

ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM SANG CÁC NƯỚC ASEAN+3

Ngô Thị Mỹ¹, Nguyễn Thị Bích Liên²,
Trần Văn Dũng³

Tóm tắt

Đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa trong đó tập trung vào những nhóm hàng có lợi thế như hàng nông sản đang là một trong những chiến lược phát triển kinh tế quan trọng của Việt Nam. Những năm qua, quan hệ thương mại hàng nông sản giữa Việt Nam với các nước ASEAN+3 đang từng bước phát triển và đạt được nhiều kết quả đáng ghi nhận về kim ngạch xuất khẩu cũng như thị phần xuất khẩu. Bằng việc sử dụng mô hình thị phần không đổi (CMS), bài viết đã tập trung phân tích tác động của 3 yếu tố đến biến động về kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 qua các giai đoạn khác nhau. Trên cơ sở những khó khăn thực tế của hoạt động xuất khẩu nông sản, bài viết đã đề xuất 5 giải pháp cần thiết nhằm đẩy mạnh xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 trong những năm tiếp theo.

Từ khóa: Giải pháp, xuất khẩu, nông sản, Việt Nam, ASEAN+3.

PROMOTING VIETNAM'S AGRICULTURAL EXPORTS TO ASEAN+3

Abstract

Promoting commodity exports, focusing on advantageous ones such as agricultural products, is one of Vietnam's important economic development strategies. Over the past years, agricultural trade between Vietnam and ASEAN+3 has been gradually developing and achieved remarkable results in terms of export turnover as well as export market share. Using the constant market share model (CMS), the article focused on analyzing the impact of three factors on the fluctuation of Vietnam's agricultural export turnover to ASEAN+3 in different periods. Based on the practical difficulties of exporting agricultural products, the article proposed 5 necessary solutions to boost Vietnam's agricultural exports to ASEAN+3 in the following years.

Keywords: Solution, export, agricultural products, Vietnam, ASEAN+3.

JEL classification: Q13.

1. Đặt vấn đề

Thời gian qua, quan hệ thương mại hàng hóa giữa Việt Nam với các nước trong khu vực ASEAN+3 đã có những bước phát triển và đạt được nhiều thành tựu đáng khích lệ. Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan, các nước ASEAN+3 (bao gồm 10 nước thành viên ASEAN với 3 nước ở châu Á là Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc) là đối tác thương mại lớn của Việt Nam với kim ngạch xuất khẩu (KNXK) nông sản đạt 18,2 tỷ \$ vào năm 2019 [11]. Với những ưu thế như chi phí logistic thấp, có nhiều nét tương đồng về văn hóa, thói quen tiêu dùng,... nên Việt Nam đã trở thành một trong những quốc gia xuất khẩu nông sản lớn tại các nước ASEAN+3. So với năm 2010, tốc độ tăng trưởng về KNXK nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 vào năm 2019 đạt 146,95%. Bên cạnh những kết quả đạt được, xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 vẫn tồn tại một số khó khăn về chất lượng nông sản, về khả năng đáp ứng thị hiếu của người tiêu dùng hay việc tạo dựng thương hiệu cho nông sản Việt tại các thị trường xuất khẩu [6]. Trên cơ sở phân tích thực trạng về KNXK, về tỷ trọng xuất khẩu cũng như thị phần xuất khẩu và làm rõ các yếu tố tác động đến biến động của

KNXK nông sản, bài viết sẽ đưa ra một số giải pháp nhằm đẩy mạnh hơn nữa xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 trong những năm tới.

2. Tổng quan tài liệu

Trên thế giới và trong nước đã có nhiều nghiên cứu liên quan đến xuất khẩu nông sản. Các nghiên cứu được tiếp cận ở nhiều góc độ khác nhau (như phân tích thực trạng xuất khẩu nông sản hoặc phân tích các yếu tố tác động đến KNXK nông sản) cũng như được sử dụng bằng nhiều phương pháp phân tích khác nhau. Với góc độ nghiên cứu các yếu tố tác động đến KNXK nông sản, ngoài việc sử dụng mô hình trọng lực (Gravity model) thì nhiều bài viết đã sử dụng phương pháp phân tích thị phần không đổi (CMS) để phân tích. Phương pháp CMS được xuất hiện đầu tiên bởi Tyszynski (1951) [12] cho rằng cơ cấu xuất khẩu của một loại hàng hóa nhất định của một quốc gia ảnh hưởng đến hiệu suất xuất khẩu toàn cầu của chính quốc gia đó mặc dù có những thay đổi trong các yếu tố khác. Đến năm 1971, Rigaux [10] là người đầu tiên ứng dụng phương pháp này vào phân tích thương mại đối với hàng nông nghiệp và ở những thập kỷ sau đó nó đã trở nên phổ biến hơn với các nghiên cứu của Ahmadi-

