

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

BỘ CÔNG THƯƠNG

VIỆN NGHIÊN CỨU CHIẾN LƯỢC, CHÍNH SÁCH CÔNG THƯƠNG

TRỊNH VĂN THẢO

**TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO
VIỆT NAM – EU ĐẾN HÀNG NÔNG SẢN
XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Hà Nội, 2023

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

BỘ CÔNG THƯƠNG

VIỆN NGHIÊN CỨU CHIẾN LƯỢC, CHÍNH SÁCH CÔNG THƯƠNG

TRỊNH VĂN THẢO

**TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO
VIỆT NAM – EU ĐẾN HÀNG NÔNG SẢN
XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM**

CHUYÊN NGÀNH: KINH DOANH THƯƠNG MẠI

Mã số: 9.34.01.21

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

- 1. PGS. TS. Nguyễn Văn Lịch**
- 2. TS. Nguyễn Trường Giang**

Hà Nội, 2023

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu nêu trong luận án là trung thực, mọi trích dẫn đều được chỉ rõ nguồn gốc. Những kết quả nghiên cứu của luận án đã được tác giả công bố trên các tạp chí khoa học, không trùng với bất kỳ công trình nào khác.

Tác giả luận án

Trịnh Văn Thảo

LỜI CẢM ƠN

Luận án này được thực hiện và hoàn thành tại Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương, Bộ Công Thương

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc nhất tới PGS.TS.Nguyễn Văn Lịch và TS. Nguyễn Trường Giang - người hướng dẫn khoa học đã tận tình giúp đỡ và định hướng để tôi hoàn thiện Luận án.

Trong quá trình học tập và nghiên cứu, tôi cũng đã nhận được sự hỗ trợ và giúp đỡ tận tình từ Lãnh đạo Viện và các đơn vị chức năng của Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương, tôi xin ghi nhận và chân thành cảm ơn.

Cuối cùng, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn tới đồng nghiệp, bạn bè và gia đình đã luôn kịp thời động viên, chia sẻ và tạo điều kiện tốt nhất giúp tôi hoàn thành luận án của mình.

Hà Nội, ngày 20 tháng 02 năm 2023

Tác giả luận án

Trịnh Văn Thảo

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
MỤC LỤC.....	i
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	v
DANH MỤC BẢNG.....	vii
DANH MỤC HÌNH	viii
DANH MỤC HỘP	ix
MỞ ĐẦU.....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài luận án	1
2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4. Phương pháp nghiên cứu	4
5. Đóng góp mới của luận án.....	6
6. Kết cấu luận án	7
CHƯƠNG 1	
TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ Ở TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC LIÊN QUAN ĐẾN CHỦ ĐỀ NGHIÊN CỨU CỦA LUẬN ÁN	8
1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu.....	8
1.1.1. Các nghiên cứu liên quan đến đánh giá tác động của các hiệp định thương mại tự do đến nền kinh tế Việt Nam	8
1.1.2. Các nghiên cứu liên quan đến xuất khẩu hàng nông sản và nhân tố tác động đến hàng nông sản xuất khẩu.....	11
1.1.3. Các nghiên cứu liên quan đến đánh giá tác động của việc thực hiện EVFTA đến hàng hoá xuất khẩu nói chung và hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam nói riêng	17
1.2. Khoảng trống nghiên cứu về lý luận và thực tiễn	28
CHƯƠNG 2	
CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO ĐẾN HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA QUỐC GIA	29
2.1. Lý thuyết về tự do hoá thương mại và hiệp định thương mại tự do	29
2.1.1 Khái niệm về tự do hoá thương mại và hiệp định thương mại tự do..	29
2.1.2. Nội dung của hiệp định thương mại tự do	34
2.2. Lý thuyết về mặt hàng nông sản xuất khẩu và chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu.....	38
2.2.1. Khái niệm và cấu trúc của mặt hàng nông sản xuất khẩu	38
2.2.2. Đặc điểm của hàng nông sản xuất khẩu	44
2.2.3. Chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu.....	48

2.3. Nội hàm tác động của hiệp định thương mại tự do đến mặt hàng xuất khẩu của quốc gia	52
2.3.1. Nội dung tác động của hiệp định thương mại	52
2.3.2. Cách thức tác động của hiệp định thương mại tự do	53
2.3.3. Phương pháp đánh giá tác động	55
2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động của hiệp định thương mại tự do tới hàng nông sản xuất khẩu của một quốc gia	60
2.4.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động thương mại của hiệp định thương mại tự do tới hàng nông sản xuất khẩu của một quốc gia	60
2.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động thúc đẩy của hiệp định thương mại tự do tới hàng nông sản xuất khẩu của một quốc gia	60
CHƯƠNG 3	
THỰC TRẠNG TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM - EU ĐẾN HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM.....	63
3.1. Tổng quan về quan hệ thương mại Việt Nam – EU và hiệp định thương mại tự do EVFTA	63
3.1.1. Quan hệ thương mại Việt Nam – EU	63
3.1.2. Tổng quan về hiệp định thương mại tự do EVFTA	65
3.1.3. Bản chất của Hiệp định.....	71
3.2. Khái quát về thực trạng sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang EU.....	74
3.2.1. Tình hình sản xuất, chế biến nông sản của Việt Nam giai đoạn 2015 - 2022	74
3.2.2. Tình hình xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang EU giai đoạn 2015 - 2022.....	78
3.2.3. Khả năng cạnh tranh sản phẩm và năng lực cung ứng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam.....	82
3.3. Thực trạng tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến một số mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam	87
3.3.1. Hàng cà phê	87
3.3.2. Hàng rau quả.....	99
3.3.3. Hàng gạo.....	112
3.4. Thực trạng tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến một số mặt hàng nông sản cụ thể của Việt Nam bằng phương pháp nghiên cứu tình huống	120
3.4.1. Mặt hàng vải thiều	120
3.4.2. Mặt hàng gạo thơm giống Jasmine 85.....	122
3.4.3. Nhận xét chung.....	125

