

/CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Ngô Thị Mỹ*
Trần Nhuận Kiên**

1. Khái quát tình hình xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam giai đoạn 2011 - 2013

➢ Về sản lượng xuất khẩu

Việt Nam được thế giới biết đến với nhiều nông sản khác nhau trong đó cà phê, gạo, cao su và hạt điều đã, đang và sẽ là những nông sản chính được thị trường thế giới biết đến

nhieu nhất. Những năm qua, cùng với sự biến động phức tạp của nền kinh tế thế giới, sự cạnh tranh gay gắt của các đối thủ kết hợp với những hạn chế trong khâu sản xuất, chế biến và tiêu thụ trong nước đã gây ra những tác động đáng kể đến hoạt động xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam. Để thấy rõ điều này chúng ta cùng nghiên cứu qua bảng dưới đây:

Bảng 1: Sản lượng xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam

| Mặt bàng | Sản lượng (1000 tấn) | | | Tốc độ phát triển (%) | | BQ |
|-------------|-------------------------|--------|--------|--------------------------|-----------|--------|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2012/2011 | 2013/2012 | |
| Cà phê | 1260,0 | 1732,2 | 1301,9 | 137,48 | 75,16 | 101,65 |
| Gạo | 7116,3 | 8016,1 | 6592,4 | 112,64 | 82,24 | 96,25 |
| Cao su | 801,7 | 1023,0 | 1078,0 | 127,60 | 105,38 | 115,96 |
| Hạt điều | 168,8 | 221,0 | 257,0 | 130,92 | 116,29 | 123,39 |

Nguồn: Tổng Cục Thống kê.

Bảng 1 cho thấy: so với năm 2011 cả 4 mặt hàng nông sản đều có sự tăng lên khá nhanh về sản lượng vào năm 2012. Trong đó, tốc độ tăng cao nhất về sản lượng là cà phê (tăng 37,48%) tiếp đến là hạt điều (tăng 30,92%), cao su (tăng 27,6%) và cuối cùng là gạo (tăng 12,64%). Tuy nhiên, các chỉ tiêu này đã có sự biến động tương đối lớn trong năm 2013. Nếu

như, gạo và cà phê luôn được coi là 2 nông sản chủ lực, có tốc độ tăng trưởng cao thì trong năm 2013 sản lượng xuất khẩu của 2 nông sản này đã có sự sụt giảm rất lớn. Cụ thể: sản lượng cà phê giảm 24,84% và sản lượng gạo giảm 17,76% so với năm 2012 khiến cho tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011-2013 chỉ đạt 1,65% (cà phê) và giảm 3,75% (gạo). Nguyên nhân của sự giảm sút này một phần là do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính ở nước Mỹ ra thế giới nhưng phần còn lại là do chúng ta đã không thể cạnh tranh được với

* Ngô Thị Mỹ, Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh Thái Nguyên.

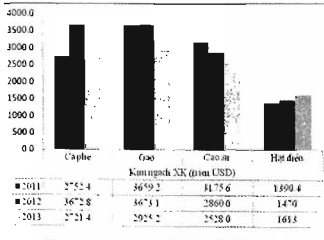
** Trần Nhuận Kiên, Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh Thái Nguyên.

các đối thủ mạnh như Braxin (xuất khẩu cà phê), Thái Lan và Ấn Độ (xuất khẩu gạo). Với 2 mặt hàng còn lại là cao su và hạt điều mặc dù vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng khá trong năm 2013, song, con số này đã giảm hơn nhiều so với năm 2012. Như vậy, trong 4 mặt hàng nông sản trên hạt điều tuy chỉ chỉ là nông sản mới xuất khẩu trong thời gian gần đây nhưng lại là nông sản duy trì được tốc độ tăng trưởng ổn định nhất trong giai đoạn 2011-2013 (tăng bình quân là 23,39%).

