150 doanh nghiệp Ấn Độ hoạt động ở các lĩnh vực nông nghiệp, cơ khí nông nghiệp, chế biến thực phẩm, thủy sản, thương mại, công nghệ thông tin, du lịch tham gia trong sự kiện. Tại phiên gặp gỡ, kết nối chủ đề "Thương mại và Đầu tư", các doanh nghiệp Ấn Độ và Đồng Tháp đã trực tiếp kết nối hợp tác trên nhiều lĩnh vực: Phân bón, dược, may mặc, thủ công mỹ nghệ, lương thực, thủy sản, nông sản v.v.. Kết quả đáng phấn khởi là nhiều mối liên kết hợp tác đã được thiết lập bước đầu, hứa hẹn tạo tiền đề vững chắc cho mối quan hệ hợp tác trong thời gian tới.

Nguồn: Sở Công Thương

Mời tham dự Hội chợ Công thương vùng Đồng bằng sông Cửu Long - Vĩnh Long năm 2023

Hội chợ Công thương vùng Đồng bằng sông Cửu Long – Vĩnh Long năm 2023 được tổ chức nhằm trưng bày, giới thiệu các sản phẩm công nghiệp, nông nghiệp, thủy sản là thế mạnh của tỉnh Vĩnh Long, khu vực Đồng bằng sông Cửu Long và các tỉnh, thành phố; thúc đẩy hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất các sản phẩm nông sản, thực phẩm sạch, an toàn theo tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP; tìm kiếm cơ hội giao thương và hợp tác đầu tư, liên kết hoạt động và hỗ trợ để cùng phát triển, với nội dung cụ thể như sau:

1. Thời gian: từ ngày 11/9/2023 - 17/9/2023.

2. Địa điểm: tại đoạn giao của đường Phạm Hùng và đường Võ văn Kiệt, phường 9, Tp. Vĩnh Long, tỉnh Vĩnh Long.

3. Quy mô: 350 gian hàng.

4. Ngành hàng, sản phẩm tham gia: nông, thủy sản, hàng tiêu dùng (tập trung thực phẩm, đồ dùng, dụng cụ, đồ gia dụng), triển lãm giới thiệu sản phẩm, hàng hóa là hàng công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, sản phẩm OCOP, hàng đặc sản vùng miền, tiêu biểu và quảng bá du lịch, mời gọi đầu tư của các tỉnh...

5. Chi phí tham gia: Doanh nghiệp, hợp tác xã, các tổ chức xúc tiến thương mại được hỗ trợ 50% chi phí gian hàng cho các doanh nghiệp tham gia từ Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại (theo Thông tư số 171/2014/TT-BTC ngày 14/11/2014 của Bộ tài chính, mỗi đơn vị tham gia sẽ được hỗ trợ không quá 10 triệu đồng).

6. Thông tin chi tiết vui lòng liên hệ:

Trung tâm Xúc tiến Thương mại Vĩnh Long.

Địa chỉ: Số 61, đường Nguyễn Thị Minh Khai, phường 1, thành phố Vĩnh Long, tỉnh Vĩnh Long.

Điện thoại: 02703.836.003

Người liên hệ: Bà Huỳnh Thị Thùy Linh – PGĐ Trung tâm xúc tiến thương mại – Điện thoại: 02703.836001 hoặc 0908.791.648.

Nguồn: Sở Công Thương Vĩnh Long

Mời tham dự chuỗi sự kiện "Kết nối chuỗi cung ứng hàng hóa quốc tế" (Viet Nam International Sourcing 2023)

Nhằm hỗ trợ hiệu quả hơn cho doanh nghiệp trong nỗ lực tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu, thích ứng với xu thế hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng như hiện nay, Bộ Công Thương tổ chức chuỗi sự kiện **"Kết nối chuỗi cung ứng hàng hóa quốc tế"** (Viet Nam International Sourcing 2023) nhằm thúc đẩy kết nối giữa các kênh phân phối, nhà nhập khẩu nước ngoài và các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu trong nước.

