VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI

ĐỖ THU HẰNG

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

LUẬN ÁN TIẾN SỸ KINH TẾ

HÀ NỘI, NĂM 2016

VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI

ĐỖ THU HẰNG

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

Chuyên ngành : Kinh tế quốc tế
Mã số : 62 31 01 06

LUẬN ÁN TIẾN SỸ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:
1. GS.TS ĐỖ ĐỨC BÌNH
2. PGS.TS TRẦN THỊ LAN HƯƠNG

HÀ NỘI, NĂM 2016

MỤC LỤC

MỤC LỤC
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT
DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH
LỜI MỞ ĐẦU 1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU 7
1.1. Tình hình nghiên cứu trên thế giới 7
1.2. Tình hình nghiên cứu trong nước 12
CHƯƠNG 2: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA MỘT QUỐC GIA 29
2.1. Một số khái niệm cơ bản và sự cần thiết phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản ... 29
2.2. Nội dung phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản 38
2.3. Một số chỉ tiêu đánh giá phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản 42
2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản trong bối cảnh hiện nay 48
2.5. Kinh nghiệm của một số nước trong khu vực về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản và bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam 55
CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH, ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2008-2014 65
3.1. Khái quát tình hình thị trường hàng nông sản trên thế giới giai đoạn 2008-2014 65
3.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong giai đoạn 2008-2014 68
3.3. Phân tích thực trạng thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam từ năm 2008 đến năm 2014 70
3.4. Phân tích thực trạng phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam giai đoạn 2008-2014 92
3.5. Đánh giá chung về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam thời gian qua 108

CHƯƠNG 4: PHƯƠNG HƯỚNG, QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020 112

4.1. Cơ hội và thách thức đối với phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam từ bối cảnh mới trong nước và quốc tế 112

4.2. Quan điểm phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 121

4.3. Định hướng phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam .123

4.4. Các giải pháp chủ yếu phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam 124

4.5. Kiến nghị các điều kiện thực hiện giải pháp 147

KẾT LUẬN 150

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Tiếng Anh	Tiếng Việt
APEC	Asia - Pacific Economic Cooperation	Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
BTA	Bilateral Trade Agreement	Hiệp định Thương mại song phương
B/p		Biện pháp
GAP	Good Agriculture Production	Thực hành nông nghiệp tốt
EU	European Union	Liên minh Châu Âu
FDI	Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FTA	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
ITC	International Trade Center	Trung tâm thương mại quốc té
GVC	Global Value Chain	Chuỗi giá trị toàn cầu
KNXK		Kim ngạch xuất khẩu
KNXKNS		Kim ngạch xuất khẩu nông sản
RTA	Region Trade Agreement	Hiệp định thương mại khu vực
TPP	Trans- Pacific Strategic Economic Partnership Agreement	Hiệp định đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development	Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế
TNCs	Transational Corporations	Công ty xuyên quốc gia
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development	Diễn đàn Thương mại và Phát triển Liên hợp quốc
UNDP	United Nations Development Programme	Chương trình phát triển Liên hợp quốc
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại thế giới

DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH

BẢNG BIỂU:

Bảng 3.1: Kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam giai đoạn 2008-2014 71

Bảng 3.2: Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2008-2014 82

Bảng 3.3: Kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường ASEAN giai đoạn 2008-2014 85

HÌNH:

Hình 2.1: Mô hình nội dung phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của một quốc gia 39

Hình 2.2: Các phương thức thâm nhập thị trường xuất khẩu 47

Hình 3.3: Kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ giai đoạn 2008-2014 80

Hình 3.4: Cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam giai đoạn 2008-2014 86

Hình 3.5: Cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam năm 2014 87

Hình 3.6: Thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam năm 2014 88

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài luận án

Về cơ sở lý luận, tại Việt Nam có một số công trình nghiên cứu về thị trường xuất khẩu hàng hoá nói chung và hàng nông sản nói riêng. Tuy nhiên, chưa có một đề tài nào nghiên cứu về thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong bối cảnh mới hiện nay khi Việt Nam đang hội nhập sâu, rộng vào nền kinh tế thế giới và khu vực thông qua việc ký kết nhiều FTA chiến lược. Chính vì vậy, việc xây dựng và hoàn thiện khung lý thuyết về phát triển thị trường xuất khẩu làm cơ sở giải quyết các vấn đề thực tế là một yêu cầu cấp thiết đặt ra hiện nay.

