

# XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM TRONG THẬP NIÊN 2010 VÀ GIẢI PHÁP

**TS. Trịnh Thị Thanh Thủy & ThS. Phùng Thị Vân Kiều**  
Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

*Nông sản đã và đang là hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, đóng góp tích cực vào kim ngạch xuất khẩu chung của cả nước và đem đến vị thế cho Việt Nam trong top 15 nước xuất khẩu nông sản lớn nhất thế giới. Giai đoạn 2010 - 2019, hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam không chỉ tăng trưởng về lượng và kim ngạch, mà còn ngày càng đa dạng, phong phú về cơ cấu mặt hàng, thị trường xuất khẩu cũng được mở rộng... Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, còn một số tồn tại, hạn chế như tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam có xu hướng giảm, chất lượng và hiệu quả xuất khẩu nông sản chưa cao và chưa thực sự ổn định... Với mục tiêu tìm kiếm các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu một cách bền vững hàng nông sản đến năm 2030, bài viết cũng sẽ tập trung phản ánh thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam giai đoạn 2010 - 2019 để làm căn cứ kiến nghị các giải pháp.*

**Từ khóa:** Giải pháp; Hàng nông sản; Thực trạng; Xuất khẩu.

## VIETNAM AGRICULTURAL EXPORT IN THE 2010 AND SOLUTIONS

**Dr. Trinh Thi Thanh Thuy, M.Econ. Phung Thi Van Kieu**  
Vietnam Institute of Industrial and Trade Policy and Strategy

*Agricultural products are one of the key export sectors of Vietnam, making a positive contribution to the export turnover of the country. Vietnam has succeeded in exporting agricultural products, ranking in the top 15 largest agricultural exporting countries in the world. In the period of 2010 - 2019, turnover tends to increase, agricultural export has been not only increasing but also more diversifying and market-expanding. Besides the achieved results, there are some shortcomings such as the proportion of agricultural exports in total export turnover tends to decrease; the quality of agricultural export is not stable... Therefore, the article goes into depth to analyze the export reality of Vietnam agricultural products in the period of 2010 - 2019 and to seek solutions to boost exports of agricultural products by 2030.*

**Keywords:** Agricultural products; Exporting; Reality; Solution.

### 1. Thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam giai đoạn 2010 - 2019

Trong thập kỷ vừa qua, Việt Nam đã đạt được khá nhiều thành tựu trong xuất khẩu hàng nông sản ra thị trường thế giới. Việt Nam đã lọt vào

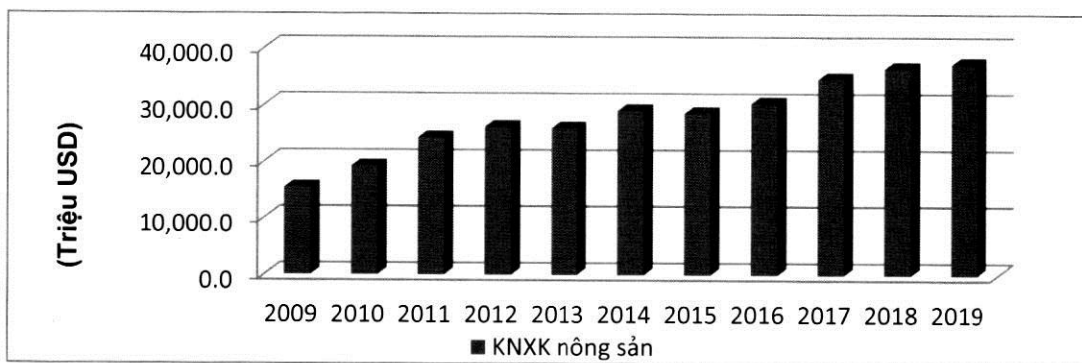
top 15 nước xuất khẩu nông sản lớn trên thế giới, đến năm 2019, kim ngạch xuất khẩu nông sản đã đạt 37.350,3 triệu USD và có mặt tại 186 quốc gia và vùng lãnh thổ.

11 mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam gồm thủy sản, rau quả, hạt điều, cà phê, hạt tiêu, chè, gạo, sắn và sản phẩm từ sắn, cao su và sản phẩm từ cao su, gỗ và sản phẩm gỗ, sản phẩm mây tre cói thảm (là những mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch từ 1 tỷ USD/năm trở lên).

**Những kết quả đạt được trong xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam giai đoạn 2010 - 2019**

*Một là, quy mô và kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam có xu hướng gia tăng trong giai đoạn 2010 - 2019*

Quy mô xuất khẩu nông sản tăng 1,94 lần. Kim ngạch xuất khẩu nông sản năm 2010 đạt 19.215,6 triệu USD, năm 2015 tăng lên 28.606,6 triệu USD và đến năm 2019 lên tới 37.350,3 triệu USD. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản đạt bình quân 9,26%/năm (Hình 1).