Trong khuôn khổ sự kiện sẽ diễn ra Triển lãm "Vietnam International Sourcing Expo" với quy mô 300 gian hàng cho các doanh nghiệp có nhu cầu đăng ký trưng bày hàng hóa sản phẩm để giới thiệu tới các nhà nhập khẩu, tập đoàn phân phối và các đoàn thu mua quốc tế; Bộ Công Thương mời các doanh nghiệp tham gia sự kiện, với nội dung cụ thể như sau:

1. Thời gian: Từ ngày 13 đến ngày 15 tháng 9 năm 2023.

2. Địa điểm: Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn (SECC), 799 Nguyễn Văn Linh, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh.

3. Ngành hàng: Nông sản và thực phẩm chế biến; Dệt may, Da giày và phụ kiện thời trang; Đồ trang trí nội, ngoại thất, quà tặng; Đồ gia dụng; Điện – Điện tử.

4. Các đối tượng tham gia:

- Các Hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam;

- Các tập đoàn phân phối bán lẻ lớn (dự kiến có: Aeon, Central Retail, MegaMarket, Walmart, Amazon, Carrefour, Costco, Decathlon, Coppel, CJ, …);

- Các doanh nghiệp cung ứng thiết bị, máy móc, nguyên liệu quốc tế;

- Các địa phương (các Sở Công Thương, Cơ quan Xúc tiến thương mại, đầu tư của các tỉnh, thành phố);

- Các doanh nghiệp dịch vụ (logistics, ngân hàng, bảo hiểm…).

5. Thông tin chi tiết tại:

www.vietnamsourcingexpo.vn/

Bộ Công Thương, Vụ Thị trường châu Âu – châu Mỹ. Người liên hệ: Bà Cao Phương Lan, điện thoại: 024 22205505, email: LanCP@moit.gov.vn.

Nguồn: Bộ Công Thương

Thêm 47 mã số vùng trồng sầu riêng đủ tiêu chuẩn xuất khẩu sang Trung Quốc

Cục Bảo vệ thực vật (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) cho biết, Cục đã nhận được văn bản thông báo của Tổng cục Hải quan Trung Quốc (GACC) về kết quả xét duyệt hồ sơ khắc phục của các mã số vùng trồng, cơ sở sầu riêng không đạt trong lần kiểm tra trực tuyến tháng 1/2023. Kết quả, Việt Nam có thêm 47/51 vùng trồng và 18 cơ sở đóng gói đạt yêu cầu và được GACC cấp mã số xuất khẩu sang Trung Quốc. Ngoài ra, 4 hồ sơ vùng trồng chưa đạt yêu cầu là do chưa đầy đủ thông tin, hình ảnh không rõ nét nên phía GACC không đánh giá được sự cải thiện, cải tiến.

Như vậy, đến nay Việt Nam đã có 293 vùng trồng và 115 cơ sở đóng gói sầu riêng đã được phía Trung Quốc cấp mã số xuất khẩu sang thị trường này. Những vùng trồng còn lại chưa đạt yêu cầu vì một số nguyên nhân như hồ sơ gửi đi chưa đủ thông tin, hình ảnh không rõ nét. Như vậy, Việt Nam đang có 293 vùng trồng và 115 cơ sở đóng gói sầu riêng đủ tiêu chuẩn xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Cục Bảo vệ thực vật đang làm việc với GACC để thống nhất lịch kiểm tra trực tuyến đợt tiếp theo cho khoảng 400 vùng trồng và 60 cơ sở đóng gói sầu riêng đã gửi hồ sơ cho phía Trung Quốc.

Sau khi thống nhất được lịch trình và nội dung kiểm tra, Cục sẽ thông báo cho các địa phương để chủ động chuẩn bị, phối hợp triển khai kế hoạch của phía GACC. Việc có thêm nhiều mã số vùng trồng, cơ sở đóng gói sầu riêng được Trung Quốc phê duyệt là điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp Việt Nam gia tăng sản lượng, giá trị xuất khẩu sầu riêng vào Trung Quốc trong các tháng còn lại của năm 2023 khi nhu cầu tiêu thụ từ thị trường này rất lớn.

Nguồn: Bộ Công Thương

Thông báo số: 115-2023: cập nhật yêu cầu của Úc về giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật đối với hàng hóa nhập khẩu có hiệu lực từ ngày 1/7/2023

Ngày 15/5/2023, Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm nghiệp Úc ra thông báo số 115-2023: cập nhật yêu cầu về giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật đối với hàng hóa nhập khẩu.

