

# GIẢI PHÁP GIẢM THIỂU TÁC ĐỘNG CỦA THUẾ QUAN ĐỐI VỚI CÁC MẶT HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

Phan Thế Công<sup>1</sup>; Nguyễn Đoàn Trang<sup>2</sup>

Nhằm mục đích kích thích hoạt động sản xuất kinh doanh nội địa, kích thích kinh tế trong nước, đồng thời tránh thâm hụt thương mại quốc tế. Mục tiêu của bảo hộ thương mại là bảo vệ thị trường nội địa trước sự thâm nhập ngày càng mạnh mẽ của các luồng hàng từ bên ngoài, giúp cho các doanh nghiệp trong nước có thể tồn tại và đứng vững trong cạnh tranh. Nhà nước sử dụng những biện pháp thuế quan bao gồm các biểu thuế về xuất nhập khẩu, và phi thuế là các công cụ hành chính bao gồm các quy định về hạn ngạch xuất khẩu, quy định về giấy phép, biện pháp xuất khẩu tự nguyện; các đòn bẩy kinh tế bao gồm các quy định hỗ trợ đầu tư cấp tín dụng ưu đãi, trợ giá, ký quỹ nhập khẩu, quản lý ngoại hối và tỷ giá hối đoái; các biện pháp kỹ thuật như các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, chất lượng, bao bì mẫu mã. Bài viết tập trung đưa ra các giải pháp nhằm giảm thiểu tác động của thuế quan đến xuất khẩu nông sản Việt Nam trong thời gian tới.

**Từ khóa:** FTA; Thuế quan; Xuất khẩu nông sản; Bảo hộ thương mại được các quốc gia sử dụng.

## 1. Đặt vấn đề

Chủ nghĩa bảo hộ thương mại là thuật ngữ kinh tế học, chỉ việc áp dụng các biện pháp để bảo vệ ngành sản xuất hàng hóa (hay dịch vụ) của quốc gia chống lại sự cạnh tranh từ các nền kinh tế khác trên thế giới. Mục tiêu của bảo hộ thương mại là bảo vệ thị trường nội địa trước sự thâm nhập ngày càng mạnh mẽ của các luồng hàng từ bên ngoài, giúp cho các doanh nghiệp trong nước có thể tồn tại và đứng vững trong cạnh tranh.

Hầu hết các quốc gia đều áp dụng các chính sách bảo hộ và coi đó là một bộ phận không thể thiếu trong chính sách phát triển kinh tế đất nước. Chính sách bảo hộ đơn phương gây ra những mất mát về kinh tế - xã hội, ảnh hưởng trực tiếp đến người tiêu dùng và các ngành nghề

khác trong nền kinh tế. Nếu chính phủ thực hiện một chế độ bảo hộ không hợp lý, bảo hộ tràn lan, tùy tiện, bảo hộ quá mức trong thời gian quá dài thì không những không đạt được mục đích mà còn gây ra các tác động tiêu cực. Các ngành sản xuất được bảo hộ sẽ không dần lớn mạnh lên mà trái lại, có thể rơi vào trạng thái trì trệ, giảm sức cạnh tranh, sản xuất không hiệu quả, làm sai lệch lợi thế so sánh của đối tác tham gia trên thị trường. Bảo hộ hợp lý không phải chỉ là tạo ra những rào cản ngăn chặn sự xâm nhập của hàng hoá nước ngoài vào nước mình, hoặc trợ cấp dưới mọi hình thức cho sản xuất nội địa, mà quan trọng hơn là những biện pháp bảo hộ đó phải đạt được mục tiêu phân bổ nguồn lực hợp lý, nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm nội địa trên thị trường trong nước lẫn quốc tế. Một là, chủ nghĩa bảo hộ thương mại (mậu dịch) ở một số quốc gia như Mỹ, Trung Quốc, EU có tác động lớn đến hệ thống thương

1. Phó giáo sư, Tiến sĩ, Trưởng bộ môn Kinh tế học – Trường đại học Thương mại
2. Tiến sĩ, giảng viên - Trường đại học Thương mại

mại toàn cầu, đặc biệt đến các quốc gia đang phát triển: Toàn cầu hóa, tự do hóa thương mại tuy là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thế giới nhưng do sự bất bình đẳng về lợi ích kinh tế giữa các quốc gia; giữa các khu vực, tầng lớp, thành phần xã hội trong mỗi quốc gia đã dẫn đến xu hướng chống toàn cầu hóa và tự do hóa thương mại. Hai là, xuất khẩu Việt Nam phụ thuộc lớn vào một số thị trường trọng điểm như Mỹ, Trung Quốc, EU,... Xuất khẩu được đánh giá là một trong những động lực chính cho tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong giai đoạn vừa qua. Ba là, xuất khẩu hàng nông sản (nông lâm thủy sản) tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển nông nghiệp hàng hóa, đóng góp lớn cho kim ngạch xuất khẩu.

Trong bối cảnh bảo hộ thương mại hiện nay, tính bền vững của xuất khẩu nông sản được nhấn mạnh bởi: *Thứ nhất*, xu hướng gia tăng bảo hộ của các nước đối với lĩnh vực nông nghiệp đang ngày càng gia tăng, kể cả các nước lớn như Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, EU, Hàn Quốc. Điều này khiến nguồn cung toàn cầu tiếp tục tăng, ngày càng nhiều nước tham gia cung ứng nông sản. *Thứ hai*, xung đột thương mại Mỹ - Trung tiếp tục leo thang cùng với những biện pháp hạn chế thương mại, hạn chế xuất khẩu sẽ tăng thêm những rủi ro cho xuất khẩu nông sản Việt nam, khi xuất khẩu nông sản Việt nam còn phụ thuộc vào một số thị trường trọng yếu. *Thứ ba*, xu hướng tăng cường áp dụng các tiêu chuẩn môi trường trong thương mại quốc tế để giải quyết các vấn đề toàn cầu và bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng. Các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm, quy trình chế biến, quy định bảo vệ môi trường ngày càng được các nước áp dụng rộng rãi như những rào cản kỹ thuật trong thương mại quốc tế. Phân tích trên cho thấy, *nguyên cứu tác*

*động của thuế quan đến xuất khẩu nông sản Việt Nam* là một nghiên cứu có tính thời sự.

## 2. Tận dụng các ưu đãi thuế quan trong các FTA mới ký kết để giảm thiểu tác động của thuế quan

Trong bối cảnh xu hướng bảo hộ thương mại gia tăng, việc tham gia các hiệp định thế hệ mới với các đối tác kinh tế lớn như CPTPP, EVFTA và RCEP mang lại cho Việt Nam nhiều lợi thế để cạnh tranh trên thị trường các nước đối tác. Trong các đối tác xuất khẩu nông sản lớn nhất của Việt Nam hiện nay là Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc, EU và ASEAN, Việt Nam đã có FTA với phần lớn các đối tác này, trừ Mỹ. Theo Bộ Công Thương, thuế suất trung bình trong các cam kết FTA của Việt Nam chỉ từ 0,5%, thấp hơn rất nhiều mức thuế suất trung bình là 5-25% giữa các nước thành viên của WTO. Tuy nhiên, để được hưởng mức ưu đãi thuế quan của FTA, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam cần đáp ứng được quy tắc xuất xứ nhằm xác định sự hợp lệ của hàng nhập khẩu để được hưởng mức thuế ưu đãi.

Bảng dưới đây thể hiện tỉ lệ tận dụng giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa được C/O ưu đãi theo các hiệp định thương mại của Việt Nam qua các năm. Theo đó, mặc dù tỷ lệ này đã tăng lên qua các năm nhưng vẫn thấp, cho thấy các doanh nghiệp chưa tận dụng được các ưu đãi thuế quan trong các FTA. Tỉ lệ tận ưu đãi năm 2019 chỉ ở mức 37,2%, cho thấy phần lớn hàng hóa Việt Nam xuất sang các nước chưa được hưởng mức thuế ưu đãi cho các hiệp định FTA. Tỷ lệ kim ngạch hàng hóa xuất khẩu sử dụng ưu đãi thuế quan theo các FTA trong tổng kim ngạch xuất khẩu có xu hướng giảm xuống 33% năm 2020. Thậm chí đối với các FTA thế hệ mới như CPTPP và EVFTA, tỷ lệ này còn thấp hơn. Chỉ có một số

**Bảng 1. Tỷ lệ tận dụng C/O ưu đãi theo các hiệp định thương mại của Việt Nam**

Hiệp định	Tỷ lệ tận dụng ưu đãi i FTA (%)		
	2017	2018	2019
ASEAN (Mẫu D)	30	34	35,2
ACFTA (Mẫu E)	26	29	31,6
AKFTA (Mẫu AK) VKFTA (Mẫu VK)	51	35	AK: 24,22 VK: 25,65
AANZFTA (Mẫu AANZ)	33	34	38,16
AJCEP (Mẫu AJ) VJEPA (Mẫu VJ)	35	30	AJ: 30,27 VJ: 7,86
VCFTA (Mẫu VC)	69	67	67,72
AIFTA (Mẫu AI)	48	72	65,13
VN-EAEU FTA (Mẫu EAV)	22	28	31
Lào (Mẫu S)	10	10	9,59
Campuchia (Mẫu X)	0	0,02	0,01
CPTPP			1,67
Tổng cộng	34	39	37,2

*Nguồn: CIEM (2020)*

FTA của Việt Nam đạt mức độ tận dụng cao như FTA với Chile (VCFTA) đạt tỷ lệ gần 68%, và FTA với Ấn Độ (AIFTA) ở mức 65%.

Một số nguyên nhân chính khiến doanh nghiệp chưa tận dụng được các ưu đãi thuế gồm: (1) Nhiều doanh nghiệp chưa hiểu rõ về quy tắc xuất xứ, hoặc chưa tìm được đầu mối tư vấn; (2) Khó đáp ứng quy tắc xuất xứ do nguồn nguyên phụ liệu phụ thuộc quá lớn vào một vài nguồn cung nằm ngoài FTA; và (3) Quy trình thủ tục ở hai đầu xuất - nhập chưa thuận tiện, không đủ bù đắp cho chi phí doanh nghiệp bỏ ra để được hưởng ưu đãi... Do vậy, để các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng tốt hơn các ưu đãi thuế, đặc biệt là trong các hiệp định FTA thế hệ mới, giải pháp cần tập trung thực hiện gồm:

*Thứ nhất*, cần sớm triển khai cơ chế tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa. Tự chứng nhận xuất xứ là cơ chế chứng nhận xuất xứ hiện đại, đã trở thành tiêu chuẩn ở nhiều nước. Cơ chế này cho phép loại bỏ thủ tục xin chứng nhận

xuất xứ tại cơ quan có thẩm quyền, qua đó tiết kiệm được rất nhiều thời gian, nguồn lực cho doanh nghiệp và xã hội. Đây được xem là công cụ quan trọng để tăng hiệu quả tận dụng ưu đãi thuế quan trong các FTA, từ đó thúc đẩy mạnh mẽ kim ngạch xuất nhập khẩu. Trong một số FTA gần đây, Việt Nam đã cam kết về cơ chế tự chứng nhận xuất xứ nhưng có bảo lưu về thời gian thực hiện đối với trường hợp chứng nhận của nhà sản xuất xuất khẩu Việt Nam. Việc bảo lưu chưa thực hiện cơ chế tự chứng nhận xuất xứ theo FTA được cho là cần thiết để các cơ quan Nhà nước và doanh nghiệp Việt Nam liên quan có đủ thời gian để nâng cao năng lực, làm quen với cơ chế tự chịu trách nhiệm... Tuy nhiên, từ 2020, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu đi EU theo GSP đã triển khai tự chứng nhận xuất xứ theo yêu cầu của EU (hệ thống REX), cho thấy doanh nghiệp hưởng lợi đáng kể từ cơ chế tự chứng nhận xuất xứ này. Do vậy, Bộ Công Thương cần nghiên cứu đề trình Chính phủ quyết định triển khai cơ chế tự chứng nhận xuất xứ trong CPTPP

sớm hơn thời hạn 2024/2029 mà Việt Nam bảo lưu theo cam kết và triển khai cơ chế tự chứng nhận trong EVFTA, UKVFTA đồng thời với cơ chế tự chứng nhận xuất xứ theo CPTPP.

*Thứ hai*, Bộ Công Thương và các cơ quan liên quan cần tăng cường tập huấn trực tiếp cho các cán bộ địa phương cũng như các doanh nghiệp tại các địa phương về quy tắc xuất xứ hàng hóa theo yêu cầu của doanh nghiệp cũng như từng ngành hàng. Đặc biệt là đối với các Hiệp định mới như EVFTA có quy tắc xuất xứ tương đối phức tạp.

*Thứ ba*, đối với các doanh nghiệp, ngoài việc nâng cao nhận thức về quy tắc xuất xứ hàng hóa, cần đảm bảo chuẩn hóa chất lượng sản phẩm để sử dụng các ưu đãi này. Đặc biệt là đối với Hiệp định EVFTA, EU là thị trường rất khắt khe, có tiêu chuẩn cao về chất lượng cũng như vệ sinh an toàn thực phẩm. Vì vậy, doanh nghiệp cần chủ động khai thác thông tin, tiêu chuẩn, quy chuẩn của thị trường này. Việc chủ động có thể bắt đầu ngay bằng việc khai thác, xây dựng vùng nguyên liệu nông nghiệp đáp ứng yêu cầu truy xuất nguồn gốc, chế biến thành phẩm đảm bảo tiêu chuẩn cao của EU.

### **3. Giải pháp giảm thiểu tác động của thuế quan đối với các mặt hàng nông sản xuất khẩu**

#### **3.1. Giảm thiểu tác động của thuế quan từ việc đảm bảo yêu cầu về chất lượng nông sản xuất khẩu để được hưởng ưu đãi thuế trong các FTA đã ký kết**

Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc đã ảnh hưởng tới xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc nói chung, hàng nông sản nói riêng. Do khó khăn trong xuất khẩu sang thị trường Mỹ nên Trung Quốc đã đẩy mạnh tiêu thụ nội địa. Điều này khiến cho hàng Việt Nam không những phải cạnh tranh với hàng của các nước ASEAN khác mà còn phải cạnh tranh với hàng nội địa của Trung Quốc.

Do vậy, thị trường Trung Quốc đã có sự thay đổi, không còn dễ tính như trước đây. Trung Quốc đưa ra ngày càng nhiều các tiêu chí về chất lượng, quy chuẩn, tiêu chuẩn rất chặt chẽ và khắt khe về an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc đối với hàng nhập khẩu, gây khó khăn cho hàng Việt Nam. Xu hướng bảo hộ của Trung Quốc đã và đang ảnh hưởng đến xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, đặc biệt là nhóm hàng nông sản. Trung Quốc yêu cầu khắt khe hơn về chất lượng sản phẩm, theo đó, tăng cường quản lý khu vực biên giới, thắt chặt kiểm dịch và quản lý chất lượng hàng nhập khẩu, truyền thông nâng cao nhận thức cho doanh nghiệp và người tiêu dùng về VSATTP. Trung Quốc siết chặt hơn những quy định về xuất xứ hàng hóa. Từ ngày 01/4/2018, Trung Quốc áp dụng quy định về truy xuất nguồn gốc đối với các lô hàng hoa quả của Việt Nam xuất khẩu vào Trung Quốc. Bên cạnh đó, xuất khẩu qua đường tiểu ngạch cũng đang bị nước này siết chặt, thậm chí nhiều mặt hàng còn bị “*cắm cửa*”. Mới đây nhất, Tổng cục Hải quan Trung Quốc lại tiếp tục ra Thông báo số 70/2019 về quy định quản lý, giám sát việc ghi nhãn bao bì thực phẩm đóng gói sẵn xuất nhập khẩu của Trung Quốc, thời gian bắt đầu áp dụng từ ngày 01/10/2019. Việc Trung Quốc thực thi nghiêm các quy định về truy xuất nguồn gốc, yêu cầu sản phẩm phải có mã số vùng trồng, mã số cơ sở đóng gói nên xuất khẩu nhóm hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường này sụt giảm.

Mức thuế quan giảm về 0% đối với gần 8.000 dòng sản phẩm theo Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA) được kỳ vọng tạo “*cú huých*” cho nông sản Việt Nam tăng trưởng xuất khẩu sang Trung Quốc. Dù vậy, sản phẩm chỉ được hưởng ưu đãi khi đáp ứng tốt các yêu cầu khắt khe về chất lượng, xuất xứ hàng hóa. Hiện xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Trung Quốc gặp nhiều khó

khẩn do Trung Quốc tăng cường hoàn thiện hệ thống quản lý, giám sát về chất lượng hàng hóa nhập khẩu thông qua việc ban hành quy định, yêu cầu, tiêu chuẩn về kiểm dịch động thực vật, truy xuất nguồn gốc, quy cách đóng gói, nhãn mác, bao bì.. và siết chặt nhập khẩu tiểu ngạch. Từ tháng 8/2019, Hải quan Trung Quốc áp dụng máy soi kiểm tra các xe chở nông sản của Việt Nam nên tốc độ thông quan chậm, khiến hàng trăm xe container chờ thanh long (loại quả được xuất khẩu chính ngạch vào Trung Quốc) ùn tắc tại cửa khẩu khi mặt hàng này bước vào thu hoạch chính vụ. Trung Quốc áp dụng các quy định mới trong nhập khẩu chính ngạch và siết chặt tiểu ngạch khiến nhiều mặt hàng nông sản Việt Nam gặp khó khi xuất sang thị trường này.

Do vậy, để đáp ứng các yêu cầu của Trung Quốc nhằm được hưởng ưu đãi thuế, Việt Nam cần cải tiến và chuẩn hóa quy trình sản xuất hàng nông sản xuất khẩu, ngoài việc đáp ứng được xuất xứ hàng hóa.

### ***3.2. Giảm thiểu tác động của thuế quan từ việc giảm thiểu rủi ro bị tăng thuế tại các thị trường***

- Đối với thị trường Mỹ

Chiến tranh thương mại Mỹ-Trung Quốc leo thang do chủ nghĩa bảo hộ thương mại và cạnh tranh chiến lược giữa hai nước có thể giúp mang lại lợi ích cho Việt Nam nhờ lấp lỗ hổng thương mại ở Mỹ sau khi hàng hóa Trung Quốc bị áp thuế tại thị trường này. Các số liệu thống kê đã cho thấy xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ tăng mạnh sau chiến tranh thương mại Mỹ-Trung Quốc. Trong vòng 12 tháng tính đến tháng 1/2021, nhập khẩu vào Mỹ từ Việt Nam tương đương khoảng 29% tổng xuất khẩu của Việt Nam, cao hơn nhiều so với mức trung bình 20% trước năm 2019. Một số mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ có lợi thế và đã đạt kim ngạch tỷ USD có thể kể đến là gỗ nội thất, dệt may, giày dép, máy vi tính, linh kiện điện tử...

Xuất khẩu nông sản sang thị trường Mỹ cũng tăng mạnh. Năm 2020, mặc dù nhiều khó khăn do ảnh của đại dịch Covid -19 toàn cầu gây đứt gãy chuỗi cung ứng vận chuyển nông sản, giá trị xuất khẩu nông lâm thủy sản từ Việt Nam sang Mỹ vẫn tăng trưởng tới 23,2% so với năm 2019. Kết quả này đã đưa thị trường Mỹ chiếm tới 26,7% thị phần trong tổng giá trị xuất khẩu nông lâm thủy sản của Việt Nam năm 2020. Trong khi đó, xuất khẩu nông lâm thủy sản sang Trung Quốc giảm 5,3%, khiến thị trường này chỉ còn chiếm 25,1% giá trị xuất khẩu của ngành nông nghiệp Việt. Các thị trường đứng thứ ba là Nhật Bản cũng mới chỉ chiếm 8,3% trong xuất khẩu nông sản của Việt Nam.<sup>3</sup>

Tuy nhiên, trong bối cảnh Mỹ tăng cường bảo hộ thương mại, việc thặng dư thương mại của Việt Nam với Mỹ tăng nhanh cũng khiến cho Việt Nam rất dễ rơi vào tầm ngắm của các cơ quan thương mại Mỹ. Tháng 12/2020, Mỹ đã đưa Việt Nam vào danh sách thao túng tiền tệ. Theo quy định của Mỹ, những quốc gia bị đưa vào danh sách thao túng tiền tệ khi có thặng dư thương mại song phương với Mỹ hơn 20 tỷ USD, can thiệp bằng ngoại tệ vượt quá 2% tổng sản phẩm quốc nội và thặng dư tài khoản vãng lai toàn cầu vượt quá 2% GDP. Trong khi đó, trong 10 tháng đầu năm 2020, thặng dư thương mại của Việt Nam với Mỹ đạt kỷ lục 50,7 tỷ USD, vượt qua mức thặng dư 47 tỷ USD của cả năm 2019. Thông qua nhiều nỗ lực đàm phán, ngày 16/4/2021, Bộ Tài chính Mỹ thông báo không có đủ bằng chứng để kết luận Việt Nam thao túng tiền tệ như đã nêu trong báo cáo “Chính sách kinh tế vĩ mô và ngoại hối của các đối tác thương mại lớn của Mỹ” hồi tháng 12/2020. Tuy nhiên, điều này cũng cho thấy rủi ro Việt Nam bị Mỹ đưa trở lại danh sách thao túng tiền tệ vẫn rất lớn. Những quốc

<sup>3</sup> <https://vneconomy.vn/thi-truong-my-chiem-1-3-gia-tri-xuat-khau-nganh-nong-nghiep.htm>.

gia trong danh sách này cũng có rủi ro bị Mỹ áp dụng các biện pháp bảo hộ thương mại như tăng thuế để hạn chế bất cân đối cán cân thương mại trong nước.

Do vậy, trong thời gian tới, Việt Nam cần có những biện pháp ứng phó thích hợp để khỏi bị Mỹ đưa vào danh sách các quốc gia thao túng tiền tệ nhằm tránh những biện pháp phòng vệ thương mại mà Mỹ có thể áp dụng đối với Việt Nam. Trước hết, cần tránh những biện pháp can thiệp về tỷ giá có thể bị Mỹ coi là thao túng tiền tệ. Những thay đổi về chính sách tỷ giá có thể gây ra một cú giảm tốc trong nền kinh tế của Việt Nam, do Việt Nam phụ thuộc lớn vào xuất khẩu, trong khi xuất khẩu rất nhạy cảm với những biến động về tỷ giá. Nhưng nếu bị coi là nước “thao túng tiền tệ”, hàng hóa của Việt Nam có thể bị đánh thuế khi bán vào thị trường Mỹ và điều này sẽ ảnh hưởng tiêu cực tới kinh tế Việt Nam nói chung và xuất khẩu nông sản của Việt Nam nói riêng.

Bên cạnh đó, Việt Nam có thể điều chỉnh cán cân thương mại với Mỹ bằng cách nhập khẩu nhiều hơn hàng hóa có giá trị cao từ Mỹ, như máy bay và các thiết bị hàng không. Ngoài ra Việt Nam cũng có thể tăng cường nhập khẩu những sản phẩm nông sản, thực phẩm sạch, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng, đậu tương, phương tiện vận tải, rau quả và thực phẩm chế biến, sữa và sản phẩm từ sữa. Việt Nam cũng là nhà nhập khẩu bông lớn nhất của Mỹ (1,47 tỷ USD năm 2018) cho ngành may mặc, do vậy có thể đẩy mạnh nhập khẩu mặt hàng này để thay thế cho các thị trường cung cấp bông nguyên liệu khác (Ấn Độ, Brazil, Australia, Trung Quốc, Đài Loan).