Về thực tiễn, Việt Nam là một nước nông nghiệp, có nhiều lợi thế và tiềm năng về đất đai, lao động và điều kiện sinh thái cho phép phát triển sản xuất nhiều loại nông sản xuất khẩu có giá trị kinh tế lớn. Hàng nông sản xuất khẩu có vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế, chiếm một tỷ trọng khá lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Xuất khẩu nông sản góp phần tạo nguồn vốn quan trọng để tiến hành công nghiệp hoá và hiện đại hoá đất nước, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực và lợi thế quốc gia, tạo ra công ăn việc làm, giữ ổn định nền kinh tế đất nước, mở rộng các quan hệ kinh tế đối ngoại và tăng cường vị thế kinh tế của Việt Nam trên thị trường thế giới.

Theo số liệu của Bộ Công thương, hiện nay hàng nông sản của Việt Nam đã có mặt tại nhiều nước trên thế giới, thâm nhập được các thị trường nhập khẩu nông sản như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản và Trung Quốc, trong đó thị trường Trung Quốc chiếm khoảng 60% kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Tuy nhiên, thị phần hàng nông sản Việt Nam tại các thị trường này còn nhỏ bé và đang có sự phụ thuộc lớn vào thị trường Trung Quốc. Điều này mang đến rất nhiều rủi ro cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam khi thị trường có biến động.

Bên cạnh các thị trường truyền thống, hàng nông sản Việt Nam đã có mặt tại các thị trường ở khu vực Trung Đông, châu Phi nhưng mới ở mức độ thăm dò hoặc

giới thiệu mặt hàng chứ chưa có thị phần ổn định và chưa nắm vững được kết cấu, sức mua cũng như kênh tiêu thụ của thị trường.

Trong điều kiện Việt Nam ngày càng hội nhập vào nền kinh tế thế giới, nền kinh tế khu vực thông qua việc tham gia các FTA, hoạt động phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam đang đứng trước nhiều thời cơ và thách thức mới. Một mặt, mở ra rất nhiều cơ hội cho hoạt động xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam, đặc biệt là tại các thị trường mới thông qua cắt giảm thuế nhập khẩu. Mặt khác, các hàng rào phi thuế quan có xu hướng tăng tại các thị trường này lại gây cản trở cho hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

Vì vậy, vấn đề cấp thiết đặt ra hiện nay là phải nhanh chóng phát triển thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Bên cạnh việc chủ động khai thác các thị trường mới để tránh rủi ro khi phụ thuộc quá nhiều vào một thị trường hiện nay, xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam cần thay đổi cách tiếp cận, duy trì và phát triển những thị trường truyền thống thông qua việc nâng cao chất lượng và giá trị các mặt hàng nông sản mà Việt Nam có lợi thế xuất khẩu. Góp phần giải quyết vấn đề này về phương diện lý luận và thực tiễn, tác giả quyết định chọn đề tài **"*Phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong bối cảnh hiện nay*"** làm đề tài luận án tiến sỹ của mình.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục đích nghiên cứu luận án

Trên cơ sở hệ thống hoá một số vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam, luận án trình bày và phân tích thực trạng phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản thời gian qua, chỉ ra được những thành công và hạn chế của hoạt động này cùng với các nguyên nhân chủ yếu dẫn đến hạn chế. Từ đó, luận án sẽ đưa ra ra những mục tiêu, định hướng và giải pháp nhằm tiếp tục phát triển thị trường hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 góp phần triển khai đáp ứng mục tiêu *Chiến lược phát*

triển xuất nhập khẩu hàng hoá thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 của Bộ Công thương