Esfahani (1995) [1], Ongsritrakul và Hubbard (1996) [8], Chen và Duan (2001) [3], Fogarasi (2008) [5] cho các mặt hàng nông nghiệp ở các quốc gia khác nhau và thị trường khác nhau. Về cơ bản các nghiên cứu khi sử dụng mô hình CMS đều chỉ ra thay đổi thực tế trong xuất khẩu các hàng hóa cụ thể của một quốc gia phụ thuộc nhiều vào lượng hàng hóa đó của các đối thủ cạnh tranh trên thị trường (khả năng cạnh tranh) và sự phát triển của các thị trường xuất khẩu. Ở trong nước nghiên cứu của Ngô Thị Mỹ (2017) [7] đã vận dụng mô hình CMS để phân tích biến động về KNXXK nông sản ở các thị trường châu Á, châu Âu và thế giới. Những năm qua, hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường châu Á nhưng thực chất là tập trung nhiều vào các nước ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc (ASEAN+3) (chẳng hạn nghiên cứu của Nguyễn

Tiến Dũng (2011)) [4]. Tuy nhiên, các nghiên cứu về thực trạng xuất khẩu nông sản sang các nước ASEAN+3 mới dừng lại ở việc vận dụng các phương pháp phân tích truyền thống hoặc sử dụng các chỉ tiêu thương mại như lợi thế so sánh (RCA), mức độ tập trung thương mại (TII),... để đánh giá mà rất hiếm các nghiên cứu có sử dụng mô hình CMS. Đây sẽ là khoảng trống mà bài báo này sẽ tập trung để nghiên cứu.

3. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu

Bài viết sử dụng các dữ liệu thứ cấp có liên quan đến hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 trong giai đoạn 2010-2018 để phân tích. Nguồn dữ liệu được thu thập từ các tổ chức có uy tín trên thế giới và trong nước, cụ thể như sau:

Bảng 01: Nguồn số liệu chính được sử dụng

Loại dữ liệu	Nguồn dữ liệu sử dụng
1. Các dữ liệu chuỗi về KNXXK từng loại nông sản của các nước ASEAN+3 (giai đoạn 2010-2018)	World Bank, 2020
2. Dữ liệu chuỗi về KNXXK nông sản của thế giới (giai đoạn 2010-2018)	World Bank, 2020
3. Dữ liệu rời rạc về KNXXK nông sản của Việt Nam năm 2019	Tổng cục Hải quan, 2020

Phương pháp phân tích

Để làm rõ thực trạng xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong giai đoạn 2010-2019, ngoài việc sử dụng các phương pháp phân tích truyền thống như thông kê mô tả, phương pháp so sánh,... bài viết còn sử dụng mô hình phân tích thị phần không đổi (CMS) để phân tích. Mô hình CMS được sử dụng nhằm đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến biến động về KNXXK nông sản của Việt Nam tại các nước ASEAN+3 qua các giai đoạn nghiên cứu khác nhau. Mô hình CMS có dạng sau:

$$\sum \Delta x_i = \sum x_i (\Delta M / M) + \sum x_i [(\Delta M_i / M_i) - (\Delta M / M)] + \sum x_i [(\Delta x_i / x_i) - (\Delta M_i / M_i)]$$

(A) (B) (C)

Trong đó:

Δx_i : Sự biến động về KNXXK nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 qua 2 kỳ

x_i : KNXXK nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3

M_i : Kim ngạch nhập khẩu nông sản của các nước ASEAN+3

M : Tổng kim ngạch nhập khẩu nông sản của các nước ASEAN+3

Theo đó, trong mô hình sẽ có 3 yếu tố tác động đến biến động về KNXXK nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 đó là: (A) sự phát triển của thị trường các nước ASEAN+3 (tác động