Thông báo này bổ sung thêm thông tin cho thông báo 02-2023 là thông báo 93-2023 bằng việc làm rõ các yêu cầu nhập khẩu của Úc về giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật đã được đóng dấu/hoặc ký điện tử kèm theo mã QR hoặc liên kết web để có thể xác minh trực tuyến. Theo đó, Bộ Nông nghiệp Úc chấp nhận các mẫu giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật: Bản gốc, bản sao có chứng thực của giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật (bằng bản giấy hoặc bản pdf) có đầy đủ ngày tháng, ký và đóng dấu.

Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật không có chữ ký bằng mực, chữ ký được in, con dấu ướt hoặc con dấu được in phải đảm bảo các tiêu chí sau:

1. Một con dấu hoặc logo trên giấy tờ của Cục bảo vệ thực vật nước xuất khẩu (Việt Nam là Cục bảo vệ thực vật – Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn).

2. Một chữ ký điện tử/hoặc một thông báo của cơ quan chức năng nước xuất khẩu rằng giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật đó được ký/duyệt điện tử.

3. Mã QR hoặc liên kết web cho phép xác minh trực tuyến chứng từ này.

4. Chứng nhận kiểm dịch thực vật điện tử được cung cấp phải được bảo mật và thông qua thỏa thuận trao đổi kỹ thuật số giữa chính phủ với chính phủ, được gọi là "ePhyto/eCert". Tới tháng 5/2023, Úc mới có thỏa thuận trao đổi kỹ thuật số với New Zealand trong thông quan nhập khẩu.

Nhóm 19 đã được sắp xếp Những trường hợp được công nhận nộp tờ khai nhập khẩu theo thỏa thuận Nhóm 19 đã được duyệt chỉ được chấp nhận giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật bằng bản giấy đáp ứng các yêu cầu của Úc như đã mô tả ở trên và phải tuân thủ tất cả các yêu cầu trong BICON và Thỏa thuận được phê duyệt Nhóm 19.

Mã QR hoặc liên kết trang web đến hệ thống xác minh trực tuyến của Cơ quan bảo vệ thực vật quốc gia có thể được sử dụng để giải đáp lo ngại về tính xác thực của Chứng nhận kiểm dịch thực vật.

Khi có những lo ngại về tính xác thực sau khi đã cố gắng xác minh giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật, những trường hợp được công nhận liên hệ với Bộ Nông nghiệp Úc theo địa chỉ email:

entrymanagement@agriculture.gov.au

Thông tin bổ sung:

Nếu có bất cứ thắc mắc nào về việc này, có thể liên lạc với Bộ phận hỗ trợ nhập khẩu an toàn sinh học (Biosecurity Import Support) theo các cách:

Email: imports@agriculture.gov.au

Điện thoại (trong nước Úc):

1800 900 090

Điện thoại ngoài nước Úc:

+61 3 8318 6700

Nếu có thêm bất cứ thắc mắc nào liên quan đến Nhóm 19 đã được duyệt, có thể email theo địa chỉ: AEPsupport@agriculture.gov.au

Nguồn: Bộ Công Thương

U-CRAI-NA SỬA ĐỔI MẪU CHỨNG THƯ ĐỐI VỚI SẢN PHẨM THỦY SẢN NHẬP KHẨU

Cục Chất lượng, Chế biến và Phát triển thị trường, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, đã có Công văn 56/CCPT-CL1 về quy định của U-crai-na về mẫu chứng thư. Bộ Chính sách Nông nghiệp và Lương thực U-crai-na đã ban hành Lệnh số 261 ngày 24/02/2023 (gọi tắt là Lệnh 261) về việc sửa đổi một số Lệnh liên quan đến việc nhập khẩu (vận chuyển) các động vật và sản phẩm động vật dùng làm thực phẩm đến Lãnh thổ Hải quan của U-crai-na.

