

XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG ĐÔNG - CHÂU PHI: THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP

ThS. Nguyễn Khánh Linh

Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

Khu vực Trung Đông - châu Phi với dân số đông và sức mua lớn hiện được đánh giá là thị trường tiềm năng cho hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Đây là thị trường có nhu cầu lớn về nhập khẩu hàng hóa, đặc biệt là hàng nông sản, thủy sản để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong khu vực. Trung Đông - châu Phi có đặc điểm chính trị phức tạp, bất ổn và khó tiếp cận do một số đặc thù và khác biệt về văn hóa, tôn giáo, thói quen sử dụng thực phẩm hay tập quán kinh doanh, tuy nhiên, khu vực thị trường này có yêu cầu về chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm chưa khắt khe. Do vậy, thời gian tới, việc nghiên cứu kỹ thị trường Trung Đông - châu Phi để có giải pháp mở rộng thị trường cho hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam, giảm bớt phụ thuộc vào các thị trường xuất khẩu truyền thống trong bối cảnh mới.

Từ khóa: Châu Phi; Nông sản; Thủy sản; Trung Đông; Xuất khẩu.

1. Đặc điểm và nhu cầu hàng nông sản của thị trường Trung Đông - châu Phi

Khu vực Trung Đông (bao gồm 15 quốc gia) và châu Phi (bao gồm 55 quốc gia), với dân số hơn 1,6 tỉ người và sức mua lớn hiện được đánh giá là thị trường tiềm năng cho hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam. Đây là khu vực thị trường có nhu cầu rất lớn về nhập khẩu hàng hóa, đặc biệt là hàng nông sản, thủy sản để bù đắp sự thiếu hụt nông sản, thực phẩm đáp ứng nhu cầu trong nước, do điều kiện tự nhiên khắc nghiệt không thích hợp cho nuôi trồng. Các nước Trung Đông với GDP năm 2018 đạt 3.452 tỉ USD, tốc độ tăng trưởng GDP 2,2% và GDP/người ở mức cao, hiện đang nhập khẩu một số lượng lớn các mặt hàng lương thực, thực phẩm, chiếm tới 80% lượng hàng hóa tiêu thụ của khu vực này, tương đương khoảng 45 tỉ USD mỗi năm. Năm 2019, nhập khẩu lương thực, thực phẩm của khu vực này đạt 46,72 tỉ USD, dự kiến tăng lên 70 tỉ USD vào năm 2025. Trong khi đó, năm 2019, kim ngạch nhập khẩu nông sản,

thực phẩm của các nước châu Phi là 36,67 tỉ USD và dự kiến tăng mạnh lên 110 tỉ USD vào năm 2025.

- Ở khu vực Trung Đông, các thị trường quan trọng hàng đầu với nông sản, thực phẩm xuất khẩu của Việt Nam là Các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất (UAE), Iraq, Israel và Ai Cập. Trong đó, UAE chủ yếu nhập khẩu lương thực, nông sản, thực phẩm để phục vụ nhu cầu trong nước và đảm bảo an ninh lương thực. Hiện nay, thị trường này đang phải nhập khẩu khoảng 80% thực phẩm nói chung để phục vụ người dân bản địa, khách du lịch, người nhập cư. Ngoài ra, cà phê hiện là thức uống phổ biến ở UAE với hơn 80% dân số sử dụng hàng ngày. UAE có truyền thống là trung tâm tái xuất nông sản của cả khu vực Trung Đông và châu Phi, do vậy đây là thị trường tiềm năng đối với hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Iraq là một trong những nhà nhập khẩu gạo lớn nhất ở Trung Đông, năm 2018 nổi lên là thị trường nhập khẩu gạo và chế phẩm ngũ cốc lớn nhất của Việt Nam. Israel là quốc gia có nhu cầu nhập khẩu nhiều nhất khu

vực Trung Đông các mặt hàng thủy sản và thủy sản chế biến, kể cả trái cây từ các nước nhiệt đới. Ai Cập cũng là nước có nền nông nghiệp phát triển, nhưng vẫn cần nhập khẩu nhiều loại nông sản, thực phẩm như cà phê, chè và gia vị, thịt và phụ phẩm từ thịt, thủy sản, trái cây... để phục vụ sản xuất và tiêu dùng trong nước.