3.5. Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU tới hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam	125
3.5.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động thương mại của EVFTA tới hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam.....	125
3.5.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động thúc đẩy của EVFTA tới hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam.....	125
3.6. Đánh giá chung về tác động của hiệp định thương mại tự do tới hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam	128
3.6.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân	128
3.6.2. Những hạn chế và nguyên nhân	131
CHƯƠNG 4	
GIẢI PHÁP TẬN DỤNG CƠ HỘI, HẠN CHẾ THÁCH THỨC TỪ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM – EU ĐẾN HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG EU GIAI ĐOẠN ĐẾN NĂM 2030.....	138
4.1. Bối cảnh trong nước và quốc tế ảnh hưởng đến tác động từ EVFTA đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong giai đoạn đến năm 2030	138
4.1.1. Bối cảnh trong nước	138
4.1.2. Bối cảnh quốc tế	140
4.2. Cơ hội, thách thức đối với hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU trong thời gian tới.....	143
4.2.1. Cơ hội	143
4.2.2. Thách thức	143
4.3. Nhu cầu thị trường và tiềm năng nhập khẩu hàng nông sản của EU..	144
4.3.1. Nhu cầu về số lượng.....	144
4.3.2. Yêu cầu về chất lượng, an toàn thực phẩm tại thị trường EU	144
4.3.3. Khả năng cung ứng nội khối EU	145
4.3.4. Mức độ cạnh tranh của thị trường EU	146
4.4. Giải pháp nhằm tận dụng các tác động tích cực, hạn chế các tác động không tích cực từ EVFTA để tăng cường xuất khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU.....	147
4.4.1. Giải pháp đối với doanh nghiệp	147
4.4.2. Giải pháp nhằm nâng cao giá trị cho mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam	150
4.4.3. Giải pháp khác.....	154
4.5. Kiến nghị vĩ mô	159
4.5.1. Đối với Chính phủ	159
4.5.2. Đối với các Bộ, ban ngành	163

KẾT LUẬN.....	169
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ.....	170
LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN	170
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	171
PHỤ LỤC.....	ix
PL1. Số trang trại phân theo lĩnh vực hoạt động và theo năm.....	ix
PL2. Diện tích các loại cây trồng phân theo nhóm cây	ix
PL3. Sản lượng một số cây lâu năm chia theo loại cây và Năm.....	x
PL4. Tổng KNXK của Việt Nam sang EU và KNXK cà phê, gạo, rau quả giai đoạn trước và sau khi EVFTA có hiệu lực	xi
PL5. Cam kết cắt giảm thuế quan của EU đối với mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam tại EVFTA	xii
PL6. Phiếu khảo sát doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản.....	xiii
PL7. Phiếu khảo sát doanh nghiệp xuất khẩu nông sản.....	xv
PL8. Danh sách các doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản tham gia khảo sát	xix
PL9. Danh sách các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản tham gia khảo sát....	xxiii

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

1. Danh mục từ viết tắt tiếng Việt

Chữ viết tắt	Nguyên nghĩa
DN	Doanh nghiệp
DNVVN	Doanh nghiệp vừa và nhỏ
GTGT	Giá trị gia tăng
KNXK	Kim ngạch xuất khẩu
NSXK	Nông sản xuất khẩu
QLNN	Quản lý nhà nước
XK	Xuất khẩu

2. Danh mục từ viết tắt tiếng Anh

Chữ viết tắt	Nguyên nghĩa tiếng Anh	Nguyên nghĩa tiếng Việt
ADB	The Asian Development Bank	Ngân hàng Phát triển châu Á
AEC	ASEAN Economic Community	Cộng đồng kinh tế ASEAN
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
ASEM	The Asia-Europe Meeting	Diễn đàn hợp tác Á-Âu
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation	Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương
B2B	Business-To-Business	Doanh nghiệp với doanh nghiệp
B2C	Business-To-Consumer	Doanh nghiệp với người tiêu dùng
CM	Common Market	Thị trường chung
CU	Custom Union	Liên minh thuế quan
EU	Economic Union	Liên minh kinh tế
EVFTA	EU-Vietnam Free Trade Agreement	Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU
SPSs	Sanitary and Phyto-Sanitary Measures	Các biện pháp kiểm dịch động thực vật