- Đối với thị trường EU

Trong bối cảnh nhiều quốc gia trên thế giới vẫn đang khó khăn vì dịch đại Covid-19, nhiều doanh nghiệp tại các thị trường khác sẽ có động

ơ hồi thúc chính phủ của họ khởi xướng các vụ điều tra PVTM nhiều hơn. Do vậy, các doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu các mặt hàng dễ vào “sổ đen” bị kiện áp thuế. Đối với nhiều doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu sang châu Âu của Việt Nam, một vấn đề lớn là yếu kém trong việc nắm thông tin về sản phẩm hoặc các cảnh báo về phòng vệ thương mại tại các thị trường. Trong khi đó, EU là thị trường xuất siêu lớn thứ hai của Việt Nam sau Mỹ. Do vậy, với thị trường EU, ngay cả sau EVFTA, xuất khẩu các mặt hàng có thế mạnh của Việt Nam sang thị trường này như thủy sản, sắt thép, sản phẩm công nghiệp đơn giản phải hết sức cẩn trọng với các nguy cơ phòng vệ thương mại.

Để giảm thiểu rủi ro bị khởi kiện áp thuế, các doanh nghiệp cần phải minh bạch về sổ sách trong quá trình hoạt động, sẵn sàng tích cực phối hợp với các cơ quan điều tra liên quan. Doanh nghiệp cần phải chuẩn bị mọi thông tin về nguồn gốc nguyên vật liệu, các số liệu liên quan nhà xưởng, đầu ra đầu vào phải minh bạch, khoa học và chi tiết nhất có thể. Bên cạnh đó, cả doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước phải thực hiện phòng chống quyết liệt việc lẩn tránh xuất xứ Việt Nam từ hàng hóa nước ngoài đã được nhắc đến trong thời gian gần đây. Doanh nghiệp cần tuân thủ chặt chẽ các quy định về chứng nhận xuất xứ và không tiếp tay cho các hành vi gian lận xuất xứ, lẩn tránh biện pháp phòng vệ. Các cơ quan quản lý ngành nông nghiệp cũng cần phải hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin hàng hóa Việt Nam thuộc ngành mình quản lý đang xuất sang các nước thế nào.

### **3.3. Hạn chế tác động của thuế quan đối với tăng trưởng kinh tế và xuất khẩu**

Việc các nước tăng cường bảo hộ thương mại nhìn chung có ảnh hưởng tiêu cực tới tăng trưởng kinh tế và xuất khẩu của Việt Nam, không chỉ thông qua các biện pháp áp thuế trực tiếp với xuất khẩu của Việt Nam, mà còn ảnh

hường gián tiếp thông qua áp thuế với các nước khác như trường hợp chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc, khiến nhu cầu nông sản nội địa của các nước bị áp thuế giảm.

Do vậy, để hạn chế tác động tiêu cực của thuế quan đối với tăng trưởng kinh tế và xuất khẩu nông sản của Việt Nam, cần đẩy mạnh xuất khẩu nông sản sang các thị trường thông qua các biện pháp khác như giảm chi phí thương mại, logistics. Theo Ngân hàng Thế giới (6/2021)<sup>4</sup>, thuế quan chỉ chiếm 1/14 chi phí thương mại trung bình, và phần lớn chi phí thương mại phát sinh trong vận chuyển và logistics cũng như các thủ tục và quy trình thương mại rườm rà tại biên giới và sau biên giới. Mặc dù đã giảm kể từ năm 1995, chi phí thương mại đối với các nền kinh tế đang nổi và đang phát triển (EMDE) vẫn cao hơn gần 50% so với các nền kinh tế phát triển; trong đó các nguyên nhân chính là chi phí vận chuyển và logistics cao hơn và do những yếu tố liên quan đến chính sách thương mại. Đối với Việt Nam, chi phí vận chuyển và logistics chiếm tỉ lệ tương đối cao trong giá trị hàng nông sản xuất khẩu, ngoài thuế nhập khẩu của nước đối tác, do hàng hóa nông sản thường cồng kềnh, giá trị gia tăng thấp. Trong khi đó, chi phí lưu thông đối với hàng nông sản tương đối cao do cả nguyên nhân bên trong và bên ngoài: Ở trong nước, hệ thống logistics đối với hàng nông sản chưa phát triển, khiến cho việc lưu kho và vận chuyển gặp khó khăn. Ở bên ngoài, chi phí thương mại có xu hướng tăng trong những năm qua, đặc biệt là chi phí vận tải biển tăng mạnh từ sau đại dịch Covid-19.

Chi phí dành cho logistic của nông sản Việt Nam hiện chiếm trên 20% chi phí sản phẩm<sup>5</sup>. Do vậy, để giảm chi phí vận chuyển hàng nông

4 World Bank (2021), "Global Economic Prospects", tháng 6/2021.  
5 <https://vnexpress.net/phi-van-chuyen-ngon-gan-tram-trieu-mot-container-nong-san-4175887.html>

sản, từ đó giảm bớt tác động của thuế quan đối với thương mại, cần có các giải pháp đầu tư hạ tầng logistics, đa dạng hóa phương thức vận chuyển đối với hàng nông sản xuất khẩu. Bên cạnh đó, cần đơn giản hóa các thủ tục thông quan hàng hóa, đặc biệt là tận dụng các cam kết về thủ tục hải quan và tạo thuận lợi thương mại trong hiệp định RCEP mới ký kết để thống nhất các quy trình, thủ tục thông quan hàng hóa với các nước đối tác.

Một giải pháp khác là nâng cao giá trị gia tăng của hàng nông sản xuất khẩu thông qua việc đầu tư đổi mới công nghệ, sản xuất các sản phẩm nông sản cao cấp có giá trị gia tăng cao hơn, đáp ứng tốt hơn thị hiếu của khách hàng ở các nước xuất khẩu. Điều này cũng sẽ giúp giảm bớt tác động của việc tăng thuế quan đối với nông sản xuất khẩu nhờ tăng giá trị gia tăng của hàng xuất khẩu.

### **3.4. Hạn chế các ảnh hưởng tiêu cực của thuế quan từ các hộ nuôi trồng**

Để hạn chế các ảnh hưởng tiêu cực của thuế quan đến hoạt động sản xuất hàng nông sản xuất khẩu, các hộ nuôi trồng nông sản cần chú trọng vào một số biện pháp như sau:

Thứ nhất, chủ động nắm vững các thông tin về các quy định về thuế quan nhập khẩu, các hàng rào phi thuế và các quy định khác có liên quan của các đối tác thị trường thương mại mà hộ nuôi trồng dự kiến xuất khẩu và mức thuế quan nhập khẩu mà Việt Nam hiện đang áp dụng đối với các sản phẩm đầu vào có liên quan trong hoạt động sản xuất, chế biến của mình. Do mức thuế suất nhập khẩu ở các thị trường đối với các sản phẩm nông sản và thủy sản của Việt Nam có sự khác biệt, do đó, người sản xuất cần chú ý nghiên cứu kỹ lưỡng các rào cản bảo hộ đối với từng sản phẩm, từng thị trường cụ thể, để có sự lựa chọn sản xuất và định hướng xuất khẩu sản phẩm của mình sang thị trường thích hợp.

Thứ hai, chuyển hướng sản xuất, tập trung vào sản xuất để đáp ứng các yêu cầu về chất lượng sản phẩm xuất khẩu đối với những thị trường mà Việt Nam đã đạt được những thỏa thuận ưu đãi về thuế quan thông qua các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như EVFTA hay CPTPP, ... Để làm được điều này hộ nuôi trồng nông sản cần chú trọng cắt giảm giá thành, nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh cho nông sản xuất khẩu trên thị trường mục tiêu. Để làm được điều này, hộ nuôi trồng cần tập trung vào các biện pháp cụ thể như sau:

Một là, xác định quy mô sản xuất theo từng ngành sản phẩm gắn với nhu cầu của thị trường mục tiêu, cụ thể: sản xuất lúa hay cây ăn trái cần quy mô lớn, tập trung để đưa cơ giới hóa vào sản xuất cũng như đảm bảo chất lượng đồng đều; đối với nhóm rau củ có thể không cần quy mô lớn (có thể học hỏi mô hình của một thương nhân Hàn Quốc trồng lá tía tô với diện tích 800m<sup>2</sup>, canh tác theo mô hình tầng cùng 14 nhân lực, thu hoạch được 15 tấn/lúa, xuất khẩu sang Nhật Bản thu được 35 triệu USD).

Hai là, nghiên cứu giống mới và áp dụng công nghệ mới, xây dựng các quy chuẩn kỹ thuật nuôi trồng từng loại nông sản gắn với các tiêu chuẩn nhập khẩu tại các thị trường mà hộ sản xuất muốn hướng tới, ... vừa góp phần tạo ra những sản phẩm có chất lượng tốt, mẫu mã đẹp, vừa giảm được chi phí sản xuất, làm tăng khả năng cạnh tranh cho nông sản Việt trước các đối thủ trên thị trường mục tiêu quốc tế. Đối với lĩnh vực trồng trọt, cần ứng dụng rộng rãi các giống cây trồng mới có năng suất cao, chất lượng tốt và khả năng chống chịu sâu bệnh, chống chọi được điều kiện thời tiết khắc nghiệt; từng bước sử dụng cây trồng biến đổi gen như ngô, bông, đậu tương...; mở rộng nhanh cơ giới hóa các khâu sản xuất. Trong lĩnh vực chăn nuôi, cần ứng dụng công nghệ di truyền

để chọn lọc giống, tạo giống chất lượng tốt và bảo tồn nguồn gen, sản xuất giống mới có năng suất chất lượng cao. Ngoài ra, cần đẩy mạnh sản xuất nông sản an toàn, nâng cao hiệu quả sản xuất, bảo vệ sức khỏe, quyền lợi người tiêu dùng, đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế.

Thứ ba, các hộ nuôi trồng, người sản xuất nông sản xuất khẩu cần cải tiến quá trình sản xuất và giảm giá thành sản xuất của mình theo hướng phân bổ lại và thay thế các yếu tố đầu vào, lựa chọn các yếu tố đầu vào từ các khu vực, thị trường được hưởng thuế quan nhập khẩu ưu đãi kết hợp với việc tăng khả năng tiếp cận đầu vào nước ngoài rẻ hơn. Thực trạng quá trình sản xuất nông sản xuất khẩu tại Việt Nam cho thấy, các nhà chế biến xuất khẩu sử dụng nhiều đầu vào nhập khẩu hơn và ít đầu vào trong nước hơn có thể làm gia tăng giá thành sản xuất hàng nông sản xuất khẩu. Do đó, việc chuyển hướng sử dụng các yếu tố đầu vào phục vụ sản xuất, ưu tiên sử dụng các đầu vào trong nước có thể hạn chế ảnh hưởng của các loại thuế nhập khẩu của Việt Nam, đồng thời, hạn chế sự phụ thuộc vào một số đầu vào từ thị trường thế giới. Với những đầu vào mà trong nước không sản xuất được, người sản xuất cần nghiên cứu, lựa chọn nhập khẩu các đầu vào từ những thị trường có tham gia ký kết các hiệp định thương mại tự do với Việt Nam với những cam kết về cắt giảm thuế nhập khẩu đối với nguyên liệu, đầu vào; để cắt giảm chi phí sản xuất, nâng cao khả năng cạnh tranh cho hàng xuất khẩu. (CHAO, YU, & YU, 2006)

Thứ tư, thúc đẩy và tăng cường liên kết với doanh nghiệp, Hiệp hội và Nhà nước để tạo ra những sức mạnh cần thiết trong việc xây dựng, thực thi các chính sách cần thiết để hỗ trợ người nông dân tiếp cận dễ dàng hơn với thị trường xuất khẩu mục tiêu, bao gồm cả chính sách đối với sản xuất, chính sách thị trường và xúc tiến thương mại. Đồng thời, thông qua các mối liên



kết để thể hiện mong muốn, tiếng nói của người sản xuất nhằm hoàn thiện các mức thuế nhập khẩu ưu đãi, đặc biệt là thuế nhập khẩu các sản phẩm đầu vào phục vụ trực tiếp cho hoạt động sản xuất, chế biến và kinh doanh nông sản xuất khẩu. Thuế đầu vào giảm khiến tỷ trọng thương mại nội địa trên tổng xuất khẩu tăng lên, đồng thời, giúp giá thành sản xuất hàng nông sản xuất khẩu giảm, có ảnh hưởng tốt đến thương mại quốc tế hàng nông sản. (Loren Brandt & M. Morrow, 2017).

### ***3.5. Hạn chế ảnh hưởng tiêu cực từ thuế quan đến xuất khẩu nông sản từ các doanh nghiệp xuất khẩu***

Để hạn chế ảnh hưởng tiêu cực từ thuế quan đến xuất khẩu nông sản, DN cần thường xuyên cập nhật, nắm vững các thông tin về thuế quan đối với thị trường xuất khẩu mục tiêu của mình, để kịp thời có biện pháp chuyển hướng thị trường hoặc chuyển hướng sản phẩm cho phù hợp. Để làm được điều này, cần có giải pháp cụ thể như sau:

*Thứ nhất*, thành lập phòng hoặc nhóm chuyên trách nghiên cứu chuyên sâu về các quy định thuế quan nhập khẩu của các thị trường đối tác xuất khẩu của DN để có những định hướng, chính sách thị trường hợp lý với từng sản phẩm, từng thị trường xuất khẩu của doanh nghiệp. Đồng thời, bộ phận chuyên trách về công tác xuất khẩu sẽ có nhiệm vụ tìm tòi nhằm đa dạng hóa sản phẩm, hình thức xuất khẩu, đa dạng hóa điều kiện giao hàng nhằm tăng hiệu quả xuất khẩu với từng thị trường xuất khẩu khác nhau. Mỗi thị trường sẽ mang một đặc điểm riêng với mức thuế nhập khẩu, các tiêu chuẩn về kỹ thuật và vệ sinh an toàn thực phẩm khác nhau, cũng như thói quen tiêu dùng riêng. Vì thế việc phân tích cơ cấu thị trường xuất khẩu cho từng nông sản để tìm ra thị trường chiến lược phù hợp có ý nghĩa vô cùng quan trọng.

*Thứ hai*, doanh nghiệp thường xuyên có sự chủ động kết nối với các cơ quan quản lý nhà nước, các cơ quan xúc tiến thương mại, hiệp hội ngành hàng, và các đối tác quốc tế để tìm hiểu và cập nhật các thông tin mới về thị trường, thuế xuất nhập khẩu, cũng như các thông tin về các rào cản phi thuế khác. Doanh nghiệp cũng cần tăng cường tiếp cận và nắm vững các thông tin, pháp luật và chính sách thương mại của các thị trường là đối tác nhập khẩu các sản phẩm nông sản của doanh nghiệp. Trong khi tình hình thế giới có nhiều biến động cả về kinh tế và chính trị và sự hình thành và phát triển của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, các nước nhập khẩu luôn có sự thay đổi về pháp luật và chính sách thương mại để đối phó với sự biến động của tình hình thị trường. Nếu các doanh nghiệp Việt Nam không có hoặc không biết thông tin về những thay đổi đó thì những chính sách này sẽ trở thành rào cản thương mại, còn nếu biết trước và biết cụ thể thì có thể dễ dàng đối phó để vượt qua. Vì vậy, để có thể chủ động đối phó với sự thay đổi chính sách của các nước, Doanh nghiệp cần phải tiếp cận các thông tin một cách đầy đủ và kịp thời để kế hoạch chuẩn bị.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần có những biện pháp để nâng cao giá trị gia tăng, sức cạnh tranh của sản phẩm nông sản xuất khẩu của mình trên thị trường quốc tế; tạo ra những khác biệt đối với sản phẩm xuất khẩu của mình để thu hút sự quan tâm và yêu thích của thị trường quốc tế.

### ***3.6. Giảm thiểu tác động của thuế quan từ việc xây dựng luật thuế xuất nhập khẩu và chính sách thuế quan phù hợp với quá trình hội nhập quốc tế***

Xét một cách tổng quát, thuế xuất khẩu, nhập khẩu là một công cụ hữu ích, quan trọng, đóng góp vào hoạt động thu NSNN cũng như gắn liền với quá trình phát triển hoạt động thương mại

của Nhà nước trong quan hệ kinh tế đối ngoại. Do vậy, cùng với sự phát triển của các hoạt động kinh tế quốc tế của Việt Nam, việc hoàn thiện cập nhật chính sách thuế xuất khẩu, nhập khẩu là một xu hướng tất yếu để phù hợp với tình hình thay đổi trong và ngoài nước. Đáp ứng mọi yêu cầu, đòi hỏi từ các tổ chức thương mại quốc tế mà không làm mất đi tính bảo hộ đối với các doanh nghiệp quốc doanh. Qua nghiên cứu chính sách thuế xuất khẩu, nhập khẩu của các nước nêu trên, một số gợi ý chính sách có thể rút ra như sau:

*Một là*, cần có sự nhìn nhận tổng thể về tác động của chính sách thuế quan đối với nền kinh tế. Để thiết lập và hoạch định chính sách một cách hiệu quả, cần cân nhắc, lựa chọn đúng mục tiêu “bảo hộ hay thương mại” từ đó xây dựng chính sách thuế xuất khẩu, nhập khẩu phù hợp với tình hình kinh tế trong nước, đồng thời, xây dựng các mức bảo hộ khác nhau cho các ngành sản xuất trong nước, nhằm bảo vệ, hỗ trợ tối đa cho các ngành nâng cao khả năng cạnh tranh và xuất khẩu để khắc phục tình trạng bảo hộ tràn lan làm giảm tính hiệu quả của toàn ngành kinh tế.

*Hai là*, trong quá trình sửa đổi luật thuế xuất khẩu, nhập khẩu hiện hành, Chính phủ nên có ưu đãi về thuế suất đối với một số mặt hàng mà doanh nghiệp Việt Nam không đủ sức cạnh tranh với doanh nghiệp nước ngoài. Mặc dù việc cắt giảm thuế xuất khẩu sẽ tạm thời giảm nguồn thu ngân sách, nhưng bù lại, Chính phủ sẽ thu được thuế từ các khoản khác do doanh nghiệp phát triển sản xuất hiệu quả, năng suất hơn và mở rộng thị trường. Nếu đánh thuế, thì chỉ nên áp dụng đối với các hàng hóa thật sự cần thiết như các mặt hàng là nguyên liệu sản xuất trong nước, tài nguyên khoáng sản không khuyến khích xuất khẩu hay những sản phẩm nằm trong thị trường.

*Ba là*, mọi nội dung, thông báo và hướng dẫn thi hành chính sách thuế cần được thực hiện tốt từ công tác tổ chức, kiểm tra và thi hành. Việc sửa đổi, bổ sung hoàn thiện chính sách một cách thường xuyên kịp thời là điều tất yếu, tuy nhiên cần có thời gian cho các doanh nghiệp cập nhật, nắm bắt và thích ứng kịp thời. Chính sách thuế xuất khẩu, nhập khẩu với các văn bản pháp luật hướng dẫn thực hiện đã quy định rõ ràng, đầy đủ về các đối tượng chịu thuế, không chịu thuế, miễn thuế, giảm thuế, hoàn thuế, quản lý thu nộp thuế... cơ bản đáp ứng yêu cầu thực hiện chính sách thuế và quản lý thuế công khai, minh bạch và tuân thủ các cam kết quốc tế, phù hợp với định hướng của Đảng và Nhà nước đề ra. Với mục tiêu thu hút đầu tư trong nước và ngoài nước song song với việc thúc đẩy và khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trong nước, trong thời gian gần đây, chính sách thuế đã được sửa đổi, bổ sung đi đôi với đó là việc tích cực tiến hành cải cách thủ tục hành chính thuế và hải quan. Theo tính toán có được, việc cải cách hành chính lần này sẽ mang lại kết quả tích cực trong việc cắt giảm thủ tục hành chính trong việc thu, nộp, xem xét đánh giá hồ sơ, tiết kiệm đáng kể số thời gian để thông quan cho hàng hóa xuất nhập khẩu./.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo Công Thương (2020), “Đẩy mạnh biện pháp phòng vệ thương mại: Bảo hộ nông sản trong nước”, <https://congthuong.vn/day-manh-bien-phap-phong-ve-thuong-mai-bao-ho-nong-san-trong-nuoc-150006.html>.
2. Bảo Linh. (2018). Thuế quan đã gây tác động thế nào lên thị trường hàng hóa thế giới? Truy cập ngày 10/3/2020, link website: <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thue-quan-da-gay-tac-dong-the-nao-len-thi-truong-hang-hoa-the-gioi-58644.htm>
3. Emlinger, C., Jacquet, F., & Lozza, E. C. (2008). Tariffs and other trade costs: assessing obstacles to Mediterranean countries' access to EU-15 fruit and vegetable markets. *European Review of Agricultural Economics*, 35(4), 409-438. doi:<https://doi.org/10.1093/erae/jbn031>
4. LorenBrandt, & M.Morrow, P. (2017). Tariffs and the organization of trade in China. *Journal of International Economics*, 104, 85-103. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2016.10.010>
5. MOIT (2020), “Xuất khẩu nông sản bền vững sang thị trường Trung Quốc”, <https://moit.gov.vn/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/xuat-khau-nong-san-ben-vung-sang-thi-truong-trung-quoc-17470-22.html>.
6. Niemi, J. S. *et al.* (2002). “The Effects of China’s Tariff Reductions on EU Agricultural Exports,” *Unknown*. Unknown. doi: 10.22004/AG.ECON.24839.
7. Ngô Thị Mỹ (2016), *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam*, Luận án tiến sĩ nông nghiệp, Thái Nguyên.
8. Nguyễn Mại (2018), Chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch - vấn đề của Việt Nam, truy cập tại <http://vietnamfinance.vn/chu-nghia-bao-ho-mau-dich-van-de-cua-viet-nam-20180504224208703.htm> ngày 30/09/2018.
9. Nguyễn Tiến Dũng. (2011). ‘Tác động của Khu vực Thương mại Tự do ASEAN - Hàn Quốc đến thương mại Việt Nam’, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh*, 27, 219-231.
10. Nguyễn Trung Kiên (2016), *Nghiên cứu thực trạng và đề xuất chính sách, giải pháp thương mại nông sản Việt Nam với Trung Quốc*, đề tài nghiên cứu cấp bộ, Hà Nội.
11. Phạm Thị Xuân Thọ (2010), ‘Nông sản xuất khẩu Việt Nam trong thời kỳ hội nhập: thực trạng và giải pháp phát triển’, *Tạp chí Khoa học ĐHSP TP HCM*, số 23 năm 2010, tr. 66-72.
12. Võ Thị Phương Nhung, Đỗ Thị Thúy Hằng, Võ Thị Hải Hiền (2017), ‘Xuất khẩu rau quả Việt Nam – Thực trạng và giải pháp’, *Tạp chí khoa học và công nghệ lâm nghiệp*, tr. 160-168.