- Châu Phi hiện là thị trường có nhu cầu nhập khẩu nông sản lớn, đặc biệt khu vực Tây Phi có nhu cầu tiêu thụ gạo lớn do sản xuất lúa không đủ, nhất là trong những năm xảy ra tình trạng thiên tai, mất mùa, bất ổn chính trị hay dịch bệnh. Ở khu vực châu Phi, một số thị trường nhập khẩu nông sản quan trọng mà các doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý là Ghana, Cote d'Ivoire, Nam Phi và Algeria. Trong đó, Ghana và Cote d'Ivoire là các thị trường nhập khẩu hàng đầu nhóm hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam, chủ yếu là nhập khẩu gạo để bù đắp thiếu hụt nhu cầu tiêu thụ lương thực. Tiếp đến là Algeria với nhu cầu lớn về nhập khẩu hạt tiêu, chè, cà phê, các loại gia vị, gạo, ngũ cốc, sản phẩm bơ sữa, thủy sản, thịt và phụ phẩm từ thịt. Nam Phi là nước có nền nông nghiệp phát triển nhưng hàng năm vẫn có nhu cầu nhập khẩu nhiều loại nông sản, thực phẩm, với nhu cầu tiêu thụ lớn về hạt tiêu, chè, cà phê, gia vị, trái cây và thủy sản các loại...

Việt Nam có quan hệ chính trị, ngoại giao, hợp tác hữu nghị truyền thống với tất cả các nước Trung Đông. Khung khổ pháp lý khá đầy đủ cho phát triển và tăng cường quan hệ hợp tác. Hơn nữa, 10/15 nước Trung Đông đã là thành viên WTO (ngoại trừ Iran, Yêmen, Iraq, Syria, Li-băng) và Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC) gồm 6 quốc gia được thành lập, tạo nên khối thị trường chung với việc áp dụng mức thuế nhập khẩu thấp từ 0% - 5% đối với hàng hóa nhập khẩu từ bên ngoài khối, là một thuận lợi trong thương mại với khu vực này. Ngày 21/3/2018, tại Hội nghị thượng đỉnh Liên minh châu Phi (AU) diễn ra ở Kigali, Rwanda, 44 quốc gia châu Phi đã ký kết Hiệp định Thương mại tự do châu Phi

(AFCFTA), chính thức có hiệu lực từ ngày 30/5/2019, đưa châu Phi trở thành khu vực mậu dịch tự do lớn nhất về số nước tham gia kể từ khi Tổ chức Thương mại Thế giới được thành lập.

Tuy nhiên, khu vực Trung Đông - châu Phi với đặc điểm chính trị phức tạp, bất ổn, xung đột tôn giáo, mâu thuẫn dân tộc, tranh chấp tài nguyên, tranh giành ảnh hưởng giữa các nước lớn thường xuyên xảy ra. Bên cạnh đó, một số rào cản đối với hoạt động xuất nhập khẩu của các quốc gia với thị trường này là, doanh nghiệp muốn xuất khẩu hàng nông sản, thực phẩm vào khu vực thị trường này thì yêu cầu sản phẩm phải có chứng nhận Halal là điều kiện bắt buộc, cộng với một số tiêu chuẩn an toàn thực phẩm khác. Các nước khu vực này yêu cầu giấy chứng nhận về tiêu chuẩn, kiểm định chất lượng, nhãn mác... do Tổ chức Tiêu chuẩn và Đo lường vùng Vịnh (GSMO) cấp. Thổ Nhĩ Kỳ, Ả-rập Xê-út là những nước thường xuyên áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại (chống bán phá giá, tự vệ...), rào cản kỹ thuật, yêu cầu chứng nhận Halal rất chặt chẽ đối với thực phẩm nhập khẩu. Hơn nữa, khu vực thị trường Trung Đông - châu Phi khá khó tiếp cận do một số đặc thù như khác biệt về văn hóa, tôn giáo, thói quen sử dụng thực phẩm hay tập quán kinh doanh...