➤ **Về kim ngạch xuất khẩu**

Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam thường không cao bằng các đối thủ cạnh tranh bởi giá nông sản xuất khẩu thấp. Nước ta có lợi thế về điều kiện tự nhiên, về lao động nhưng việc đầu tư công nghệ sản xuất phục vụ cho sản xuất nông nghiệp nói chung và các mặt hàng nông sản nói riêng lại chưa cao. Có thể nói đây là nguyên nhân không chỉ gây ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh mà còn ảnh hưởng trực tiếp tới kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông sản của nước ta.

Biểu 1: Kim ngạch xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Từ biểu 1 cho thấy: kim ngạch xuất khẩu của cà phê tăng nhanh vào năm 2012 rồi giảm mạnh trong năm 2013. Nguyên nhân của sự biến động này hoàn toàn là do sự biến động

của sản lượng cà phê xuất khẩu (đã phân tích ở trên). Nếu như sản lượng gạo năm 2012 tăng 12,64% thì kim ngạch xuất khẩu gạo chỉ tăng có 0,38% so với năm 2011. Lý do cũng bởi những khó khăn chung của nền kinh tế thế giới kết hợp với lượng cung gạo của Ấn Độ và Thái Lan cũng tăng nhanh khiến giá gạo xuất khẩu nói chung bị giảm (giá gạo xuất khẩu của Việt Nam vì thế cũng giảm theo). Từ năm 2011 đến nay giá cao su trên thị trường thế giới liên tục giảm khiến cho kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam cũng giảm theo (giảm 10,78% trong giai đoạn 2011-2013). Ngược lại với cao su thì kim ngạch xuất khẩu hạt điều đang có xu hướng tăng dần trong giai đoạn 2011-2013. Cụ thể: năm 2011 kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam là 1390,4 triệu USD thì đến năm 2013 con số này đã tăng 16,01% tức đạt kim ngạch 1613 triệu USD. Như vậy, trong 4 loại nông sản nghiên cứu chỉ có hạt điều là duy trì được sự tăng trưởng ổn định cả về sản lượng và kim ngạch xuất khẩu trong 3 năm.

➤ **Về thị trường xuất khẩu**

Số lượng thị trường xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam trong 5 năm qua đã tăng khá nhanh, cụ thể năm 2010, các mặt hàng nông sản của nước ta mới có mặt tại 117 thị trường trên toàn cầu, thì đến hết năm 2013, con số này đã tăng tới 129 thị trường. Điều này chứng tỏ rằng Chính phủ cũng như cộng đồng doanh nghiệp xuất khẩu nhóm hàng này trên cả nước đã có nỗ lực rất lớn trong việc giữ ổn định thị phần và tìm kiếm thêm bạn hàng mới trên các thị trường truyền thống, thâm nhập và mở rộng thị trường mới ở khắp các châu lục trên phạm vi toàn cầu (kể cả các thị trường có dung lượng nhỏ và có khoảng cách địa lý xa Việt Nam). Dưới đây là bảng khái quát về 5 thị trường tiêu thụ chính của 4 loại nông sản là gạo, cà phê, cao su và hạt điều của Việt Nam trong 3 năm.

Bảng 2. Biến động về thị trường xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam

| Mặt hàng | Năm 2011 | | | Năm 2012 | | | Năm 2013 | | |
|----------|----------------|----------|---------------|----------------|----------|---------------|----------------|----------|---------------|
| | Thị trường | SL (tấn) | KNXK (Tr.USD) | Thị trường | SL (tấn) | KNXK (Tr.USD) | Thị trường | SL (tấn) | KNXK (Tr.USD) |
| Gạo | In-dô-nê-xi-a | 1882971 | 1019,301 | CHND Trung Hoa | 2085686 | 898,430 | CHND Trung Hoa | 2152726 | 901,861 |
| | Phi-li-pin | 975144 | 476,320 | Phi-li-pin | 1112326 | 475,264 | Ma-lai-xi-a | 465977 | 231,433 |
| | Ma-lai-xi-a | 530433 | 292,092 | In-đô-nê-xi-a | 929905 | 458,392 | Cốt-di-voa | 561333 | 228,534 |
| | Cu Ba | 430150 | 230,416 | Ma-lai-xi-a | 764692 | 403,158 | Phi-li-pin | 504558 | 225,436 |
| | Xin-ga-po | 385957 | 197,908 | Cốt-di-voa | 479590 | 203,374 | Gana | 380718 | 182,784 |
| Cà phê | Mỹ | 138601 | 341,093 | Mỹ | 203516 | 459,616 | Đức | 184957 | 364,693 |
| | Đức | 135893 | 296,249 | Đức | 207919 | 427,178 | Mỹ | 142091 | 302,015 |
| | Bi | 94916 | 210,789 | Tây Ban Nha | 106289 | 218,160 | Tây Ban Nha | 97085 | 191,083 |
| | I-ta-li-a | 84002 | 177,548 | I-ta-li-a | 104514 | 216,282 | Nhật Bản | 78121 | 167,607 |
| | Tây Ban Nha | 63220 | 135,757 | Nhật Bản | 76605 | 171,233 | I-ta-li-a | 83543 | 166,236 |
| Cao su | CHND Trung Hoa | 501571 | 1937,57 | CHND Trung Hoa | 492749 | 1326,472 | CHND Trung Hoa | 507415 | 1136,668 |
| | Ma-lai-xi-a | 57872 | 229,428 | Ma-lai-xi-a | 200400 | 564,143 | Ma-lai-xi-a | 223571 | 517,927 |
| | Đài Loan | 34370 | 151,858 | Ấn Độ | 71676 | 211,568 | Ấn Độ | 86393 | 210,744 |
| | Đức | 29325 | 132,459 | Đài Loan | 38939 | 123,493 | Hàn Quốc | 35548 | 81,792 |
| | Hàn Quốc | 33065 | 130,250 | Hàn Quốc | 39997 | 112,433 | Đài Loan | 30314 | 79,414 |
| Hạt điều | Mỹ | 47895 | 397,659 | Mỹ | 60655 | 406,518 | Mỹ | 81437 | 539049 |
| | CHND Trung Hoa | 37235 | 300,389 | CHND Trung Hoa | 46671 | 289,225 | CHND Trung Hoa | 52175 | 300,127 |
| | Hà Lan | 27061 | 221,625 | Hà Lan | 24271 | 177,258 | Hà Lan | 23449 | 160,294 |
| | Ô-xtrây-li-a | 12129 | 101,628 | Ô-xtrây-li-a | 14486 | 103,188 | Ô-xtrây-li-a | 14089 | 97,046 |
| | Liên bang Nga | 6489 | 54,505 | Liên bang Nga | 8321 | 54,409 | Ca-na-da | 8637 | 61,292 |

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Thống kê.

Bảng 2 cho thấy:

Thị trường xuất khẩu gạo lớn của Việt Nam chủ yếu vẫn là các nước nằm trong khu vực châu Á. Năm 2011, In-đô-nê-xi-a là quốc gia nhập khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam chiếm 26,46% trong tổng sản lượng xuất khẩu và 27,86% trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Tiếp đến là các thị trường Phi-li-pin, Ma-lai-xi-a, Cu Ba và Xin-ga-po. Tuy nhiên, do giá gạo xuất khẩu của Việt Nam thấp hơn giá gạo của các đối thủ cạnh tranh như Thái Lan, Ấn Độ nên CHND Trung Hoa đã chuyển sang nhập khẩu gạo của nước ta. Vì thế, trong 2 năm 2012 và 2013 CHND Trung Hoa đã trở thành quốc gia nhập khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam với tỷ trọng trong tổng tỷ trọng xuất khẩu lần lượt qua 2 năm là 26,09% và 32,65%. Các thị trường xuất khẩu lớn còn lại là Phi-li-pin, In-đô-nê-xi-a, Ma-lai-xi-a và Cốt-đi-voa chiếm 41% trong tổng sản lượng gạo xuất khẩu của năm 2012. Đến năm 2013, về cơ bản không có sự thay đổi nhiều trong nhóm 5 thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất ngoại trừ sự xuất hiện của thị trường mới là Gana. Tỷ trọng gạo xuất khẩu tại 5 thị trường này chiếm 61,67% tổng sản lượng gạo đem xuất khẩu.