Chữ viết tắt	Nguyên nghĩa tiếng Anh	Nguyên nghĩa tiếng Việt
TBT	Technical Barriers to Trade	Rào cản kỹ thuật trong thương mại
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade	Hiệp định chung về và Thuế quan Thương mại
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
FTA	Free Trade Area	Khu vực Thương mại tự do
PTA	Preferential Trade Arrangement	Thỏa thuận thương mại ưu đãi
USD	United States dollar	Đơn vị tiền tệ của Mỹ
ITC	International Trade Centre	Trung tâm thương mại quốc tế
WTO	World Trade Organisation	Tổ chức Thương mại Thế giới

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: So sánh giữa FTA truyền thống và FTA thế hệ mới	33
Bảng 2.2: Phân định ngành hàng, hàng và mặt hàng nông sản.....	40
Bảng 3.1: Các mốc thời gian quan trọng trong đàm phán EVFTA	65
Bảng 3.2: Mức hạn ngạch thuế quan áp dụng đối với tỏi, ngô ngọt và nấm	69
Bảng 3.3: Mức độ tác động của các rào cản bảo hộ đối với doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam.....	85
Bảng 3.4: Tỷ trọng hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo khối lượng.....	89
Bảng 3.5: Tỷ trọng hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo giá trị	90
Bảng 3.6: Tỷ trọng hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo khối lượng (xét theo chiều sâu)	90
Bảng 3.7: Tỷ trọng chiều sâu hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo giá trị.....	91
Bảng 3.8: Kim ngạch hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang EU 27 giai đoạn 2015-2020 theo mã HS (xét theo chiều dài).....	91
Bảng 3.9: Hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU sau 1 năm EVFTA có hiệu lực	93
Bảng 3.10: Hàng cà phê của Việt Nam sang EU sau 1 năm thực thi EVFTA.....	94
Bảng 3.11: Kim ngạch cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào EU-27 trong hai năm sau khi EVFTA có hiệu lực (từ 8/2020 đến 7/2022) phân theo thị trường...	95
Bảng 3.12: Kim ngạch hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU 27 giai đoạn 2015-2020 theo mã HS	100
Bảng 3.13: Hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020	104
Bảng 3.14: Tỷ trọng hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo giá trị	105
Bảng 3.15: Hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU sau 1 năm thực thi EVFTA.. ..	106
Bảng 3.16: Kim ngạch hàng rau quả xuất khẩu từ Việt Nam vào EU-27 trong hai năm sau khi EVFTA có hiệu lực (từ 8/2020 đến 7/2022) phân theo thị trường....	108
Bảng 3.17: Kim ngạch hàng gạo xuất khẩu của Việt Nam sang EU 27 giai đoạn 2015- 2020 theo mã HS (xét theo chiều dài)	113
Bảng 3.18: Gạo xuất khẩu của Việt Nam sang EU năm đầu tiên sau khi EVFTA có hiệu lực	115
Bảng 3.19: Hàng gạo xuất khẩu sang thị trường EU sau 1 năm Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU có hiệu lực (xét theo chiều rộng).....	116
Bảng 3.21: Lợi thế cạnh tranh của mặt hàng gạo Việt Nam.....	129

DANH MỤC HÌNH

Hình 0.1: Mô hình nghiên cứu của luận án.....	4
Hình 2.1: Mô hình hoá khái niệm mặt hàng thương mại.....	41
Hình 2.2: Cấu trúc 5 mức của một mặt hàng	42
Hình 2.3: Chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu.....	48
Hình 2.4: Minh hoạ về các khâu tạo giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng.....	49
Hình 2.6: Giá trị gia tăng do sản xuất, marketing và logistics đóng góp cho mặt hàng	50
Hình 2.7: Mô hình nhân tố ảnh hưởng đến tác động của FTA với XK nông sản của quốc gia xuất khẩu sang thị trường đối tác ký kết FTA.....	61
Hình 3.1: Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU và tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam giai đoạn 2015 – 2020	78
Hình 3.2: Xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU theo thị trường giai đoạn 2015 – 2020	80
Hình 3.3: Cơ cấu các mặt hàng nông sản của Việt Nam sang EU từ 8/2020 – 7/2022.....	81
Hình 3.4: Khả năng đáp ứng các yêu cầu về nông sản xuất khẩu trong quá trình chế biến của doanh nghiệp	83
Hình 3.5: Mức độ tác động của các hàng rào kỹ thuật đến hoạt động của các doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản	84
Hình 3.6: Mức độ nhận thức của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản về các biện pháp bảo hộ tại thị trường EU	85
Hình 3.7: Cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam năm 2020.....	87
Hình 3.8: Khối lượng xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang EU	88
Hình 3.9: Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang EU	88
Hình 3.10: Thị phần cà phê Việt Nam trong tương quan với các nhà cung ứng ngoại khối lớn tại EU giai đoạn 2015-2020.....	92
Hình 3.11: Cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả Việt Nam tại EU năm 2020.....	99
Hình 3.12: Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam giai đoạn 2015 – 2020.....	100
Hình 3.13: Thị phần các nguồn cung ứng rau quả tại EU.....	103
Hình 3.14: Lượng và trị giá xuất khẩu của Việt Nam sang EU giai đoạn 2016 - 2020.....	112
Hình 3.15: Cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU.....	113
Hình 3.16: Tỷ trọng gạo xuất khẩu sang thị trường EU trước và sau khi EVFTA có hiệu lực.....	116
Hình 3.16: Tỷ trọng giá trị ba mặt hàng gạo, cà phê, rau quả xuất khẩu sang thị trường EU giai đoạn 2016-2022	132