## SOLUTIONS TO MINIMIZE THE IMPACT OF TARIFFS ON VIETNAM'S AGRICULTURAL EXPORTS

Phan The Cong; Nguyen Doan Trang

*Trade protection is widely used for the purpose of stimulating domestic production and business activities and economy. At the same time, it is for avoiding the international trade deficit. The objective of trade protection is to protect the domestic market against the increasingly strong penetration of foreign goods flows, helping domestic enterprises to survive and sustain in competition. Tariff measures includes import and export tariffs, and non-tariffs as administrative tools including export quotas, permits, automatic export measures, economic levers including investment support regulations, preferential credit, subsidies, import margin, exchange rate management, technical measures such as technical barriers to trade, quality, packaging designs. The article focuses on providing solutions to minimize the impact of tariffs on Vietnam's agricultural exports in the coming time.*

**Keywords:** *Agricultural products; Export; FTA; Tariffs.*

# THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI-LÂN GIAI ĐOẠN 2011-2021

Lê Thị Mai Anh<sup>1</sup>

Giai đoạn 2011-2021, thương mại song phương giữa Việt Nam và Úc, Việt Nam và Niu Di-lân đã đạt được các kết quả đáng khích lệ, đặc biệt hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang các thị trường này liên tục có sự tăng trưởng. Việt Nam xuất khẩu sang Úc đã tăng gần 2 lần (từ mức 2,5 tỷ USD năm 2011 lên mức 4,6 tỷ USD năm 2021), Việt Nam xuất khẩu sang Niu Di-lân đã tăng hơn 4 lần (từ mức 151 triệu USD năm 2011 lên mức 702 triệu USD năm 2021). Tuy nhiên hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di-lân trong giai đoạn 2011-2021 vẫn còn nhiều hạn chế cần khắc phục. Do đó, bài viết tổng quan hoạt động xuất khẩu và đưa ra những đánh giá quan trọng làm cơ sở đề xuất một số giải pháp xuất khẩu sang hai thị trường nhiều tiềm năng này trong thời gian tới.

**Từ khóa:** Niu Di-lân; Úc; Quan hệ thương mại; Xuất khẩu.

## 1. Thực trạng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Úc và Niu Di-lân giai đoạn 2011-2021

### 1.1. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc

Về quy mô kim ngạch xuất khẩu, xuất khẩu của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2011 - 2021 đã tăng gần 2 lần (từ mức 2,5 tỷ USD năm 2011 lên mức 4,5 tỷ USD năm 2021). Tuy nhiên, tăng trưởng xuất khẩu chưa ổn định trong giai đoạn 2011-2021 (Bảng 1).

Về cơ cấu hàng hóa xuất khẩu, nhóm hàng chế biến, chế tạo là nhóm hàng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc. Nhóm hàng này chiếm tỷ trọng khoảng 30% đến 40% trong giai đoạn 2011-2014, chỉ sau nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản. Giai đoạn từ 2015-2021, nhóm hàng chế biến chế tạo đã vươn lên thành nhóm hàng

xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang Úc, luôn chiếm tỷ trọng từ 60% đến hơn 70%

**Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2011-2021**

Đơn vị: Triệu USD

Năm	Kim ngạch xuất khẩu	Tốc độ tăng trưởng
2011	2.519,1	-
2012	3.208,7	27.4%
2013	3.509,4	9.4%
2014	3.988,2	13.6%
2015	2.905,6	-27.1%
2016	2.864,9	-1.4%
2017	3.298,4	15.1%
2018	3.965,9	20.2%
2019	3.527,2	-11.1%
2020	3.620,6	2.6%
2021	4.454,6	23.0%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

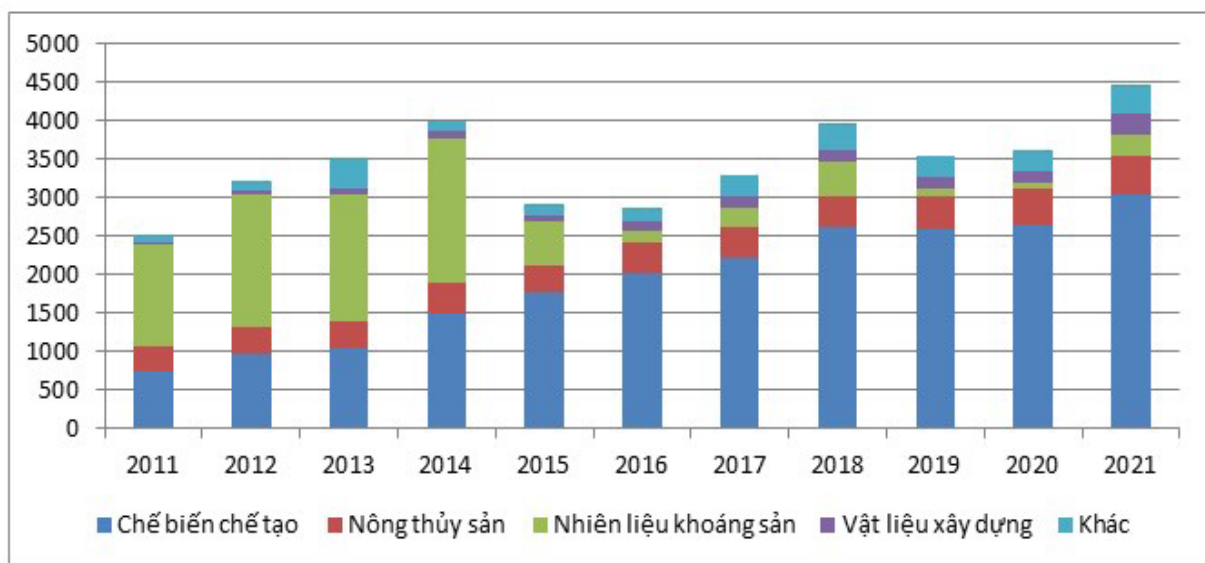
<sup>1</sup> Thạc sĩ, Vụ Thị trường châu Á – châu Phi, Bộ Công Thương

trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường này. Các mặt hàng như điện thoại và linh kiện, giày dép các loại, hàng dệt may, máy móc thiết bị phụ tùng, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, phương tiện vận tải phụ tùng, chất dẻo và sản phẩm từ chất dẻo, gỗ và sản phẩm từ

gỗ, sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ, đồ chơi, dụng cụ thể thao, túi xách, va ly, mũ và ô dù, hóa chất và sản phẩm hóa chất, giấy và sản phẩm từ giấy,... là các sản phẩm chính, quan trọng của nhóm chế biến, chế tạo đóng góp vào tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Úc.

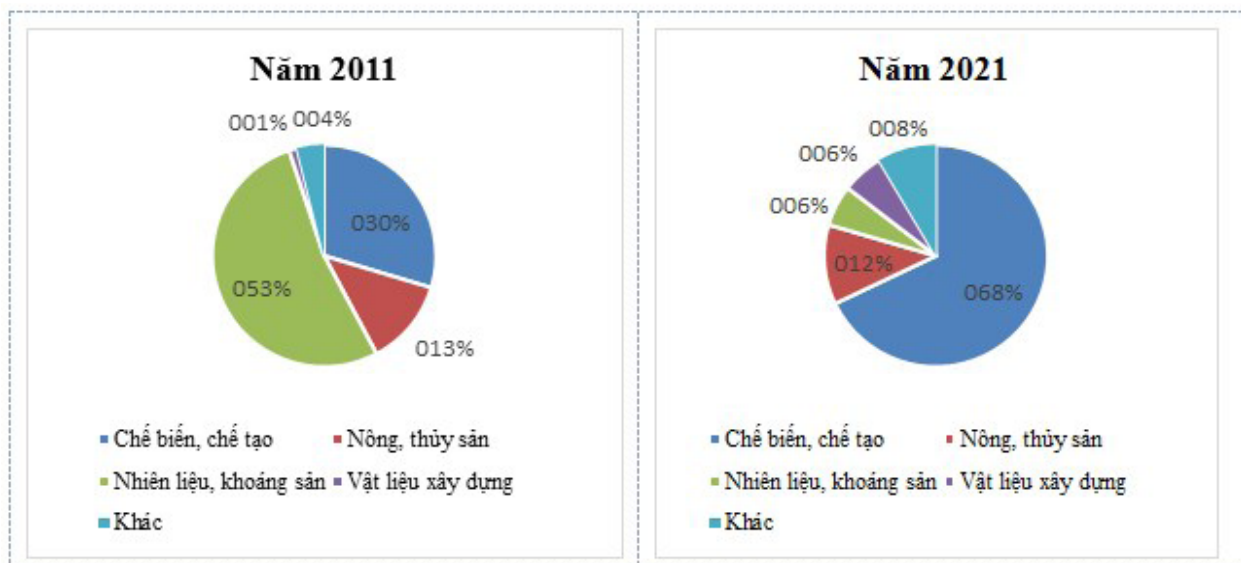
**Biểu đồ 1: Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2011-2021**

(Triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

**Biểu đồ 2: Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Úc năm 2011 và 2021**



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Úc ngày càng được đa dạng hóa, số lượng và chủng loại hàng hóa ngày càng đa dạng. Kim ngạch xuất khẩu giảm dần sự phụ thuộc vào dầu thô, tỉ trọng kim ngạch của các mặt hàng chế biến, chế tạo ngày càng tăng. Các mặt hàng có giá trị gia tăng cao đã dần thay thế cho việc xuất khẩu nguyên liệu thô, sơ chế. Đến năm 2015, dầu thô chỉ chiếm gần 20% trong tỷ trọng tổng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc. Thay vào đó, các mặt hàng thuộc nhóm chế biến chế tạo, các mặt hàng chế biến sâu, có giá trị gia tăng cao đã có tỷ trọng lớn hơn trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc.

Năm 2021, trong 10 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao nhất vào thị trường Úc, đứng đầu là các sản phẩm điện tử, máy móc thiết bị (điện thoại, máy vi tính, máy móc, thiết bị phụ tùng), tiếp đó là hàng dệt may, giày dép, thủy sản, gỗ và sản phẩm từ gỗ. Trong các sản phẩm này có 9/10 sản phẩm là hàng hóa xuất khẩu chủ lực của Việt Nam ra thế giới năm 2021. Điều này phù hợp với định hướng xuất khẩu của Việt Nam theo xu hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, giảm tỷ trọng các mặt hàng thô sơ và tăng tỷ trọng các mặt hàng công nghiệp, chế biến và chế tạo.

**Bảng 2: Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc**

Đơn vị: %

Năm 2011		Năm 2015		Năm 2021	
Mặt hàng	Tỷ trọng	Mặt hàng	Tỷ trọng	Mặt hàng	Tỷ trọng
Dầu thô	58,9	Điện thoại và linh kiện	20,2	Điện thoại và linh kiện	15,3
Điện thoại và linh kiện	8,3	Dầu thô	19,7	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	10,9
Thủy sản	7,5	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	7,5	Hàng dệt may	7,9
Gỗ và sản phẩm từ gỗ	4,8	Giày dép các loại	6,0	Máy móc, thiết bị, DCPT khác	7,8
Hạt điều	4,7	Hàng thủy sản	5,9	Giày dép các loại	7,0
Máy móc, thiết bị, DCPT khác	3,3	Gỗ và sản phẩm từ gỗ	5,4	Hàng thủy sản	6,0
Giày dép	3,1	Hàng dệt may	4,9	Dầu thô	5,9
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	2,6	Máy móc thiết bị phụ tùng khác	4,8	Gỗ và sản phẩm từ gỗ	3,8
Hàng dệt may	2,4	Hạt điều	4,0	Sản phẩm từ sắt thép	3,1
PTVT và phụ tùng	1,8	Kim loại thường và sản phẩm	2,2	Phương tiện vận tải phụ tùng	2,9

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

## 1.2. Thực trạng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Niu Di-lân

Quy mô thương mại song phương Việt Nam - Niu Di-lân đến năm 2021 đã tăng gấp hơn gần 3 lần so với năm 2010, đạt 1,34 tỷ USD. Năm 2020, Việt Nam là nhà xuất khẩu đứng thứ 15 vào thị trường Niu Di-lân, tăng 4 bậc so với năm 2015 và là nhà nhập khẩu đứng thứ 18 của Niu Di-lân. Kim ngạch thương mại song phương năm 2020 đã tăng gấp hơn 2 lần so với năm 2010. Năm 2020, tuy chịu ảnh hưởng của dịch Covid-19 nhưng kim ngạch thương mại song phương Việt Nam - Niu Di-lân vẫn tăng trưởng 5,7% vào năm 2020. Năm 2021, xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di-lân tăng trưởng mạnh mẽ trở lại, đạt 701,9 triệu USD, tăng 40,9%, cao nhất từ trước tới nay.

Mặc dù tốc độ tăng trưởng cao nhưng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di-lân vẫn chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam (khoảng 0,3% năm 2021) và trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Niu Di Lân (khoảng 1,4% năm 2021).

**Bảng 3: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di-lân giai đoạn 2011 - 2021**

Đơn vị: Triệu USD

Năm	Kim ngạch XK (Triệu USD)	Tăng/giảm (%)
2011	151,4	23,5%
2012	184,2	21,7%
2013	274,5	49,0%
2014	316,1	15,2%
2015	326,0	3,1%
2016	358,0	9,8%
2017	458,6	28,1%
2018	504,2	9,9%
2019	542,4	7,6%
2020	498,3	-8,1%
2021	701,9	40,9%

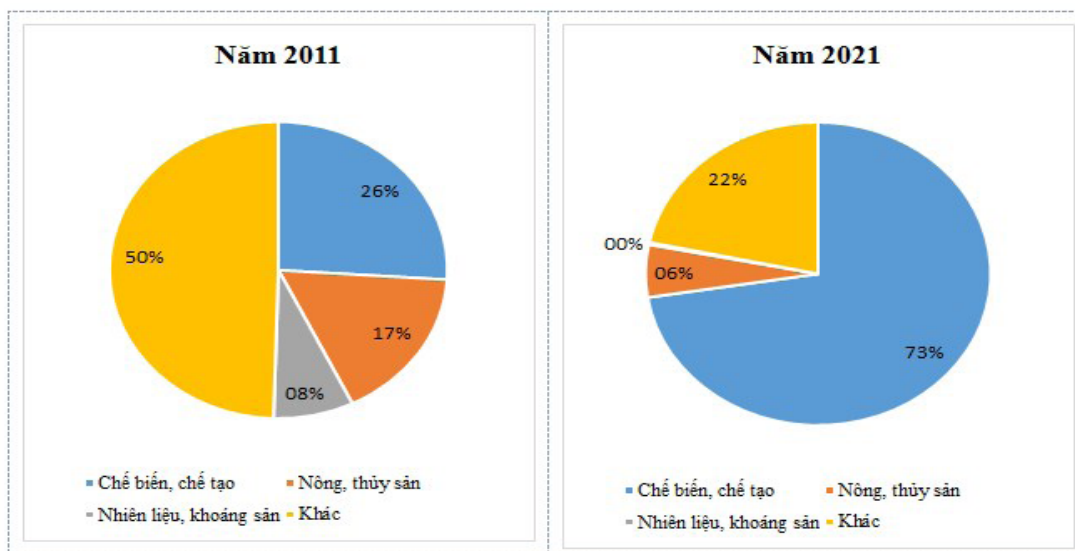
Nguồn: Tổng cục Hải quan

**Bảng 4: Tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di-lân theo nhóm hàng giai đoạn 2011-2021**

Năm	Hàng CN chế biến chế tạo	Hàng nông, thủy sản	Hàng nhiên liệu, khoáng sản	Hàng hoá khác
2011	26.0%	16.8%	7.7%	49.5%
2012	26.7%	15.0%	0.0%	58.3%
2013	68.3%	13.4%	3.0%	15.3%
2014	66.1%	13.6%	1.8%	18.5%
2015	69.0%	14.0%	1.8%	15.3%
2016	71.7%	12.2%	0.9%	15.2%
2017	75.3%	10.6%	0.0%	14.0%
2018	74.8%	9.8%	0.9%	14.5%
2019	75.6%	9.3%	0.1%	14.9%
2020	72.4%	7.3%	0.5%	19.7%
2021	72.5%	5.6%	0.2%	21.7%

Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên số liệu của Tổng cục Hải quan



**Biểu đồ 3: Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di-lân năm 2011 và 2021**

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Về cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam sang Niu Di-lân, nhóm hàng chế biến chế tạo là nhóm hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di-lân. Năm 2021, tỷ trọng của nhóm sản phẩm chế biến, chế tạo tăng mạnh, chiếm từ 68% đến 76% trong tổng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di-lân. Ngoài điện thoại và linh kiện, các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Niu Di-lân là gỗ và sản phẩm gỗ, giày dép các loại, hàng dệt may, máy vi tính, sản phẩm điện tử, máy móc, thiết bị phụ tùng, sản phẩm từ chất dẻo,...

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di-lân năm 2011 và 2021 đã có sự chuyển dịch theo hướng tích cực. Các mặt hàng chế biến, chế tạo chiếm trọng lớn, tỷ trọng xuất khẩu nguyên liệu thô và hàng sơ chế, giảm xuất khẩu nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản (chủ yếu là quặng và khoáng sản khác) giảm rõ rệt (từ 7,7% năm 2011 xuống còn 0,2% năm 2021).

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Niu Di-lân mặc dù có đa dạng hơn nhưng không thay đổi nhiều qua các năm.

Số lượng, chủng loại hàng hóa xuất khẩu còn ít với kim ngạch nhìn chung còn đơn giản, khiêm tốn.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Niu Di-lân cơ bản không có nhiều thay đổi qua các năm, chủ yếu tập trung ở các mặt hàng như điện thoại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, máy móc thiết bị phụ tùng, giày dép các loại, hàng dệt may, gỗ và sản phẩm từ gỗ, hàng thủy sản, hạt điều.

Mặt hàng xuất khẩu chiếm tỷ trọng lớn nhất trong kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di-lân giai đoạn 2013 - 2021 là điện thoại và linh kiện (chiếm trên 30%), các mặt hàng khác chiếm tỷ trọng từ 3% cho tới hơn 10% trong tỷ trọng hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di-lân. Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di-lân tương đối đơn giản. Bảy mặt hàng xuất khẩu chủ lực chiếm tới 65% tổng kim ngạch xuất khẩu Việt Nam - Niu Di-lân, các mặt hàng còn lại chỉ chiếm khoảng 35%. Ngoài các mặt hàng xuất khẩu chủ lực, một số mặt hàng xuất khẩu mới cũng đã khởi sắc trong xuất khẩu vào thị trường

**Bảng 5: Tỷ trọng các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Niu Di-lân**

Đơn vị: %

Năm 2011		Năm 2015		Năm 2021	
Mặt hàng	Tỷ trọng	Mặt hàng	Tỷ trọng	Mặt hàng	Tỷ trọng
Gỗ và sản phẩm từ gỗ	8,9%	Điện thoại và linh kiện	33,9%	Điện thoại và linh kiện	32,1%
Hạt điều	8,4%	Giày dép các loại	8,1%	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	12,7%
Thủy sản	8,4%	Gỗ và sản phẩm từ gỗ	8,0%	Máy móc thiết bị dụng cụ phụ tùng khác	7,9%
Giày dép các loại	7,9%	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	7,2%	Giày dép các loại	7,0%
Quặng và khoáng sản khác	7,7%	Hàng thủy sản	6,7%	Hàng dệt may	5,1%
Hàng dệt may	5,2%	Hạt điều	6,0%	Gỗ và sản phẩm từ gỗ	4,4%
Máy móc thiết bị phụ tùng khác	4,0%	Hàng dệt may	4,8%	Hạt điều	2,9%

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Niu Di-lân như: hàng điện máy, hàng cơ kim khí, rượu bia nước giải khát, phân bón, ca cao. Một số mặt hàng mà Niu Di-lân có nhu cầu, Việt Nam có thể mạnh nhưng chưa xuất khẩu được sang thị trường này như ca cao và chế phẩm của ca cao, phân bón. Hàng nông sản của Việt Nam là nhóm hàng có nhiều thế mạnh trong xuất khẩu sang Niu Di-lân. Kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường này ở mức 20 đến 30 triệu USD mỗi năm và tương đối ổn định trong những năm gần đây. Trong đó, phần lớn là hạt điều với kim ngạch chiếm 95% kim ngạch nhóm hàng này. Cà phê xuất khẩu sang Niu Di-lân vẫn duy trì ở mức nhỏ, khoảng 2 đến 4 triệu USD/năm. Ngoài cà phê hạt, một số thương hiệu cà phê thành phẩm như Vinacafe, Trung Nguyên đã có mặt tại thị trường này. Tuy nhiên, cà phê thành phẩm của Việt Nam chỉ xuất hiện trong một số chuỗi siêu thị gốc Á phục vụ cộng đồng người Việt với kim ngạch nhỏ. Thủy sản là một trong những

mặt hàng xuất khẩu tiềm năng của Việt Nam sang Niu Di Lân. Năm năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu thủy sản bình quân của Việt Nam sang thị trường này khoảng từ 15 đến 20 triệu USD. Về cơ cấu mặt hàng, Việt Nam hiện xuất khẩu chủ yếu là hai mặt hàng tôm đông lạnh và cá tra phi-lê đông lạnh. Đến nay, Việt Nam là nhà cung cấp tôm đông lạnh lớn nhất cho Niu Di-lân, vượt trên Trung Quốc và Thái Lan. Các mặt hàng thủy sản khác như nhuyễn thể (bạch tuộc, mực ống) và nhuyễn thể hai mảnh vỏ (traí, sò), tôm, cá khô... có giá trị không đáng kể.

## 2. Đánh giá thực trạng xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di-lân

### 2.1. Một số thành công

Thứ nhất, quy mô xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di-lân trong giai đoạn 2011-2021 có nhiều biến động nhưng xu hướng tăng trưởng vẫn là chủ đạo.

*Thứ hai*, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc và Niu Di-lân có sự chuyển biến theo chiều hướng tích cực, trong đó giảm tỷ trọng các sản phẩm thô, tăng xuất khẩu các sản phẩm chế biến, chế tạo.

*Thứ ba*, chất lượng hàng hóa xuất khẩu được cải thiện, khả năng đáp ứng các yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm và tiêu chuẩn kỹ thuật của các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng được nâng cao. Số lô hàng thực phẩm xuất khẩu sang Úc không đáp ứng yêu cầu về an toàn thực phẩm đã giảm mạnh trong các năm gần đây. Năm 2017 có 39 lô bị từ chối, năm 2018 là 31 lô. Số lô hàng vi phạm đã giảm còn 15 lô hàng và 23 lô hàng trong năm 2019 và năm 2020.

*Thứ tư*, các mặt hàng có thế mạnh của Việt Nam đã được thúc đẩy xuất khẩu mạnh mẽ sang thị trường Úc và Niu Di-lân, đặc biệt, các doanh nghiệp Việt Nam đã tận dụng được ưu đãi từ các cam kết trong các Hiệp định Thương mại tự do mà Việt Nam và Úc là thành viên như: AANZFTA, CPTPP, RCEP.

*Thứ năm*, hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di-lân đã tận dụng được các lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh, tăng cường xuất khẩu được các hàng hóa thuộc nhóm chế biến chế tạo, cũng như nhóm hàng truyền thống thế mạnh của Việt Nam là nông thủy sản.

## **2.2. Hạn chế và nguyên nhân**

### **\* Một số hạn chế**

Mặc dù, xuất khẩu của Việt Nam sang Úc và Niu Di-lân đã đạt được nhiều kết quả tích cực tuy nhiên vẫn còn một số hạn chế chủ yếu sau:

Thứ nhất, quy mô xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di-lân còn chưa xứng so với tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam và nhu cầu nhập khẩu của Úc. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Úc chỉ chiếm 1,3% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và chỉ

chiếm 1,8% tổng kim ngạch nhập khẩu của Úc năm 2020 và 2021. Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di-lân chỉ chiếm hơn 0,2% trong tổng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam ra thế giới và chiếm khoảng 1,7% tổng trị giá nhập khẩu của Niu Di-lân, chưa xứng với tiềm năng của cả hai phía.

Thứ hai, sức cạnh tranh của hàng Việt Nam tại thị trường Úc vẫn chưa cao. Một số mặt hàng mặc dù là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Úc nhưng cũng chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong thị phần nhập khẩu của Úc, ví dụ như sản phẩm từ sắt thép chiếm 1,3% và 1,5% thị phần nhập khẩu sản phẩm này của Úc năm 2021; các sản phẩm công nghệ như điện thoại, máy móc, máy vi tính, sản phẩm điện tử và các linh kiện chỉ chiếm chưa đến 6,3% thị phần của Úc vào năm 2020, và 6,5% thị phần nhập khẩu sản phẩm này của Úc năm 2021 (Trademap).