Với mặt hàng cà phê, thị trường xuất khẩu của Việt Nam tương đối đa dạng. Tuy chỉ nghiên cứu trong 5 thị trường lớn nhưng 5 thị trường này đã đại diện cho 3 châu lục là châu Mỹ (Mỹ), châu Âu (Đức, Bỉ, Italia, Tây Ban Nha) và Châu Á (Nhật Bản). Tỷ trọng xuất khẩu cà phê của 5 thị trường lớn này trong giai đoạn 2011-2013 là tương đối ổn định (dao động trong khoảng 53% - 55%). Trong đó, Mỹ và Đức luôn ở hai vị trí dẫn đầu trong các thị trường nhập khẩu cà phê của nước ta trong giai đoạn 2011-2013. Điều này cho thấy cà phê của Việt Nam mặc dù đang phải cạnh tranh với nhiều đối thủ mạnh nhưng giữ được một vị trí nhất định trên thị trường quốc tế.

Tiếp theo là mặt hàng cao su (cao su tự

nhiên). Những năm qua, CHND Trung Hoa luôn là thị trường nhập khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam. Lượng cao su xuất khẩu sang nước này lần lượt là 62,56%, 48,17% và 47,07% trong 3 năm 2011, 2012 và 2013. Năm 2011, trong 5 thị trường xuất khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam vẫn còn sự có mặt của thị trường Đức. Tuy nhiên, từ năm 2012 trở đi do sức cung cao su trên thị trường thế giới nhiều hơn (ngay cả trong khu vực ASEAN thì Indonesia cũng là đối thủ lớn) nên nước ta không còn là sự lựa chọn của thị trường Đức nữa. Thay vào vị trí của thị trường Đức trong 5 thị trường xuất khẩu cao su đó là thị trường Ấn Độ. Nhìn chung, lượng cao su xuất khẩu sang Ấn Độ cũng tương đối lớn và theo xu hướng tăng dần trong năm 2012 và 2013. Các thị trường còn lại là Đài Loan và Hàn Quốc dù vẫn nằm trong top 5 nước xuất khẩu lớn của Việt Nam nhưng lượng xuất khẩu sang 2 thị trường này lại đang có xu hướng giảm dần trong năm 2012 và 2013.

Trong 4 nông sản nghiên cứu thì hạt điều là mặt hàng không chỉ ổn định về tăng trưởng kim ngạch và sản lượng mà còn ổn định về thị trường xuất khẩu. 5 thị trường nhập khẩu hạt điều lớn của Việt Nam lần lượt là Mỹ, CHND Trung Hoa, Hà Lan, Ô-xtrây-li-a, Liên bang Nga với sản lượng và kim ngạch tăng dần trong giai đoạn 2011-2013 (sản lượng tăng bình quân 17,24%; kim ngạch tăng bình quân 3,74%). Hiện nay, Việt Nam vẫn được biết là quốc gia xuất khẩu hạt điều (nhân) lớn trên thị trường quốc tế. Trong tương lai, hạt điều của Việt Nam sẽ còn vươn xa hơn nữa nếu chúng ta biết cách khai thác các lợi thế sẵn có của mình một cách hợp lý và hiệu quả.

2. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam hiện nay

Ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam có nhiều yếu tố trong đó

mức độ tác động của từng yếu tố đến mỗi loại nông sản khác nhau lại khác nhau. Cụ thể:

• *Yếu tố thị trường*

Yếu tố thị trường được xét ở đây chính là quan hệ cung – cầu trên thị trường đối với các sản phẩm nào đó. Yếu tố này có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động xuất khẩu nông sản nói chung và một số nông sản như gạo, cà phê, cao su và hạt điều nói riêng của Việt Nam. Điều này đã được chứng minh bằng nhu cầu về nông sản của thị trường thế giới những năm qua ngày một tăng lên. Khi xã hội ngày một phát triển con người sẽ hướng đến tiêu dùng các loại sản phẩm có chất lượng ngày một cao. Vì thế, chúng ta cần nắm bắt tốt các thông tin về nhu cầu tiêu dùng của thị trường thế giới nói chung và thị trường các nước hiện đang có quan hệ giao thương với Việt Nam nói riêng để sản xuất ra các sản phẩm có chất lượng phù hợp. Bên cạnh việc nghiên cứu cầu về nông sản thì cung nông sản trên thị trường là một nhân tố quan trọng trong xuất khẩu. Do vậy, khi đem nông sản xuất khẩu cần phải tìm hiểu kỹ về khả năng sản xuất và xuất khẩu từng loại nông sản của mình trên thị trường thế giới. Thực tế cho thấy, nếu lượng cung quá nhiều có thể dẫn đến dư cung - đây là yếu tố gây bất lợi cho các doanh nghiệp trong nước khi tham gia xuất khẩu. Ngoài ra, giá cả cũng là một yếu tố quan trọng, bởi giá cả là thước đo sự cân bằng cung-cầu trên thị trường. Nhìn chung, cầu về nông sản biến động không nhiều nhưng với những nông sản đặc biệt, có chất lượng tốt thì giá lại là yếu tố quyết định khá lớn.

• *Yếu tố tự nhiên*

Nông sản là sản phẩm của cây trồng. Quá trình sinh trưởng, phát triển của cây trồng phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên. Điều kiện tự nhiên có phù hợp thì cây trồng mới phát triển tốt và mang lại năng suất cao là cơ sở để tăng lượng hàng xuất khẩu. Và Việt Nam có

nhiều lợi thế về đất đai, khí hậu thích hợp cho sản xuất và xuất khẩu một số nông sản như gạo, cà phê, cao su và hạt điều. Khí hậu Việt Nam chia thành nhiều vùng khí hậu khác nhau phù hợp với đặc điểm sinh học của nhiều loại cây trồng như: gạo trồng ở đồng bằng Sông Hồng, đồng bằng sông Cửu Long; cà phê trồng ở các tỉnh phía Bắc, phía Nam; cao su trồng ở khu vực Đông nam bộ, Tây Nguyên, Duyên hải miền trung,...; hạt điều được trồng chủ yếu ở các tỉnh miền núi phía nam như Đắk Lắk, Bình Phước,... Những năm qua do xác định đây là những nông sản chủ lực trong chiến lược phát triển kinh tế của đất nước nên nhà nước luôn có sự quan tâm, đầu tư đúng hướng để tăng sản lượng cho các loại cây trồng trên. Như vậy, đây là yếu tố ảnh hưởng tích cực cho hoạt động sản xuất và xuất khẩu nông sản. Tuy nhiên trong quá trình khai thác và sử dụng cần có sự kết hợp hài hòa với các yếu tố khác nhằm nâng cao hiệu quả cho sản xuất mà vẫn đảm bảo tính bền vững.

• *Yếu tố con người*

Do tính chất phân bố rộng của sản xuất nông nghiệp cũng như đòi hỏi bắt buộc phải có con người khi thực hiện công việc nên để tiến hành sản xuất và xuất khẩu nông sản cần khá nhiều lao động sống. Sản xuất nông sản cho phép tận dụng tốt ưu thế về lao động đất nước nói chung và của ngành nói riêng. Tuy nhiên, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngày một sâu và rộng như hiện nay yếu tố con người không những đòi hỏi về số lượng mà còn phải hoàn thiện cả về chất lượng. Chất lượng lao động tốt góp phần tạo ra các nông sản có chất lượng cao, là cơ sở để tăng khả năng cạnh tranh trong xuất khẩu.