Hình 1. Kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam giai đoạn 2010 - 2019

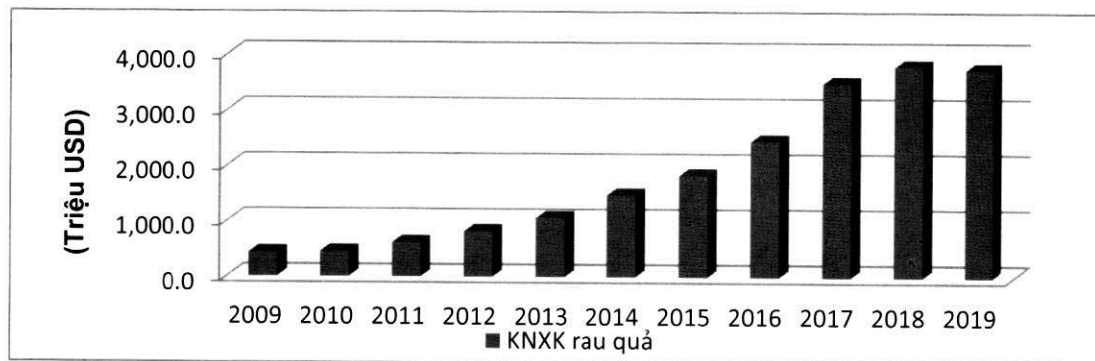
*Nguồn: Số liệu của Tổng cục Hải quan*

*Hai là, mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam ngày càng đa dạng, phong phú*

Việt Nam sản xuất và xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản mới như các loại rau, quả (nhãn, vải thiều, chanh leo...) bên cạnh 6 mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực (thủy sản, rau quả, hạt điều, cà phê, gạo, gỗ và sản phẩm gỗ) chiếm khoảng 65 - 70% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản.

*Ba là, kim ngạch xuất khẩu rau quả không ngừng tăng*

Với tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu rau quả bình quân 23,92%/năm và chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam, năm 2010 là 2,40%, năm 2015 tăng lên 6,43% và đến năm 2019 lên tới 10,03%, xuất khẩu rau quả đã đóng góp tích cực vào tăng trưởng chung của kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu rau quả năm 2010 đạt 460,3 triệu USD, năm 2015 tăng lên 1.839,3 triệu USD, đến năm 2019 lên tới 3.747,1 triệu USD (Hình 2).



Hình 2. Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam giai đoạn 2010 - 2019

*Nguồn: Số liệu của Tổng cục Hải quan*

*Bốn là, thị trường xuất khẩu nông sản của Việt Nam ngày càng được mở rộng*

Hàng nông sản của Việt Nam đã được xuất khẩu tới 186 quốc gia và vùng lãnh thổ. Trong đó tập trung vào một số thị trường: Trung Quốc, Hoa Kỳ, ASEAN, EU, Hàn Quốc, Nhật Bản. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nông sản sang các thị trường này chiếm khoảng hơn 76,5% tổng kim ngạch hàng hóa của cả nước.

### 1.2. Hạn chế và nguyên nhân

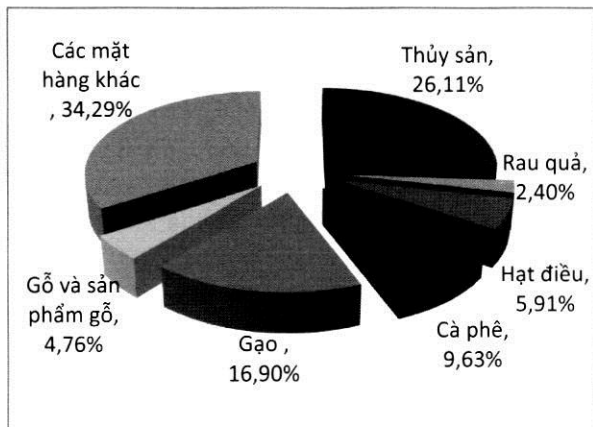
*Thứ nhất, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam có xu hướng giảm*

Mặc dù kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản có xu hướng gia tăng trong giai đoạn 2010 - 2019, nhưng tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất

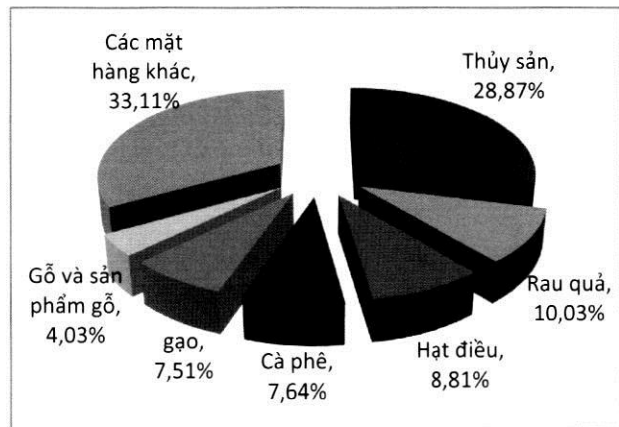
khẩu hàng hóa của Việt Nam lại có xu hướng giảm. Cụ thể, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giảm từ 26,60% năm 2010 xuống 17,66% năm 2015 và tiếp tục giảm, xuống còn 14,14% năm 2019.

*Thứ hai, cơ cấu hàng nông sản xuất khẩu có xu hướng chuyển dịch chưa hoàn toàn theo hướng phát huy lợi thế cạnh tranh của Việt Nam*

Cơ cấu hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng rau quả và hạt điều, giảm tỷ trọng thủy sản, cà phê, gạo và gỗ. Tỷ trọng rau quả và hạt điều tăng từ 2,40% và 5,91% năm 2010 lên 10,03% và 8,81% năm 2019. Tỷ trọng thủy sản, cà phê, gạo và gỗ giảm từ 26,11%, 9,63%, 16,90% và 4,76% năm 2010 xuống 22,87%, 7,64%, 7,51% và 4,03% (Hình 3).