Theo đó, Lệnh 261 có hiệu lực sau 06 tháng kể từ ngày đăng công báo quy định Mẫu chứng thư mới đối với các sản phẩm thủy sản nhập khẩu vào U-crai-na và sửa đổi mẫu chứng thư đã ban hành tại Lệnh số 1329 của Bộ Phát triển Kinh tế, Thương mại và Nông nghiệp U-crai-na ngày 14 tháng 7 năm 2020.

Để tránh vướng mắc trong xuất khẩu thủy sản vào thị trường U-crai-na, Cục Chất lượng, Chế biến và Phát triển thị trường đề nghị các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu vào U-crai-na:

- Cập nhật quy định mới của U-crai-na liên quan đến mẫu chứng thư mới áp dụng đối với sản phẩm thủy sản nhập khẩu vào thị trường này thay thế Mẫu chứng thư đối với các sản phẩm thủy sản - mẫu số 43 của Lệnh số 1329 (đã được Cục thông báo tại văn bản số 1164/QLCL-CL1 ngày 24/8/2020) khi thực hiện đăng ký thẩm định, chứng nhận cho lô hàng thủy sản.

- Chủ động liên hệ với nhà nhập khẩu U-crai-na để làm rõ những nội dung cần tuân thủ theo quy định mới, đặc biệt trong thời gian chuyển tiếp giữa quy định hiện hành và quy định mới có hiệu lực nhằm tránh vướng mắc khi xuất khẩu vào thị trường này.

Nguồn: Bộ Công Thương

QUY ĐỊNH MỚI CỦA EU VỀ CÁC BIỆN PHÁP KHẨN CẤP VÀ TẠM THỜI KIỂM SOÁT AN TOÀN THỰC PHẨM

Ngày 7/6/2023, EU đã đăng công báo Quy định (EU) 2023/1110 ký ngày 6 tháng 6 năm 2023 sửa đổi Quy định 2019/1973 về các biện pháp khẩn cấp kiểm soát thực phẩm xuất khẩu vào EU. Theo đó, EU đã chính thức đưa các loại mỳ ăn liền của Việt Nam từ Phụ lục II (kiểm soát bằng chứng thư an toàn thực phẩm và kiểm soát tại cửa khẩu) sang phụ lục I với tần suất kiểm tra tại Biên giới là 20%. Như vậy, kể từ ngày 27 tháng 6 năm 2023, các mặt hàng mỳ ăn liền xuất khẩu từ Việt Nam sẽ không bị bắt buộc phải đi kèm giấy kiểm định an toàn thực phẩm do cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cấp.

Cũng tại Quy định này, ớt chuông từ Việt Nam vẫn nằm trong phụ lục I với tần suất kiểm tra 50% tại cửa khẩu; Đậu bắp và thanh long vẫn nằm trong phụ lục II với tần suất kiểm tra tương ứng là 50% và 20%; Điều này có nghĩa là các mặt hàng nông nghiệp không có thay đổi so với quy định của 6 tháng trước. Quy định có hiệu lực 20 ngày sau ngày đăng công báo.

Thông tin chi tiết xin tham khảo tại công báo EU:

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2023.147.01.0111.01.ENG&toc=OJ%3AL%3A2023%3A147%3ATOC

Như vậy, chỉ 6 tháng sau khi EU thông qua quy định kiểm soát khẩn cấp đối với các loại bún, miến mỳ của Việt Nam (hiệu lực từ ngày 01/01/2022), Việt Nam đã thành công thuyết phục EU đưa bún miến, các sản phẩm từ gạo ra khỏi danh mục quản lý an toàn thực phẩm và 18 tháng sau thì thành công đưa mỳ ăn liền từ phụ lục II (kiểm soát theo chứng thư và tại cửa khẩu) sang phụ lục I (kiểm soát tại cửa khẩu). Điều này thể hiện nỗ lực rất lớn và kịp thời của Bộ Công Thương trong công tác kiểm soát an toàn thực phẩm cũng như tích cực hỗ trợ giải quyết khó khăn cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, việc EU vẫn duy trì kiểm soát tại cửa khẩu với tần suất 20% đòi hỏi Việt Nam luôn phải duy trì tốt công tác kiểm soát an toàn thực phẩm đối với mỳ ăn liền. Nếu trong 6 tháng cuối năm 2023, mỳ ăn liền của Việt Nam xuất khẩu vào EU có nhiều vụ vi phạm quy định an toàn thực phẩm thì lộ trình tiếp theo của EU sẽ là tăng giám sát lên mức 50% tại cửa khẩu và sau đó là đưa quay lại phụ lục II. Nếu mỳ ăn liền của Việt Nam bị đưa lại về phụ lục II (như trường hợp của Thanh Long), thì quá trình thuyết phục EU đưa lại phụ lục I là khó khăn hơn rất nhiều.