• *Yếu tố về cơ sở vật chất kỹ thuật, công nghệ sản xuất*

Các yếu tố về cơ sở vật chất kỹ thuật bao gồm hệ thống vận chuyển, kho tàng, bến bãi.

hệ thống thông tin liên lạc... Các yếu tố này tốt hay không tốt sẽ có ảnh hưởng trực tiếp đến việc bảo quản cũng như chất lượng của các nông sản trước khi đem xuất khẩu. Không chỉ vậy, công nghệ sản xuất các nông sản như thế nào?, có đảm bảo các tiêu chí về vệ sinh an toàn thực phẩm hay không?,...cũng ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu nông sản. Điều này trở nên quan trọng hơn với một số quốc gia lấy các tiêu chí về vệ sinh an toàn thực phẩm làm hàng rào kĩ thuật để bảo hộ cho nông sản của nước mình. Vì thế việc đầu tư các công nghệ sản xuất để tạo ra các nông sản theo tiêu chí "sạch" có ý nghĩa cấp thiết hiện nay không chỉ nâng cao giá trị cho nông sản, tăng kim ngạch xuất khẩu mà còn góp phần tạo nên thương hiệu cho nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

• *Vị trí địa lý (khoảng cách về địa lý)*

Khoảng cách về địa lý giữa hai quốc gia sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới cước phí vận chuyển hàng hóa cũng như rủi ro trong quá trình vận chuyển hàng hóa đặc biệt là với nhóm hàng hóa là nông sản. Điều này có nghĩa: Khoảng cách càng xa thì chi phí vận chuyển càng lớn kết hợp với đặc thù của hàng nông sản là tươi sống nên cũng ảnh hưởng nhiều đến chất lượng sản phẩm. Cũng vì thế mà các quốc gia thường chú trọng nhiều hơn đến giao lưu thương mại với các quốc gia có chung đường biên giới hoặc là các nước trong cùng khu vực. Khi đó các nông sản đem xuất khẩu sẽ vừa tiết kiệm được chi phí lại vừa đảm bảo chất lượng cho nông sản khi xuất khẩu

• *Đối thủ cạnh tranh*

Hiện nay, nông sản của Việt Nam đang phải cạnh tranh với rất nhiều đối thủ mạnh như: Gạo cạnh tranh với Thái Lan, Ấn Độ; Cà phê cạnh tranh với Braxin; Cao su cạnh tranh với các nước trong khu vực như Thái Lan,

Indonesia; Hạt điều cạnh tranh với Ấn Độ, Braxin. Bên cạnh các đối thủ cạnh tranh trực tiếp, các đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn cũng đang là vấn đề đáng lo ngại cho nông sản Việt Nam trên con đường trình phục thị trường thế giới. Do vậy, việc tìm hiểu kĩ về khả năng sản xuất trong nước cũng như khả năng sản xuất của các đối thủ cạnh tranh sẽ giúp chúng ta xây dựng được một chiến lược kinh doanh hợp lý góp phần tăng sản lượng qua đó tăng kim ngạch nông sản xuất khẩu.