Nguồn: Tổng hợp của tác giả
cầu); (B) tăng trưởng của tổng giá trị nhập khẩu nông sản của các nước ASEAN+3 (tác động cấu trúc) và (C) sự thay đổi về khả năng cạnh tranh của nông sản Việt Nam trước các đối thủ cạnh tranh (tác động cạnh tranh). Như vậy, A nhận giá trị dương khi nhu cầu tiêu dùng nông sản tại các nước ASEAN+3 tăng và ngược lại; B nhận giá trị dương khi nông sản xuất khẩu của Việt Nam đáp ứng được nhiều thị hiếu của người tiêu dùng tại các nước ASEAN+3 và ngược lại và C nhận giá trị dương khi khả năng cạnh tranh của nông sản Việt Nam tăng hơn các đối thủ cạnh tranh tại các nước ASEAN+3 và ngược lại.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Khái quát tình hình xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3

KNXXK nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3

Giai đoạn 2010-2018, cùng với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế diễn ra mạnh mẽ cả trên thế giới và trong khu vực đã làm cho hoạt động xuất khẩu hàng hóa nói chung và xuất khẩu nông sản nói riêng của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 cũng có những bước tiến đáng kể. Bảng 01 sẽ mô tả khái quát về tình hình xuất khẩu hàng hóa và nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 giai đoạn 2010-2018.

Bảng 02: Tình hình xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 giai đoạn 2010-2018

Năm	KNXXK sang các nước ASEAN+3 (Tỷ \$)		Tăng trưởng về KNXXK sang các nước ASEAN+3 (%)	
	Hàng hóa	Nông sản	Hàng hóa	Nông sản
2010	28,93	7,37	-	-
2011	41,23	10,26	42,52	39,09
2012	48,91	11,20	18,63	9,20
2013	51,99	11,09	6,30	-1,02
2014	55,88	11,46	7,48	3,36
2015	57,78	11,41	3,40	-0,47
2016	65,48	12,61	13,32	10,52
2017	88,67	15,25	35,43	20,95
2018	103,07	16,38	16,24	7,41
Bình quân	60,21	11,89	17,21	7,41

Bảng 01 cho thấy, KNXXK hàng hóa và nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 có xu hướng tăng dần với tốc độ tăng bình quân lần lượt là 17,21%/năm và 7,41%/năm trong giai đoạn 2010-2018. Nếu như KNXXK hàng hóa đạt giá trị bình quân là 60,21 tỷ \$/năm thì KNXXK nông sản chỉ đạt giá trị bình quân là 11,89 tỷ \$/năm (chiếm khoảng 20% trong tổng KNXXK hàng hóa của Việt Nam sang các nước ASEAN+3). Trên thực tế, ngoài hàng nông sản thì Việt Nam đang xuất khẩu đã và đang xuất khẩu vào các nước ASEAN+3 nhiều loại hàng hóa khác như điện thoại, máy vi tính, các sản phẩm điện tử, hàng dệt may,... Tuy nhiên, với một số lợi thế riêng về điều kiện tự nhiên, nguồn lao động cũng như những nét tương

Nguồn: Worldbank [14] và tính toán của tác giả, 2020.
đồng về phong tục, văn hóa của người dân chính là cơ hội tốt để Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản vào khu vực thị trường này trong thời gian tới.

Tỷ trọng xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 trong tổng KNXXK nông sản

Nông sản của Việt Nam đã có mặt ở nhiều quốc gia và khu vực khác nhau trên thế giới. Các nước ASEAN+3 cũng đang là thị trường quan trọng cả trong hiện tại và tương lai đối với xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Bảng 02 sẽ cho thấy tỷ trọng nông sản xuất khẩu sang các nước ASEAN+3 trong tổng xuất khẩu nông sản của Việt Nam giai đoạn 2010-2018.