Do vậy, đề nghị các doanh nghiệp xuất khẩu mỳ ăn liền của Việt Nam phải liên tục kiểm soát tốt an toàn thực phẩm, và kể cả xem xét áp dụng các biện pháp tự nguyện như tự xét nghiệm tại các phòng thí nghiệm uy tín đối với các lô hàng mỳ ăn liền xuất khẩu vào EU.

Nguồn:Thương vụ Việt Nam tại Bỉ và EU

GIÁ CẢ THỊ TRƯỜNG MỘT SỐ MẶT HÀNG TẠI TỈNH ĐỒNG THÁP

Ghi chú: ▼ biểu thị giảm ▲ biểu thị tăng = biểu thị ổn định

TT	Mặt hàng	ĐVT	Giá cả ngày 15/06/2023 (Kỳ 22)	Giá cả ngày 22/06/2023 (Kỳ 23)	Mức tăng giảm	
A	**Lương thực, thực phẩm, hàng tiêu dùng**					
I	**Lương thực**					
1	Lúa OM 5451 (lúa ướt tại ruộng)	Đ/kg	6.500 - 6.600	6.500 - 6.600	=	0
2	Lúa IR 50404 (lúa ướt tại ruộng)	Đ/kg	6.500 6.600	6.500 6.600	=	0
3	Lúa OM 5451 (lúa khô tại kho Cty)	Đ/kg	7.950 - 8.050	7.950 - 8.050	=	0
4	Lúa IR 50404 (lúa khô tại kho Cty)	Đ/kg	7.750 - 7.850	7.750 - 7.850	=	0
5	Gạo nguyên liệu OM 5451	Đ/kg	9.800 - 9.900	10.000 - 10.050	▲	200 - 150
6	Gạo nguyên liệu IR50404	Đ/kg	9.730 - 9.750	9.850 - 9.870	▲	120 - 120
7	Gạo 5%	Đ/kg	11.150	11.250	▲	100
8	Gạo 15%	Đ/kg	10.850	10.950	▲	100
II	**Thực phẩm (Chợ Cao Lãnh)**					
1	Heo hơi loại I	Đ/kg	55.000	60.000	▲	5.000
2	Thịt heo đùi	Đ/kg	90.000	110.000	▲	20.000
3	Thịt ba rọi	Đ/kg	140.000	150.000	▲	10.000
4	Thịt nạt	Đ/kg	100.000	120.000	▲	20.000
5	Thịt bò phi lê	Đ/kg	300.000	320.000	▲	20.000
6	Gà ta sống	Đ/kg	140.000	140.000	=	0
7	Cá lóc đồng	Đ/kg	150.000	160.000	▲	10.000
8	Cá lóc nuôi	Đ/kg	60.000	70.000	▲	10.000
9	Cá điêu hồng	Đ/kg	60.000	60.000	=	0
10	Cá rô nuôi	Đ/kg	45.000	45.000	=	0
III	**Hàng tiêu dùng (Chợ Cao Lãnh)**					
1	Đường cát trắng loại I (đóng gói)	Đ/kg	22.000	22.000	=	0
2	Dầu ăn Neptune	Đ/chai	43.000	43.000	=	0
3	Sữa đặc Ông thọ (hộp 150g)	Đ/hộp	22.000	22.000	=	0
4	Bia Heineken	Đ/thùng	400.000	400.000	=	0
5	Pepsi	Đ/thùng	170.000	170.000	=	0
6	Coca Cola	Đ/thùng	170.000	170.000	=	0
B	**Nhóm hàng trái cây, rau, củ (Chợ Cao Lãnh)**					
1	Nhãn xuồng	Đ/kg	50.000	60.000	▲	10.000
2	Ớt sừng	Đ/kg	60.000	60.000	=	0
3	Dưa hấu	Đ/kg	12.000	13.000	▲	1.000
4	Chanh núm tươi loại I	Đ/kg	25.000	20.000	▼	-5.000
5	Chanh giấy	Đ/kg	60.000	50.000	▼	-10.000
6	Xoài cát chu	Đ/kg	20.000	20.000	=	0
7	Xoài cát Hòa Lộc	Đ/kg	60.000	50.000	▼	-10.000
8	Cam xoàn	Đ/kg	30.000	30.000	=	0
9	Khoai tây Đà lạt	Đ/kg	30.000	28.000	▼	-2.000
10	Bông cải xanh	Đ/kg	50.000	55.000	▲	5.000
11	Nấm rơm	Đ/kg	90.000	110.000	▲	20.000
12	Khổ qua	Đ/kg	20.000	20.000	=	0
13	Bí rợ	Đ/kg	20.000	20.000	=	0
14	Cà rốt Đà Lạt	Đ/kg	20.000	20.000	=	0
15	Dưa leo	Đ/kg	15.000	15.000	=	0
C	**Nhiên liệu, chất đốt, VTNN, VLXD**					
1	Xăng RON 95 III	Đ/lít	22.450	22.450	=	0
2	Xăng E5 RON 92	Đ/lít	21.280	21.280	=	0
3	Dầu DO (0,05%S)	Đ/lít	18.380	18.530	▲	150
4	Dầu hỏa	Đ/lít	18.170	18.300	▲	130
5	Gas (Petrolimex bình 12kg)	Đ/bình	400.000	400.000	=	0
6	Phân Urê Phú Mỹ	Đ/bao	690.000	690.000	=	0
7	Super lân Long Thành	Đ/bao	230.000	230.000	=	0
8	NPK Đầu trâu	Đ/bao	1.080.000	1.080.000	=	0
9	Kali đỏ nhuyễn	Đ/bao	870.000	870.000	=	0
10	Xi măng Insee	Đ/bao	97.000	97.000	=	0
11	Xi măng Hà Tiên	Đ/bao	94.500	94.500	=	0