Năm 2010



Năm 2019

Hình 3. Cơ cấu xuất khẩu nông sản của Việt Nam giai đoạn 2010 - 2019

*Nguồn: Số liệu của Tổng cục Hải quan và tính toán của tác giả*

*Thứ ba, chất lượng hàng nông sản xuất khẩu thiếu ổn định*

Tỷ trọng sản phẩm nông sản nói chung và nông sản xuất khẩu nói riêng đạt tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap còn thấp. Một số hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam vẫn chưa hoàn toàn đáp ứng được các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của một số nước phát triển như EU, Nhật Bản, Úc.

*Thứ tư, Việt Nam vẫn chủ yếu xuất khẩu nông sản thô nên giá trị gia tăng thấp*

Quy mô xuất khẩu nông sản của Việt Nam mặc dù lớn, nhưng hiệu quả thu được còn nhỏ khi so sánh với các nước khác như Trung Quốc, Thái Lan. Hiện chế biến nông sản của cả nước đã tăng gấp 3 lần so với cách đây 10 năm với 7.500 cơ sở chế biến quy mô công nghiệp phục vụ xuất khẩu. Tuy nhiên, 2/3 sản phẩm chế biến

chủ yếu vẫn là sơ chế có giá trị gia tăng thấp, tỷ trọng hàng nông sản chế biến sâu và có giá trị gia tăng cao còn khá khiêm tốn trong tổng lượng xuất khẩu.

*Nguyên nhân của những hạn chế trong xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam giai đoạn 2010 - 2019*

- Văn bản pháp quy liên quan đến quản lý xuất khẩu của các Bộ, ngành thường xuyên bổ sung, sửa đổi nhưng chưa được phổ biến và nhận thức đầy đủ trước khi có hiệu lực để đảm bảo thực thi trong thực tế. Trong khi đó, việc tham vấn doanh nghiệp chưa được chú trọng đúng mức trong quá trình xây dựng các văn bản pháp quy này. Kết quả là, doanh nghiệp và kể cả các cơ quan quản lý chưa có được sự chủ động và vận dụng một cách đầy đủ và hiệu quả.

Cơ chế điều hành hoạt động xuất nhập khẩu và công tác tổ chức xuất khẩu, nhất là xuất khẩu những mặt hàng có khối lượng và giá trị lớn chưa thực sự tốt, chưa tạo điều kiện xác lập mối liên kết chặt chẽ giữa người sản xuất nguyên liệu, doanh nghiệp chế biến, thương nhân xuất khẩu, để ổn định nguồn nguyên liệu, bảo đảm chất lượng sản phẩm và khả năng điều tiết lượng hàng xuất khẩu, đạt mức giá xuất khẩu tối ưu.

- Do đặc thù của sản xuất nông nghiệp Việt Nam còn mang nặng tính phân tán, quy mô sản xuất nhỏ và nông dân chưa thực sự chú trọng và dành sự quan tâm đầy đủ đến chất lượng và các tiêu chuẩn cần đạt được theo yêu cầu thị trường nhập khẩu, nên sản phẩm chưa đạt yêu cầu của các thị trường thế giới, dẫn tới tình trạng không xuất khẩu được hoặc giá cả xuất khẩu thấp khi chỉ đến được thị trường qua xuất khẩu tiểu ngạch.

Sản xuất nông nghiệp vẫn nhỏ lẻ, công nghệ bảo quản sau thu hoạch và công nghệ chế biến còn ở trình độ thấp, chưa đầu tư công nghệ cao và công nghệ chế biến sâu đối với hàng nông sản. Tiêu chuẩn VietGap và GlobalGap chưa được áp dụng rộng rãi, đại trà trong sản xuất nông sản,

dẫn đến chất lượng hàng nông sản xuất khẩu không đồng đều và thiếu ổn định, nông sản xuất khẩu chủ yếu ở dạng thô, sơ chế và giá trị gia tăng thấp.

- Việc xây dựng, phát triển thương hiệu, đăng ký chứng nhận chỉ dẫn địa lý và bảo vệ chỉ dẫn địa lý ở các thị trường xuất khẩu cho hàng nông sản đã được quan tâm, nhưng chưa đầu tư xứng tầm. Thực tế cho thấy, phần lớn nông sản xuất khẩu của Việt Nam vẫn ở dạng nguyên liệu thô, quả tươi, sản phẩm đã qua chế biến chiếm tỷ trọng rất nhỏ (chè nhúng, quả khô, nước quả...).

- Công tác thông tin thị trường và xúc tiến tiêu thụ nông sản còn hạn chế và chưa đạt hiệu quả cao. Thông tin thị trường chưa được thường xuyên cập nhật. Nhiều quốc gia thường thay đổi chính sách và các tiêu chuẩn đối với hàng hóa nhập khẩu, đặc biệt là hàng nông sản, (ví dụ, điều hành nhập khẩu biên giới đối với nông sản của Trung Quốc khá linh hoạt và thay đổi). Trong khi công tác thông tin và kết nối chia sẻ thông tin giữa các cơ quan hữu quan, địa phương và doanh nghiệp còn hạn chế.

Hoạt động xúc tiến tiêu thụ nông sản đã được các địa phương chú trọng hơn trong những năm gần đây (tổ chức các hội nghị xúc tiến thương mại, kết nối doanh nghiệp với vùng sản xuất...) nhưng hiệu quả chưa cao.

- Áp lực cạnh tranh từ các nước xuất khẩu ngày càng gia tăng. Nguồn cung từ các nước đang ngày càng tăng tạo nên sự cạnh tranh gay gắt cả về chất lượng, giá cả và phương thức kinh doanh đối với hàng nông sản xuất khẩu.