Bảng 03: Tỷ trọng xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3

Năm	KNXXK nông sản của Việt Nam (Tỷ \$)		Tỷ trọng xuất khẩu nông sản của ASEAN+3 so với thế giới (%)
	Thế giới	ASEAN+3	
2010	16,84	7,37	43,80
2011	22,23	10,26	46,14
2012	23,40	11,20	47,86
2013	23,29	11,09	47,60
2014	25,76	11,46	44,49
2015	24,43	11,41	46,69
2016	26,20	12,61	48,11
2017	30,22	15,25	50,44
2018	30,39	16,38	53,89
TTBQ (%)	7,66	11,89	-

Nguồn: Worldbank [14] và tính toán của tác giả, 2020.

So với tăng trưởng về KNXXK nông sản nói chung của Việt Nam thì tăng trưởng về KNXXK nông vào các nước ASEAN+3 đang cao hơn gần

4% trong giai đoạn 2010-2018. Tỷ trọng xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 đạt thấp nhất vào năm 2010 (43,80%)

và cao nhất vào năm 2018 (53,89%). Xét trên phạm vi toàn bộ nền kinh tế thế giới thì kinh tế Việt Nam mặc dù đã có sự tăng trưởng khá cao trong những năm qua song về quy mô nền kinh tế cũng như chất lượng tăng trưởng vẫn còn rất hạn chế. Việc cạnh tranh với các đối thủ mạnh gặp nhiều khó khăn chính là nguyên nhân làm cho tăng trưởng bình quân về KNXK nông sản nói chung của Việt Nam chỉ đạt 7,66%/năm. Là một nước thành viên của ASEAN nói riêng và châu Á nói chung đã mang lại cho Việt Nam khá nhiều cơ hội từ các chính sách thương mại trong khu vực, những nét tương đồng về phong tục tập quán của người dân,... Tuy nhiên, cũng chính từ những đặc điểm này đã đưa đến cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam không ít khó khăn, thách thức đặc biệt là vấn đề cạnh tranh khi xuất khẩu. Bên cạnh đó không thể bỏ qua thực tế sản xuất nông sản trong nước vẫn còn manh mún, thiếu tập trung, việc đầu

tư khoa học kỹ thuật chưa đồng bộ làm cho chất lượng nông sản không cao gây ra những ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động xuất khẩu nông sản của cả nước [9]. Với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 11,89%/năm trong giai đoạn 2010-2018 đã cho thấy những nỗ lực, cố gắng cao các doanh nghiệp, của chính phủ Việt Nam trong hoạt động xuất khẩu nông sản tại thị trường các nước ASEAN+3.

Về thị phần nông sản xuất khẩu của Việt Nam so với thế giới tại các nước ASEAN+3

Những năm qua, hàng nông sản Việt Nam ngày càng khẳng định vị thế của mình ở thị trường các nước ASEAN+3 thông qua việc nâng cao chất lượng, đa dạng hóa mẫu mã cũng như đảm bảo sức cung ổn định cho các nước nhập khẩu. Bảng 04 cho thấy thị phần xuất khẩu nông sản của Việt Nam tại các nước ASEAN+3 so với thế giới trong giai đoạn 2010-2018 như sau:

Bảng 04: Thị phần xuất khẩu nông sản của Việt Nam tại các nước các nước ASEAN+3

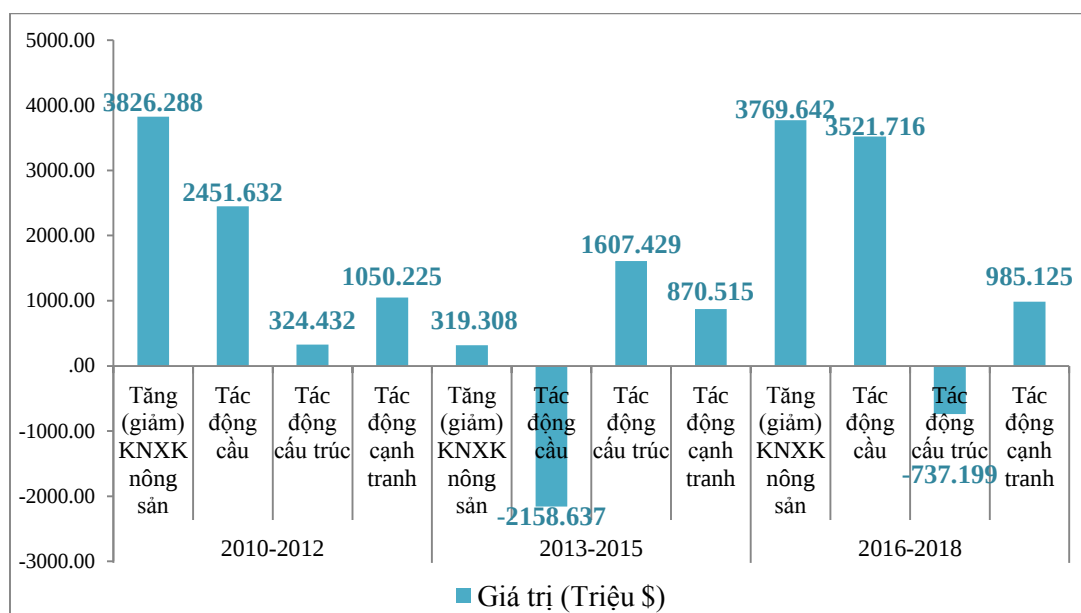
Năm	KNXK nông sản sang các nước ASEAN+3 (Tỷ \$)		Thị phần XK nông sản của Việt Nam tại các nước ASEAN+3 (%)
	Thế giới	Việt Nam	
2010	261,14	7,37	2,82
2011	343,86	10,26	2,98
2012	352,14	11,20	3,18
2013	366,39	11,09	3,03
2014	364,17	11,46	3,15
2015	338,39	11,41	3,37
2016	351,56	12,61	3,59
2017	399,82	15,25	3,81
2018	420,49	16,38	3,89
TTBQ (%)	6,14	11,89	-

Bảng 04 cho thấy thị phần nông sản của Việt Nam so với thế giới tại các nước ASEAN+3 đang tăng lên trong giai đoạn 2010-2018. Năm 2010, thị phần nông sản của Việt Nam tại các nước ASEAN+3 chiếm 2,82% tương ứng với 7,37 tỷ \$ thì tỷ lệ này đã tăng lên 3,89% vào năm 2018 tương ứng với 16,38 tỷ \$. Như vậy, thị phần nông sản của Việt Nam tại các nước ASEAN+3 đã có sự tăng đều song hơi chậm trong giai đoạn nghiên cứu. So sánh tốc độ tăng trưởng bình quân về KNXK nông sản của thế giới với Việt Nam vào các nước ASEAN+3 (tăng trưởng bình quân về KNXK nông sản của thế giới đạt 6,14%; của Việt Nam đạt 11,89%) với cho thấy tốc độ tăng trưởng trong xuất

Nguồn: Worldbank [14] và tính toán của tác giả, 2020. khẩu mặt hàng này của Việt Nam cao hơn nhiều tốc độ tăng trưởng của Thế giới. Tuy nhiên, xét về giá trị thì KNXK nông sản của Việt Nam vào các nước ASEAN+3 vẫn còn rất khiêm tốn so với những tiềm năng sẵn có của đất nước [2].

4.2. Phân tích các yếu tố tác động đến KNXK nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3

Với cách tiếp cận từ mô hình CMS cho thấy biến động về KNXK nông sản của Việt Nam tại các nước ASEAN+3 chịu sự tác động của 3 nhóm yếu tố là tác động cầu, tác động cấu trúc và tác động cạnh tranh. Hình 01 cho thấy mức độ tác động cụ thể của từng yếu tố ở từng thời kỳ tại các nước ASEAN+3.



Hình 01. Sử dụng mô hình CMS để phân tích các yếu tố tác động đến KNXK nông sản của Việt Nam tại các nước ASEAN+3

Nguồn: Worldbank và tính toán của tác giả, 2020.