DANH MỤC HỢP

Hộp 1. Gia tăng giá trị cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào EU – câu chuyện của Nestlé (xét theo độ đặc của hàng cà phê).....	98
Hộp 2. Chuỗi cung ứng hàng rau quả xuất khẩu Việt Nam sang EU – trường hợp điển hình của tỉnh Gia Lai (xét theo độ đặc).....	108
Hộp 3. Chuỗi cung ứng hàng gạo xuất khẩu Việt Nam bền vững (xét theo độ đặc).....	117

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài luận án

Hội nhập khu vực và toàn cầu đã đóng vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế của các quốc gia trên thế giới. Quá trình này diễn ra trên nền tự do hoá thương mại biểu hiện thông qua việc các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương được đàm phán, ký kết và đi đến thực thi, các lý luận này đã được minh chứng thông qua lý thuyết về tự do hoá thương mại và hiệp định thương mại tự do. Các nội dung mà hiệp định thương mại tự do thường đề cập đến bao gồm những quy định về việc cắt giảm các hàng rào thuế quan và phi thuế quan; quy định danh mục mặt hàng đưa vào cắt giảm thuế quan; quy trình cắt giảm thuế quan và quy định về quy tắc xuất xứ. Việc tham gia các hiệp định thương mại tự do mang lại không gian phát triển mới giữa các quốc gia thành viên giúp thúc đẩy đa dạng hoá, hợp lý hoá và hiện đại hoá cơ cấu xuất nhập khẩu, cơ cấu sản xuất và cơ cấu tiêu dùng. Thông qua hiệp định thương mại tự do, không gian sản xuất và thị trường tiêu thụ được mở rộng, không chỉ bó hẹp trong phạm vi nội khu vực của hiệp định mà không gian còn được mở rộng đến các đối tác của các quốc gia là thành viên của hiệp định thương mại tự do. Bên cạnh đó, thương mại thế giới ngày càng phát triển cùng với sự phát triển của sản xuất và tiêu dùng, gắn chặt với quá trình hợp tác, liên kết sản xuất. Nền sản xuất thế giới hình thành nên các chuỗi cung ứng và các quốc gia, các doanh nghiệp tuân theo điều kiện và năng lực của mình để có thể tham gia các phân đoạn trong chuỗi cung ứng giá trị toàn cầu. Ở một khía cạnh khác, những thuận lợi, lợi thế do tự do hoá thương mại mang lại chỉ là điều kiện cần để các mặt hàng, sản phẩm có thể có cơ hội tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để các mặt hàng, sản phẩm đó có thể tận dụng và khai thác được lợi thế từ các hiệp định thương mại tự do mang lại, đáp ứng được yêu cầu cụ thể, được thị trường chấp nhận là bài toán khó cần có lời giải, đây là điều kiện đủ để nâng cao giá trị xuất khẩu các mặt hàng trong bối cảnh hiện nay.

EU là thị trường đặc thù, được coi là một “siêu quốc gia” với những yêu cầu về hàng rào kỹ thuật rất cao, đặc biệt là quy tắc xuất xứ, về kiểm dịch động, thực vật; quản lý chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm; chống khai thác bất hợp pháp, không khai báo và không theo quy định (IUU); vấn đề thương mại bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp... Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) được tiến hành ký kết và có hiệu lực kể từ ngày 01/8/2020, đây là hiệp định thương mại tự do thế hệ mới có mức cam kết cao nhất mà một đối tác dành cho Việt Nam trong số các FTA đã được ký kết, như cam kết xoá bỏ thuế nhập khẩu lên tới 99% dòng thuế nhập khẩu giữa hai bên được xoá bỏ trong vòng 7-10 năm. Trước khi EVFTA có hiệu lực, nông sản Việt Nam xuất khẩu sang EU có sự tăng trưởng nhưng không cao, đạt bình quân khoảng 6,7%/ năm. EU là thị trường có kim ngạch nhập khẩu đứng thứ 2 thế giới nhưng Việt Nam mới chiếm thị phần khoảng 2% trong tổng nhập khẩu của EU. Việt Nam là nước nhiệt đới gió mùa, có điều kiện rất thuận lợi để phát triển nông nghiệp. Hiện nay, Việt Nam có khoảng 800 sản phẩm nông sản nổi tiếng ở các địa phương, các sản phẩm nông nghiệp ngày càng đa dạng, không chỉ đáp ứng nhu cầu trong nước mà còn góp phần đáng kể trong hoạt động xuất

khẩu. Việt Nam đã có những 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, hồ tiêu, thủy sản, hoa quả... Và từng bước, Việt Nam 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.