Hàng nông sản của Việt Nam không chỉ phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường xuất khẩu, mà còn phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt của nông sản đến từ Thái Lan và Trung Quốc ngay tại thị trường nội địa. Chất lượng nông sản của Việt Nam chưa được cải thiện nhiều, phương thức sản xuất lạc hậu (diện tích sản xuất áp dụng tiêu chuẩn GAP nhỏ chỉ khoảng 40%

tổng diện tích), thiếu chủ động trong sản xuất, sản xuất quy mô nhỏ, quy mô hộ nông dân vẫn còn phổ biến.

- Thị trường các nước phát triển như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Úc... yêu cầu về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm (VSATTP) đối với hàng nông sản, đặc biệt là rau, quả nhập khẩu ngày càng cao. Hàng nông sản muốn vào được thị trường các nước phát triển phải đáp ứng tiêu chuẩn GAP, như là yêu cầu bắt buộc. Những nước này có những quy định nhập khẩu rất chặt chẽ và khắt khe, thực hiện nhiều biện pháp và rào cản thương mại nhằm bảo vệ sản xuất trong nước (Luật Nông nghiệp, Luật An toàn Thực phẩm, Luật Bảo vệ và Kiểm dịch Thực vật...) gây nhiều khó khăn cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Đặc biệt, trong bối cảnh các quốc gia tiếp tục đưa ra nhiều rào cản kỹ thuật và thương mại, cũng như đưa ra yêu cầu chất lượng ngày càng khắt khe hơn đối với hàng nông sản của Việt Nam.

Các thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam ngày càng đặt ra các tiêu chuẩn kỹ thuật khắt khe đối với nông sản nhập khẩu. Đơn cử, thị trường Trung Quốc không chỉ nâng cao tiêu chuẩn về chất lượng hàng nông sản nhập khẩu, mà còn tăng cường quản lý và siết chặt thương mại biên giới. Trung Quốc thực thi nghiêm các quy định về truy xuất nguồn gốc, yêu cầu sản phẩm phải có mã số vùng trồng. Tính đến thời điểm này, Việt Nam mới có chín loại quả được cấp phép xuất khẩu chính ngạch vào Trung Quốc gồm: thanh long, dưa hấu, vải, nhãn, chuối, xoài, mít, chôm chôm và măng cụt. Thị trường EU vẫn giữ cảnh báo thẻ vàng đối với thủy sản khai thác nhập khẩu từ Việt Nam, đồng thời dự thảo các quy định mới về các chất sử dụng trên sản phẩm giống cây trồng. Thị trường Hoa Kỳ tiếp tục duy trì và gia tăng các biện pháp bảo hộ thông qua áp thuế chống bán phá giá đối với các mặt hàng thủy sản Việt Nam, tiếp tục chương trình Thanh tra đối với cá da trơn theo Đạo luật Nông nghiệp

(Farm Bill), đang triển khai mạnh mẽ việc áp dụng Đạo luật Lacey Act đối với nhóm hàng gỗ và sản phẩm gỗ. Thị trường Nhật Bản và Hàn Quốc cũng thường xuyên rà soát, điều chỉnh các quy định về an toàn thực phẩm và gia tăng tần suất kiểm tra hàng nông thủy sản nhập khẩu, gây bất lợi đến tiến độ xuất khẩu của Việt Nam vào các thị trường này, cũng như tạo ra thách thức lớn cho Việt Nam đối với cả chuỗi cung ứng xuất, chế biến và xuất khẩu hàng nông sản.

## 2. Kiến nghị giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam đến năm 2030

Bối cảnh quốc tế và trong nước sẽ tạo ra cơ hội lẫn thách thức ảnh hưởng đến đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong những năm tới.

Giai đoạn 2020 - 2030, tăng trưởng kinh tế thế giới trên đà phục hồi, GDP dự kiến tăng ở các nền kinh tế phát triển và các nền kinh tế mới nổi, hoạt động thương mại toàn cầu duy trì đà tăng trưởng nhưng đối mặt nhiều khó khăn như căng thẳng và cọ sát thương mại giữa các nền kinh tế lớn, chiến tranh thương mại Hoa Kỳ - Trung Quốc trong bối cảnh xu hướng bảo hộ thương mại vẫn có chiều hướng gia tăng, dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, khó lường và có thể còn kéo dài...; Các nước phát triển như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Úc... đưa ra những yêu cầu ngày càng khắt khe hơn đối với hàng nông sản nhập khẩu (phải đạt tiêu chuẩn GAP, phải chiếu xạ đối với hàng nông sản xuất khẩu...).

Toàn cầu hóa và tự do hóa thương mại tiếp tục phát triển về quy mô, mức độ và hình thức biểu hiện với những tác động tích cực và tiêu cực, cơ hội và thách thức đan xen rất phức tạp, bên cạnh xu hướng bảo hộ cho sản xuất nông nghiệp trong nước cũng ngày càng mạnh mẽ và gia tăng; Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ, làm thay đổi cấu trúc sản xuất với sự thay đổi trong hàng loạt các ngành nghề dịch vụ, hành chính, tài chính, thương mại điện tử.

Việt Nam hội nhập ngày càng sâu, rộng vào kinh tế khu vực và thế giới, ký kết và thực thi các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, bên cạnh việc phải thực hiện các cam kết mở cửa thị trường, mở ra nhiều cơ hội thu hút đầu tư nước ngoài vào các ngành công nghiệp chế biến để tăng giá trị gia tăng của hàng nông sản...