2. Đánh giá thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Đông - châu Phi giai đoạn 2015 - 2019

2.1. Những thành tựu và kết quả

- Trong những năm qua, xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam sang khu vực Trung Đông - châu Phi đã có nhiều khởi sắc, với tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông sản, thủy sản đạt 1.774,9 triệu USD năm 2018, trong đó xuất khẩu nông sản, thủy sản sang khu vực Trung Đông đạt 945,7 triệu USD, tăng mạnh 10,69% so với năm 2017 (đạt 854,4 triệu USD) (cao hơn tốc độ tăng bình quân cả giai đoạn 2014 - 2018 ở mức 5,18%); xuất khẩu nông sản, thủy sản sang khu vực châu Phi đạt 829,2 triệu USD, tăng 2,82% so

với năm 2017 (đạt 806,5 triệu USD) (cao hơn tốc độ tăng bình quân cả giai đoạn 2014 - 2018 ở mức 0,23%)¹.

- Nhóm hàng nông sản, thủy sản là một trong những nhóm hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam sang khu vực thị trường Trung Đông - châu Phi, với tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang khu vực Trung Đông năm 2018 đạt 10,84% (bình quân giai đoạn 2014 - 2018 chiếm 9,91%) và sang khu vực châu Phi đạt cao tới 32,85% (bình quân giai đoạn 2014 - 2018 chiếm 29,35%)².

- Các mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam như gạo, cà phê, hạt tiêu, chè, thủy sản, trái cây, chế phẩm từ ngũ cốc, com dừa... đã thâm nhập và có chỗ đứng tại thị trường Trung Đông - châu Phi, được người dân sở tại ưa chuộng và đánh giá cao về giá cả, mẫu mã, chất lượng.

+ Tại thị trường Trung Đông, mặt hàng nông sản xuất khẩu có kim ngạch lớn nhất của Việt Nam là gạo (HS 1006), năm 2018 đạt kim ngạch 223,5 triệu USD, chiếm 23,64% kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản sang Trung Đông và chiếm 8,34% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam, tuy nhiên còn chiếm tỉ trọng rất hạn chế trong tổng kim ngạch nhập khẩu gạo của khu vực Trung Đông (chỉ chiếm 1,02%). Thứ hai là mặt hàng trái cây (HS 08), năm 2018 đạt kim ngạch 218,8 triệu USD, chiếm 23,15% kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản sang Trung Đông và chiếm 3,65% tổng kim ngạch xuất khẩu trái cây của Việt Nam, nhưng chiếm tỉ trọng rất hạn chế 2,63% trong tổng kim ngạch nhập khẩu trái cây của Trung Đông. Thứ ba là mặt hàng thủy sản (HS 03), năm 2018 đạt kim ngạch 190,6 triệu USD, chiếm 20,15% kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông

sản, thủy sản sang Trung Đông, chiếm 2,97% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam và chiếm 5,94% tổng kim ngạch nhập khẩu thủy sản của khu vực Trung Đông.

+ Tại thị trường châu Phi, gạo vẫn là mặt hàng nông sản xuất khẩu có kim ngạch lớn nhất Việt Nam, năm 2018 đạt 422,2 triệu USD, chiếm 50,91% kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản sang châu Phi và chiếm 15,76% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam. Thứ hai là mặt hàng hạt tiêu, chè, cà phê, các loại gia vị khác (HS 09), năm 2018 đạt kim ngạch 265,0 triệu USD, chiếm 31,96% kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản sang châu Phi và chiếm 6,51% tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam. Thứ ba là thủy sản (HS 03), năm 2018 đạt kim ngạch 68,5 triệu USD, chiếm 8,25% kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản sang châu Phi và chiếm 1,07% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

- Tận dụng cơ hội về nhu cầu nhập khẩu nhiều loại mặt hàng lương thực, thực phẩm với số lượng lớn của các quốc gia khu vực Trung Đông - châu Phi, Việt Nam đã từng bước mở rộng được thị trường xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản sang khu vực còn nhiều tiềm năng này.