Từ hình 01 cho thấy, biến động về KNXK nông sản tại các nước ASEAN+3 tăng lên và đạt 3826,3 triệu \$ trong giai đoạn 2010 -2012. Các tác động đều là tích cực đến biến động về KNXK nông sản của Việt Nam. Trong đó, tác động lớn nhất phải kể đến chính là nhu cầu tiêu dùng nông sản tại các nước ASEAN+3 (làm KNXK nông sản của Việt Nam tăng 2451,6 triệu \$), tiếp đến là tác động cạnh tranh (làm KNXK nông sản của Việt Nam tăng 1050,2 triệu \$) và cuối cùng là tác động cấu trúc (làm KNXK nông sản của Việt Nam tăng 324,4 triệu \$). Với kết quả này cho thấy khả năng cạnh của nông sản Việt Nam đã được nâng lên và người tiêu dùng tại các nước ASEAN+3 cũng khá hài lòng về chủng loại, mẫu mã của nông sản Việt Nam.

Giai đoạn 2013 - 2015 với nhiều sự kiện quốc tế nổi bật như biến động chung về giá dầu thô trên thế giới hay những hành động của Trung Quốc liên quan đến biến động... đã gây ra những ảnh hưởng lớn đến hoạt động thương mại mà đặc biệt là xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Kết quả cho thấy, biến động về KNXK nông sản của Việt Nam tại các nước ASEAN+3 chỉ tăng 319,3 triệu \$ cho cả giai đoạn 2012-2015 (bằng 8,3% biến động tăng KNXK nông sản trong giai đoạn 2010-2012). Trong khi tác động cấu trúc và tác động cạnh tranh vẫn là những yếu tố tích cực thì tác động cầu chính là yếu tố tiêu cực gây ảnh hưởng lớn nhất đến hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam vào khu vực thị trường này. Nhu cầu tiêu dùng nông sản của Việt Nam bị sụt giảm nghiêm trọng (làm KNXK nông sản giảm 2158,6 triệu \$) là do chính sách thương mại tại các nước nhập khẩu (đặc biệt

là các hàng rào phi thuế quan) được lập ra ngày một nhiều hơn. Trong khi chất lượng nông sản hay những quy định về an toàn vệ sinh thực lại chưa được các doanh nghiệp quan tâm dẫn đến khá nhiều sau khi làm thủ tục xuất khẩu đã bị trả lại. Ngoài ra, cũng không thể bỏ qua lý do làm cho cầu tại các nước ASEAN+3 giảm là do sự quan tâm đầu tư từ phía chính phủ của những nước này đối với sản xuất nông nghiệp trong nước.

Giai đoạn 2016 - 2018 cho thấy sự khởi sắc lại của xuất khẩu nông sản Việt Nam tại các nước ASEAN+3. Biến động về KNXK nông sản tăng 3769,6 triệu \$, và sự tăng lên này chủ yếu do tác động cầu (tăng 3521,7 triệu \$) và tác động cạnh tranh (tăng 985,1 triệu \$). Giai đoạn 2016-2018 đánh dấu sự tăng trưởng mạnh của 2 mặt hàng nông sản chủ lực là rau quả và gạo [13]. Nếu như rau quả xuất khẩu nhiều sang Trung Quốc và Nhật Bản thì gạo lại được xuất khẩu mạnh vào 2 nước là Indonesia và Philippines. Để có được kết quả trên là do hàng loạt các cơ chế, chính sách hỗ trợ từ Chính phủ và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn như thông tư số 06/2018/TT-BNNPTNT ngày 21/6/2018 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn sửa đổi Thông tư số 48/2012/TT-BNNPTNT ngày 26 tháng 9 năm 2012 quy định về chứng nhận sản phẩm thủy sản, trồng trọt, chăn nuôi được sản xuất, sơ chế phù hợp với Quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt; và các hoạt động xúc tiến thương mại đối với hàng nông sản thông qua việc tổ chức các triển lãm cả trong nước và quốc tế... Tuy vậy, cũng không thể bỏ qua lý do vô cùng quan trọng là nhu

cầu tiêu dùng thực tế tại các nước ASEAN+3 đã có sự tăng lên rõ rệt trong giai đoạn này. Khác với 2 giai đoạn trước, tác động cấu trúc trong giai đoạn 2016-2018 nhận giá trị âm (làm biến động KNXK nông sản giảm 737,2 triệu \$) cho thấy nông sản của Việt Nam có dấu hiệu không phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng tại các nước ASEAN+3. Đây chính là bài toán đặt ra cho ngành nông nghiệp nói chung và các doanh nghiệp liên quan đến xuất khẩu nông sản nói riêng của Việt Nam về việc cải tiến mẫu mã, chủng loại sản phẩm nhằm đáp ứng nhiều hơn nhu cầu của người tiêu dùng trong thời gian tới.