### 2.1. Giải pháp đối với quản lý nhà nước

#### (1) Tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách quản lý xuất nhập khẩu

Tiếp tục tiến hành rà soát, xây dựng, sửa đổi, bổ sung chính sách xuất nhập khẩu nhằm đảm bảo khung pháp lý đầy đủ, đồng bộ, rõ ràng và minh bạch, phù hợp với các quy định và cam kết quốc tế;

Xây dựng và áp dụng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực, tiêu chuẩn của nước ngoài đối với hàng hóa xuất, nhập khẩu, bao gồm tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm và tiêu chuẩn môi trường;

Xây dựng và ban hành quy định, thông tư về sản phẩm hàng hóa của Việt Nam và sản phẩm, hàng hóa sản xuất tại Việt Nam (made in Vietnam);

Xây dựng và thực thi chiến lược công nghiệp chế biến nông, lâm, thủy sản... đặc biệt là hướng về xuất khẩu và phục vụ xuất khẩu.

#### (2) Tổ chức sản xuất, phát triển các vùng chuyên canh, vùng nguyên liệu quy mô lớn tạo nguồn hàng cho xuất khẩu

Phát triển vùng chuyên canh sản xuất quy mô lớn về rau, quả, lương thực, cây công nghiệp sẽ tạo ra nguồn nguyên liệu để chế biến hàng xuất khẩu có chất lượng, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, đáp ứng được yêu cầu của thị trường nhập khẩu; Điều chỉnh quy hoạch, bố trí lại vùng sản xuất đối với từng loại cây trồng với quy mô lớn để thuận tiện cho việc cơ giới hóa các khâu canh tác, thu hoạch và ứng dụng đồng bộ kỹ

thuật mới, áp dụng phương thức sản xuất tiên tiến;

Khuyến khích, thu hút đầu tư vào sản xuất và chế biến hàng nông sản xuất khẩu, hỗ trợ tín dụng cho doanh nghiệp, hợp tác xã, người nông dân phát triển vùng chuyên canh (vùng rau, hoa, quả... an toàn) và vùng nuôi trồng thủy sản;

Phát triển các vùng trồng với quy mô lớn, sản xuất theo quy trình VietGAP, GlobalGAP, mã hóa các vùng trồng phục vụ truy xuất nguồn gốc, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật trong bảo quản và chế biến sau thu hoạch; Liên kết phát triển các vùng nguyên liệu tập trung quy mô hàng hóa, cấp mã số vùng trồng, nuôi đáp ứng các yêu cầu về chất lượng, an toàn thực phẩm.

#### (3) Đầu tư, phát triển chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị hàng nông sản

Phát triển các vùng chuyên canh, vùng nguyên liệu cho xuất khẩu nông sản và cho chế biến hàng nông sản xuất khẩu; Thiết lập hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm; Tiếp cận và mở rộng hệ thống phân phối trong và ngoài nước; Phát triển các dịch vụ trong lĩnh vực nông nghiệp; Xây dựng thương hiệu nông sản theo hướng chuyên nghiệp, hỗ trợ về công tác quảng bá, xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp; Tăng cường kiểm tra, giám sát chặt chẽ trong tất cả các khâu từ sản xuất, chế biến đến xuất khẩu và nâng cao năng lực kiểm dịch động thực vật. Tạo cơ chế và điều kiện để kết nối hiệu quả, liên hoàn giữa các khâu, các nhà trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ và xuất khẩu nông sản. Đảm bảo hài hòa lợi ích của các chủ thể.

#### (4) Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất và chế biến nông sản

Phát triển nông nghiệp công nghệ cao để nâng cao năng suất và chất lượng nông sản, thông qua đẩy mạnh ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp (trồng trọt, chăn

nuôi, mở rộng áp dụng các tiêu chuẩn VietGAP và GlobalGAP trên phạm vi cả nước);

Đầu tư cho khoa học công nghệ, tăng cường các chính sách ưu đãi về vốn, tín dụng cho nhập khẩu công nghệ nguồn phục vụ cho hoạt động chế biến nhằm tăng cường chế biến nông sản để nâng cao giá trị gia tăng cho hàng nông sản xuất khẩu. Chế biến sâu là hướng đi quan trọng để Việt Nam chủ động với thị trường toàn cầu và giải quyết được tình trạng “*được mùa rớt giá*” của nông sản xuất khẩu.

*(5) Nâng cao năng lực vượt hàng rào kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm để thâm nhập thị trường các nước nhập khẩu*

Tăng cường năng lực cho các cơ quan quản lý và kiểm nghiệm an toàn thực phẩm; Xây dựng và triển khai các chương trình giám sát dịch bệnh trên động vật và thực vật (đặc biệt với các sản phẩm có nguy cơ cao về mất an toàn thực phẩm hiện đang được xuất khẩu và có triển vọng xuất khẩu);

Xây dựng và nhân rộng các mô hình trồng rừng, nuôi trồng thủy sản và trồng trọt có chứng nhận theo yêu cầu (GlobalGAP, FSC, ASC);

Thực thi hiệu quả cơ chế giám sát kiểm tra nguồn gốc xuất xứ nguyên liệu sản phẩm (thủy hải sản khai thác trên biển, gỗ và nguyên liệu trong chế biến lâm sản); Chú trọng nâng cao năng lực cho các cơ quan quản lý chất lượng thông qua đào tạo nguồn nhân lực và nâng cấp, trang bị máy móc hiện đại để có kết quả kiểm tra chính xác, đảm bảo tương thích với các nước nhập khẩu;

Tích cực đàm phán để đạt được thỏa thuận công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và kết quả kiểm tra với các quốc gia (Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Úc...) để hàng xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt là hàng nông thủy sản có thể thâm nhập thuận lợi vào các thị trường này; Thiết lập cơ chế giám sát đột xuất đối với những mặt hàng nông sản/doanh nghiệp thường xuyên vi phạm

tiêu chuẩn nhập khẩu của Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Úc... để tìm biện pháp giải quyết triệt để, tránh gây ảnh hưởng xấu tới hoạt động xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam.