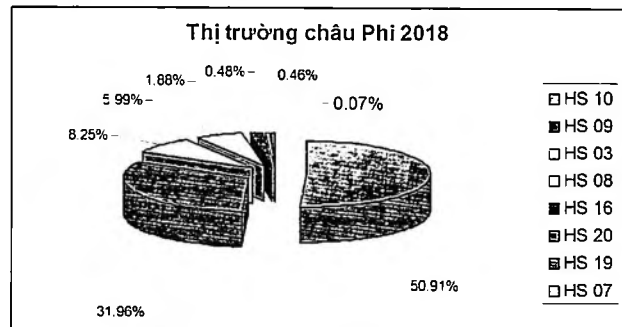
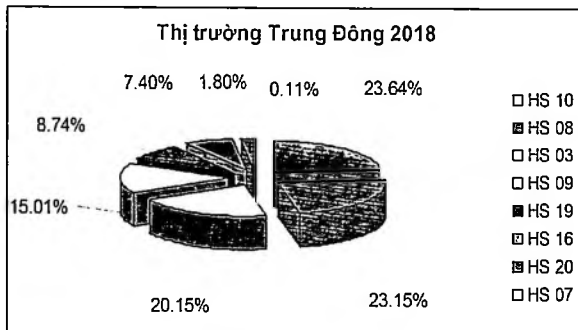
+ Ở khu vực Trung Đông, năm 2018, ba thị trường quan trọng hàng đầu với nông sản, thực phẩm xuất khẩu của Việt Nam là Các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất (UAE), Iraq, Israel, ngoài ra còn có Ai cập, Ả rập Xêút, Thổ Nhĩ Kỳ, Quata và Kuwait... Trong khu vực này, Iraq mặc dù chỉ là thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn 5 của Việt Nam nhưng là thị trường nhập khẩu lớn nhất nhóm hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam, với tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2018 đạt 263,1 triệu USD, chiếm 27,82% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam sang khu vực Trung Đông, với các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu năm 2018 là gạo, chế phẩm ngũ cốc, bột mì, tinh bột, sữa, trái cây. Các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất (UAE) là

¹Nguồn: Thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), 2020

²Nguồn: Thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), 2020

thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của Việt Nam khu vực Trung Đông, nhưng là thị trường nhập khẩu hàng nông sản, thủy sản lớn thứ hai của Việt Nam, với tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2018 đạt 199,18 triệu USD, chiếm 21,06% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam sang khu vực Trung Đông, với các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu năm 2018 là thủy sản, trái cây, hạt tiêu,

chè, cà phê, các loại gia vị khác và gạo. Israel là thị trường nhập khẩu lớn thứ ba các mặt hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam, với tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2018 đạt 177,37 triệu USD, chiếm 18,75% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam sang khu vực này, với các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu năm 2018 là trái cây, thủy sản, hạt tiêu, chè, cà phê, các loại gia vị...

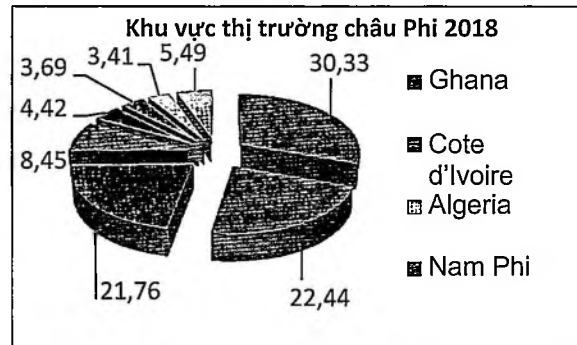
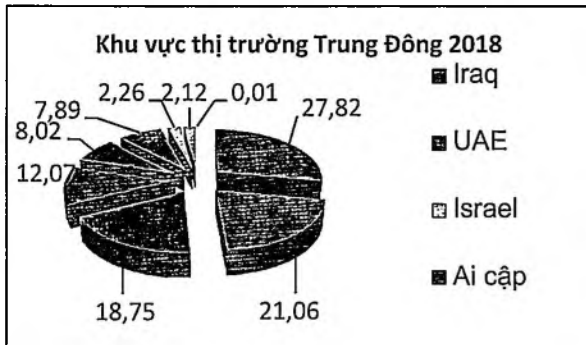


Nguồn: Thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), 2020

Biểu đồ 1. Cơ cấu mặt hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Trung Đông - châu Phi (%)