Thứ ba, cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di-lân còn khá đơn giản, còn phân tán, và tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu của các mặt hàng là thế mạnh của Việt Nam còn thấp. Nhóm hàng nông, thủy sản, dệt may, da giày là thế mạnh xuất khẩu của nước ta, nhưng kim ngạch xuất khẩu sang Niu Di-lân còn khá khiêm tốn.

Thứ tư, vẫn còn hiện tượng hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Úc và Niu Di-lân chưa đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, quy định về an toàn thực phẩm của Úc và Niu Di-lân. Do đó sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường Úc và Niu Di-lân.

### **\* Nguyên nhân**

- Việc tận dụng các lợi thế của các Hiệp định thương mại tự do như AANZFTA và CPTPP vẫn còn nhiều hạn chế. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam chưa biết thủ tục xin hoặc không muốn xin chứng nhận quy tắc xuất xứ cho hàng

hóa để tận dụng mức thuế ưu đãi từ các Hiệp định. Do đó, hàng hóa của Việt Nam vẫn kém cạnh tranh về giá thành với hàng hóa của một số nước khác...

- Mặc dù cơ quan quản lý nhà nước đã chú trọng hơn tới các hoạt động xúc tiến thương mại, đưa ra nhiều chính sách xúc tiến thương mại phù hợp với bối cảnh mới, tuy nhiên hoạt động xúc tiến thương mại vẫn còn nhiều hạn chế và khó khăn. Các hoạt động xúc tiến thương mại chưa thu hút được sự quan tâm của đông đảo doanh nghiệp, chưa được nhiều doanh nghiệp biết đến. Các hội thảo và chuyên đề vẫn chưa phát huy được hết tác dụng. Các gói tín dụng hỗ trợ doanh nghiệp còn nhiều bất cập, vướng mắc khi triển khai trên thực tế.

- Bối cảnh trên thế giới thời gian gần đây có nhiều chuyên biến phức tạp ảnh hưởng tới kinh thương mại giữa Việt Nam với Úc và Niu Di-lân như: căng thẳng thương mại giữa các nước lớn như Mỹ - Trung Quốc, Trung Quốc - Úc khó lường; tình hình chiến sự Nga - Ukraine diễn biến phức tạp; đại dịch Covid-19 bùng phát vào cuối năm 2019 và đầu năm 2020 làm suy giảm kinh tế trên diện rộng, gián đoạn chuỗi cung ứng, chuỗi sản xuất, hoạt động vận chuyển, giá nhiên liệu không ổn định, lạm phát tăng cao.

- Những sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam sang Úc lại không phải sản phẩm mà Úc có nhu cầu cao do đó ảnh hưởng đến thị phần sản phẩm này trên thị trường Úc cũng như ảnh hưởng đến việc khai thác thị trường Úc trong các năm vừa qua. Trong 10 sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam sang Úc và 10 sản phẩm nhập khẩu chính của Úc năm 2020, chỉ có 4 sản phẩm nhập khẩu của Úc trùng với sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam đó là các sản phẩm điện thoại và linh kiện; máy móc, thiết bị, DCPT khác; gỗ và sản phẩm từ gỗ và sản phẩm từ sắt thép. Tuy nhiên các sản phẩm này xuất sang Úc

lại có tỷ trọng nhỏ do Úc nhập khẩu các mặt hàng này từ khá nhiều nước. Một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực truyền thống của Việt Nam (như giày dép, hàng dệt may) lại không phải sản phẩm chủ trọng nhập khẩu của Úc.

- Dưới góc độ sản xuất của doanh nghiệp, chi phí tạo ra thành phẩm và chi phí để xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di-lân là tương đối lớn. Về chi phí sản xuất, để vượt qua được các hàng rào phi thuế nghiêm ngặt của Úc và Niu Di-lân thì các doanh nghiệp phải bỏ ra nhiều chi phí hơn để đảm bảo chất lượng hàng hóa cũng như phải bỏ thêm chi phí để đáp ứng thị hiếu của người tiêu dùng về bao bì, đáp ứng yêu cầu về bảo vệ môi trường. Về chi phí xuất khẩu, khoảng cách địa lý giữa Úc, Niu Di-lân và Việt Nam khá xa, vận chuyển hàng hóa đường biển phải trung chuyển qua nước thứ 3 nên chi phí logistics cho xuất khẩu hàng hóa cao, (đặc biệt trong bối cảnh đại dịch Covid-19, cước phí vận tải tăng cao, khan hiếm các chuyến vận chuyển). Hơn nữa, do khoảng cách xa nên thời gian vận chuyển tương đối dài, với các hàng hóa dễ hỏng như thực phẩm, rau củ quả thì doanh nghiệp phải bỏ thêm chi phí để có thể bảo quản.

- Cạnh tranh trên thị trường Úc và Niu Di-lân là khá gay gắt. Tính đến năm 2021, Úc và Niu Di-lân đều đã ký kết 15 FTA với các quốc gia, khu vực trên thế giới, thỏa thuận ưu đãi thuế, miễn thuế hoặc thậm chí là miễn hạn ngạch cho một số quốc gia đang và kém phát triển do đó cạnh tranh trên thị trường này rất gay gắt. Cùng với đó, các quốc gia cũng có cùng cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chủ lực giống của Việt Nam như Trung Quốc, Malaysia, Thái Lan, ...; nhiều nước có hàng hóa cạnh tranh hơn so với Việt Nam như Singapore, Malaysia, Hàn Quốc, Nhật Bản và Mexico.

- Hàng hóa xuất khẩu sang Úc và Niu Di-lân gặp nhiều rào cản, quy định nhập khẩu của Úc

và Niu Di-lân. Úc và Niu Di-lân đều được đánh giá là các thị trường có quy định nghiêm ngặt về TBT cũng như SPS do đó các lô hàng của doanh nghiệp muốn thâm nhập thị trường này sẽ gặp nhiều khó khăn. Bên cạnh đó, các quy định về bao gói, dán nhãn hay tiêu chuẩn hàng hóa cũng rất khắt khe.

- Về dung lượng thị trường: Dung lượng thị trường Niu Di-lân nhỏ (chỉ khoảng 5 triệu người), đặc biệt là nhu cầu thị trường đối với các mặt hàng nông sản qua chế biến như sản phẩm từ gạo, rau quả khô, đông lạnh, đồ hộp... nên nhu cầu tiêu thụ nội địa đối với một số mặt hàng nông sản, thực phẩm của Việt Nam không nhiều.

- Một số nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta như dệt may, da giày vẫn phụ thuộc chủ yếu vào nguyên phụ liệu nhập khẩu từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan nên không đáp ứng được quy tắc xuất xứ theo AANZFTA. Do đó, hai nhóm hàng này tận dụng chưa hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di-lân. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam còn thụ động trong việc tìm hiểu các Hiệp định thương mại tự do như AANZFTA, CPTPP, RCEP, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa./.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2015-2021), Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam, NXB Công Thương
2. VCCI (2021), Việt Nam sau 02 năm thực thi hiệp định CPTPP từ góc nhìn của doanh nghiệp.
3. Tổng cục Hải quan (2011-2021), số liệu thống kê xuất khẩu theo vùng và lãnh thổ.
4. <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/xuc-tien-thuong-mai-mo-rong-thi-truong-trong-nuoc-va-xuat-khau-80229.htm>
5. <https://goglobal.moit.gov.vn/vi/cac-nhom-nguoi-tieu-dung-uc-dang-quan-tam-den-dieu-gi.html>
6. <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/xuc-tien-thuong-mai-mo-rong-thi-truong-trong-nuoc-va-xuat-khau-80229.htm>
7. [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx)
8. <https://ncov.vnnet.vn/tin-tuc/kinh-te-australia-phuc-hoi-an-tuong-bat-chap-dich-covid-19>
9. <https://baodautu.vn/australia-tro-thanh-doi-tac-thuong-mai-lon-top-10-cua-viet-nam-d152635.html>

## THE REALITY OF VIETNAM'S EXPORTS TO AUSTRALIA AND NEW ZEALAND IN 2011-2021

Le Thi Mai Anh

*In the period 2011-2021, bilateral trade between Vietnam and Australia, Vietnam and New Zealand have achieved positive results, especially Vietnam's exports to these markets keep growing. Vietnam's exports to Australia have nearly doubled (from \$2.5 billion in 2011 to \$4.6 billion in 2021). Vietnam's exports to New Zealand have increased more than four times (from 151 million USD in 2011 to 702 million USD in 2021). However, the export activities of Vietnam's goods to Australia and New Zealand in the period 2011-2021 still have many limitations that need to be overcome. Therefore, the article reviews export activities and makes important assessments as a basis for proposing some export solutions to these two potential markets in the near future.*

**Keywords:** *Australia; Commercial relations; Export; New Zealand.*

# TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH EVFTA ĐẾN XUẤT KHẨU MẶT HÀNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Trịnh Văn Thảo<sup>1</sup>

Liên minh châu Âu (EU) là thị trường có kim ngạch nhập khẩu đứng thứ 2 thế giới, nhưng Việt Nam mới chiếm khoảng 2% thị phần trong tổng kim ngạch nhập khẩu của EU. Việt Nam đã nỗ lực để có thể tham gia vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu với nhiều sản phẩm đạt giá trị xuất khẩu cao như cà phê, gạo, hoa quả và từng bước, tiếp cận được với hệ thống bán lẻ ở nước ngoài thông qua các chuỗi cung ứng của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Hiệp định thương mại tự do Việt Nam- EU (EVFTA) là cơ hội để Việt Nam nâng cao kim ngạch xuất khẩu nông sản, nhất là với các sản phẩm có thế mạnh, có lợi thế cạnh tranh, với những cam kết sâu như cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu lên tới 99% dòng thuế nhập khẩu giữa hai bên được xóa bỏ trong vòng 7-10 năm. Bài viết giới thiệu các cam kết về nông sản trong EVFTA, sử dụng phương pháp nghiên cứu tình huống để đánh giá thực trạng xuất khẩu mặt hàng vải thiều và gạo sang thị trường EU, rút ra những tác động của EVFTA đến một số mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam nói chung và mặt hàng vải thiều, gạo nói riêng, từ đó đề xuất những giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu các hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU trong thời gian sắp tới.

**Từ khóa:** Gạo; EU; EVFTA, Nông sản; Vải thiều; Xuất khẩu.

## 1. Khái quát về các cam kết về nông sản trong EVFTA

EVFTA là Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới nhằm cân bằng về lợi ích cho cả Việt Nam và EU, đồng thời phù hợp với các quy định của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Hiệp định gồm 17 Chương, 2 Nghị định thư và một số biên bản ghi nhớ kèm theo với các nội dung chính là: thương mại hàng hóa (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), quy tắc xuất xứ, hải quan và thuận lợi hóa thương mại, các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS), các rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT), thương mại dịch vụ (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), đầu tư, phòng vệ thương mại, cạnh tranh, doanh nghiệp nhà nước, mua

<sup>1</sup> Thạc sĩ, Nghiên cứu sinh tại Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

sắm của Chính phủ, sở hữu trí tuệ, thương mại và Phát triển bền vững, hợp tác và xây dựng năng lực, các vấn đề pháp lý - thể chế.

Đối với xuất khẩu của Việt Nam, ngay khi hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với khoảng 85,6% số dòng thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Sau 07 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Đối với khoảng 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại, EU cam kết dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%. Đối với hàng nông sản của Việt Nam, cam kết trong EVFTA dành nhiều ưu đãi cho nhiều nhóm hàng, phù hợp với những lợi thế của Việt Nam trong quan hệ với thị trường này (xem bảng 1).

**Bảng 1. Tổng hợp cam kết mở cửa của EU đối với nhóm hàng nông sản của Việt Nam**

Cam kết	Cam kết thuế quan của EU dành cho Việt Nam
Gạo	Áp dụng cơ chế hạn ngạch thuế quan, lượng nhập khẩu trong hạn ngạch được hưởng mức thuế 0%. Tổng hạn ngạch là 80.000 tấn, cụ thể: Gạo chưa xay xát: lượng hạn ngạch là 20.000 tấn Gạo xay xát: lượng hạn ngạch là 30.000 tấn Gạo thơm: lượng hạn ngạch là 30.000 tấn
	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu đối với gạo tấm sau 5 năm, và các sản phẩm từ gạo sau 3-5 năm.
Cà phê	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực
Đường	Áp dụng hạn ngạch thuế quan với mức là 10.000 tấn đường trắng và 10.000 tấn sản phẩm chứa trên 80% đường
Mật ong tự nhiên	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực
Sản phẩm rau củ quả tươi và chế biến, nước hoa quả, hoa tươi	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực
Các hàng nông sản khác	Một số sản phẩm được áp dụng cam kết về hạn ngạch thuế quan của EU dành cho Việt Nam: Trứng gia cầm đã qua chế biến: 500 tấn Tỏi: 400 tấn Ngô ngọt: 5.000 tấn Tinh bột sắn: 30.000 tấn Nấm: 350 tấn Cồn etylic: 1.000 tấn Một số sản phẩm hóa chất (manitol, sorbitol, dextrins...): 2.000 tấn

## 2. Năng lực cạnh tranh của mặt hàng vải thiều và gạo của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU

### 2.1. Mặt hàng vải thiều

Hiện nay, vải thiều của Việt Nam đã được xuất khẩu, tiêu thụ tới khoảng hơn 30 quốc gia và vùng lãnh thổ. Mặc dù Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu chính, nhưng trong thời gian vừa qua Việt Nam đã đẩy mạnh xuất khẩu vải sang một số thị trường mới như EU, Nhật Bản, Australia, Mỹ... Đặc biệt, vải thiều Việt Nam rất được yêu thích tại thị trường EU nhưng các doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa xuất khẩu trực tiếp được nhiều sang thị trường này. Đây là các thị trường tiềm năng mà các vùng trồng vải Việt Nam đang cố gắng kết nối để mở rộng

phạm vi tiêu thụ loại quả đặc sản này thông qua những cơ hội mà Hiệp định EVFTA mang lại. Cùng với sự phát triển của hội nhập quốc tế, Việt Nam tham gia nhiều FTA với nhiều đối tác mới đang tạo ra các cơ hội lớn để tiếp tục đưa trái vải Việt Nam ra thị trường thế giới. Hiện EU là thị trường xuất khẩu thứ tư của rau, quả Việt Nam, với nền tảng sẵn có này cộng thêm việc miễn giảm thuế nhập khẩu theo cam kết trong EVFTA đang tiếp sức để giúp tăng khả năng cạnh tranh của trái cây Việt Nam so với các đối thủ chưa có FTA với EU như Thái Lan, Trung Quốc, Malaysia, Indonesia...

Tháng 6 năm 2021, đánh dấu sự kiện lần đầu tiên quả vải thiều Việt Nam được đưa vào thị trường EU theo đường chính ngạch, bắt đầu



là Cộng hòa Séc, sau đó là Pháp, Bỉ, Hà Lan. Việc miễn giảm thuế nhập khẩu theo cam kết trong Hiệp định EVFTA là một điều kiện thuận lợi cho quả vải thiều Việt Nam chinh phục Cộng đồng 27 quốc gia nổi tiếng khắt khe về tiêu chí an toàn thực phẩm. Vải thiều của Việt Nam được biết đến Thanh Hà của Hải Dương và Lục Ngạn tại Bắc Giang được trồng theo tiêu chuẩn Global GAP, Vietgap, ... được khách hàng thế giới ưa chuộng và các doanh nghiệp trong nước đã có những nỗ lực nhằm đáp ứng nhiều yêu cầu khắt khe của các thị trường EU. Các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đã mất nhiều thời gian để tìm hiểu, nghiên cứu nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật để tiến hành xuất khẩu vải thiều sang thị trường châu Âu và tiến tới đàm phán các thủ tục cần thiết cho việc xuất khẩu. Với những yêu cầu nghiêm ngặt của thị trường EU, hành trình để quả vải sang được tay người tiêu dùng châu Âu không hề đơn giản. Ngay từ đầu vụ, vùng vải phục vụ sản xuất sang EU phải được các đối tác nhập khẩu kiểm tra hệ thống quản lý sản xuất và chấp nhận về phần mềm giám sát. Các doanh nghiệp sản xuất/chế biến của Việt Nam đã thực hiện liên kết với nhiều đối tác khác nhau nhằm đầu tư máy móc, trang thiết bị trong khâu sơ chế, bảo quản như xây dựng quy trình xông hơi khử trùng quả vải bằng khí methyl bromide để quả vải đến được thị trường EU vẫn giữ nguyên được độ thơm ngon, an toàn. Tất cả các lô vải thiều chính ngạch vào châu Âu đều được dán tem truy xuất nguồn gốc itrace247 do Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) xây dựng. Đây là một trong những tiêu chí quan trọng giúp tạo được niềm tin cho người tiêu dùng châu Âu về an toàn thực phẩm. Vải thiều có tem truy xuất nguồn gốc được bán với nhiều mức giá khác nhau, dao động từ 15 đến 20 euro/kg, thậm chí tại một số siêu thị trong hệ thống Carrefour ở Bruxelles (Bỉ) là 25 euro/kg. Dù được đánh giá

về chất lượng nhưng đây vẫn là mức giá cao, gấp 3 lần so với quả vải nhập từ Madagascar hay Nam Phi được bán rộng rãi vào dịp lễ cuối năm ở châu Âu.

Để phục vụ xuất khẩu sang thị trường này, hai tỉnh Hải Dương và Bắc Giang đã có những nỗ lực trong việc xây dựng vùng nguyên liệu đáp ứng tiêu chuẩn của thị trường EU, cụ thể là:

+ Tỉnh Hải Dương hiện có hơn 9.000 ha vải thiều, trong đó huyện Thanh Hà có hơn 3.300 ha, Chí Linh có hơn 3.500 ha với tổng sản lượng khoảng 55 nghìn tấn. Tỉnh hiện có 45 vùng vải với tổng diện tích 450 ha trồng theo tiêu chuẩn GlobalGAP; 6.300 ha trồng theo tiêu chuẩn VietGAP. Đến nay đã có 1.000 ha được cấp chứng nhận VietGAP, GlobalGAP và 8.000 ha được cấp mã số vùng trồng xuất khẩu.

+ Năm 2021, tỉnh Bắc Giang có diện tích vải thiều dự kiến đạt khoảng 28.100 ha, sản lượng dự kiến đạt 180.000 tấn. Trong đó, diện tích vải thiều sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP của tỉnh dự kiến trên 15.200 ha, theo tiêu chuẩn GlobalGAP là 82 ha. Vùng sản xuất để xuất khẩu sang thị trường Mỹ, Australia.. có diện tích 218 ha, sản lượng ước đạt 1.800 tấn; vùng sản xuất vải thiều sang thị trường Nhật Bản là 219 ha, sản lượng ước đạt 1.800 tấn.

Một số tiêu chuẩn các lô vải thiều xuất khẩu sang thị trường EU:

+ Về độ chín: Thịt quả phải đạt được chất lượng mang hương thơm đặc trưng của vải thiều. Vị ăn vào ngọt đậm đà, tươi mọng nước. Tổng hàm lượng chất khô hòa tan của dịch quả vải không dưới 17%. Toàn bộ mỗi quả vải thiều không hề có mùi vị lạ nào khác. Đồng thời, màu sắc của trái vải tươi sáng, ửng hồng hoặc đỏ đồng đều toàn vỏ.

+ Về cân nặng: Xét về đường kính khi cắt ở bề mặt ngang lớn nhất phải đạt được đúng như tiêu chuẩn đã cam kết trong hợp đồng mua bán

giữa hai bên đối tác và không được nhỏ hơn 25mm. Đồng thời, số quả trong tổng lượng cân 1kg không nhiều hơn 65 quả, các cuống vải không dài quá 5mm và được ngắt ở “khát” tự nhiên của cuống quả. Những tiêu chuẩn khắt khe ở trên giúp đảm bảo chất lượng vải thiều xuất khẩu là sản phẩm nông sản tốt nhất.

+ Về hình dáng: Quả vải thiều để có thể đạt chất lượng xuất khẩu còn phải đảm bảo về hình dáng quả. Quả phải tươi, đầy đặn và phát triển bình thường, không bị dập nát hoặc bầm. Đồng thời, chiều dài cuống quả phải đạt mức cho phép như đã thỏa thuận trước trong hợp đồng mua, bán sản phẩm.

Bên cạnh những nỗ lực từ phía các doanh nghiệp, để có được những thành công nhất định trong việc đưa quả vải xâm nhập được vào thị trường EU còn phải kể đến những cố gắng, nỗ lực từ phía các cơ quan quản lý Nhà nước tại các địa phương. Điển hình như huyện Thanh Hà đã quy hoạch vùng trồng tập trung, hướng dẫn quy trình chăm sóc cho bà con nông dân, cử cán bộ tại phòng nông nghiệp xuống theo dõi, giám sát quá trình sản xuất, đặc biệt là việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật. Đồng thời, huyện Thanh Hà đã triển khai dán tem truy xuất nguồn gốc cho quả vải để bảo vệ thương hiệu đặc sản địa phương. Trước bối cảnh dịch Covid – 19 diễn biến phức tạp, các chuyên gia và đoàn giám sát của EU gặp khó khăn trong công tác kiểm tra, giám sát cũng đã nhận được sự hỗ trợ từ các địa phương trồng vải trong việc đơn giản hoá các thủ tục hành chính, hỗ trợ tối đa mọi điều kiện có thể để giúp thương lái và chuyên gia nước ngoài có thể đến Việt Nam thúc đẩy hoạt động xuất khẩu vải.

Tuy nhiên, hiện tại quả vải xuất khẩu sang đây mới chỉ phục vụ trong cộng đồng của người Việt, chưa xuất hiện nhiều tại các siêu thị, các chuỗi phân phối lớn tại thị trường EU. Bên cạnh đó, vấn đề bao bì đang được đánh giá còn sơ

sài, trong thời gian tới cần thiết phải có sự cải tiến để nâng giá trị quả vải so với thị trường Châu Âu.

## 2.2 Mặt hàng gạo Jasmine 85

Hàng năm EU nhập khẩu khoảng 2,3 triệu tấn gạo, kim ngạch là 1,4 tỷ Euro. Tuy nhiên, năm 2019, Việt Nam xuất khẩu gạo sang EU chỉ đạt 50 nghìn tấn, với kim ngạch 28,5 triệu Euro, trong khi tổng nhập khẩu gạo của EU 2,3 triệu tấn gạo, kim ngạch là 1,4 tỷ Euro. Xuất khẩu gạo của Việt Nam vào EU chỉ bằng 1/6 với Thái Lan, 1/10 Myamnar, 1/4 Campuchia.

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 8 tháng đầu năm 2020, xuất khẩu gạo của Việt Nam đạt hơn 4,6 triệu tấn, với trên 2,25 tỷ USD, tăng 10,4% về giá trị so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó, các giống OM5451, OM4900, Hương Nhài 85, ST20, RVT, VD20, Nàng Hoa 9, Tài Nguyên Chợ Đào thuộc danh mục gạo thơm xuất khẩu sang EU được hưởng hạn ngạch ưu đãi thuế quan, chiếm từ 43% đến 46% tổng lượng gạo xuất khẩu hàng năm với khoảng trên 3,0 triệu tấn.