*(6) Phát triển thị trường trong xuất khẩu nông sản*

Đẩy mạnh các hoạt động đàm phán song phương, đa phương nhằm đạt được các thỏa thuận mở cửa thị trường chính ngạch cho hàng nông sản, đặc biệt là rau, hoa, quả tươi; Gỡ bỏ các rào cản thương mại, tạo thuận lợi cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam, đặc biệt sang các thị trường phát triển có những yêu cầu khắt khe về kiểm dịch và vệ sinh an toàn thực phẩm (như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Úc...).

Tiến hành rà soát, đàm phán, ký mới và bổ sung các hiệp định đã ký về sự phù hợp và công nhận lẫn nhau về chất lượng sản phẩm đối với nhóm hàng nông sản giữa Việt Nam và các nước, tạo điều kiện thuận lợi, ổn định cho hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Khi các hiệp định về sự phù hợp và công nhận lẫn nhau được ký kết và thực thi, hàng nông sản Việt Nam sẽ thuận lợi trong thâm nhập vào thị trường các nước ký kết; Tích cực hợp tác với các cơ quan chức năng của các nước, đặc biệt các nước cùng ký FTA để mở đường cho hàng nông sản thâm nhập các thị trường này.

Ngoài việc tận dụng lợi thế của các FTA đã ký kết, cần tích cực khai thác các FTA vừa ký kết, hoặc kết thúc đàm phán mới đây và dự kiến sẽ kết thúc đàm phán và có hiệu lực trong thời gian tới để đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản vào thị trường các nước đối tác.

Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, tránh phụ thuộc hay quá phụ thuộc vào một vài thị trường nhất định. Đến nay, thị trường xuất khẩu nông sản chủ yếu của Việt Nam vẫn là Trung Quốc, đây cũng là nguyên nhân dẫn tới tình trạng “*rớt giá*” và “*ách tắc*” khi thị trường này có những thay đổi. Bên cạnh đó, nâng cao chất lượng và số

lượng đáp ứng yêu cầu của thị trường nhập khẩu sẽ là chìa khóa để nông sản Việt có thể thâm nhập thành công các thị trường cao cấp như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản và các thị trường khác.

Chủ động nâng cao chất lượng hàng hóa nông sản, trái cây, đồng thời triển khai tốt các quy định về truy xuất nguồn gốc, kê khai vùng trồng, quy cách đóng gói (bao bì, nhãn mác) cũng như các yêu cầu liên quan nhằm đáp ứng quy định, tiêu chuẩn đã thỏa thuận với các nước nhập khẩu để tạo thuận lợi cho các cơ quan chức năng thực hiện công tác chuyển hướng thị trường thay thế một cách hiệu quả và kịp thời trong bối cảnh dịch bệnh Corona ở Vũ Hán, Trung Quốc lan rộng.

Tổ chức nghiên cứu, phân tích, dự báo và tổng hợp báo cáo về tình hình thị trường nông sản thế giới theo ngành hàng và theo khu vực thị trường; Tăng cường công tác thông tin, dự báo thị trường, bám sát tình hình thị trường và nâng cao hiệu quả công tác thông tin, dự báo thị trường (cung cấp kịp thời thông tin, dự báo thị trường về diễn biến tình hình sản xuất, sản lượng, tồn kho, cảnh báo các quy định về rào cản, vấn đề phát sinh có thể gặp đối với hàng nông sản xuất khẩu). Qua đó, góp phần đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, tránh rủi ro cho doanh nghiệp khi thực hiện các hợp đồng xuất khẩu.

Nghiên cứu, cập nhật và chủ động có đối sách phù hợp với các chính sách bảo hộ mậu dịch dưới mọi hình thức đối với nông sản xuất khẩu của Việt Nam.

#### *(7) Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại*

Xây dựng và tổ chức thực hiện chương trình xúc tiến thương mại đối với xuất khẩu hàng nông sản; Ký kết các hiệp định kiểm dịch động thực vật đối với các nước có khả năng nhập khẩu hàng nông sản của Việt Nam, thực hiện các nghĩa vụ của Hiệp định về VSATTP và kiểm dịch động thực vật của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), nhằm giữ vững các thị trường trọng

điểm, thị trường truyền thống và mở rộng thêm các thị trường mới.

Tích cực, chủ động và mở rộng các hoạt động xúc tiến thương mại, đổi mới mô hình, phương thức, nâng cao chất lượng hoạt động xúc tiến thương mại. Đặc biệt là tiếp tục nâng cao hơn nữa tính chủ động và vai trò của doanh nghiệp trong quá trình tham gia các chương trình xúc tiến thương mại. Gắn các hoạt động xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, thâm nhập thị trường thông qua liên kết với các hệ thống phân phối và đầu mối tiêu thụ hàng nông sản chủ yếu tại thị trường ngoài nước.

Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm củng cố các thị trường truyền thống, mở rộng thị trường mới, thị trường tiềm năng thông qua các hoạt động tham gia hội chợ triển lãm, hội thảo, quảng bá sản phẩm nông sản tại nước ngoài; Xây dựng và tổ chức thực hiện chương trình xúc tiến thương mại nông sản, giữ vững thị trường Trung Quốc, mở rộng xuất khẩu sang các thị trường có cơ cấu kinh tế bổ sung với Việt Nam như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ, Trung Đông... để thúc đẩy xuất khẩu nông sản.

Tăng cường đàm phán với các quốc gia đối tác để hạn chế các rào cản kỹ thuật và rào cản thương mại của các nước; Chủ động phối hợp, triển khai các nhiệm vụ xúc tiến thương mại, hỗ trợ xúc tiến đầu tư, giới thiệu và quảng bá các sản phẩm nông sản là thế mạnh của Việt Nam ra thị trường thế giới nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho hàng hóa nông sản của Việt Nam thâm nhập vào thị trường các nước.

Các cơ quan chức năng cần tập trung phối hợp xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu quốc gia cho hàng nông sản chủ lực, nhất là đồ gỗ và thủy sản, trái cây... Tăng cường xây dựng thương hiệu quốc gia, thương hiệu sản phẩm xuất khẩu và thương hiệu doanh nghiệp. Xây dựng thương hiệu quốc gia Việt Nam tại các thị trường xuất



khẩu. Bên cạnh đó, khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng sản phẩm xuất khẩu đạt thương hiệu quốc gia và xây dựng thương hiệu doanh nghiệp. Hoàn thiện chính sách hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xác lập, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của doanh nghiệp ở thị trường trong nước và tại các thị trường xuất khẩu.

Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các Hội chợ triển lãm và giao thương ở nước ngoài; Tổ chức hội thảo chuyên đề cho các doanh nghiệp xuất khẩu quan tâm mở rộng thị trường liên quan đến các quy định tiếp cận thị trường, hồ sơ giấy tờ thông quan, yêu cầu quy trình sản xuất, phụ gia chế biến, VSATTP, bao bì nhãn mác, quy cách đóng gói, đáp ứng yêu cầu của các nhà phân phối và nhu cầu của người tiêu dùng; Cung cấp cho các doanh nghiệp thông tin về thị trường cũng như tập quán kinh doanh, kinh nghiệm làm ăn với các doanh nghiệp ở các thị trường xuất khẩu.

Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến quảng bá nông sản. Phát huy vai trò của các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài trong kết nối thị trường trong và ngoài nước. Kết nối doanh nghiệp xuất khẩu trong và ngoài nước thông qua các hình thức hợp tác, liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản. Đồng thời, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tham gia các hội chợ quốc tế lớn tại các thị trường trọng điểm để quảng bá, giới thiệu nông sản của Việt Nam với thị trường thế giới...

## 2.2. Giải pháp đối với doanh nghiệp

*(1) Đa dạng hóa, phát triển các mặt hàng nông sản xuất khẩu và nâng cao chất lượng hàng nông sản*

Các doanh nghiệp cần đa dạng hóa, phát triển các mặt hàng nông sản xuất khẩu đáp ứng nhu cầu thị hiếu thay đổi nhanh của thị trường thế giới, nâng cao chất lượng và đảm bảo VSATTP; Liên kết với các hợp tác xã, trang trại sản xuất nông sản quy mô lớn, áp dụng tiêu chuẩn VietGAP và GlobalGAP để hàng nông sản xuất khẩu có chất lượng tốt, nhãn mác, mã

số vùng trồng, chỉ dẫn địa lý, truy xuất nguồn gốc; Nâng cao trách nhiệm về VSATTP khi xuất khẩu hàng nông sản; Tập trung nâng cao chất lượng hàng nông sản trên cơ sở cải thiện năng lực sản xuất, sử dụng nền tảng sản xuất theo hướng hiện đại của Cách mạng công nghiệp 4.0 và tham gia vào chuỗi giá trị khu vực, toàn cầu; Tận dụng tốt các ưu đãi từ các FTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản.

### *(2) Đầu tư chế biến nông sản*

Hiện nay, hàng nông sản của Việt Nam được xuất khẩu thô vẫn chiếm tỷ trọng khá cao, nên giá trị gia tăng và hiệu quả xuất khẩu thấp, phụ thuộc vào thị trường nhập khẩu. Vì vậy, doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư xây dựng nhà máy chế biến với công nghệ hiện đại tạo ra sản phẩm thân thiện môi trường, áp dụng công nghệ sau thu hoạch, để không những nâng cao giá trị gia tăng và hiệu quả xuất khẩu, mà còn mở rộng được thị trường tiêu thụ.

Tăng cường đầu tư cho các nhà máy chế biến, góp phần giải quyết khâu tiêu thụ nông sản thô, đặc biệt là quả tươi một cách nhanh nhất; Đầu tư phát triển các nhà máy bảo quản, đóng gói, chế biến mới tại các vùng trồng rau, quả có diện tích, sản lượng lớn để tạo ra sản phẩm mới, sản phẩm có giá trị gia tăng cao cho xuất khẩu.

### *(3) Chủ động áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế*

Doanh nghiệp Việt Nam cần nâng cao năng lực và nhận thức trong việc nắm bắt các quy định kỹ thuật và yêu cầu về kiểm dịch của thị trường nhập khẩu, chủ động triển khai áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế và đáp ứng yêu cầu bảo vệ sức khỏe để vượt qua các rào cản kỹ thuật của các thị trường nhập khẩu.