+ Ở khu vực châu Phi, năm 2018, ba thị trường quan trọng hàng đầu với nông sản, thực phẩm xuất khẩu của Việt Nam là Ghana, Cote d'Ivoire và Algeria, ngoài ra còn có Nam Phi, Tunisia, Maroc và Mozambique... Trong khu vực này, Ghana là thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn thứ hai nhưng là thị trường nhập khẩu lớn nhất nhóm hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam, với tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2018 đạt 216,9 triệu USD, bằng 30,33% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam sang khu vực châu Phi, trong đó nước này chủ yếu nhập khẩu gạo (HS 10) với kim ngạch lên tới 214,1 triệu USD, bằng 50,72% kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam sang khu vực châu Phi. Cote d'Ivoire là thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn thứ năm nhưng là thị trường nhập khẩu lớn thứ hai đối

với nhóm hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam, với tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2018 đạt 160,5 triệu USD, bằng 22,44% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam sang khu vực châu Phi, trong đó mặt hàng nhập khẩu chủ yếu năm 2018 là gạo (HS 10) với 156,5 triệu USD, bằng 37,08% kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam sang khu vực châu Phi. Algeria là thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn thứ ba và cũng là thị trường nhập khẩu lớn thứ ba đối với nhóm hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam, với tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2018 đạt 155,6 triệu USD, bằng 21,76% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam sang khu vực châu Phi, với các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu năm 2018 là hạt tiêu, chè, cà phê, các loại gia vị khác, thủy sản, gạo...



Nguồn: Thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), 2020

Biểu đồ 2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu nông sản, thủy sản của Việt Nam khu vực Trung Đông - châu Phi (%)

2.2. Những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân

2.2.1. Những hạn chế, tồn tại

- Mặc dù xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam sang khu vực Trung Đông - châu Phi đã đạt được những kết quả đáng khích lệ. Tuy nhiên, thị trường khu vực Trung Đông - châu Phi vẫn còn chiếm vị trí khá khiêm tốn trong số các thị trường xuất khẩu nông sản, thủy sản của Việt Nam. Năm 2018 tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu nông sản, thủy sản của Việt Nam sang Trung Đông trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản, thủy sản của Việt Nam chỉ chiếm 4,08% (bình quân giai đoạn 2014 - 2018 chiếm 4,0%) và sang châu Phi chỉ chiếm 3,58% (bình quân giai đoạn 2014 - 2018 chiếm 3,9%).

- So với nhu cầu tiêu thụ hàng nông sản, thủy sản khu vực Trung Đông - châu Phi, khả năng đáp ứng của hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam còn rất hạn chế, với tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu nông sản, thủy sản của Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu nông sản, thủy sản của khu vực Trung Đông chỉ chiếm 1,76% năm 2018, trong khi đối với khu vực châu Phi tỉ trọng này năm 2017 là 2,05%.

- Phương thức xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam chưa phù hợp, chưa đáp ứng được phong tục, tập quán tiêu dùng của người dân Hồi giáo về cách thức đóng gói, phân phối hàng nông sản, thị hiếu, nhất là việc đạt được chứng nhận Halal Food (chứng nhận sản phẩm đạt yêu cầu và được phép sử dụng đối với

người Hồi giáo). Hiện mới chỉ gần 1.000 doanh nghiệp Việt Nam đáp ứng được tiêu chuẩn này - một con số còn quá ít so với 300.000 doanh nghiệp được thành lập mỗi năm. Hơn nữa, hiện vẫn chưa có Chứng nhận chung của Halal cho toàn thế giới mà đây mới chỉ là tiêu chuẩn riêng của Hồi giáo, chưa được một cơ quan uy tín nào của thế giới công nhận. Vì vậy, đây là một trong những rào cản lớn gây khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường này.

2.2.2. Nguyên nhân của những hạn chế, tồn tại

- Nguyên nhân khách quan trước hết thuộc về địa lý, khoảng cách xa xôi giữa hai bên gây khó khăn rất nhiều trong khâu vận chuyển, làm tăng giá và giảm khả năng cạnh tranh, nhất là đối với các mặt hàng nông sản, thực phẩm cần độ tươi và yêu cầu cao về bảo quản để đảm bảo chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó, một số đặc thù về sự khác biệt văn hóa, tôn giáo, thói quen sử dụng thực phẩm, tập quán tiêu dùng, tập quán kinh doanh khác biệt của các nước Hồi giáo khu vực Trung Đông - châu Phi cũng trở thành rào cản trong thương mại hàng nông sản của Việt Nam với các nước khu vực này.