Đến nay, đã có một số nghiên cứu về tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU đến xuất khẩu và mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam, tuy nhiên, chưa đầy đủ và chưa đi sâu vào mặt hàng nông sản xuất khẩu. Nghiên cứu mặt hàng xuất khẩu là một cách tiếp cận để đáp ứng yêu cầu về điều kiện đủ một cách tốt nhất nhằm thúc đẩy xuất khẩu bởi vì hàng nông sản nói chung – nông sản hỗn hợp là một danh mục đa dạng với các mặt hàng cụ thể và chi tiết với các tiêu thức, phân loại khác nhau theo chiều rộng, chiều sâu, chiều dài và độ đặc khác nhau trong thương mại và chuỗi cung ứng toàn cầu. Do vậy, mức độ tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến các mặt hàng là khác nhau và cần thiết phải có những giải pháp thích hợp. Trong khuôn khổ của luận án, nghiên cứu sinh lựa chọn gạo, cà phê và rau quả để đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU đến hàng nông sản xuất khẩu bởi các lý do sau đây:

(i) *Đối với cà phê*, đây là mặt hàng nằm trong nhóm những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực, chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam và EU cũng đang là thị trường tiêu thụ cà phê nhiều nhất của Việt Nam, ước tính khoảng 38% về kim ngạch xuất khẩu. Trước EVFTA, mức thuế áp dụng với cà phê chế biến nằm trong biên độ 7,5 – 11,5%, do đó với việc các mặt hàng này được giảm thuế về 0% đã tạo ra được những khác biệt về lợi thế rất lớn cho mặt hàng cà phê của Việt Nam xuất khẩu sang EU sau EVFTA.

(ii) *Đối với rau quả*, EU là thị trường nhập khẩu rau quả hàng đầu thế giới, chiếm khoảng 43% nhập khẩu rau quả trên toàn thế giới nhưng lượng rau quả nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ, khoảng 0,94% lượng nhập khẩu của EU. Châu Âu nằm trong vùng ôn đới, không có điều kiện sản xuất những mặt hàng nông sản nhiệt đới, vì vậy trong thương mại song phương, Việt Nam có lợi thế về sản xuất và xuất khẩu rau quả nhiệt đới sang thị trường này.

(iii) *Đối với gạo*, trước đây, khi EVFTA chưa có hiệu lực, nguyên nhân cản trở đà tăng trưởng xuất khẩu gạo Việt Nam sang thị trường EU là thuế suất của EU áp lên gạo nhập khẩu của Việt Nam khá cao và Việt Nam chưa được EU dành hạn ngạch thuế quan, do vậy khó cạnh tranh với gạo của các nước được EU phân bổ hạn ngạch (như Thái Lan, Ấn Độ) hay các nước được miễn thuế và không áp dụng hạn ngạch (như Lào, Campuchia). Nhưng theo cam kết từ EVFTA, EU dành cho Việt Nam hạn ngạch 80.000 tấn gạo mỗi năm và thuế suất về 0% từ 3-5 năm, điều này mở ra cơ hội để gạo Việt Nam có thể cạnh tranh với các nước khác khi xuất khẩu vào EU.

Có thể khẳng định, EVFTA là cơ hội để Việt Nam nâng cao kim ngạch hàng nông sản xuất khẩu, nhất là với các sản phẩm có thế mạnh, có lợi thế cạnh tranh như thủy sản, rau quả, gạo, điều, cà phê, hồ tiêu... nâng cao giá trị thương mại, tiếp cận thị trường đầy tiềm năng như EU. Việc ký kết và thực thi EVFTA không chỉ mang đến cơ hội về tăng trưởng xuất khẩu mà còn giúp cho ngành nông nghiệp nước ta

đẩy mạnh công tác tái cơ cấu hướng sâu vào vấn đề nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua nâng cao chất lượng sản phẩm, truy xuất nguồn gốc, quy cách đóng gói..., góp phần đưa hàng hóa nông sản nói riêng, hàng hoá nói chung của Việt Nam tham gia sâu hơn vào các chuỗi cung ứng toàn cầu. Tuy nhiên, các mặt hàng nông sản của Việt Nam cần phải đáp ứng được các tiêu chuẩn khắt khe về nguồn gốc sản phẩm, tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm và các tiêu chuẩn khác về lao động và môi trường.

Từ những phân tích đánh giá về sự cần thiết ở cả khía cạnh lý luận và thực tiễn nói trên, nghiên cứu sinh đã lựa chọn nội dung đề tài nghiên cứu là ***“Tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam- EU đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam”*** làm đề tài luận án tiến sĩ của mình.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu tổng quát là làm rõ những cơ sở khoa học về cả khía cạnh lý luận, thực tiễn cho việc đánh giá tác động và đề xuất các giải pháp để tận dụng các tác động tích cực, hạn chế các tác động không tích cực của EVFTA đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU, từ đó đẩy mạnh xuất khẩu nông sản.

Xuất phát từ mục tiêu nói trên, nhiệm vụ nghiên cứu là:

- Thứ nhất, hệ thống hóa các vấn đề lý luận có liên quan đến tác động của hiệp định thương mại tự do đến hàng nông sản xuất khẩu của một quốc gia.
- Thứ hai, đánh giá tác động của EVFTA đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam, cụ thể là: cà phê, rau quả và gạo.
- Thứ ba, đề xuất các giải pháp nhằm phát huy những tác động tích cực và hạn chế những tác động không tích cực từ EVFTA đến mặt hàng nông sản vào thị trường EU từ nay đến năm 2030.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là những vấn đề lý luận và thực tiễn về tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

3.2.1. Về nội dung

Luận án tập trung đánh giá tác động của EVFTA đến 03 mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam là gạo, cà phê và rau quả để từ đó nhận diện ra cơ hội và thách thức.