Doanh nghiệp cần xây dựng và triển khai áp dụng hệ thống quản lý chất lượng quốc tế ISO 9000, HACCP để làm nền tảng giúp vượt hàng rào TBT, SPS để thâm nhập thị trường. Xây dựng và triển khai áp dụng hệ thống quản lý

chất lượng quốc tế ISO 9000, HACCP sẽ giúp cho doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản.

*(4) Chú trọng xây dựng thương hiệu cho hàng nông sản xuất khẩu*

Doanh nghiệp cần có chính sách xây dựng thương hiệu, đăng ký và bảo vệ thương hiệu hàng nông sản xuất khẩu. Đặc biệt, khi hàng nông sản xuất khẩu đã có chỗ đứng trên thị trường thì nhất thiết doanh nghiệp phải đăng ký và bảo vệ thương hiệu hàng nông sản, tránh bị mất hay tranh chấp thương hiệu.

Xây dựng thương hiệu với xuất xứ tốt là đặc biệt quan trọng. Khi hàng nông sản có thương hiệu sẽ hạn chế xuất khẩu nguyên liệu thô và nâng cao được hiệu quả xuất khẩu.

*(5) Xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn, đa dạng hóa sản phẩm và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu*

Doanh nghiệp cần lựa chọn chiến lược sản phẩm và chiến lược thâm nhập thị trường phù hợp với nhu cầu, tình hình thực tế của thị trường và khả năng của mình. Trong đó, chú trọng chiến lược đa dạng hóa sản phẩm và đa phương hóa thị trường xuất khẩu, để phân tán rủi ro, tránh tập trung xuất khẩu với khối lượng lớn vào một thị trường để tránh các tranh chấp thương mại (như bị các nước nhập khẩu áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại);

Nghiên cứu đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm để nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng cũng như tránh các hàng rào kỹ thuật đã có và sẽ có trong tương lai;

Tăng cường liên kết các doanh nghiệp để tạo dựng tiềm lực và thế mạnh trong cạnh tranh với các nhà xuất khẩu từ các quốc gia khác, đồng thời tránh cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp Việt Nam với nhau;

Hạn chế dần xuất khẩu tiểu ngạch, chuyển mạnh sang phương thức xuất khẩu chính ngạch để phát triển sản xuất nội địa, chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu, nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu, đặc biệt là nhóm hàng nông thủy sản.

*(6) Tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu*

Tích cực tìm hiểu và cập nhật thông tin về thị trường xuất khẩu (nhu cầu, thị hiếu, quy định nhập khẩu, kênh phân phối, Luật An toàn thực phẩm, Luật Vệ sinh thực phẩm, Luật Kiểm dịch động thực vật xuất nhập cảnh, văn hóa, tập quán kinh doanh...); Xây dựng và thực thi chiến lược marketing và xúc tiến xuất khẩu hàng nông sản;

Chủ động tìm kiếm đối tác, chào hàng thông qua tham gia các hội chợ, triển lãm và hội thảo chuyên đề được tổ chức tại Việt Nam và nước ngoài, qua Thương vụ Việt Nam tại các thị trường ngoài nước, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam; Tích cực tham gia các chương trình xúc tiến thương mại của Cục Xúc tiến Thương mại, các hiệp hội ngành hàng; Tranh thủ sự hỗ trợ của nhà nước thông qua việc tham gia các đoàn xúc tiến thương mại quốc gia, tham gia trưng bày giới thiệu hàng hóa và thiết lập đầu mối giao dịch bán hàng tại các trung tâm thương mại Việt Nam ở nước ngoài.

Tóm lại, xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam ngày càng mở rộng về quy mô và gia tăng về kim ngạch. Với tiềm năng và lợi thế trong sản xuất nông nghiệp cùng sự nỗ lực của Chính phủ và các Bộ, ngành chức năng trong đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu nông sản, giai đoạn 2020 - 2030, xuất khẩu nông sản của Việt Nam sẽ phát triển theo chiều hướng bền vững thu được hiệu quả và giá trị gia tăng cao, đóng góp quan trọng vào kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Tiếng Anh (2019), “Nhiều biến động trên thị trường xuất khẩu nông sản”, <http://nhandan.com.vn>; đăng ngày 07/12/2019.
2. Trần Lan Anh (2019), “Xuất khẩu nông sản Việt Nam đứng top 15 thế giới”, <http://ndh.vn/>, đăng ngày 22/12/2018.
3. Vũ Kim Dũng (2019), “Đẩy mạnh xuất khẩu nông sản khắc phục tình trạng được mùa mất giá”, Tạp chí Tài chính, kỳ 1 tháng 7/2019.
4. Phương Lan (2019), “Phát triển xuất khẩu nông - thủy sản sang thị trường Trung Quốc - Tìm giải pháp bền vững”, Báo Công Thương, số 110 (1574), ngày 13/9/2019.
5. Ngọc Quỳnh (2019), “Nông sản Việt Nam: Nỗ lực đạt mục tiêu xuất khẩu”, <http://www.hanoimoi.com/>
6. Thu Quỳnh (2019), “Đẩy mạnh xuất khẩu vải thiều Bắc Giang”, <https://thuongtruong.com.vn/>, đăng ngày 17/12/2019.
7. Tâm Thời (2019), “Giải pháp thúc đẩy sản xuất và tiêu thụ nông sản”, <http://www.nhandan.com.vn/>, đăng ngày 16/03/2019.
8. Website của Bộ Công Thương Việt Nam <http://www.moit.gov.vn/>
9. Website của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn <http://www.mard.gov.vn/>