- Rào cản lớn nhất đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong hoạt động xuất khẩu sang khu vực thị trường Trung Đông - châu Phi là thủ tục và phương thức thanh toán. Các nhà nhập khẩu khu vực này thường đề nghị mua hàng trả chậm và không mở thư tín dụng (L/C) do chi phí cao, hoặc việc thanh toán

được thực hiện bằng TTR tức đặt cọc 10%, số còn lại trả nốt khi có chứng từ. Đây là những phương thức thanh toán không an toàn, thậm chí nhiều rủi ro nên hầu hết không được các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam chấp thuận.

- Thiếu thông tin về thị trường, đối tác khu vực Trung Đông - châu Phi cũng gây ra không ít cản trở cho doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam khi tiếp cận thị trường này. Khả năng giới thiệu, xúc tiến thương mại hàng nông sản, thăm tra năng lực đối tác nhập khẩu, xin Visa... còn gặp nhiều khó khăn, khiến các doanh nghiệp Việt Nam phải xuất khẩu qua các công ty trung gian quốc tế, dẫn đến tăng giá và các chi phí, giảm tính cạnh tranh của hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu từ Việt Nam, thậm chí đôi khi thương hiệu nông sản Việt không được người tiêu dùng địa phương biết đến.

- Các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn về thị trường xuất khẩu do sự cạnh tranh gay gắt từ nguồn cung tại chỗ của các nước nhập khẩu khu vực Trung Đông - châu Phi, cũng như từ các nhà xuất khẩu hàng nông sản lớn khác trên thế giới. Năm 2019, tại thị trường Trung Đông và châu Phi, các nước cạnh tranh xuất khẩu nông sản lớn nhất của Việt Nam là Ấn Độ, Thái Lan, Trung Quốc, Indonesia, Malaysia, Ecuador...

- Hàng nông sản Việt đang gặp phải sự cạnh tranh quyết liệt trên thị trường Trung Đông - châu Phi do doanh nghiệp xuất khẩu của một số nước chấp nhận bán hàng trả chậm, trong khi doanh nghiệp Việt Nam yêu cầu thanh toán ngay, khiến cho nhiều đối tác chuyển hướng sang lựa chọn nhập khẩu từ các doanh nghiệp nước ngoài này, nhất là doanh nghiệp của các nước như Ấn Độ, Trung Quốc hay Thái Lan.

- Giữa Việt Nam và các nước khu vực Trung Đông - châu Phi chưa ký kết Hiệp định thương mại tự do (FTA), do đó, thuế nhập khẩu và hàng rào kỹ thuật kiểm soát nhập khẩu hàng nông sản chưa ổn định, thiếu nhất quán.

- Bên cạnh đó, việc tiếp cận thị trường và phát triển kinh doanh tại các quốc gia Trung Đông còn phải đối mặt với một số thách thức như chiến tranh thương mại Mỹ - Thổ Nhĩ Kỳ, các cuộc nội chiến, xung đột tôn giáo, xung đột sắc tộc..., dễ gây rủi ro trong thực hiện hợp đồng.

3. Đề xuất một số giải pháp chủ yếu thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Đông - châu Phi

3.1. Tiếp tục hoàn thiện khuôn khổ pháp lý, cơ chế, chính sách nhằm tạo điều kiện cho các hoạt động trao đổi thương mại hàng nông sản và hợp tác đầu tư giữa các doanh nghiệp Việt Nam và các nước Trung Đông - châu Phi

- Hoàn thiện khuôn khổ pháp lý, cơ chế, chính sách nhằm tăng cường hợp tác thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và các nước Trung Đông - châu Phi, thực hiện tốt các mục tiêu đảm bảo an ninh lương thực và an ninh năng lượng, trong đó các chính sách theo hướng khuyến khích, tạo điều kiện cho Việt Nam nhập khẩu dầu thô, khí hóa lỏng và các sản phẩm hóa dầu khác, nguyên liệu thô... từ khu vực Trung Đông - châu Phi, đồng thời thúc đẩy xuất khẩu các sản phẩm lương thực, thực phẩm chế biến, rau quả, thủy sản đáp ứng nhu cầu tiêu thụ của các nước khu vực Trung Đông - châu Phi.

- Tạo môi trường đầu tư thông thoáng, minh bạch, ban hành cơ chế, chính sách thu hút các nhà đầu tư Trung Đông - châu Phi đầu tư vào Việt Nam trong các lĩnh vực công nghiệp, năng lượng, năng lượng tái tạo, sản xuất nông nghiệp, nuôi trồng thủy sản và chế biến thực phẩm.