4.3. Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3

Trước bối cảnh nhu cầu tiêu dùng nông sản tại các nước ASEAN+3 ngày một tăng đã tạo cơ hội để nông sản của Việt Nam có điều kiện mở rộng quy mô sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu đóng góp tỷ trọng ngày càng cao trong tổng KNXK của cả nước. Tuy nhiên, đứng trước những biến động thực tế của nền kinh tế toàn cầu như chiến tranh thương mại, dịch bệnh, sự suy giảm của thị trường tài chính toàn cầu,... sẽ gây ra nhiều khó khăn, thách thức hơn cho hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Trên cơ sở phân tích thực trạng về xuất khẩu nông sản kết hợp với bối cảnh chung của nền kinh tế thế giới và trong khu vực, để đẩy mạnh xuất khẩu nông sản sang các nước ASEAN+3 trong thời gian tới Việt Nam cần thực hiện nay một số giải pháp sau:

Thứ nhất, tổ chức lại sản xuất thông qua chuyển đổi phương thức sản xuất và xuất khẩu. Trong đó với hàng nông sản cần chuyển từ sản xuất nhỏ, phân tán sang sản xuất tập trung quy mô lớn, quản lý chất lượng từ nuôi trồng đến vận chuyển, chế biến, bảo quản, tiêu thụ.

Thứ hai, chuyển dịch cơ cấu sản phẩm xuất khẩu theo hướng nâng cao tỷ trọng sản phẩm có giá trị gia tăng cao. Đối với nông sản xuất khẩu, sẽ chuyển từ xuất khẩu nguyên liệu thô sang sản phẩm đã chế biến, từ sản phẩm chế biến đơn giản sang sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng cao.

Thứ ba, nâng cao chất lượng nông sản xuất khẩu. Công việc cần thực hiện ngay là tăng cường việc xây dựng nhằm hoàn thiện hệ thống tiêu chuẩn quốc gia với tiêu chuẩn quốc tế và tiêu chuẩn của các nước ASEAN+3 trên 3 góc độ là

tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn môi trường. Phổ biến, tư vấn, đào tạo doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu về áp dụng tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa của các thị trường nước ngoài.

Thứ tư, tăng cường vai trò của doanh nghiệp có vốn FDI trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh hàng xuất khẩu Việt Nam. Theo đó sẽ ưu tiên và tạo thuận lợi cho doanh nghiệp FDI tham gia vào lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản. Bên cạnh việc tiếp tục chú trọng đến các thị trường xuất khẩu nông sản truyền thống (trong đó có các nước ASEAN+3) thì cần phải nâng cao hiệu quả cũng như đổi mới các phương thức xúc tiến thương mại, tập trung vào các nông sản có lợi thế xuất khẩu cao.

Thứ năm, tăng cường xây dựng thương hiệu quốc gia, thương hiệu sản phẩm xuất khẩu và thương hiệu doanh nghiệp. Cần có các chính sách khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng nông sản xuất khẩu đạt thương hiệu quốc gia và xây dựng thương hiệu riêng của doanh nghiệp. Ngoài ra, việc hoàn thiện chính sách hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xác lập, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của doanh nghiệp cũng rất quan trọng nhằm đảm bảo quyền lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam trước các đối thủ cạnh tranh tại các thị trường xuất khẩu.