Theo cam kết trong EVFTA, EU dành cho Việt Nam hạn ngạch 80.000 tấn gạo/năm (gồm 30.000 tấn gạo xay xát, 20.000 tấn gạo chưa xay xát và 30.000 tấn gạo thơm). Đặc biệt, EU sẽ tự do hóa hoàn toàn đối với gạo tằm với cam kết này giúp Việt Nam có thể xuất khẩu khoảng 100.000 tấn vào EU hàng năm. Đối với sản phẩm từ gạo, EU sẽ đưa thuế suất về 0% sau 3-5 năm. Năm 2021, lượng gạo của Việt Nam xuất khẩu sang EU đạt 60.000 tấn, trị giá 41 triệu USD, tăng gần 1% về lượng, nhưng tăng hơn 20% về trị giá so với năm 2020. Kể từ khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam sang EU đã tăng thêm 10 - 20 USD/tấn. Theo cơ quan thống kê của châu Âu, trong số các nguồn cung cấp gạo vào EU, giá gạo của Việt Nam tăng mạnh nhất, với mức tăng hơn 20%.

Xuất khẩu xuất khẩu gạo đang dần khẳng định chỗ đứng tại thị trường EU bởi chất lượng gạo của Việt Nam trong nhiều năm qua đã không ngừng được cải thiện. Các loại gạo thơm, gạo chất lượng cao như ST24, ST25, Jasmine... được người dân khu vực này ưa chuộng. Tháng 9 năm 2020, Việt Nam đã xuất khẩu 126 triệu tấn gạo thơm (giống gạo Jasmine 85) sang thị trường EU, đây là lô hàng đầu tiên được hưởng thuế suất 0% kể từ khi hiệp định EVFTA được ký kết, đặc biệt đây là lô hàng được đóng gói theo chuẩn EU là 18 kg/bao.

Đón đầu các cơ hội xuất khẩu gạo chất lượng cao theo cam kết trong EVFTA, thời gian gần đây nhiều địa phương ở Đồng bằng sông Cửu Long đã hạn chế trồng lúa phẩm chất thấp, dần chuyển sang sử dụng giống lúa thơm, lúa chất lượng cao phục vụ cho xuất khẩu và nhu cầu tiêu dùng trong nước. Tại Cần Thơ, bên cạnh các giống lúa thơm Jasmine 85, Đài Thơm 8, VD 20, những năm gần đây, người dân còn sản xuất các giống thơm khác như KDM, lúa Nhật, Hương Châu 6, Nàng Hoa 9. Vụ lúa Đông Xuân 2019-2020, Cần Thơ xuống giống được 79.244ha lúa; trong đó, các loại lúa thơm gồm Jasmine 85, Đài Thơm 8 và RVT chiếm tỷ lệ khoảng 75% diện tích xuống giống, lúa chất lượng cao OM 5451 chiếm 8%. Còn nhóm giống lúa có chất lượng gạo trung bình, phẩm cấp thấp (IR50404) chỉ chiếm 10% diện tích. Tương tự, tỉnh Sóc Trăng cũng đang bước đầu triển khai thực hiện đề án “lúa thơm-tôm sạch” gắn với phát triển thương hiệu giống lúa ST.

### 3. Tác động của EVFTA đến xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam

Tác động của EVFTA sẽ là thúc đẩy gia tăng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU thông qua quá trình chuyên môn hoá và khai thác tính kinh tế của quy mô; giúp các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nông sản Việt

Nam sử dụng hiệu quả hơn các nguồn lực, nâng cao năng lực cạnh tranh và tính hiệu quả trong sản xuất. Tuy nhiên, EVFTA có thể gây ra hiện tượng xuất khẩu nông sản vòng và làm phát sinh những chi phí điều chỉnh cho các doanh nghiệp nông sản Việt Nam từ sức ép mở cửa và cải cách. Sức ép cạnh tranh trên thị trường nội địa, những quy định liên quan vệ sinh an toàn thực phẩm, môi trường, lao động, quy trình công nghệ sản xuất và chế biến. Ngoài ra, do cạnh tranh với hàng nhập khẩu từ Việt Nam được hưởng ưu đãi về thuế nên các nước thành viên EU rất chú trọng tới quy định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại.

#### 3.1. Tác động tích cực

*- Thúc đẩy cải cách thể chế và phát triển kinh tế trong nước*

Thông qua những cơ hội EVFTA mang lại, hoạt động xuất khẩu nông sản sang EU có thể là tiền đề khuyến khích và đẩy mạnh một cách mạnh mẽ các chương trình cải cách trong nước vượt ra ngoài phạm vi của các vấn đề “thương mại” trong các hiệp định như: thúc đẩy cạnh tranh, hợp tác và nâng cao năng lực, khuyến khích phát triển các dịch vụ. Nhiều điều khoản của EVFTA cũng sẽ kích thích cải cách thể chế nhằm củng cố và chuẩn hóa các quy tắc, thúc đẩy tính minh bạch, và hỗ trợ thiết lập các thể chế hiện đại ở Việt Nam, đặc biệt là trong những lĩnh vực như môi trường, đầu thầu công, sở hữu trí tuệ, đầu tư, tiêu chuẩn lao động, vấn đề pháp lý, quy tắc xuất xứ và các biện pháp phi thuế quan.

*- Gia tăng kim ngạch xuất khẩu nông sản nói chung và các mặt hàng như vải thiều, gạo sang thị trường EU*

EVFTA đã mở đường chính ngạch cho các mặt hàng nông sản nói chung cũng như vải thiều và gạo của Việt Nam có cơ hội tiến sâu vào thị trường Châu Âu, kết nối Việt Nam tới một thị trường rộng lớn với 450 triệu dân. Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị

trường EU đánh dấu những bước phát triển đầu tiên sau khi ký kết hiệp định EVFTA. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU giai đoạn từ 1/8/2019- 1/8/2020 đạt 37,5%, giai đoạn từ 1/8/2020 đến 1/8/2021 là 39,8%. Trong bối cảnh cả Việt Nam và EU đều bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi Covid-19 thì đây là một kết quả đáng ghi nhận. Nguyên nhân chủ yếu để đạt được kết quả này là hiệp định EVFTA chính thức có hiệu lực từ 1/8/2020. Ngay trong tháng đầu tiên EVFTA có hiệu lực, các mặt hàng nông sản Việt Nam xuất sang EU đã tăng 15% - 17% so với cùng kỳ năm 2019. So với các nước đối thủ cạnh tranh khác tại thị trường này, các sản phẩm của Việt Nam đang có lợi thế khi hưởng thuế 0%.

*- Thúc đẩy tốc độ ứng dụng công nghệ, đáp ứng tiêu chuẩn của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam*

EVFTA đã góp phần nâng cao nhận thức của bà con nông dân cũng như các doanh nghiệp sản xuất/chế biến và các doanh nghiệp xuất khẩu nếu muốn tiếp cận thị trường EU cần phải tiến hành sản xuất bài bản, thiết lập vùng trồng nguyên liệu chuyên biệt, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Trước kia, ngành nông sản Việt Nam tập trung phát triển khâu cung ứng nguyên liệu thô, sản phẩm chưa qua chế biến dẫn đến giá trị xuất khẩu thấp. Nhiều nhà máy được trang bị máy móc, thiết bị hiện đại và tất cả đã được chứng nhận về tiêu chuẩn quản lý chất lượng (ISO 9001 và HACCAP). Việc quản lý những nhà máy này được duy trì tốt thông qua các tiêu chuẩn thất lượng do các nước nhập khẩu đề ra đặc biệt đối với sản phẩm nhiễm hoá chất vượt mức dư lượng cho phép (MRL's) và quy trình sản xuất nông nghiệp tốt (GAP).

*- Tạo áp lực cho các doanh nghiệp xuất khẩu tái cấu trúc hoạt động xuất khẩu*

EVFTA giúp các doanh nghiệp xuất khẩu tái cấu trúc hoạt động của mình thông qua

việc nghiên cứu, tìm hiểu, thiết lập quy trình đưa nông sản của Việt Nam vào thị trường EU thông qua các siêu thị, đưa sản phẩm mẫu để có thể tiếp cận người tiêu dùng. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần phải chủ động chuẩn bị năng lực, nguồn hàng, nâng cao sức cạnh tranh thông qua việc xây dựng kế hoạch dài hạn, bài bản và tuân thủ chặt chẽ các quy định về truy xuất nguồn gốc, đồng thời xây dựng và bảo vệ được thương hiệu để thúc đẩy xuất khẩu sang EU bền vững.

### **3.2. Tác động tiêu cực**

*- Giảm KNXX do chưa đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, quy tắc xuất xứ, an toàn vệ sinh thực phẩm*

EU là thị trường khó tính, đòi hỏi cao trong tiêu chuẩn sản phẩm. Quy tắc xuất xứ trong EVFTA tuy không mới nhưng khá phức tạp. Đặc biệt, chỉ dẫn địa lý là yêu cầu nhằm nâng cao giá trị nông sản lẫn giá trị pháp lý mặt hàng nông sản trong xuất khẩu là yêu cầu bắt buộc để nông sản Việt Nam tiếp cận với thị trường EU thì lại chưa được nhiều các doanh nghiệp quan tâm và đăng ký bảo hộ ở các thị trường nước ngoài. Điều này gây ra những thiệt hại nhất định và nguy cơ rủi ro cao, thậm chí gặp những vấn đề về pháp lý khi ra thị trường quốc tế.

Đối với mặt hàng vải thiều, một số doanh nghiệp gặp khó trong việc bảo quản, giữ tươi và đảm bảo chất lượng cho sản phẩm xuất khẩu, đặc biệt như vải thiều chỉ có khoảng 40% - 50% giữ được chất lượng sau khi đến thị trường do các yếu tố liên quan đến hậu cần như đảm bảo nhiệt độ trong quá trình vận chuyển, làm thủ tục hải quan. Chứng chỉ VietGap phổ biến tuy nhiên khách hàng trên thế giới không biết về chứng chỉ này và chứng chỉ này không có ý nghĩa với khách hàng trên thế giới, các khách hàng trên thế giới, đặc biệt là thị trường EU yêu cầu chứng chỉ Global Gap trong khi tiêu chuẩn

này chỉ được áp dụng rất ít đối với một số khu vực tại Bắc Giang và Hải Dương.

Đối với mặt hàng gạo, các doanh nghiệp thu mua, chế biến mặt hàng gạo còn gặp những khó khăn nhất định trong quá trình thu hoạch, phơi, sấy, sơ chế, bảo quản, xay xát, chế biến và đóng gói do còn sử dụng các công nghệ khá lạc hậu vì đa phần là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ. Ngoài ra, khâu đóng gói và thiết kế bao bì xuất khẩu nông sản chưa đáp ứng yêu cầu, việc đóng gói và thiết kế bao bì cho các sản phẩm thực phẩm hiện nay chưa phù hợp và đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của khách hàng tại thị trường EU

Mặt khác, bên cạnh những yêu cầu chung trong xuất khẩu nông sản tới các thị trường nước ngoài như nâng cao giá trị, chất lượng sản phẩm nông sản; riêng thị trường EU coi trọng trách nhiệm xã hội, minh bạch hoá thông tin về lao động, môi trường sản xuất (vốn dĩ chưa được nhiều doanh nghiệp quan tâm); thì các rào cản kỹ thuật về quyền sở hữu trí tuệ, an toàn vệ sinh thực phẩm, vệ sinh dịch tễ, quy tắc ứng xử, các quy định về bảo vệ môi trường, nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa, chỉ dẫn địa lý, các quy định về tỷ lệ nội địa hóa... là vấn đề khó khăn đối với doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam.

Về bảo đảm an toàn thực phẩm cho thị trường EU hiện nay đáng quan tâm nhất là mặt hàng nông sản. Dù trước mắt EVFTA có ưu đãi với những quy định SPS linh hoạt nhưng đa số ngành hàng nông sản của nước ta như chè, rau quả... vẫn nhỏ lẻ, tự phát, trong khi ở một số nơi, nông dân chưa được hướng dẫn về sản xuất sạch, an toàn, xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu, tiêu chuẩn chất lượng, xây dựng chuỗi giá trị toàn cầu cho nông sản. Như vậy, một số mặt hàng nông sản và các sản phẩm thủy sản của Việt Nam sẽ đứng trước đòi hỏi rất cao từ phía khách hàng như: Cam kết về chất lượng, mẫu mã, giá cả, tính chuyên nghiệp... hoặc việc tăng chi phí. Mặt khác, doanh

nh nghiệp cũng cần phải lưu ý về khả năng EU có thể sẽ tăng hàng rào phi thuế quan đối với sản phẩm nhập khẩu, trong đó, các tiêu chuẩn, quy chuẩn về chất lượng sẽ ngặt nghèo hơn nữa.

*- Doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam chưa đáp ứng yêu cầu về quy mô*

Các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam phần lớn là doanh nghiệp nhỏ và vừa thậm chí siêu nhỏ. Đặc điểm chung của nhóm doanh nghiệp này là tài chính hạn hẹp, công nghệ lạc hậu, khả năng tiếp cận, nắm bắt thông tin pháp luật còn hạn chế, hoạt động còn nhỏ lẻ, manh mún, thiếu chuyên nghiệp, khó có thể đáp ứng yêu cầu về quy mô nông sản khi xuất khẩu sang thị trường lớn như EU. Trong khi đó, các nội dung cam kết trong các Hiệp định khá phức tạp đòi hỏi các doanh nghiệp phải có kiến thức nhất định, có cán bộ chuyên trách, khả năng thích ứng cao, nắm vững công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong doanh nghiệp.

#### **4. Giải pháp tận dụng cơ hội từ hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU để tăng cường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vào thị trường EU trong thời gian sắp tới**

##### **4.1. Đối với doanh nghiệp xuất khẩu nông sản**

Doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam cần thực hiện các biện pháp ổn định nguồn hàng, đầu tư sản xuất bài bản, quy mô lớn, áp dụng công nghệ, giảm chi phí vận chuyển, ứng dụng công nghệ trong bảo quản nông sản, thay đổi nhãn mác để hấp dẫn và phù hợp với thị hiếu của khách hàng hơn.

Các doanh nghiệp cần tăng cường phối hợp, hình thành các liên minh, hiệp hội để cùng quảng bá cho thương hiệu rau quả và nông sản của quốc gia. Doanh nghiệp xuất khẩu cần đặc biệt quan tâm các cam kết của Hiệp định, từ đó có chiến lược khai thác tối đa những lợi ích mà Hiệp định mang lại cho xuất khẩu nông

ngành. Ngoài những thị trường lớn đã xâm nhập, các doanh nghiệp xuất khẩu nghiên cứu để mở rộng sang những thị trường tiềm năng khác thuộc 27 nước thành viên EU.

Doanh nghiệp chủ động tìm hiểu thông tin hữu ích về quy định áp dụng tại EU bao gồm: (i) Những quy định chung; (ii) Những quy định của EU về đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Ngoài ra, trước xu hướng sử dụng sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, tốt cho sức khỏe, đa dạng về chủng loại và hương vị nhưng phải đáp ứng yêu cầu tiện lợi và thuộc chuỗi cung ứng bền vững. Do đó, doanh nghiệp cần đáp ứng các sản phẩm đòi hỏi ít phải chế biến và dễ sử dụng. Ví dụ, gói sản phẩm có kích thước nhỏ gọn, Rau quả tươi được cắt, gọt, sơ chế sẵn; Nho và các loại quả không hạt, Sản phẩm có thời hạn sử dụng lâu hơn; Rau đông lạnh kèm các loại gia vị, rau thơm và nước sốt có thể trộn salad... Đồng thời, các loại thực phẩm tiện lợi cũng mang lại những lợi ích rõ ràng cho các nhóm khách hàng cụ thể như: trẻ sơ sinh, trẻ em, người già cũng là lựa chọn đối với doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu của thị trường EU.

#### **4.2. Đối với doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản**

*a) Đổi mới công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm nông sản xuất khẩu*

EU là một thị trường tiêu dùng khó tính với nhiều rào cản kỹ thuật. Bên cạnh yếu tố giá cả thì chất lượng của sản phẩm là yếu tố được quan tâm hàng đầu với phần lớn người tiêu dùng tại thị trường này, đặc biệt đối với những mặt hàng liên quan đến thực phẩm. Vì vậy, các doanh nghiệp cần đầu tư theo hướng áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn chất lượng như ISO 9000, HACCP, ISO 14000. Đồng thời, các doanh nghiệp chế biến cần lựa chọn công nghệ có tuổi thọ dài, hiện đại, tránh những công nghệ lạc hậu, lỗi thời.

*b) Thực hiện chuyển đổi nhóm hàng nông sản phù hợp với thị trường EU.*

Trước những cơ hội lớn mang lại từ hiệp định EVFTA trong xuất khẩu nông sản, ngành nông nghiệp Việt Nam cũng đã từng bước triển khai tổ chức lại sản xuất theo hướng hợp tác, gắn sản xuất nguyên liệu với chế biến và tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi, kết nối với hệ thống tiêu thụ tại các nước EU. Việc tăng cường chế biến, gia tăng giá trị sản phẩm nhiều hơn đã tạo ra nhiều việc làm, thu nhập cao hơn cho nông dân, ngư dân Việt Nam.

Các doanh nghiệp cần phải có kế hoạch đầu tư dài hạn, chú trọng tổ chức lại sản xuất, nâng cao chất lượng nông sản, đáp ứng các tiêu chuẩn về sản xuất sạch như Viet GAP, Global GAP. Các doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất hàng nông sản nên lưu ý trên toàn bộ chuỗi giá trị, các khâu sản xuất phải được phòng vệ rủi ro; truy xuất nguồn gốc, tem nhãn của sản phẩm... phải công khai, minh bạch, tạo đà cho xuất khẩu nông sản sang EU tăng trưởng bền vững. Mặc dù hiện nay Việt Nam đã từng bước hình thành được một số vùng sản xuất nông sản tập trung, chuyên canh, nhưng thiếu đồng bộ của các yếu tố đầu vào và yếu tố hỗ trợ sản xuất nông sản xuất khẩu như điện, nước, thị trường, vốn, kỹ thuật... còn yếu kém, làm hạn chế đến khả năng khai thác, phát huy các tiềm năng và lợi thế so sánh. Khối lượng hàng hóa nông sản xuất khẩu, tuy được sản xuất từ các vùng chuyên canh, nhưng trình độ sản xuất và thâm canh của các đơn vị sản xuất, đặc biệt là hộ nông dân, các hợp tác xã nhỏ lẻ trong vùng và giữa các vùng khác nhau trong cả nước rất khác nhau. Chính sự phân tán trong sản xuất, sự không đồng bộ trong đầu tư, nhiều vùng không có đủ khả năng cung cấp các dịch vụ phục vụ yêu cầu phát triển sản xuất như giống, thủy lợi, thu mua, chế biến... là nguyên nhân dẫn đến số lượng nông sản không đáp ứng yêu

cầu xuất khẩu của những đơn hàng lớn, chất lượng không đồng đều, chi phí thu gom, vận chuyển cao chi phí cao, chất lượng thấp.

#### *c) Tăng cường đầu tư công nghệ*

Tăng cường đầu tư công nghệ nhằm nâng cao chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm và đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật khác; đầu tư công nghệ xử lý chất thải, khí thải, đảm bảo các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường theo cam kết trong EVFTA; phát triển mạnh hình thức thuê mua tài chính trong mua sắm máy móc, thiết bị, công nghệ cho các doanh nghiệp xuất khẩu nhằm nâng cao khả năng phát triển và sức cạnh tranh của các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần chủ động tìm hướng hợp tác với các nhà đầu tư của các nước thành viên EU để thu hút mạnh mẽ đầu tư trực tiếp vào Việt Nam, nhằm tận dụng hiệu quả nguồn vốn và việc chuyển giao công nghệ từ các nhà đầu tư. Trước mắt, cần liên kết với các tập đoàn siêu thị lớn của châu Âu đang đầu tư ở Việt Nam để xuất khẩu các sản phẩm nông sản thực phẩm bán tại các chuỗi siêu thị ở nước ngoài để người tiêu dùng châu Âu quen dần với hàng của Việt Nam. Đây cũng chính là cơ hội tốt để các doanh nghiệp tham gia sâu hơn nữa vào chuỗi cung ứng trong khu vực và toàn cầu.

### **4.3. Các giải pháp khác**

#### *a) Tăng cường các biện pháp khuyến khích đầu tư sản xuất nông sản*

Thời gian tới, các cấp, các ngành và địa phương cần tiếp tục đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền chính sách của Trung ương và tỉnh trong hỗ trợ sản xuất, tiêu thụ, xuất khẩu nông sản, nhất là sản xuất theo hướng nông sản an toàn, đáp ứng tiêu chí xuất khẩu vào thị trường khó tính như EU, Nhật Bản...; thực hiện tốt quy hoạch, đề án tái cơ cấu ngành

Nông nghiệp, chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đã được phê duyệt; đồng thời rà soát, điều chỉnh một số quy hoạch phù hợp với tái cơ cấu ngành Nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới; xác định thứ tự ưu tiên thực hiện quy hoạch để khai thác tối đa tiềm năng lợi thế của vùng; chỉ đạo triển khai quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất, ưu tiên vùng chuyên canh như lúa, cao su, sắn, gỗ rừng trồng, chăn nuôi tập trung... Bên cạnh đó, các địa phương tập trung chỉ đạo dồn điền đổi thửa, tích tụ ruộng đất, góp vốn bằng quyền sử dụng đất hoặc cho thuê đất, kêu gọi doanh nghiệp liên kết thực hiện mô hình sản xuất theo chuỗi giá trị; đẩy nhanh tiến độ cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất cho trang trại tạo điều kiện để tổ chức, cá nhân yên tâm đầu tư phát triển sản xuất; tổng kết kinh nghiệm, đề xuất cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển nhân rộng mô hình sản xuất, quản lý có hiệu quả trong thực tiễn; khuyến khích hợp tác, liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị nhằm thu hút nhiều doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn.

#### *b) Hoàn thiện xây dựng và thực thi chiến lược, kế hoạch, chương trình xuất khẩu nông sản*

Trong điều kiện thị trường quốc tế suy giảm và hàng rào phi thuế đang có xu hướng tăng, đòi hỏi phải có cách tiếp cận mới trong phát triển hoạt động thương mại nông sản. Đã đến thời điểm sau một giai đoạn tăng trưởng xuất khẩu dựa vào chiều rộng, dựa vào một vài ngành hàng chủ lực, cần phải thiết kế một chiến lược phát triển XKNS bền vững dựa theo chiều sâu và kích thích những nhân tố mới đột phá. Cần phải thay đổi tổng thể chiến lược XKNS theo hướng tăng giá trị XKNS bằng cách đổi mới công nghệ, xuất khẩu sản phẩm đã qua chế biến, đảm bảo an toàn thực phẩm và tăng chất lượng sản phẩm. Chiến lược XKNS cần định hướng cho các doanh

ngành chuyên từ việc chạy theo số lượng với giá cả, chất lượng thấp sang chú trọng xây dựng thương hiệu, nâng cao giá trị hàng NSXX. Từ đó, giúp nông sản Việt Nam có cơ hội thâm nhập vào thị trường các nước phát triển. Cần xây dựng chiến lược xuất khẩu cho một số ngành hàng nông sản chủ lực và một số ngành hàng tiềm năng. Trong thời gian tới, các mặt hàng gạo, cà phê, cao su, hạt tiêu, hạt điều là những mặt hàng nông sản có KNXX cao, ảnh hưởng lớn tới sản xuất nông nghiệp, có tiềm năng cần phải xây dựng chiến lược phát triển.