3.2. Tăng cường quan hệ hợp tác giữa các Bộ, ngành chức năng, Phòng Thương mại và Công nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp của các bên nhằm thúc đẩy phát triển thương mại hàng nông sản

- Tăng cường trao đổi các đoàn cấp Bộ, ngành cũng như các đoàn doanh nghiệp nhằm thúc đẩy hiểu biết và hợp tác lẫn nhau trong

lĩnh vực chuyên ngành nông nghiệp và xuất khẩu hàng nông sản trên cơ sở bình đẳng, cùng có lợi; tăng cường hợp tác thương mại và đầu tư để đảm bảo an ninh lương thực và an ninh năng lượng của các bên.

- Tích cực thúc đẩy hợp tác song phương thông qua kênh Ủy ban hỗn hợp/Ủy ban liên chính phủ giữa Việt Nam và các nước trong khu vực Trung Đông - châu Phi.

- Trước hết, cần tăng cường hợp tác với các đối tác khu vực Trung Đông, coi đó như trạm trung chuyển để hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam tiến vào thị trường châu Phi. Các nước Trung Đông có 95% nguồn ngoại tệ thu được từ chế biến và xuất khẩu dầu mỏ, khí đốt, cùng với đó là hệ thống ngân hàng liên kết quốc tế rất phát triển nên khả năng thanh toán, chi trả tại thị trường này khá tốt. Ngoài ra, hiện tại có 10/15 quốc gia tham gia vào WTO cùng với sự hỗ trợ của Hội đồng Hợp tác vùng vịnh (GCC), do vậy các sản phẩm xuất khẩu sang khối thị trường này sẽ được hưởng ưu đãi thuế từ 0 - 5%.

3.3. Tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền, giới thiệu về thị trường và đối tác nhập khẩu, tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm thường niên về hàng nông sản, thực phẩm trong khu vực Trung Đông - châu Phi

- Trước thực tế hiện nay về việc thông tin hai chiều giữa Việt Nam và các nước Trung Đông - châu Phi còn những hạn chế nhất định, cần tăng cường công tác thông tin tuyên truyền nhằm tạo ra nguồn thông tin phong phú, đáng tin cậy về thị trường, từ đó nâng cao nhận thức cho doanh nghiệp hai bên về tiềm năng thị trường to lớn và cơ hội mở rộng đầu tư, đẩy mạnh xuất nhập khẩu.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam thông qua các cơ quan đại diện Việt Nam tại khu vực này, với các mô hình hợp tác công - tư và các hoạt động ngoại giao phục vụ mục tiêu kinh tế ở nước sở tại khu vực Trung Đông - châu Phi nhằm tăng cường tư vấn, hỗ trợ thông tin về thị trường,

nhất là hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam trong việc xác minh, thẩm tra năng lực đối tác nhập khẩu để giảm thiểu các rủi ro trong quá trình đầu tư, thanh toán xuất nhập khẩu và mở rộng hợp tác, thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản. Kết nối với chính quyền ở nước sở tại, kết nối với các tổ chức, hiệp hội doanh nghiệp uy tín ở địa phương nhằm đẩy mạnh xúc tiến thương mại hàng nông sản, hoặc tham gia các hội chợ giới thiệu sản phẩm ở nước ngoài, giới thiệu doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt tham gia các mô hình, dự án hợp tác và mở các lớp đào tạo về chứng nhận Halal.

3.4. Giải pháp đối với doanh nghiệp xuất khẩu nông sản

- Các doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ tình hình chính trị trên các phương tiện thông tin đại chúng, cảnh báo trên các website của Bộ Công Thương, sau khi tình hình chính trị ổn định trở lại, nhu cầu nhập khẩu các loại hàng hóa, nhất là hàng nông sản, thực phẩm tăng cao mới tiến hành hoạt động xuất khẩu. Để hạn chế rủi ro, các doanh nghiệp cần nắm đầy đủ thông tin về thương nhân, thị trường, tìm hiểu kỹ về quy định xuất nhập khẩu của thị trường sở tại; cần trọng trọng việc tìm kiếm khách hàng qua mạng và cảnh giác với các thương vụ quá hấp dẫn để tránh bị lừa đảo, rửa tiền hay chuyển tiền để làm thủ tục nhập khẩu.