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

Để đạt được mục tiêu của luận án nêu trên, luận án tập trung giải quyết những nhiệm vụ cụ thể sau:

- Hệ thống hóa và làm rõ một số vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của một quốc gia. Nghiên cứu kinh nghiệm về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của một số nước trong khu vực và rút ra bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

- Phân tích thực trạng phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam giai đoạn 2008 - 2014. Đưa ra đánh giá về những thành công, những hạn chế của hoạt động phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam thời gian qua và nguyên nhân dẫn của hạn chế làm cơ sở cho các đề xuất giải pháp khắc phục.

- Đưa ra các quan điểm, định hướng và đề xuất một số giải pháp và kiến nghị tiếp tục phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn 2030.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Luận án tập trung nghiên cứu về hoạt động phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam thời gian qua.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Khách thể nghiên cứu: Một là, luận án tập trung nghiên cứu các mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam (gạo, cà phê, cao su và hạt điều), hai là các thị trường xuất khẩu hàng nông sản chính của Việt Nam (Trung Quốc, Hoa Kỳ và EU).

Về nội dung: Chủ yếu nghiên cứu thị trường và phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản từ mục tiêu vĩ mô của nhà nước, dưới giác độ thương mại xuất khẩu, không đi sâu nghiên cứu các nội dung sản xuất và chế biến nông sản.

- *Thời gian nghiên cứu*: Từ năm 2008 đến 2014 (thời kỳ sau khủng hoảng kinh tế thế giới). Đề xuất các giải pháp chính và kiến nghị nhằm phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam định hướng đến năm 2020, tầm nhìn 2030.

4. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu luận án

Đề tài được thực hiện trên cơ sở tiếp thu kết quả của các công trình nghiên cứu trước đây, có cập nhật thông tin để đánh giá và đề xuất sát thực hơn; đồng thời trên cơ sở các phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, luận án còn sử dụng phương pháp hệ thống, phương pháp phân tích, tổng hợp và phương pháp thống kê có so sánh đối chiếu kinh nghiệm của một số nước và thực tiễn của Việt Nam, đảm bảo tính toàn diện, đồng bộ, thống nhất, khả thi và minh bạch của hệ thống giải pháp đề xuất. Cụ thể là:

- *Phương pháp thống kê kinh tế*: Được tác giả sử dụng sau khi thực hiện các khảo sát thực tế, điều tra thu thập thông tin, lấy số liệu ở các địa phương, doanh nghiệp làm cơ sở cho việc đánh giá thực trạng tình hình phát triển thị trường xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp của Việt Nam.

- *Phương pháp so sánh*: Dựa trên các số liệu báo cáo thống kê, luận án sử dụng phương pháp này nhằm so sánh, đánh giá thị trường xuất khẩu các mặt hàng nông sản của Việt Nam với các nước có điều kiện kinh tế - xã hội tương đồng với Việt Nam để rút ra những nhận xét, kinh nghiệm, mô hình tốt, củng cố cho việc đề xuất các giải pháp của luận án.

- *Phương pháp kế thừa, bổ sung*: Tác giả sử dụng nguồn thông tin và số liệu thứ cấp sẵn có về những vấn đề liên quan để tham khảo, bổ sung cho việc phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam. Đề tài sử dụng phương pháp này để cập nhật tình hình thực hiện cam kết của Việt Nam với WTO và lộ trình ký kết, thực hiện TPP để đề xuất giải pháp nhằm phát triển thị trường hàng nông sản của Việt Nam một cách sát thực, sáng tạo và khoa học.

- *Phương pháp phỏng vấn chuyên gia (chuyên sâu)*: Được tác giả sử dụng để phỏng vấn, trao đổi, thảo luận với các doanh nghiệp trong và ngoài nước, lãnh đạo