*c) Tăng cường các biện pháp tuyên truyền, đào tạo*

Các cơ quan quản lý nhà nước cần tăng cường, đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền, giáo dục, nâng cao ý thức cộng đồng về các vấn đề môi trường, lao động và sở hữu trí tuệ; tăng cường giáo dục ý thức của doanh nghiệp về tầm quan trọng của việc chuyển sang sử dụng công nghệ sạch, đầu tư công nghệ xử lý môi trường và ý thức trong việc sử dụng đúng tiêu chuẩn các dư lượng hóa chất trong sản xuất nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản./.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hà Xuân Bình (2020), Giải pháp phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng gạo của Việt Nam sang thị trường EU trong bối cảnh thực hiện hiệp định EVFTA, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia “Tác động của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới đến thương mại và đầu tư Việt Nam” năm 2020, Trường Đại học Thương mại
2. Hoa Hữu Cường (2018), Xuất khẩu hàng nông sản chủ lực của Việt Nam sang thị trường EU trong bối cảnh triển khai hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA), Đề tài KHCN cấp Bộ, Viện Hàn Lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
3. Mai Thế Cường và Trịnh Mai Chi (2020), EVFTA với xuất khẩu quả vải tươi của Việt Nam, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia “Tác động của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới đến thương mại và đầu tư Việt Nam” năm 2020, Trường Đại học Thương mại
4. Vũ Thanh Hương (2017), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU: tác động thương mại hàng hoá giữa hai bên và hàm ý cho Việt Nam, Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế - ĐHQG Hà Nội
5. Vũ Thanh Hương (2017), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU: tác động thương mại hàng hoá giữa hai bên và hàm ý cho Việt Nam, Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế - ĐHQG Hà Nội
6. Nguyễn Văn Lịch và Nguyễn Trọng Nhân (2020), Tác động của EVFTA đối với xuất khẩu nông sản của Việt Nam, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia “Tác động của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới đến thương mại và đầu tư Việt Nam” năm 2020, Trường Đại học Thương mại
7. Doãn Nguyên Minh, Trần Thu Thủy (2020), Tác động của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) đến xuất khẩu rau củ của Việt Nam, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế “Phát triển kinh tế và thương mại Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại” năm 2020, Trường Đại học Thương mại.



# IMPACT OF THE EU-VIETNAM FREE TRADE AGREEMENT ON VIETNAM'S AGRICULTURAL EXPORT: REALITY AND SOLUTION

**Trinh Van Thao**

*The European Union (EU) is the second largest import market of Vietnam, but only accounts for about 2% of the market share in the total import turnover of the EU. Vietnam has made great efforts to be able to participate in high-value-added stages in the global value chain with many products with high export value such as coffee, rice, fruit, etc., and step by step accessible with the overseas retail system through the supply chains of foreign-invested enterprises. The EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) is an opportunity for Vietnam to increase export turnover of agricultural products, especially for products with strengths and competitive advantages and deep commitments such as tariffs elimination on 99% of lines within 7-10 years. The article introduces commitments on agricultural products in the EVFTA, uses a case study method to assess the reality of exporting capacity of lychee and rice to the EU market, and draws out the impacts of the EVFTA on Vietnam's agricultural exports in general and lychee and rice in particular, and then proposing solutions to boost the export of Vietnamese agricultural products to the EU market in the near future.*

**Keywords:** Agricultural Products; EU; EVFTA; Export; Lychee; Rice.

# VỊ TRÍ CỦA VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU MẶT HÀNG ĐIỀU: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

Lê Thanh Thùy Dương<sup>1</sup>

Toàn cầu hoá tạo cơ hội cho các quốc gia tham gia sâu rộng hơn vào chuỗi sản xuất toàn cầu, ở đó mỗi quốc gia hướng tới quá trình chuyên môn hóa, nhằm tối đa hoá lợi nhuận. Do đó, giá trị đóng góp của các mắt xích để tạo ra sản phẩm cuối cùng hóa không chỉ được tạo ra ở một quốc gia mà có thể ở hai hoặc nhiều quốc gia, tạo nên chuỗi giá trị toàn cầu (GVC), nơi các quốc gia hợp tác để mang lại những lợi ích và giá trị đa dạng nhất cho người tiêu dùng. Hạt điều là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, nhưng Việt Nam mới chỉ chiếm 18% trong chuỗi giá trị hạt điều toàn cầu. Mục đích của nghiên cứu này là phân tích sự tham gia của Việt Nam vào chuỗi giá trị toàn cầu hạt điều qua từng mắt xích của chuỗi, từ đó đưa ra các khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của hạt điều Việt Nam.

**Từ khoá:** Chuỗi giá trị toàn cầu; Hạt điều; Nhập khẩu; Xuất khẩu.

## 1. Giới thiệu

Trong tiến trình toàn cầu hóa ngày nay, các rào cản về thông tin, sáng tạo, lao động hay công nghệ dần được gỡ bỏ làm cho ranh giới phân cách giữa các quốc gia cùng dần được xóa mờ. Điều này tạo cơ hội cho các quốc gia tham gia sâu rộng hơn vào quy trình sản xuất mang tính quốc tế mà mỗi quốc gia lại tiến tới quá trình chuyên môn hóa, tập trung vào một lĩnh vực hoặc một công đoạn nhất định mà quốc gia đó có tiềm năng và năng lực dựa trên lợi thế so sánh nhằm tối đa hóa lợi nhuận. Như vậy, hàng hóa không chỉ được thực hiện ở một nước mà có thể là ở hai hay nhiều quốc gia, tạo nên một chuỗi giá trị toàn cầu (Global value chain - GVC) nơi các quốc gia hợp tác cùng phát triển để hướng tới lợi ích và giá trị đa dạng nhất đến tay người tiêu dùng. Việt Nam tự hào vì có mặt hàng điều nhân luôn giữ

vị trí số một về xuất khẩu của thế giới trong nhiều năm liền, tuy nhiên, mặt hàng điều Việt Nam còn bộc lộ nhiều điểm thiếu sót về sản xuất nguyên liệu, hệ thống phân phối hay chưa quá quan tâm đến việc hàm lượng giá trị gia tăng, dẫn đến dù chiếm 80% tổng sản lượng toàn cầu nhưng thực tế chỉ chiếm 18% trong chuỗi giá trị hạt điều toàn cầu. Bởi vậy, để đạt được mục tiêu tăng cường và đẩy mạnh sự tham gia của Việt Nam vào chuỗi giá trị toàn cầu mặt hàng điều, chúng ta cần có sự đánh giá lại về tình hình tham gia của ngành, những cơ hội và thách thức trong thời điểm hiện nay để từ đó đưa ra những mục tiêu và giải pháp cụ thể hướng tới mục tiêu tiến đến những “nấc thang” cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành hàng điều, nâng cao lợi nhuận cho các hộ nông dân và doanh nghiệp tham gia vào trong chuỗi, giúp cho ngành hàng điều phát triển bền vững và nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

<sup>1</sup> Thạc sĩ, giảng viên Khoa tiếng Trung Quốc – Trường đại học Ngoại Thương Hà Nội.

## 2. Chuỗi giá trị toàn cầu mặt hàng điều

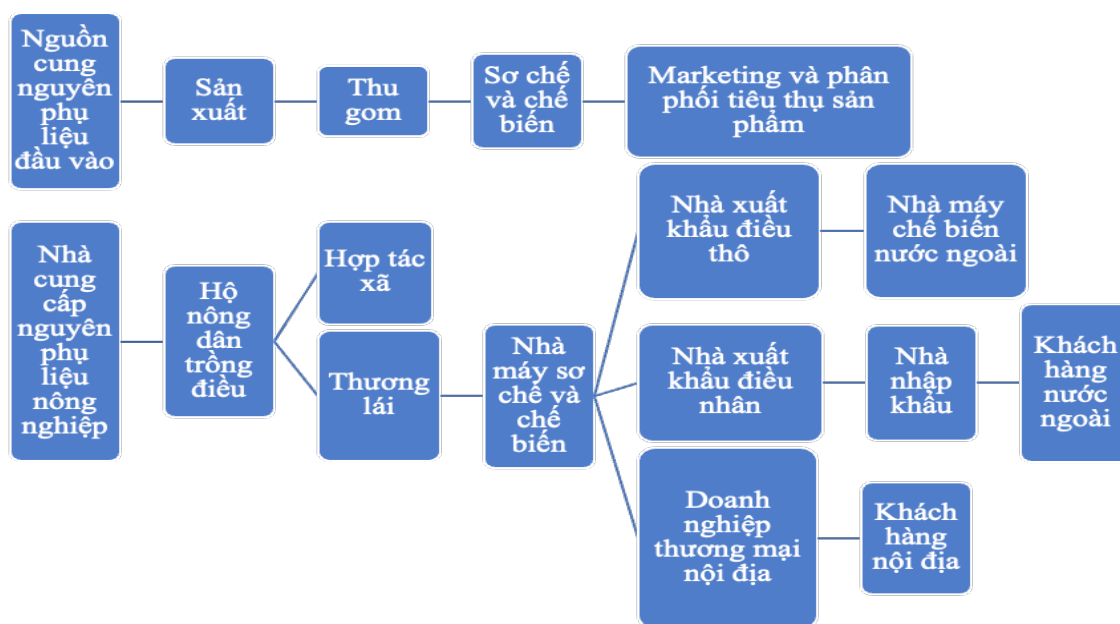
Vào năm 1985, khái niệm về Chuỗi giá trị (value chain) lần đầu tiên được cụ thể hóa và phổ cập bởi Michael Porter. Theo M.Porter, các nhóm hoạt động chính gồm có 5 mắt xích, bao gồm: hậu cần đầu vào, sản xuất, cung ứng, marketing và bán hàng và dịch vụ. Đây là các hoạt động cơ bản góp phần tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Dựa trên nghiên cứu về chuỗi giá trị của Michael Porter, hai nhà khoa học là Raphael Kaplinsky và Mike Morris (2001) đã tiếp tục đưa ra nghiên cứu của riêng mình về khái niệm chuỗi giá trị nhưng trên phạm vi rộng hơn và phân tích theo phương pháp tiếp cận toàn cầu. Theo đó, chuỗi giá trị toàn cầu là tập hợp các hoạt động để đưa một sản phẩm từ khái niệm đến khi đưa vào sử dụng và cả sau đó, những hoạt động này được thực hiện trong phạm vi một khu vực địa lý hoặc trải rộng trong phạm vi nhiều quốc gia và trở thành chuỗi giá trị toàn cầu – Global value chain. Morris đã lập sơ đồ các hoạt động trong chuỗi giá trị để phân tích

và chỉ ra giá trị gia tăng được tạo ra nhiều nhất ở khâu nghiên cứu phát triển và tiêu thụ, khâu thiết kế và phân phối có giá trị gia tăng thấp hơn, giá trị gia tăng thấp nhất nằm ở khâu sản xuất.

Với tầm quan trọng và sự phát triển mạnh mẽ trên thế giới, chuỗi giá trị toàn cầu ngành nông sản đã chính thức ra đời và cũng được chia ra thành các khâu chủ chốt có đặc điểm và tiêu chí riêng, có những yêu cầu và đặc điểm khác nhau phù hợp với các quốc gia riêng biệt. Do có lợi thế trong ngành nông nghiệp, nên Việt Nam cũng tham gia đóng góp giá trị vào các chuỗi giá trị toàn cầu nông sản như gạo, điều, và cà phê. Ngoài hai mặt hàng về cà phê và chè thì hạt điều cũng sản phẩm tiềm năng của Việt Nam.

Chuỗi giá trị toàn cầu của mặt hàng hạt điều gồm năm mắt xích cơ bản: nguồn cung nguyên phụ liệu, sản xuất, thu gom, sơ chế và chế biến, cuối cùng là thương mại và phân phối tiêu thụ thành phẩm. Sơ đồ chuỗi giá trị toàn cầu của mặt hàng hạt điều dưới đây được khái quát như sau:

**Hình 1: Mô hình chuỗi giá trị toàn cầu của mặt hàng hạt điều**



Nguồn: Nguyễn Duy Đức và cộng sự, (2013).

Trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành điều, mắt xích Marketing và phân phối tiêu thụ sản phẩm được đánh giá là đem lại giá trị gia tăng lớn nhất cho hạt điều, đảm bảo mức lợi nhuận lớn nhất cho doanh nghiệp và quốc gia tham gia chuỗi. Trong khi đó, các mắt xích như trồng trọt, thu gom mang lại ít giá trị nhất và khâu chế biến mang lại giá trị trung bình.

### 3. Thực trạng xuất khẩu hạt điều của Việt Nam giai đoạn 2016-2021

Trải qua hơn 30 năm với nhiều khó khăn và thách thức, Việt Nam hiện đã trở thành trung tâm sản xuất hạt điều của thế giới, xuất khẩu đến hơn 90 quốc gia và vùng lãnh thổ với trên dưới 80% lượng điều nhân xuất khẩu của thế giới. Ngành chế biến và sản xuất điều Việt Nam luôn trong trạng thái xuất siêu, và được đánh giá tương đối làm chủ được thị trường. Cùng với đó, thị trường xuất khẩu điều nhân của Việt Nam vô cùng rộng lớn, tính đến năm 2021 đã đạt đến con số 104 quốc gia và vùng lãnh thổ với lượng xuất khẩu vượt qua 600 nghìn tấn. Ba thị trường xuất khẩu hàng đầu trong giai đoạn 2016-2021 luôn giữ vững là Hoa Kỳ 26,40%, Netherlands 11,07% và Trung Quốc 10,56% (2021). Đây là những thị trường có nhu cầu tiêu thụ điều lớn nhất thế giới, chỉ tính riêng lượng xuất khẩu ra ba thị trường

này đã chiếm hơn nửa thị phần xuất khẩu của Việt Nam trong nhiều năm liên tiếp.

Đến nay, Việt Nam đã nhập khẩu hạt điều thô từ 35 nước, trong đó các thị trường nhập khẩu chủ yếu của nước ta là Campuchia và các nước châu Phi. Tính đến cuối năm 2021, Campuchia với 1.108.443,46 tấn, Bờ Biển Ngà với 852.209,36 tấn, Ghana với 268.279,29 tấn là những thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam, mà tính riêng trong đó thì lượng nhập khẩu từ Campuchia chiếm đến 35,19% tổng kim ngạch nhập khẩu điều thô của Việt Nam năm 2021, vượt qua cả thị trường được Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất trong nhiều năm là Bờ Biển Ngà để vươn lên vị trí đầu tiên về thị phần nhập khẩu. Trong giai đoạn 2016-2021, chỉ riêng Campuchia và Bờ Biển Ngà đã chiếm xấp xỉ 50% tổng lượng nhập khẩu của Việt Nam.

Trong năm 2021, tuy gặp nhiều khó khăn, thậm chí phải chịu ảnh hưởng tiêu cực kép từ sự thiếu hụt nhân công do tác động của bệnh dịch cộng với chi phí cước vận tải biển tăng cao và tình trạng tắc nghẽn tại các cảng biển, ngành điều Việt Nam vẫn ghi nhận những con số “biết nói” đáng khích lệ. Trong năm 2022, nhiều kỳ vọng được đặt ra đối với xuất nhập khẩu của ngành điều Việt Nam.

**Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu hạt điều Việt Nam từ năm 2016-2021**

*Đơn vị tính: nghìn USD*

Năm	Tổng kim ngạch	Mỹ	Hà Lan	Trung Quốc	Anh	Australia
2016	2.842.575	969.986	382.694	422.612	118.827	120.831
2017	3.516.805,2	1.219.938,7	541.813	469.380	149.471,6	133.239,1
2018	3.009.000	1.210.661,2	413.524,5	452.085,1	128.783,3	110.846,2
2019	3.288.716,9	1.027.816,5	347.478,5	590.423,3	110.807,1	112.070,9
2020	3.210.180,7	926.414,7	384.870,9	369.810,1	92.258,2	102.196,6
2021	3.749.721,9	942.571,8	355.291,6	447.416,7	104.435	100.395,5

*Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam*

**Bảng 2. Kim ngạch nhập khẩu hạt điều Việt Nam từ năm 2016-2021**

Đơn vị tính: nghìn USD

Năm	Tổng kim ngạch	Bờ Biển Ngà	Campuchia	Ghana	Nigeria	Tanzania
2016	1.626.834	638.338	114.562	161.630	170.790	125.615
2017	2.523.137	826.742	178.470	273.971	301.568	331.781
2018	1.900.260	670.769	300.165	254.502	217.411	282.596
2019	1.668.415	568.480	295.467	252.502	172.506	196.901
2020	1.418.765	506.292	276.447	198.763	143.981	140.357
2021	4.370.421,3	1.039.232	1.839.714,8	319.656,5	264.512,3	274.804,5

Nguồn: Trademap

#### 4. Sự tham gia của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu điều

Hiện nay, Việt Nam đang đóng góp giá trị vào tất cả các mắt xích trong chuỗi giá trị toàn cầu điều.

\* Về nguồn cung nguyên phụ liệu:

Trong chuỗi giá trị hạt điều, có đến hai bên tham gia mà chất lượng sản phẩm của họ phụ thuộc lớn vào nguyên liệu đầu vào, đó là nhà trồng và nhà chế biến điều.

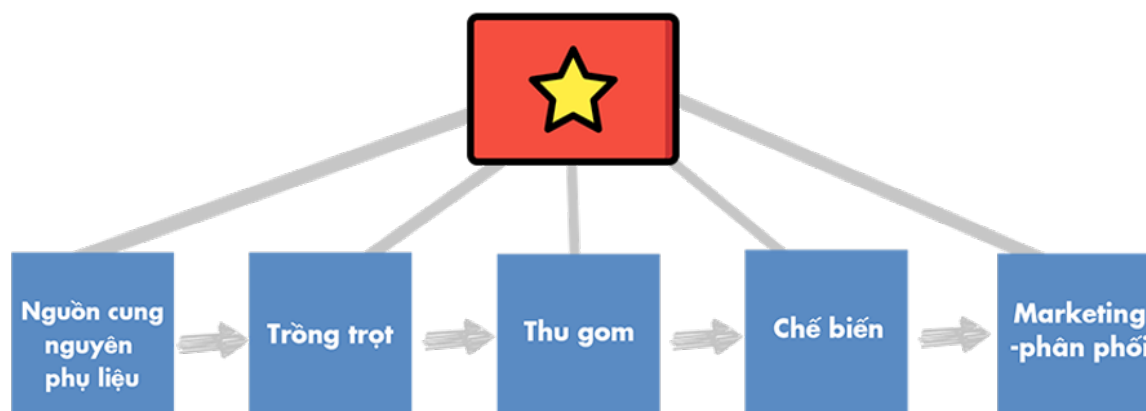
Hiện nay, đa phần các hộ canh tác thường sử dụng giống điều ghép, như giống điều PN1,

giống điều AB29, giống điều AB0508, MH4/5, MH5/4, đây đều là những giống đã được định danh và cho phép lưu hành trên thị trường. Song, vẫn còn có các hộ nông dân vì thiếu hiểu biết mà chọn mua các giống cây trôi nổi, ảnh hưởng nặng nề đến chất lượng cây điều nói chung.

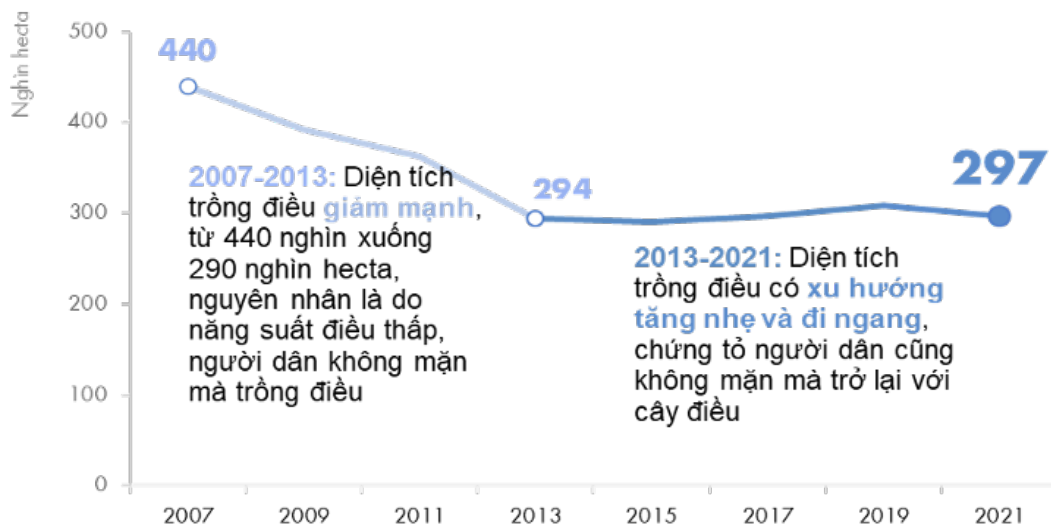
Từ những cây giống ban đầu, qua bàn tay chăm sóc của những người nông dân này sau đó sẽ trở thành nguyên liệu đầu vào cho các nhà chế biến điều tại Việt Nam. Tuy nhiên, do sản lượng điều thô trong nước chưa đáp ứng đủ nhu cầu của các cơ sở chế biến, nên mỗi

**Hình 2: Sơ đồ các mắt xích có sự tham gia của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu hạt điều**

Đơn vị tính: nghìn USD



Nguồn: Tổng hợp của tác giả

**Hình 3: Biểu đồ diện tích trồng điều tại Việt Nam giai đoạn 2007-2021**

*Nguồn: Tổng hợp của tác giả*

năm các nhà chế biến thường phải nhập khẩu khoảng gần 70% tổng lượng điều thô từ nước ngoài, cụ thể là các nước Tây Phi. Song, sự xuất hiện của Covid-19 làm đứt gãy hàng loạt chuỗi cung ứng, kéo theo đó là giá vận chuyển quốc tế tăng vọt cộng với việc các nhà bán điều thô Tây Phi lợi dụng tình hình đẩy giá lên cao đã làm nhiều cơ sở chế biến điều phải tìm đến nguồn cung từ Campuchia. Theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, tính đến tháng 11-2021, Campuchia là nguồn cung nông - lâm - thủy sản lớn thứ 2 của Việt Nam về giá trị (sau Mỹ), đạt khoảng 3,3 tỉ USD, chiếm 8,5% thị phần. Trong đó, mặt hàng điều chiếm gần 61,7%, tương đương khoảng 2 tỉ USD.

*\* Về trồng trọt:*

Mặc dù là quốc gia chế biến điều lớn nhất thế giới, nhưng sản lượng điều thô trong nước chỉ cung ứng được 30% nhu cầu của các nhà chế biến nội địa. Bên cạnh đó, trái ngược với xu hướng tăng dần đều của giá trị điều xuất khẩu, diện tích trồng điều của Việt Nam lại có xu hướng giảm dần trong dài hạn.

Trong những năm qua, xu hướng giảm của năng suất và giá điều tươi đã thúc đẩy các hộ nông

dân của Việt Nam chặt bỏ hàng loạt vườn điều để trồng những cây mới có năng suất và giá thành cao hơn như cà phê, hồ tiêu... Tuy nhiên, Việt Nam hiện nay cũng không có kế hoạch mở rộng diện tích trồng điều, một phần vì quỹ đất có hạn, chưa kể việc nhập khẩu điều thô giúp Việt Nam có được thặng dư thương mại vì các quốc gia như Campuchia và Tây Phi đều có lợi thế tương đối so với Việt Nam trong khâu trồng điều.

Điều này phần nào cho thấy cây điều Việt Nam không có lợi thế cạnh tranh so với cây điều của các khu vực khác trên thế giới. Hơn nữa, do chịu ảnh hưởng từ các giống cây trôi nổi trên thị trường nên chất lượng điều của Việt Nam chưa cao, dẫn đến giá trị đóng góp vào chuỗi giá trị toàn cầu của cây điều Việt Nam còn thấp.