- Sử dụng hiệu quả dịch vụ tư vấn để thẩm định đối tác, thẩm tra, xác minh kỹ đối tác nhập khẩu trước khi giao dịch (đề nghị cung cấp giấy phép đăng ký kinh doanh, thẻ xuất nhập khẩu), giúp cho việc đàm phán, ký kết, thực hiện hợp đồng thuận lợi và sẵn sàng cho giải quyết tranh chấp.

- Hạn chế các rủi ro trong thanh toán khikhách hàng đề nghị thanh toán theo hình thức T/T (Telegraphic Transfer- chuyển tiền bằng điện) hoặc D/P (Documents against payment - Thanh toán ngay khi nhận chứng từ) trả chậm, không mở L/C, mua CIF bằng cách đưa ra các mức % đặt cọc (deposit) để bảo đảm an toàn cho các đơn hàng (tốt nhất là 30% trở lên), hoặc đề nghị đối tác nhập khẩu sử dụng L/C không hủy ngang mở tại các ngân

hàng uy tín, đồng thời hạn chế cho khách hàng trả chậm; không nên sử dụng hình thức thanh toán D/A (Document Acceptance - nhờ thu chấp nhận chứng từ) hay chuyển tiền bằng Western Union cho việc thanh toán hợp đồng.

- Tăng cường gặp gỡ, tiếp xúc trực tiếp với các đối tác nhập khẩu thông qua việc tham gia các chương trình xúc tiến thương mại hàng nông sản, các hội chợ, triển lãm tổ chức tại các nước trong khu vực này.

- Xây dựng chiến lược tiếp cận thị trường phù hợp, nghiên cứu sản xuất sản phẩm xuất khẩu có chất lượng, quy cách, mẫu mã phù hợp với quy định về tiêu chuẩn chất lượng và tập quán tiêu dùng của khu vực thị trường này.

- Nghiên cứu khả năng xây dựng mạng lưới phân phối sản phẩm và mở các văn phòng đại diện, chi nhánh, hoặc kho ngoại quan tại thị

trường khu vực Trung Đông - châu Phi để thuận lợi hơn cho công việc kinh doanh tại khu vực này.

- Bên cạnh việc đầu tư quảng bá thương hiệu hàng nông sản Việt Nam tại các nước trong khu vực, các doanh nghiệp cần đặc biệt chú trọng xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản Việt, cải thiện chất lượng sản phẩm, duy trì tương quan giữa chất lượng và giá cả hàng nông sản.

- Đặc biệt chú trọng đào tạo nguồn nhân lực trong các doanh nghiệp nông nghiệp, xây dựng đội ngũ kỹ sư đủ trình độ khoa học - công nghệ và người lao động được đào tạo tay nghề; xây dựng một đội ngũ cán bộ kinh doanh xuất nhập khẩu có trình độ, thông thạo nghiệp vụ ngoại thương và ngoại ngữ, thường xuyên nâng cao kỹ năng đàm phán, ký kết hợp đồng (áp dụng hợp đồng mẫu).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thanh Long (2014), "Xuất khẩu thủy sản Việt Nam và rào cản thương mại quốc tế", Tạp chí Công nghệ Ngân hàng, 98 (2014).
2. Ngô Thị Tuyết Mai (2012), "Quan điểm và giải pháp phát triển xuất khẩu bền vững hàng nông sản Việt Nam", Tạp chí Kinh tế và Phát triển, Đại học Kinh tế Quốc dân (ISSN: 1859-0012).
3. "Tiềm năng lớn xuất khẩu nông sản, thực phẩm sang Trung Đông, châu Phi" (2018), nongnghiep.vn.
4. "Cơ hội rộng mở cho doanh nghiệp Việt Nam ở Trung Đông - châu Phi" (2019), baoquocte.vn.
5. "Trung Đông - châu Phi: Thị trường tiềm năng cho doanh nghiệp Việt" (2019), tapchitaichinh.vn.
6. "Nhiều dư địa xuất khẩu sang thị trường Trung Đông" (2019), tapchitaichinh.vn.
7. "Trung Đông, châu Phi: Hai thị trường tiềm năng nhưng đầy thách thức với doanh nghiệp Việt" (2019), tapchicongthuong.vn.
8. Thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC) trên cơ sở dữ liệu thống kê của UN COMTRADE (2020).