TT	Mặt hàng	ĐVT	Giá cả ngày 15/06/2023 (Kỳ 22)	Giá cả ngày 22/06/2023 (Kỳ 23)	Mức tăng giảm	
12	Thép xây dựng phi 6-8 Việt Nhật	Đ/kg	22.400	22.400	=	0
D	Giá vàng và Đô la Mỹ					
1	- Vàng SJC					
	+ Mua vào	Đ/chỉ	6.655.000	6.635.000	▼	-20.000
	+ Bán ra	Đ/chỉ	6.715.000	6.695.000	▼	-20.000
2	- Tỷ giá VND/USD					
	+ Mua vào	Đ/USD	23.330	23.310	▼	-20
	+ Bán ra	Đ/USD	23.700	23.680	▼	-20

Nguồn:

- http://vietinbankgold.vn/
- http://www.petrolimex.com.vn
- https://portal.vietcombank.com.vn/
- Ban quản lý chợ TP. Cao Lãnh
- Các cộng tác viên tại các doanh nghiệp,hợp tác xã hộ suất, kinh doanh trên địa bàn Đồng Tháp

Lưu ý:

Thông tin sử dụng trong bản tin được thu thập từ những nguồn mà chúng tôi cho là đáng tin cậy. Thông tin trong bản tin chỉ mang tính tham khảo, các ước tính, dự báo có giá trị đến ngày ra báo cáo và có thể thay đổi bởi những biến động thị trường.

Rất mong nhận được sự phản hồi, trao đổi thông tin và đóng góp ý kiến của độc giả để Bản tin phục vụ được tốt hơn.

Thông tin liên hệ:

Phòng Quản lý thương mại - Sở Công Thương Đồng Tháp
Số 21, Lý Thường Kiệt, Phường 1, TP. Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp
Điện thoại: 02778 551043.
Email: cungcau.dongthap@gmail.com

Thông tin thị trường nông sản được cập nhật thường xuyên trên Trang thông tin điện tử của Sở Công Thương tại địa chỉ: https://dongthap.gov.vn/web/sct/trang-chu