3.2.2. Về không gian

Xuất khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU. Xem xét thị trường EU như một khối thị trường chung thống nhất, không đi sâu phân tích với từng thị trường quốc gia trong khối.

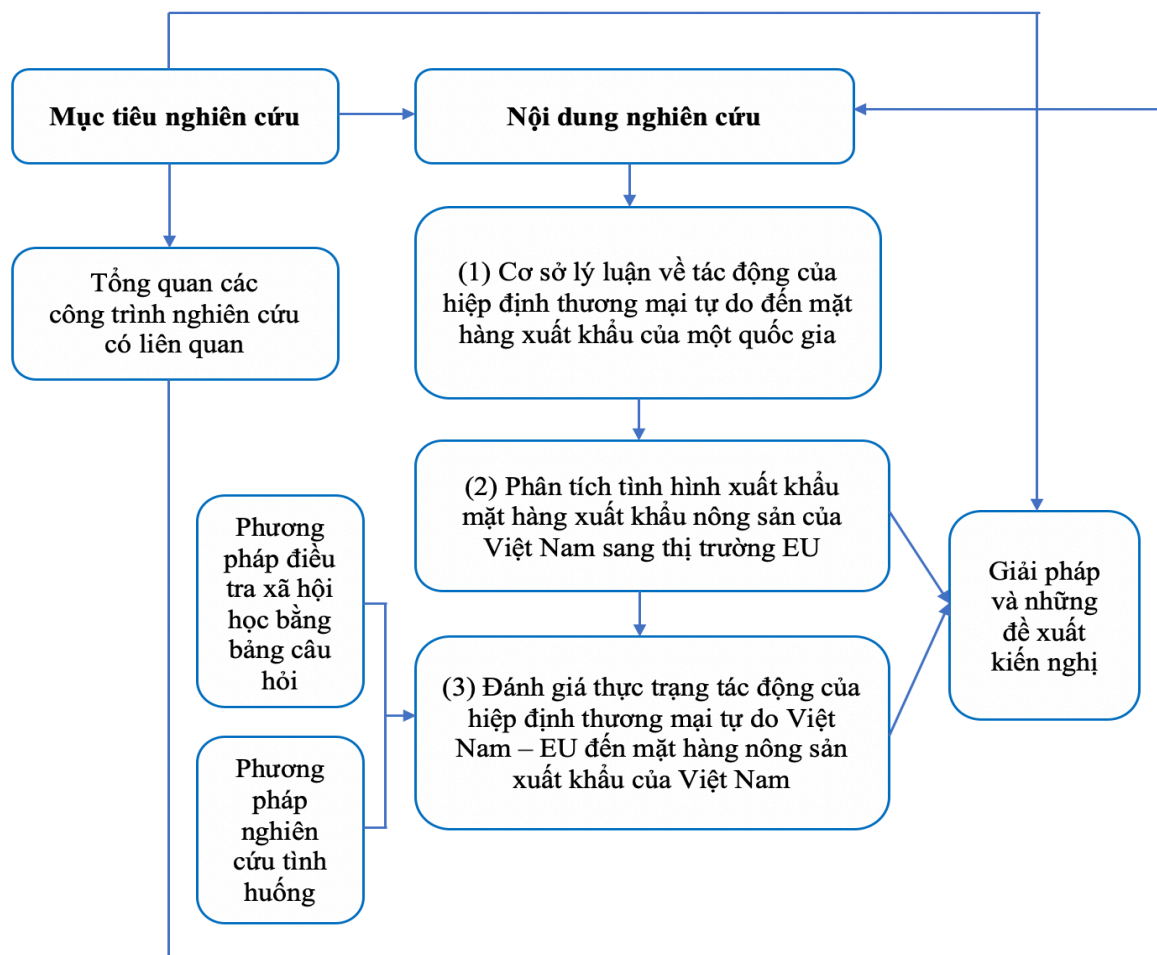
3.2.3. Về thời gian

Đối với phân tích thực trạng, các dữ liệu thứ cấp được thu thập trong giai đoạn 2015- 2021; các dữ liệu sơ cấp được thu thập & điều tra trong giai đoạn 2021 - 2022.

Trong đó, so sánh giữa hai giai đoạn trước khi hiệp định có hiệu lực (2016-7/2020) và giai đoạn sau khi hiệp định có hiệu lực (8/2020 - 8/2022). Đề xuất, kiến nghị giải pháp đến năm 2030.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Khung nghiên cứu đề xuất



Hình 0.1: Mô hình nghiên cứu của luận án

Nguồn: Nghiên cứu sinh đề xuất

4.2. Phương pháp nghiên cứu

4.2.1. Phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu thứ cấp

- Dữ liệu thứ cấp được nghiên cứu sinh thu thập và tìm hiểu bao gồm các dữ liệu có liên quan đến:

+ Lý thuyết có liên quan đến hiệp định thương mại tự do, lý thuyết về tự do hoá thương mại, lý thuyết về mặt hàng nông sản xuất khẩu và chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu. Từ các lý thuyết nền tảng nói trên là cơ sở để nghiên cứu sinh hệ thống hoá cơ sở lý luận có liên quan đến nội dung nghiên cứu của luận án.