*\* Về thu gom:*

Hiện nay, mắt xích thu gom tại Việt Nam đang nhận được sự hỗ trợ của lực lượng nhân công lao động dồi dào, chi phí thuê nhân công thấp ở nhiều địa phương. Đây có thể xem là một lợi thế, nhưng cũng là một hạn chế của Việt Nam khi ta chưa áp dụng được triệt để sự hỗ trợ góp sức của khoa học kỹ thuật. Điều này sẽ làm giảm năng suất của khâu thu gom, khiến Việt Nam ít

có lợi thế hơn so với các quốc gia khác trong khi lượng hạt điều thô được thu gom vào mỗi mùa vụ còn có tỉ lệ hỏng thối nhất định do những sai lầm trong kỹ thuật thu hoạch và bảo quản.

Chính vì vậy, việc đảm bảo thu hoạch hạt điều đúng và chuẩn theo quy định nhất định sẽ góp phần vô cùng lớn trong việc nâng cao chất lượng hạt điều Việt Nam để cung cấp ra thị trường trong nước nói chung và xuất khẩu ra thị trường thế giới nói chung, từ đó đặt ra bài toán cấp thiết cần tìm ra lời giải từ các chuyên gia đầu ngành Việt Nam nhằm giúp ngành hạt điều Việt Nam phát triển.

*\* Về chế biến:*

Lợi thế lớn nhất của ngành điều Việt Nam chính là công nghệ chế biến tiên tiến nhất thế giới do người Việt sản xuất. Hàng năm, số lượng điều thô mà Việt Nam phải nhập khẩu từ nước ngoài về lên tới 1,7 - 1,8 triệu tấn, chiếm 70% lượng hạt điều cho nhu cầu chế biến. Việc nhập khẩu phần lớn điều nguyên liệu do sự chênh lệch phát triển giữa khả năng gieo trồng và năng suất chế biến của các doanh nghiệp đã khiến ngành điều Việt Nam không thể tự chủ nguồn cung mà

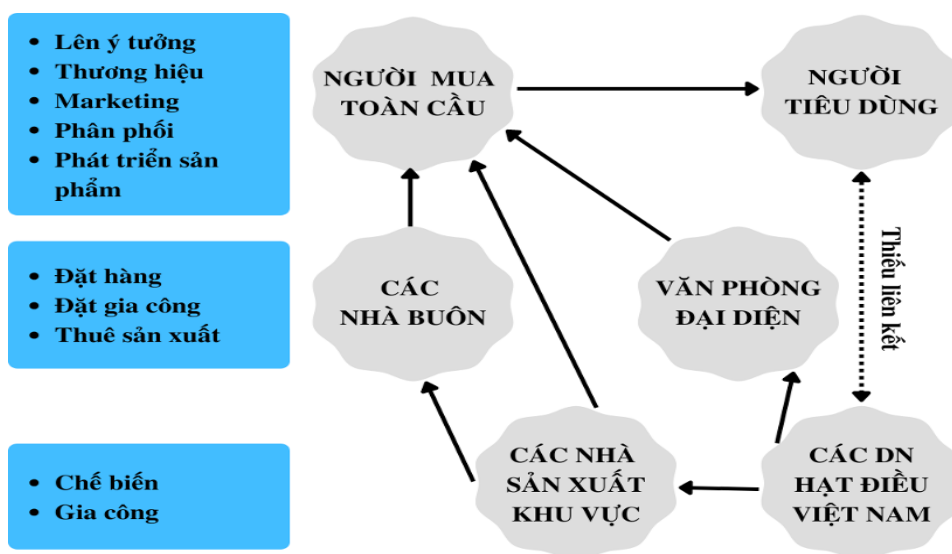
phải phụ thuộc rất nhiều vào nguồn điều nhập khẩu. Năm 2021, cho dù giá nhập khẩu điều thô tăng quá cao trong khi giá xuất khẩu thậm chí có hơi giảm sút, nhưng các doanh nghiệp chế biến vẫn phải nhập khẩu điều thô nguyên liệu về chế biến. Đứng trước tình hình nhập giá cao mà xuất ra lại không được giá, giá trị gia tăng ở mắt xích chế biến này của Việt Nam vốn đã thấp trong chuỗi giá trị toàn cầu lại phải đứng trước nguy cơ sụt giảm nghiêm trọng.

Bên cạnh đó, trong chuỗi giá trị hạt điều toàn cầu, việc Việt Nam chưa tham gia nhiều vào chế biến sâu mà chỉ chủ yếu xuất khẩu điều nhân sơ chế giá trị thấp với giá trị khoảng 10 USD/kg, trong khi nhân điều thành phẩm đến tay người tiêu dùng ở các nước khoảng 30 USD/kg cũng khiến ngành điều chưa thu về được nhiều lợi nhuận và chỉ chiếm khoảng 18% trong chuỗi giá trị ngành điều.

*\* Về marketing và phân phối*

Marketing và phân phối là công cụ đặc lực giúp quyết định giá trị của sản phẩm trên thị trường nhưng hiện nay các doanh nghiệp Việt Nam kinh doanh sản phẩm hạt điều hầu như vẫn chưa làm tốt mắt xích này.

**Hình 4: Biểu đồ các doanh nghiệp hạt điều Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu**



*Nguồn: Tổng hợp của tác giả*

Mặc dù Việt Nam có năng lực sản xuất hạt điều nằm trong nhóm đứng đầu trên thế giới, công nghệ chế biến mạnh, nhưng hạt điều Việt Nam vẫn chưa có thương hiệu. Doanh nghiệp chế biến hạt điều vẫn chưa làm tốt việc xây dựng các kênh phân phối, phần lớn đều qua nước trung gian như Mỹ, Trung Quốc, Đức, Hà Lan... nên sản phẩm điều Việt Nam không thể tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng quốc tế mà luôn phải mang tên và thương hiệu của nhà trung gian nước ngoài. Để có thể bảo vệ giá trị hạt điều và mang thương hiệu hạt điều Việt Nam ra thị trường quốc tế, cách duy nhất chính là doanh nghiệp mau chóng hoàn thiện sản phẩm đáp ứng yêu cầu chất lượng và thực hiện đăng ký chỉ dẫn địa lý hạt điều Việt Nam. Đây là một bước đi quan trọng, nhưng trên thực tế Việt Nam mới chỉ có 8 doanh nghiệp hạt điều tại tỉnh Bình Phước được cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý Bình Phước.

Như vậy, có thể thấy Việt Nam đang đóng góp tích cực nhất vào GVC điều trong mắt xích chế biến, cụ thể là chế biến thô; và khâu Việt Nam đang tạo ít giá trị nhất là Marketing và phân phối. Tuy nhiên, phần lợi nhuận mà khâu chế biến thô mang lại chỉ chiếm 18% chuỗi giá trị của hạt điều, còn phần lợi nhuận lớn nhất phải kể đến khâu chế biến sâu và phân phối với tổng giá trị khoảng 60%. Từ đó có thể kết luận, những giá trị của Việt Nam hiện đóng góp vào GVC điều chỉ đang đến từ phần lượng, chứ chưa thực sự đi sâu vào phần chất.

### 5. Kết luận và khuyến nghị

Qua những phân tích và nhận định như trên, tác giả đưa ra một số đề nghị nhằm nâng cao sự tham gia của mắt hàng hạt điều vào chuỗi giá trị toàn cầu như sau:

*Thứ nhất*, đối với khâu trồng trọt, đây là mắt xích đầu tiên trong chuỗi, vậy nên cần phải không ngừng nghiên cứu, cập nhật những quy

định, tiêu chuẩn về an toàn đối với hạt điều nói riêng cũng như mặt hàng nông sản nói chung, từ đó cải thiện giá thành sản phẩm. Đồng thời cần đẩy mạnh sản xuất tập trung, chuyên môn hoá các khâu trồng trọt, không ngừng học hỏi áp dụng các kỹ thuật khuyến nông từ các nước bạn để nâng cao chất lượng hạt điều Việt Nam, giữ ổn định mức sản lượng mục tiêu hằng năm cung cấp cho các khâu kế tiếp, tránh tình trạng “đói nguyên liệu” từ các nhà máy doanh nghiệp chế biến hạt điều. Để làm được tốt điều này, rất cần đến mối quan hệ khăng khít giữa nông dân và các chuyên gia nông nghiệp. Các hợp tác xã tại địa phương thường xuyên tổ chức các buổi tập huấn, phổ biến kinh nghiệm kỹ thuật trồng trọt hiệu quả cho bà con, trực tiếp cùng với các hộ nông dân điều chỉnh cách trồng trọt không hiệu quả, từ đó tránh tình trạng được giá mất mùa. Ngoài ra, nghiên cứu phát triển tìm ra các giống điều mới cho năng suất cao, dễ canh tác cũng là chìa khoá để tăng khả năng tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu của hạt điều Việt Nam, giúp cho cây thích nghi với những điều kiện thổ nhưỡng khí hậu khác nhau của các địa phương trên cả nước. Bên cạnh đó, cơ quan chức năng ở địa phương cũng cần quan tâm đến bà con, đặc biệt là đối với các chính sách vay vốn ưu đãi, hỗ trợ bà con mở rộng đầu tư canh tác, phát triển kinh tế địa phương.

*Thứ hai*, đối với khâu cung ứng nguyên phụ liệu và khâu thu gom, cần xây dựng mối quan hệ khăng khít giữa vùng với vùng, doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với hộ nông dân và cuối cùng là hộ nông dân với hộ nông dân. Cụ thể, cần phải xây dựng mô hình chặt chẽ, logic cũng như đặt ra các giả thiết và biện pháp giải quyết hiệu quả khi một mắt xích trong mô hình bị đứt gãy, ảnh hưởng đến toàn bộ quy trình trồng trọt – thu gom – chế biến. Việc cung cấp nguồn nguyên liệu đủ về số



lượng, đạt về tiêu chuẩn từ hộ nông dân trồng điều hoặc doanh nghiệp thu gom đến doanh nghiệp sản xuất là bàn đạp quan trọng giúp doanh nghiệp sản xuất tối đa hoá công suất và lợi nhuận nên các bên cần đặt ra các mốc thời gian cụ thể để có kế hoạch tối ưu nhất. Đồng thời, các bên cũng phải đảm bảo hài hoà lợi ích kinh tế, tránh tổn động quá nhiều bên trung gian giữa các khâu dẫn đến tình trạng nông dân bán điều giá thấp nhưng doanh nghiệp chế biến vẫn phải mua điều giá cao.

*Thứ ba*, đối với khâu chế biến, đây là khâu mà Việt Nam có lợi thế cạnh tranh lớn bởi sở hữu công nghệ sản xuất điều số một thế giới. Tuy có dây chuyền sản xuất hiện đại, các doanh nghiệp chế biến không nên vì đó mà chủ quan, vẫn cần phải tiếp tục đầu tư để duy trì và nâng cấp hệ thống sản xuất; ngoài ra việc tiếp tục nghiên cứu và cải tiến công nghệ kỹ thuật, áp dụng Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia QCVN 01-08: 2009/BNNPTNT để xây dựng các cơ sở chế biến lớn, tiềm lực vốn mạnh để đa dạng hoá sản phẩm, chuyển dịch từ chế biến thô sang chế biến sâu để nâng cao giá trị gia tăng trên một đơn vị sản phẩm. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp chế biến cần tăng cường hợp tác với các đơn vị nghiên cứu, phát triển công nghệ chế biến các phụ phẩm từ vỏ cứng, vỏ lụa, dầu điều vì đây là những sản phẩm có giá trị ứng dụng và kinh tế lớn. Mặt khác, công nghiệp chế biến hạt điều là sự kết hợp giữa thủ công và cơ giới nên tay nghề công nhân cũng cần được nâng cao để đẩy mạnh sản xuất

*Thứ tư*, thương mại và phân phối sản phẩm cũng là một khâu góp phần lớn vào nâng cao giá trị gia tăng của hạt điều Việt Nam. Tuy có giá trị dinh dưỡng cao nhưng Việt Nam vẫn gặp khó khăn trong việc xây dựng thương hiệu toàn cầu cho hạt điều, nhất là những thị trường khó tính như Mỹ hay Châu Âu. Việt Nam cần

nỗ lực áp dụng các chiến dịch tiếp thị, thiết kế bao bì bắt mắt, nhằm mục tiêu khẳng định chỗ đứng của hạt điều Việt Nam trên thị trường quốc tế. Đồng thời việc chế biến sâu sẽ giúp đa dạng hoá sản phẩm, cung cấp cho người tiêu dùng những sản phẩm mới lạ, nhiều tính ứng dụng; điều này có thể giúp kích thích nhu cầu của người tiêu dùng trong và ngoài nước. Mặt khác, để vươn ra những thị trường khó tính với quy định chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm khắt khe, cần có công tác hỗ trợ phổ cập, đào tạo cho các doanh nghiệp xuất khẩu về các quy định này.

Trên cơ sở phân tích đã nêu trên kết hợp với các dự báo về xu hướng phát triển GVC ngành điều trong tương lai, nghiên cứu đã đề xuất các biện pháp nhằm nâng cao hơn nữa vị thế của Việt Nam trong GVC ngành điều, các giải pháp được thiết kế bằng cách nhìn nhận vào hạn chế của từng mắt xích để từ đó đưa ra những khuyến nghị phù hợp. Tuy nhiên, với nguồn lực hạn chế như hiện nay, Việt Nam nên tập trung vào các mắt xích có khả năng tạo ra giá trị gia tăng lớn nhất. Cụ thể ở đây là: Chế biến và Marketing-phân phối. Ở mắt xích chế biến, Việt Nam nên tăng cường chế biến sâu; còn với Marketing-phân phối, điều Việt Nam cần làm là tạo ra được thương hiệu, từ đó nâng cao vị thế của hạt điều Việt Nam trên thị trường quốc tế./.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Xuân Lưu (2001). Giáo trình Kinh tế ngoại thương. Đại học Ngoại thương. Hà Nội.
2. Đinh Văn Thành (2010). Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu trong điều kiện hiện nay của Việt Nam. Hà Nội.
3. Kaplinsky, R. and M. Morris (2001). A Handbook for Value Chain Research. Brighton, United Kingdom, Institute of Development Studies, University of Sussex.
4. Micheal Porter (1999) The Competitive Advantage of Nations. Free Press.
5. Nguyen Duy Đức và cộng sự (2013), Chuỗi giá trị toàn cầu của mặt hàng hạt điều Mozambique, nghiên cứu ngành điều Việt Nam.
6. Nguyen Duy Duc, Pham Nhat Hanh, Sam Tram Anh, Ngo Van Binh, Nguyen Nu Hanh (2013). Cashew value chain in south-central coastal Vietnam. [https://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/28481/1/sustainable\\_and\\_profitable\\_crop\\_and\\_livestock\\_system.pdf?fbclid=IwAR0LM AVRxypPSm9MC1nWmtByCKQ\\_MVLYv77nRqyt6U4DeFmYuRb\\_wpyVU70#page=154](https://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/28481/1/sustainable_and_profitable_crop_and_livestock_system.pdf?fbclid=IwAR0LM AVRxypPSm9MC1nWmtByCKQ_MVLYv77nRqyt6U4DeFmYuRb_wpyVU70#page=154)
7. Nguyễn Huyền (2022). Thách thức lớn của ngành điều tại vị trí số 1 thế giới. Tạp chí Hải quan online. <https://haiquanonline.com.vn/thach-thuc-lon-cua-nganh-dieu-tai-vi-tri-so-1-the-gioi-159987-159987.html>
8. Trần Hải Sơn, Nguyễn Vinh Hùng (2006). Chuyên đề Phân tích chuỗi giá trị ngành hàng Điều. Đồng Nai.
9. Viện Chính sách và Chiến lược phát triển Nông nghiệp Nông thôn (2010). Hồ sơ ngành hàng hạt điều. Hà Nội.
10. Vũ Thư Hằng (2003). Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm hạt điều của Việt Nam. Hà Nội.

## VIETNAM'S POSITION IN THE GLOBAL VALUE CHAIN OF CASHEW NUTS: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Le Thanh Thuy Duong

*Globalization creates opportunities for countries to participate more deeply in global production chains, where each country moves towards specialization, in order to maximize profits. Therefore, the contribution value of the chains to create the final product is not only created in one country, but can be in two or more countries, creating a global value chain (GVC) where countries work together to bring the most diverse benefits and values to consumers. Cashew nuts are one of Vietnam's key export products, but Vietnam accounts for only 18% of the global cashew nut's value chain. The purpose of this study is to analyse Vietnam's participation in the global cashew nut value chain through each chain, thereby making recommendations to improve the competitiveness of Vietnamese cashew nut.*

**Keywords:** *Cashew; Export; Global value chain; Import.*

# MỘT SỐ YÊU CẦU VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP TRONG KHU CÔNG NGHIỆP TỈNH HẢI DƯƠNG

Đặng Xuân Thương<sup>1</sup>

*Thời gian qua, xuất khẩu của tỉnh Hải Dương nói chung và xuất khẩu của các doanh nghiệp trong khu công nghiệp (KCN) trên địa bàn tỉnh nói riêng đã đạt được những thành tựu đáng khích lệ, góp phần nâng cao giá trị kim ngạch xuất (KNXXK) khẩu toàn tỉnh. Năm 2020, xuất khẩu của các doanh nghiệp trong KCN của tỉnh đạt kim ngạch 5,92 tỷ USD, là điểm sáng trong việc đưa kinh tế Hải Dương tham gia hội nhập sâu vào nền kinh tế quốc tế thông qua các hoạt động trao đổi thương mại và thu hút đầu tư. Bên cạnh đó vẫn còn những tồn tại, hạn chế nhất định. Bài viết đặt ra những yêu cầu, từ đó đề xuất một số giải pháp về phía Nhà nước và doanh nghiệp nhằm đẩy mạnh hơn nữa hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp trong khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Hải Dương trong thời gian tới.*

**Từ khóa:** Hải Dương; Khu công nghiệp; Xuất khẩu.

## 1. Yêu cầu đặt ra đối với việc đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp trong khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Hải Dương

Để xuất khẩu của các doanh nghiệp trong KCN phát triển mạnh mẽ và đúng định hướng, việc đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp trong KCN trên địa bàn tỉnh Hải Dương cần phải dựa trên những yêu cầu sau:

*Thứ nhất*, việc đẩy mạnh xuất khẩu cần đảm bảo thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, đóng góp quan trọng vào tăng trưởng công nghiệp và dịch vụ, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, lấy xuất khẩu làm mục tiêu cho việc hoạch định phát triển sản xuất trong KCN trên địa bàn.

*Thứ hai*, khẩn trương hoàn thiện và đổi mới đối với công tác quản lý, phát triển các KCN trên địa bàn tỉnh nhằm tạo điều kiện cho thu hút

các doanh nghiệp đầu tư sản xuất kinh doanh và xuất khẩu.

*Thứ ba*, chú trọng nâng cao năng lực, chất lượng đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức trong thực thi công vụ; ứng dụng công nghệ thông tin trong điều hành giải quyết công việc và giải quyết thủ tục hành chính; thực hiện trách nhiệm của người đứng đầu trong công tác cải cách thủ tục hành chính; thường xuyên rà soát trình công bố, sửa đổi, bổ sung, bãi bỏ các thủ tục hành chính theo quy định.

*Thứ ba*, đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp trong KCN phải đảm bảo đồng bộ giữa thu hút các doanh nghiệp xuất khẩu đầu tư chiều sâu trong KCN với lấp đầy các KCN đang và sẽ xây dựng. Đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp trong KCN phải được xem xét trong sự phối hợp, gắn kết với việc phát triển khu công nghiệp hỗ trợ, hệ thống dịch vụ logistics, dịch vụ hải quan, xuất nhập khẩu nhằm khai thác có

<sup>1</sup> Thạc sĩ, Nghiên cứu sinh tại Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

hiệu quả của KCN. Giải quyết hợp lý mặt bằng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa để đảm bảo vừa bảo đảm sản xuất các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, vừa thực hiện các dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu và bảo vệ môi trường KCN.

*Thứ tư*, đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp trong KCN của tỉnh Hải Dương đòi hỏi phải xây dựng và ban hành các cơ chế, chính sách đặc thù nhằm khuyến khích phát triển các KCN đồng bộ, thu hút các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu sử dụng công nghệ cao, công nghệ tiên tiến, công nghệ hàng đầu vào đầu tư trong các khu công nghiệp trên địa bàn.

## **2. Một số giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp trong khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Hải Dương**

### **2.1. Giải pháp về phía nhà nước**

*- Thu hút các doanh nghiệp đầu tư vào khu công nghiệp để kinh doanh xuất khẩu*

Chính quyền Hải Dương cần mạnh dạn đổi mới công tác xúc tiến đầu tư, quản lý và đơn giản hóa các thủ tục đầu tư, rút ngắn thời gian cấp giấy chứng nhận đầu tư doanh nghiệp sản xuất hàng hóa xuất khẩu. Chủ động ban hành danh mục và cơ chế chính sách ưu đãi đối với các dự án sản xuất hàng hóa xuất khẩu và các doanh nghiệp hoạt động dịch vụ logistics. Trong bối cảnh Việt Nam tham gia nhiều Hiệp định thương mại tự do, cơ hội thu hút các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là rất lớn, Hải Dương cần có chính sách riêng đối với từng tập đoàn và các đối tác trọng điểm như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc... đầu tư vào các KCN để xuất khẩu sang các thị trường là thành viên của các FTA đã ký kết. Tỉnh cần triển khai quyết liệt những giải pháp như: Cấp kinh phí chi thường xuyên cho việc xúc tiến xuất khẩu, thu hút đầu tư để các cơ quan chuyên trách chủ động triển khai một cách bài bản và

đồng bộ các chương trình xúc tiến quảng bá tại nước ngoài; Duy trì và tăng cường cơ chế đối thoại thường xuyên giữa lãnh đạo tỉnh, các sở, ngành với các doanh nghiệp, tổ chức diễn đàn doanh nghiệp hàng năm; Đẩy mạnh cải thiện môi trường đầu tư, đổi mới mô hình, hoạt động xúc tiến đầu tư, xuất khẩu, đồng hành cùng doanh nghiệp với các giải pháp đồng bộ. Tạo thuận lợi tối đa cho doanh nghiệp, tập trung tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy hoạt động xuất khẩu để thực sự “đồng hành cùng doanh nghiệp” và làm tốt vai trò kiến tạo, tạo môi trường kinh doanh thuận lợi nhất cho doanh nghiệp.

*- Hoàn thiện tổ chức bộ máy, phân công, phân cấp quản lý nhà nước đối với các KCN trên địa bàn tỉnh*

Ban quản lý (BQL) các KCN Hải Dương cần được kiện toàn theo hướng tinh gọn, hiệu lực, hiệu quả. Theo đó BQL cần tăng cường củng cố, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ theo hướng chuyên nghiệp, tinh gọn lấy sự hài lòng của doanh nghiệp làm thước đo hiệu quả phục vụ thông qua các giải pháp như: Rà soát, đánh giá và thay thế những cán bộ, công chức không đáp ứng yêu về năng lực chuyên môn, tinh thần trách nhiệm, thái độ phục vụ, đặc biệt là các cán bộ trực tiếp giải quyết công việc. Chuẩn hóa đội ngũ cán bộ công chức theo đúng tiêu chuẩn, chức danh, cơ cấu, phù hợp với yêu cầu nhiệm vụ để nâng cao chuyên môn, trách nhiệm và thái độ phục vụ của cán bộ, công chức, viên chức; Sắp xếp lại bộ máy, phân công, bố trí công việc khoa học, tránh chồng chéo, đảm bảo đúng người, đúng việc; Nâng cao trình độ ngoại ngữ, để đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức có thể độc lập làm việc với doanh nghiệp nước ngoài; Tăng cường trao đổi kinh nghiệm với các BQL của các địa phương có các KCN phát triển và hoạt động tốt để giúp đội ngũ cán bộ, công chức có điều kiện học hỏi, trao

đổi, tiếp thu những kinh nghiệm công tác hiệu quả nhằm nâng cao chất lượng phục vụ.