• *Các chính sách vĩ mô của nhà nước*

Đây có thể là chính sách về tỷ giá hối đoái, chính sách khuyến khích xuất khẩu, chính sách mở rộng quan hệ kinh tế quốc tế,... Mỗi chính sách cụ thể sẽ có tác động nhất định đến hoạt động xuất khẩu hàng hóa nói chung và nông sản nói riêng. Chẳng hạn: khi tỷ giá hối đoái của đồng nội tệ thấp hơn đồng ngoại tệ thì các doanh nghiệp trong nước sẽ có hướng xuất khẩu nhiều hơn; hay hiện nay, Đảng và Nhà nước đang có chính sách khuyến khích xuất khẩu một số nông sản chủ lực là gạo, cà phê, cao su và hạt điều khiến cho quy mô diện tích trồng những nông sản này nhiều hơn và tập trung hơn, công nghệ sản xuất được quan tâm đầu tư nhiều hơn,... qua đó góp phần tăng sản lượng và tăng kim ngạch cho xuất khẩu; và hàng loạt các chính sách hợp tác kinh tế của nước ta với các khu vực hoặc các quốc gia trên thế giới. Việc mở rộng quan hệ hợp tác sẽ tạo ra nhiều cơ hội hơn cho Việt Nam trong kinh doanh hàng hóa nói chung và các mặt hàng nông sản nói riêng...

3. Định hướng cho hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong thời gian tới

Thứ nhất, xuất khẩu nông sản cần phát triển theo hướng bền vững trong tương lai.

Thứ hai, tập trung nâng cao chất lượng, hướng dẫn nông dân trồng và thu hoạch nông

sản đảm bảo theo đúng quy trình kỹ thuật. Từng bước hiện đại hóa các máy móc thiết bị phục vụ cho hoạt động sơ chế, chế biến nông sản nhằm nâng cao chất lượng, tăng tính cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Thứ ba, xây dựng chiến lược phát triển thị trường, điều chỉnh lại cơ cấu sản phẩm để hướng tới sản phẩm có chất lượng cao.

Thứ tư, cần xây dựng và khẳng định thương hiệu cho nông sản Việt trên thị trường quốc tế. Nâng cao nhận thức cho doanh nghiệp trong việc xây dựng thương hiệu cho nông sản cũng như phải thường xuyên củng cố lòng tin của khách hàng.

Thứ năm, Đảng và Nhà nước cần có các chính sách khuyến khích, hỗ trợ (về giống, về tài chính, về thông tin...) cho những người hiện đang tham gia vào hoạt động sản xuất và xuất khẩu nông sản.

4. Kết luận

Trong những năm qua, xuất khẩu nông sản đã đóng góp tỷ trọng không nhỏ vào tăng trưởng kinh tế của Việt Nam. Nền nông nghiệp nước ta đang trên đà phát triển để hòa nhập vào xu thế chung của nền nông nghiệp thế giới. Và xuất khẩu nông sản (đặc biệt là những nông sản chủ lực như gạo, cà phê, cao su, hạt điều, chè...) cũng đang trở thành mục tiêu quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế của

đất nước. Tuy nhiên, tiến trình này về mức độ và tính hiệu quả còn phụ thuộc vào mức độ ảnh hưởng của các yếu tố khác nhau với các nông sản khác nhau. Trong các yếu tố đó, có những yếu tố tác động theo hướng có lợi nhưng cũng có những yếu tố tác động theo hướng bất lợi cho hoạt động xuất khẩu nông sản của nước ta. Vì vậy, để xuất khẩu nông sản không ngừng phát triển trong tương lai thì nâng cao khả năng sản xuất, tận dụng và phát huy tốt các lợi thế cạnh tranh của nông sản trên thị trường đang là vấn đề cốt lõi cần quan tâm hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

"Niên giám thống kê Hải quan về hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam", Nhà XB Tài Chính năm 2011, 2012.

Nguyễn Đình Luận, "*Xuất khẩu gạo của Việt Nam: Thực trạng và giải pháp*", Tạp chí Kinh tế & Phát triển, số 193 tháng 7/2013.

Ủy ban kinh tế của quốc hội, "Báo cáo Kinh tế vĩ mô 2013", Nhà XB Tri thức 2013.

Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (CIEM), "*Tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đối với nền kinh tế sau ba năm gia nhập WTO*", Hà Nội - 2010.