+ Tình hình quan hệ thương mại Việt Nam – EU nói chung và thực trạng sản xuất hàng nông sản và xuất khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU trong hai giai đoạn, trước khi EVFTA có hiệu lực (từ năm 2015 đến tháng 8 năm 2020) và sau khi EVFTA có hiệu lực (từ 8/2020 đến 8/2022). Các dữ liệu thu thập

được thông qua báo cáo xuất nhập khẩu, thông tin xuất khẩu các mặt hàng vào thị trường EU. Nguồn dữ liệu này dùng để phân tích, đánh giá, so sánh về tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam.

Cơ quan cung cấp thông tin thứ cấp: nghiên cứu sinh tiến hành thu thập thông tin từ các cơ quan như: Cục Xuất nhập khẩu; Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ (Bộ Công Thương); Cục chế biến chất lượng nông lâm thủy sản (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) và Tổng cục Hải quan (Bộ Tài chính).

Nguồn dữ liệu đại chúng: các dữ liệu thứ cấp được tiến hành thu thập từ các công trình khoa học, bài báo khoa học đã được công bố tại các Hội nghị khoa học, Kỷ yếu hội thảo khoa học, Tạp chí khoa học của các đơn vị như Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương; Trường Đại học Kinh tế quốc dân; Trường Đại học Thương mại; Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội.

- Phân tích dữ liệu: sau khi thu thập dữ liệu, nghiên cứu sinh tiến hành thu thập và phân tích các dữ liệu để đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam và đưa ra những đánh giá về cơ hội và thách thức của hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian sắp tới.

4.2.2. Phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu sơ cấp

Dữ liệu sơ cấp cần thu thập và phân tích các dữ liệu phản ánh thực trạng tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua sự kết hợp của 2 phương pháp: phương pháp điều tra xã hội học bằng bảng hỏi và phương pháp nghiên cứu tình huống.

- Phương pháp điều tra xã hội học bằng bảng hỏi

+ Nội dung khảo sát xoay quanh việc đánh giá tác động của EVFTA đến các mặt hàng nông sản xuất khẩu, qua đó nhận diện được các tác động tích cực, các tác động không tích cực, các cơ hội và thách thức đặt ra, đây là căn cứ quan trọng để đưa ra các giải pháp nhằm tận dụng những cơ hội và hạn chế những thách thức của EVFTA, từ đó có thể có những biện pháp hữu hiệu nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU.

+ Phục vụ cho việc nghiên cứu, nghiên cứu sinh phát phiếu thu thập thông tin tới 2 nhóm doanh nghiệp, bao gồm: (i) *doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản* và (ii) *doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản sang thị trường EU*. Mục đích của thu thập theo phương pháp này nhằm giúp cho nghiên cứu sinh có được số liệu thực tế tại các đơn vị cần khảo sát.

+ Nguyên tắc xây dựng phiếu khảo sát: các câu hỏi được xây dựng rõ ràng, sử dụng từ ngữ phổ thông, dễ hiểu để người trả lời có thể trả lời dễ dàng và chính xác. Bên cạnh đó, các câu hỏi được nhấn mạnh vào những từ khoá, từ quan trọng. Bảng câu hỏi được thiết kế gồm 2 mẫu tương ứng với 2 đối tượng tiến hành khảo sát gồm: doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản và doanh nghiệp xuất khẩu nông sản. Dữ liệu thu được là những đánh giá về tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến các mặt hàng nông sản xuất khẩu.

+ Do tổng thể mục tiêu nghiên cứu là rất lớn, đa dạng nên nghiên cứu sinh sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất với cách thức chọn mẫu thuận tiện. Cách thức chọn mẫu thuận tiện dựa trên tính dễ tiếp cận của đối tượng ở những nơi mà nghiên cứu sinh có nhiều khả năng để gặp đối tượng phỏng vấn. Nghiên cứu sinh tiếp xúc với các đối tượng phỏng vấn thông qua các diễn đàn, hội nghị, hội thảo có liên quan đến phổ biến các nội dung của EVFTA, hội thảo kết nối cung cầu, hội thảo và tọa đàm về xúc tiến thương mại do Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Sở Công Thương các địa phương; các trường đại học và Viện nghiên cứu tổ chức. Bên cạnh đó, nghiên cứu sinh gửi bảng câu hỏi trực tuyến cho các đối tượng được khảo sát, dữ liệu cũng dễ dàng có được thông qua cách thức khảo sát này. Danh sách thông tin về địa chỉ hòm thư của các doanh nghiệp, nghiên cứu sinh có được thông qua Cục xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương); Vụ Thị trường Châu Âu - Châu Mỹ (Bộ Công Thương); Cục chế biến chất lượng nông lâm thủy sản (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn). Tại các doanh nghiệp được tiến hành khảo sát, đối tượng trả lời phiếu khảo sát là giám đốc hoặc trưởng phòng/ phụ trách hoạt động kinh doanh. Để tránh trùng lặp, mỗi doanh nghiệp nghiên cứu sinh chỉ tiến hành thu thập một phiếu điều tra.