- Nâng cao chất lượng xây dựng và quản lý thực hiện quy hoạch các KCN

Lãnh đạo tỉnh cần xác định quy hoạch là công cụ QLNN rất quan trọng để phát triển các KCN, coi chất lượng xây dựng quy hoạch KCN, đặc biệt là các quy hoạch mới là ưu tiên hàng đầu trong quản lý KCN. Do vậy, UBND tỉnh Hải Dương cần tập trung chỉ đạo thực hiện tốt một số nhiệm vụ sau: Xây dựng, triển khai quy hoạch phát triển KCN của tỉnh với số lượng và quy mô phù hợp, đảm bảo hiệu quả sử dụng đất KCN và dựa trên khả năng liên kết giữa các doanh nghiệp KCN; Nghiên cứu, phát triển một số mô hình KCN kiểu mới, thông minh, thân thiện với môi trường, tập trung phát triển KCN ở những địa bàn có lợi thế, tiềm năng phát triển về giao thông, vùng nguyên liệu sản xuất công nghiệp, nông nghiệp,...

- *Xây dựng và ban hành các tiêu chí liên quan đến quản lý hoạt động xuất khẩu trong bộ tiêu chí đánh giá quản lý nhà nước cấp tỉnh đối với các KCN*

Hiện nay, các tiêu chí đánh giá quản lý nhà nước cấp tỉnh đối với các khu công nghiệp, được lồng ghép trong Báo cáo Chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) hàng năm, nhưng các tiêu chí cụ thể liên quan đến đẩy mạnh xuất khẩu nói chung và xuất khẩu trong KCN nói riêng hầu như rất ít. Do vậy, tỉnh nên xây dựng Bộ tiêu chí đánh giá QLNN tỉnh đối với KCN trong đó có các tiêu chí liên quan đến đánh giá việc đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu trong KCN trên địa bàn tỉnh một cách tổng thể, đồng bộ dựa trên đánh giá của các tổ chức có uy tín và cộng đồng doanh nghiệp. Các tiêu chí có thể là: (i) chất lượng cung ứng dịch vụ công và các dịch vụ hỗ trợ nhằm thúc đẩy xuất khẩu

trong KCN; (ii) chất lượng quản lý, điều hành của Ban quản lý các KCN; (iii) chất lượng phục vụ của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức thực thi công vụ; (iv) Tính minh bạch trong việc công bố thông tin, các thủ tục liên quan đến xuất khẩu trong KCN.

- *Hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa hoạt động xuất khẩu trong khu công nghiệp*

Trong thời gian qua, tỉnh Hải Dương đã quan tâm chủ yếu đến thu hút các doanh nghiệp FDI vào đầu tư trong các KCN. Để đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp trong KCN, cần thu hút cả các doanh nghiệp trong nước nhằm đa dạng hóa các ngành hàng xuất khẩu. Mặc dù các doanh nghiệp trong nước hầu hết là loại hình doanh nghiệp nhỏ và vừa, nhưng đây là nhóm doanh nghiệp đóng góp lớn vào GDP của tỉnh. Để huy động các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu trong nước vào KCN, trước tiên chính quyền tỉnh cần vận dụng các chính sách chung của chính phủ vào điều kiện đặc thù của tỉnh để ban hành các chính sách khuyến khích cụ thể như: các chính sách như giảm thuế, hỗ trợ về công nghệ, nhân lực, hỗ trợ về kết cấu hạ tầng, nâng cao trình độ quản trị,... Đồng thời, đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền để các doanh nghiệp trong nước hiểu được vị trí, vai trò và lợi ích của họ khi tham gia hoạt động sản xuất, xuất khẩu trong các KCN của tỉnh theo hướng tập trung, hiện đại.

- Tăng cường đào tạo, thu hút nguồn lao động cung cấp cho doanh nghiệp trong khu công nghiệp

Phát triển nguồn nhân lực để đáp ứng nguồn nhân lực có tay nghề làm việc trong các KCN là hết sức cần thiết và cấp bách, là một vấn đề khó khăn đối với các doanh nghiệp hiện nay. Do thực trạng nhân lực trong các KCN của tỉnh hiện nay chủ yếu từ lao động phổ thông, làm việc theo kinh nghiệm, chưa được đào tạo

bài bản, kĩ lưỡng, chưa có không kĩ năng cần thiết khác như ngoại ngữ, tin học, làm việc trong môi trường sản xuất công nghiệp... Do đó, nguồn nhân lực tốt là một đảm bảo cho sự phát triển lâu dài và bền vững, do đó cần thực hiện một số biện pháp sau: Tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp, các ngành trong quá trình thực hiện giải pháp đảm bảo nguồn lao động tham gia sản xuất, gia công hàng xuất khẩu cho các KCN; Xem xét thành lập cơ quan chuyên trách về phát triển nguồn nhân lực, hoạt động kiêm nhiệm để tham mưu cho tỉnh xây dựng Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực giai đoạn đến năm 2030, xây dựng “Đề án thu hút lao động và phát triển nguồn nhân lực phục vụ phát triển các KCN trên địa bàn giai đoạn 2021 - 2025”, trong đó tập trung ưu tiên đào tạo nghề cho công nhân KCN; Tăng cường sự phối hợp giữa các cấp, các ngành về phát triển nhân lực tại các địa phương; Thường xuyên rà soát, đánh giá và phân loại trình độ nhân lực quản lý nhà nước và của doanh nghiệp để từ đó có chương trình đào tạo nâng cao chuyên môn cho từng đối tượng; Phát triển mạnh thị trường lao động, dịch vụ thông tin giới thiệu việc làm; Khuyến khích và hỗ trợ đầu tư nước ngoài vào đào tạo thợ lành nghề phục vụ trực tiếp cho các doanh nghiệp trong KCN.

*- Chủ động ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý, thúc đẩy xuất khẩu các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh*

Trong bối cảnh CMCN 4.0, thực hiện chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin là chìa khóa để nâng cao hiệu quả quản lý, thúc đẩy xuất khẩu các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh. Ứng dụng phần mềm quản lý tiên tiến hiện đại trong các KCN giúp giảm thời gian, tăng độ chính xác trong việc xử lý các thủ tục, quản lý nhân sự tốt hơn, kiểm soát các vấn đề tối ưu. Công nghệ số làm tăng tốc

độ phát triển cho các KCN và tăng khả năng cạnh tranh của các KCN. Bằng các công cụ trong phần mềm trực tuyến, nhân lực quản lý dễ dàng giao việc và theo dõi tiến độ công việc cho nhân viên. Trong quá trình hoạt động nếu có phát sinh hay cần sự điều chỉnh công việc thì việc này cũng được thao tác dễ dàng. Đặc biệt, nó giúp cho sự kết nối giữa cơ quan QL-NN với các doanh nghiệp được thường xuyên, không bị hạn chế thời gian, địa điểm theo cách quản lý cũ. Để các phần mềm quản lý trong các KCN phát huy tối đa hiệu quả cần lắp đặt và nâng cấp hệ thống truyền tải internet, máy tính ở các KCN. Đặc biệt cần nâng cao trình độ công nghệ thông tin cho đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý ở các KCN. Cần đào tạo, phát triển bộ phận chuyên về hoạt động công nghệ thông tin ở các KCN để có thể ứng dụng những phần mềm quản lý tiên tiến ở khu vực và trên thế giới vào hoạt động ở các KCN.

*- Hoàn thiện môi trường kinh doanh và khuyến khích doanh nghiệp đầu tư phát triển logistics trong KCN*

Đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp trong khu công nghiệp không thể đạt hiệu quả nếu thiếu một hệ thống cơ sở hạ tầng và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics. Một vấn đề cấp thiết đặt ra là Tỉnh cùng các cơ quan chức năng địa phương cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách mang tính đột phá, cụ thể khuyến khích các doanh nghiệp tham gia hiệu quả vào các hoạt động logistics và tạo môi trường logistics cho các doanh nghiệp. Bên cạnh ban hành các văn bản pháp lý cụ thể hỗ trợ cho hệ thống logistics phát triển, chính quyền Tỉnh cũng cần có chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp tư nhân khi tham gia vào chuỗi cung ứng, cũng như sử dụng các dịch vụ logistics do các doanh nghiệp trong nước cung cấp. Các chính

sách này có thể bao gồm những ưu đãi thuế, tiếp cận vốn, các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp logistics đối với việc đầu tư các phương tiện vận tải, bảo quản, phát triển mạng lưới, chính sách ưu đãi về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực logistics và các ưu đãi đất đai, vốn vay...

*- Hỗ trợ xúc tiến thương mại*

Hải Dương cần đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, tăng cường và nâng cao hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại. Bên cạnh đó, cần đổi mới công tác tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại theo hướng chú trọng vào khâu tổ chức và cung cấp thông tin thị trường, tổ chức các chương trình lớn nhằm quảng bá hình ảnh của doanh nghiệp xuất khẩu trong các KCN, đặc biệt là vào các thị trường nhập khẩu lớn, thị trường có nhiều tiềm năng đối với hàng hóa xuất khẩu, đồng thời qua đó thúc đẩy thu hút đầu tư nước ngoài vào các KCN trên địa bàn tỉnh. Tỉnh cần có những giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu trong KCN tiếp cận thông tin về thị trường, đặc biệt là các thị trường có các chuỗi cung ứng hoạt động hiệu quả, có sự tham gia của các công ty xuyên quốc gia, tìm kiếm đối tác và thị trường xuất khẩu thông qua các chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh, tìm kiếm, giới thiệu các nhà đầu tư sản xuất, xuất khẩu trong các KCN của tỉnh, công ty nhập khẩu nước ngoài tiềm năng.

*- Tăng cường cải cách thủ tục hải quan, xuất nhập khẩu*

Tiếp tục hiện đại hóa hệ thống hải quan, thực hiện hải quan một cửa, hải quan điện tử, trong đó có việc phát triển mạnh mẽ hình thức đại lý hải quan bằng việc gia tăng số lượng đại lý hải quan và xây dựng chế độ ưu tiên về thủ

tục hải quan cho các lô hàng xuất nhập khẩu do đại lý hải quan đứng tên khai, như miễn kiểm hồ sơ và miễn kiểm hàng hóa đối với các tờ khai do đại lý hải quan đứng tên, đóng dấu.

Hướng dẫn thông tin cho doanh nghiệp trong KCN các đầu mối, bộ phận hỗ trợ giải đáp thông tin, vướng mắc của doanh nghiệp; Thông tin kịp thời và đầy đủ chính sách, văn bản hướng dẫn thực thi các quy định về hải quan cho doanh nghiệp, các đại lý làm TTHQ uy tín trên cổng thông tin điện tử hải quan, tại các hội nghị đối thoại để doanh nghiệp tiếp cận. Tổ chức các buổi làm việc, hội thảo chuyên đề doanh nghiệp tham gia đánh giá các ứng dụng dịch vụ công về lĩnh vực hải quan nhằm gia tăng tiện ích cho doanh nghiệp trong quá trình làm thủ tục hải quan. Thực hiện các giải pháp hỗ trợ, tạo thuận lợi cho DN ở phạm vi cấp ngành, cấp cục và cấp chi cục, đồng thời chsụ trọng đến việc nâng cao năng lực và trách nhiệm công vụ của cán bộ hải quan, phục tốt nhất cho doanh nghiệp xuất khẩu trong KCN.

## **2.2. Giải pháp đối với doanh nghiệp**

*- Nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu*

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu, các doanh nghiệp xuất khẩu trong KCN trên địa bàn tỉnh cần thực hiện tốt những giải pháp sau: Đẩy mạnh đầu tư nâng cấp máy móc, thiết bị nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm; Tìm hiểu các yêu cầu về quy định kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm đáp ứng thị trường nhập khẩu, đặc biệt là các quy định về an toàn sức khỏe con người và môi trường; Quan tâm đầu tư về công nghệ sản xuất, đầu tư trang thiết bị máy móc, đầu tư nghiên cứu mẫu mã để đáp ứng yêu cầu đối tác nước ngoài; Nghiên cứu phát triển,



thiết kế mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa các nhà xuất khẩu quốc tế hiện nay.

*- Đẩy mạnh phát triển thị trường xuất khẩu*

Để phát triển và mở rộng thị trường xuất khẩu, các doanh nghiệp xuất khẩu trong khu công nghiệp của tỉnh cần: Đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu thị trường, thu thập các thông tin về thị trường (như cầu của thị trường, thông tin dự báo thị trường; nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng; các quy định pháp lý hay thể chế hải quan của nước nhập khẩu, hệ thống tiêu thụ sản phẩm...); Đẩy mạnh hợp tác với cơ quan Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài trong việc nghiên cứu và thu thập thông tin về thị trường xuất khẩu sản phẩm; Xây dựng chiến lược kinh doanh, phát triển thị trường. Duy trì và phát triển thị trường xuất khẩu truyền thống, tích cực tìm kiếm cơ hội gặp gỡ đối tác mới, tìm kiếm thị trường mới. Đa dạng hóa các cách thức tìm kiếm thị trường như tích cực tham gia các hội chợ, triển lãm hay thông qua các sàn giao dịch thương mại điện tử để tìm kiếm, mở rộng thị trường xuất khẩu; Chủ động nắm bắt các thông tin về đối thủ cạnh tranh tại thị trường xuất khẩu, đặc biệt là các đối thủ đến từ thị trường các nước đang phát triển nhằm biết được điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ, từ đó đưa ra các chiến lược thích hợp nhằm giành được lợi thế tại thị trường xuất khẩu; Tận dụng ưu đãi từ các FTA như EVFTA, CPTPP, UK-FTA, RCEP... để xuất khẩu sản phẩm của doanh nghiệp, đưa Hải Dương trở thành trung tâm sản xuất hàng hóa xuất khẩu của cả nước.

*- Tăng cường liên kết các doanh nghiệp*

Cùng với hỗ trợ của Nhà nước, vấn đề quyết định sự thành công vẫn là ở bản thân mỗi doanh nghiệp. Do vậy, các doanh nghiệp

xuất khẩu trong KCN phải chủ động nắm bắt cơ hội, tận dụng tối đa sự hỗ trợ của Nhà nước để nâng cao năng lực thiết kế sản phẩm trong môi trường hội nhập và phát triển. Doanh nghiệp cần chủ động nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của thiết kế, phát triển sản phẩm trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, đồng thời chủ động tìm kiếm, phối hợp với các nhà thiết kế chuyên nghiệp để sản xuất nhưng sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn và thị hiếu của khách hàng. Hợp tác với các nhà thiết kế chuyên nghiệp để sáng tạo mẫu mã, manh tính đột phá đòi hỏi người thiết kế phải có kiến thức chuyên ngành, có thị hiếu thẩm mỹ, có thực tiễn xã hội, có kiến thức về thị trường; chủ động liên doanh liên kết với các trường chuyên ngành thiết kế công nghiệp...

Doanh nghiệp xuất khẩu trong KCN cần tăng cường liên kết theo ngành hàng xuất khẩu, giữa doanh nghiệp với hộ sản xuất, doanh nghiệp cung ứng nguyên vật liệu. Việc liên kết này là vấn đề then chốt, trên cơ sở đảm bảo lợi ích của các bên. Doanh nghiệp bao tiêu sản phẩm, thu mua với giá cả đảm bảo cho cung ứng nguyên vật liệu có lãi để yên tâm sản xuất. Nhờ vậy, doanh nghiệp sẽ được đảm bảo nguồn nguyên liệu chế biến đạt chất lượng cho quá trình thực hiện các hợp đồng xuất khẩu.

Cần thống nhất những cơ chế phù hợp trong xây dựng các liên kết nhằm đảm bảo hài hòa lợi ích giữa các bên tham gia. Không vì giảm chi phí mà ảnh hưởng đến dịch vụ, sản phẩm (hàng thiếu chất lượng, vi phạm các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm). Cần phải có sự kết hợp giữa thời gian, chi phí hợp lý giữa các khâu trong chuỗi cung ứng và đáp ứng các điều khoản trong hợp đồng xuất khẩu.

Các doanh nghiệp xuất khẩu cần đẩy mạnh sử dụng các dịch vụ logistics thuê ngoài để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, thay đổi tập quán mua bán trong xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu của doanh nghiệp trong KCN.

Đối với các doanh nghiệp hoạt động logistics trong KCN, cần nâng cao khả năng cạnh tranh sản phẩm dịch vụ logistics của các doanh nghiệp, khắc phục những yếu kém nội tại của doanh nghiệp logistics; Tăng cường hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp logistics; Các doanh nghiệp logistics cần tạo lợi thế cạnh tranh riêng biệt về dịch vụ logistics, hình thành các doanh nghiệp logistics theo ngành hàng để hỗ trợ tốt nhất cho doanh nghiệp xuất khẩu trong KCN.

*- Nhanh chóng nắm bắt các cơ chế, chính sách của Nhà nước để thực thi và tận dụng những ưu đãi chính sách đối với doanh nghiệp trong KCN*

Rà soát và đánh giá mô hình kinh doanh, đặc biệt khi các đối tác dự định giao hàng hóa nhập khẩu cho bên gia công lại, nhằm xác định chính sách miễn thuế phù hợp áp dụng cho hàng hóa nhập khẩu/xuất khẩu;

Thành lập phòng pháp chế hoặc sử dụng dịch vụ tư vấn pháp luật chuyên nghiệp từ các công ty luật về trách nhiệm và nghĩa vụ của các doanh nghiệp gia công mới trong mô hình kinh doanh dự kiến để phù hợp với quy định hiện hành của Hải quan Việt Nam, thủ tục hoàn thuế,... Bộ phận pháp chế hoặc các công ty luật sẽ giúp doanh nghiệp rà soát hoặc đánh giá những lợi ích từ các chính sách ưu đãi đối với doanh nghiệp trong KCN cũng như các yêu cầu về kiểm tra giám sát hải quan để được xác nhận đáp ứng điều kiện của doanh nghiệp và thông báo các thủ tục cần thiết để tuân thủ đúng quy định pháp luật.

Tận dụng các cơ chế ưu đãi từ chương trình phát triển công nghiệp, chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh, sự hỗ trợ từ các Quỹ, nguồn kinh phí khác dành cho nghiên cứu, phát triển và đào tạo. Doanh nghiệp được xem xét hỗ trợ một phần kinh phí nghiên cứu và phát triển từ Chương trình phát triển công nghiệp hỗ trợ đối với trường hợp tự đầu tư nghiên cứu và phát triển công nghệ có kết quả ứng dụng mang lại hiệu quả cao; được hỗ trợ tối đa đến 50% kinh phí đối với Dự án sản xuất thử nghiệm các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ phục vụ xuất khẩu.

*- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực*

Đối với việc phát triển nguồn nhân lực để đáp ứng nguồn nhân lực làm việc trong KCN là hết sức cần thiết và cấp bách, là một vấn đề rất khó đối với cả doanh nghiệp xuất khẩu và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ liên quan đến xuất khẩu hàng hóa. Nguồn nhân lực tốt là một đảm bảo cho sự phát triển lâu dài và bền vững. Đội ngũ công nhân đang làm việc cũng cần phải được tham gia khóa đào tạo lại để thích nghi với môi trường sản xuất mới với công nghệ hiện đại.

Xây dựng kế hoạch hỗ trợ, khuyến khích cho khâu thiết kế và sản xuất hàng mẫu, đầu tư đào tạo đội ngũ cán bộ đủ khả năng thiết kế mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm, đồng thời có chính sách hỗ trợ bảo đảm việc làm, tạo nguồn thu nhập ổn định cho người lao động, khắc phục tình trạng thiếu lao động do các kỹ sư công nghệ và công nhân có tay nghề cao chuyển chuyên việc.

Để đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp trong KCN hiện nay, cần ưu tiên hợp lý việc đào tạo để có được những cán bộ giỏi về marketing xuất khẩu, thương mại quốc tế... để tiếp cận với thị trường các nước phát triển. Cần đào tạo được một đội ngũ cán bộ giỏi

không chỉ đủ mạnh về chuyên môn mà còn phải là người có trách nhiệm cao trong công việc, tâm huyết với nghề, với doanh nghiệp:

Đối với công nhân, thường xuyên tổ chức huấn luyện, đào tạo nâng cao tay nghề để sử dụng có hiệu quả hệ thống thiết bị, công nghệ sản xuất mới, đáp ứng được những yêu cầu đầy mạnh xuất khẩu của doanh nghiệp.

Đối với đội ngũ quản lý doanh nghiệp, phải được đào tạo qua các trường quản lý kinh tế, quản trị doanh nghiệp. Những cán bộ trẻ có năng lực cần được gửi đi đào tạo tại các nước phát triển. Thường xuyên tổ chức tham quan, học hỏi các doanh nghiệp điển hình trong ngành, các mô hình quản lý tốt của các liên doanh, mô hình quản lý tốt ở ngoài nước.

Xây dựng kế hoạch đào tạo lao động của doanh nghiệp trong KCN và ký kết hợp đồng

các tổ chức đào tạo, dạy nghề trong địa bàn Tỉnh tham gia đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp. Doanh nghiệp tự tổ chức đào tạo bằng cách đầu tư kinh phí, tuyển chọn nhân lực để đào tạo theo nhu cầu của mình, sau khi đào tạo sẽ ưu tiên tuyển dụng và phục vụ có thời hạn cho doanh nghiệp... Các hình thức khuyến khích có thể là trợ cấp chi phí đào tạo, miễn thuế hoặc hoàn trả sau.

Ngoài những chính sách về đào tạo, nâng cao tay nghề cho người lao động, vấn đề cải thiện điều kiện làm việc của người lao động; ổn định, chăm lo và cải thiện đời sống của người lao động, nhất là lao động nữ qua cơ chế lương thưởng, nhà ở, bảo đảm quyền lợi, sự gắn bó lâu dài của người lao động đối với ngành nghề cũng là vấn đề cần quan tâm./.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Thống kê tỉnh Hải Dương (2011), Niên giám thống kê tỉnh Hải Dương;
2. Cục Thống kê tỉnh Hải Dương (2021), Niên giám thống kê tỉnh Hải Dương;
3. Ban Quản lý các Khu công nghiệp tỉnh Hải Dương (2021), Báo cáo tổng kết tình hình hoạt động năm 2020;
4. <https://diendandoanhnghiep.vn>;
5. <https://xnkhaiduong.com>;
6. <https://banqlkcn.haiduong.gov.vn>.

## SOME REQUIREMENTS AND SOLUTIONS TO PROMOTE EXPORT OF ENTERPRISES IN INDUSTRIAL PARK OF HAI DUONG PROVINCE

Dang Xuan Thuong

*In the recent years, the export of Hai Duong province, especially for enterprises in industrial zones (IZs) in the province in particular have achieved encouraging achievements, contributing to increasing the value of export turnover to the whole province. In 2020, exports of enterprises in the IZs reached a turnover of 5.92 billion USD, which is a bright spot in bringing Hai Duong's economy into deep integration into the international economy through foreign trade and investment attraction. However, there are still certain shortcomings and limitations. Therefore, the article sets out the requirements, thereby proposing some solutions on the side of the State and enterprises to further promote the export activities of enterprises in IZs in Hai Duong province in the coming time.*

**Keywords:** *Export; Hai Duong; Industrial Zones.*