5. Kết luận

Hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước ASEAN+3 đã đạt được một số kết quả đáng ghi nhận như KNXK nông sản không ngừng tăng lên trong giai đoạn 2000-2018, và thị phần của nông sản Việt Nam so với thế giới cũng có xu hướng tăng dần tại các nước ASEAN+3. Việc sử dụng mô hình CMS để phân tích cho thấy xu hướng biến động của các yếu tố (tác động cầu, tác động cấu trúc và tác động cạnh tranh) là không giống nhau qua các giai đoạn nghiên cứu. Về cơ bản, biến động về KNXK nông sản của Việt Nam phụ thuộc chủ yếu vào nhu cầu tiêu dùng tại các nước ASEAN+3. Tuy nhiên, do thị hiếu của người tiêu dùng ngày một tăng nên vấn đề cần quan tâm trong thời gian tới với nông sản Việt Nam là không ngừng nâng cao chất lượng, cải tiến mẫu mã sản phẩm, xây dựng được thương hiệu vững chắc cho hàng nông sản Việt trước các đối thủ cạnh tranh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Ahmadi-Esfahani. (1995). Wheat Market Shares in the Presence of Japanese Import Quotas. *Journal of Policy Modeling* 17 (3), 315-323. [http://dx.doi.org/10.1016/0161-8938\(94\)00036-F](http://dx.doi.org/10.1016/0161-8938(94)00036-F).
- [2]. Xuân Anh. (2019). *Nâng cao giá trị nông sản*, website: <https://bnews.vn/nang-cao-gia-tri-nong-san-bai-1-chua-tuong-xung-tiem-nang/143009.html>, truy cập ngày 26/02/2020
- [3]. Chen and Duan. (2001). Competitiveness of Canadian Agri-Food Exports against Competitors in Asia: 1980–97. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* 11 (4), 1-19. http://dx.doi.org/10.1300/J047v11n04_01.
- [4]. 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 Công nghệ - ĐH quốc gia Hà Nội*, tr. 219-231.
- [5]. Fogarasi. (2008). Hungarian and Romanian Agri-Food Trade in the European Union. *Management* 3 (1), pp 3-13.
- [6]. Hồng Hạnh. (2019). *Cơ hội và thách thức cho nông sản Việt*, website: <https://www.moit.gov.vn/web/guest/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/cptpp-co-hoi-va-thach-thuc-cho-nong-san-viet-15825-402.html>, truy cập ngày 22/03/2020.
- [7]. Ngô Thị Mỹ. (2017). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam. *Luận án tiến sĩ*, Đại học Thái Nguyên.
- [8]. Ongsritrakul and Hubbard. (1996). The Export Market for Thai Frozen Shrimps in the European Union. *British Food Journal* 98 (8), 24-28. <http://dx.doi.org/10.1108/00070709610150905>.
- [9]. Minh Phương. (2016). *Sản xuất nông nghiệp mạnh mẽ, nhỏ lẻ... là thua*, website: <http://daidoanket.vn/kinh-te/nong-nghiep-cu-manh-mun-nho-le-la-thua-tintuc87286>, truy cập ngày 20/2/2020.
- [10]. Rigaux. (1971). Market Share Analysis Applied to Canadian Wheat Exports. *Canadian Journal of Agricultural Economics/ Revue canadienne d'agroeconomie* 19 (1), 22-34. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1744-7976.1971.tb01133.x>.
- [11]. Tổng cục Hải quan, website: <http://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan>, ngày truy cập: 8/3/2020.
- [12]. Tyszynski. (1951). World trade in manufactured commodities, 1899-1950. *The Manchester School of Economic and Social Studies* 19(3), 272–304.
- [13]. VITIC. (2019). *Xuất khẩu nông sản, trái cây Việt Nam: Cơ hội từ các thị trường mới*, website: <http://vinanet.vn/tin-xuc-tien/xuat-khau-nong-san-trai-cay-viet-nam-co-hoi-tu-cac-thi-truong-moi-723520.html>, ngày truy cập: 16/3/2020
- [14]. World Bank. (2020). *World Bank Integrated Trade Solution (WITS)*, website: <http://wits.worldbank.org/WITS/>, ngày truy cập: 20/2/2020.

Thông tin tác giả:

1. Ngô Thị Mỹ

-Đơn vị công tác: Trường ĐH Kinh tế & QTKD Thái Nguyên
- Địa chỉ email: ntmy@tueba.edu.vn

2. Nguyễn Thị Bích Liên

- Đơn vị công tác: Trường ĐH Kinh tế & QTKD

3. Trần Văn Dũng

-Đơn vị công tác: Trường ĐH Kinh tế & QTKD Thái Nguyên

Ngày nhận bài: 14/04/2020

Ngày nhận bản sửa: 29/6/2020

Ngày duyệt đăng: 30/06/2020