Với mẫu phiếu khảo sát doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản

- Số phiếu phát ra: 100
- Số phiếu thu về: 62 (62/100, chiếm tỷ lệ 62%)
- Số phiếu sử dụng được: 56 (56/62, chiếm tỷ lệ 90,3%)
- Số phiếu thu được tại các hội thảo: 35 (35/56, chiếm tỷ lệ 62,5%)
- Số phiếu thu được qua email: 21 (21/56, chiếm tỷ lệ 37,5%)

Với mẫu phiếu khảo sát doanh nghiệp xuất khẩu nông sản

- Số phiếu phát ra: 100
- Số phiếu thu về: 67 (67/100, chiếm tỷ lệ 67%)
- Số phiếu sử dụng được: 50 (50/67, chiếm tỷ lệ 74,6%)
- Số phiếu thu được tại các hội thảo: 27 (27/50, chiếm tỷ lệ 54%)
- Số phiếu thu được qua email: 23 (23/50, chiếm tỷ lệ 46%)

+ Thời gian tiến hành khảo sát được thực hiện trong khoảng 10 tháng, bắt đầu từ tháng 8/2021 và kết thúc vào tháng 05/2022.

- Phương pháp nghiên cứu tình huống:

Đề tài sử dụng phương pháp nghiên cứu tình huống với một số hàng nông sản xuất khẩu thành công của Việt Nam như cà phê, rau quả và gạo ngay khi hiệp định thương mại tự do Việt Nam -EU có hiệu lực.

5. Đóng góp mới của luận án

Luận án có những đóng góp mới chủ yếu như sau:

- **Về lý luận**, luận án đã góp phần tổng hợp và hệ thống hoá cơ sở lý luận về tác động của hiệp định thương mại tự do đến hàng nông sản xuất khẩu của một quốc

gia. Trong đó, hệ thống cơ sở lý luận của luận án được tổng hợp từ (i) lý thuyết về tự do hoá thương mại và hiệp định thương mại tự do; (ii) lý thuyết marketing về mặt hàng nông sản xuất khẩu và chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu. Luận án đã chỉ ra, tự do hoá thương mại và việc thực thi các hiệp định thương mại tự do là cơ hội thuận lợi (điều kiện cần) để hàng hoá nói chung và mặt hàng nông sản xuất khẩu nói riêng có những lợi thế tại thị trường quốc gia nhập khẩu, tuy nhiên, để có thể khai thác được những cơ hội do hiệp định thương mại tự do mang lại, các mặt hàng nông sản xuất khẩu cần phải thoả mãn được yêu cầu cụ thể của thị trường (điều kiện đủ), các mặt hàng nông sản phải cung ứng được giá trị gia tăng cho thị trường, khách hàng.

- **Về thực tiễn**, luận án góp phần mô tả khái quát thực trạng sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU trong bối cảnh trước và sau khi hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU được thực thi. Luận án đã phân tích, đánh giá đa chiều về tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU đến mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam, trong đó, đi sâu nghiên cứu chi tiết vào 3 mặt hàng là gạo, cà phê và rau quả. Trên cơ sở đó, đề xuất các nhóm giải pháp có cơ sở khoa học nhằm tăng cường khả năng khai thác các cơ hội do hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU mang lại đối với hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam.

6. Kết cấu luận án

Ngoài lời cảm ơn, mục lục, danh mục bảng biểu, danh mục sơ đồ hình vẽ, danh mục từ viết tắt, tài liệu tham khảo, các phụ lục, mở đầu, kết luận, luận án sẽ được trình bày với kết cấu gồm 4 chương. Cụ thể:

Chương 1. Tổng quan các công trình nghiên cứu đã công bố ở trong và ngoài nước liên quan đến chủ đề nghiên cứu của luận án

Chương 2. Cơ sở lý luận về tác động của hiệp định thương mại tự do đến hàng nông sản xuất khẩu của quốc gia.

Chương 3. Thực trạng tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam.

Chương 4. Giải pháp tận dụng cơ hội, hạn chế thách thức từ hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU đến hàng nông sản của Việt Nam vào thị trường EU giai đoạn đến năm 2030.

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ Ở TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC LIÊN QUAN ĐẾN CHỦ ĐỀ NGHIÊN CỨU CỦA LUẬN ÁN

1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu

1.1.1. Các nghiên cứu liên quan đến đánh giá tác động của các hiệp định thương mại tự do đến nền kinh tế Việt Nam

- Mutrap (2010), *Đánh giá tác động của các hiệp định thương mại tự do đối với kinh tế Việt Nam*, Báo cáo nhằm giúp Việt Nam xác định các tác động và hiệu quả của một số hiệp định thương mại tự do (FTA) - đặc biệt là ASEAN - Hàn Quốc, ASEAN - Ấn Độ, ASEAN - Úc - New Zealand và AFTA - thông qua việc đánh giá những tác động kinh tế xã hội chính đối với Việt Nam trước và sau khi tham gia các hiệp định thương mại ưu đãi này. Nghiên cứu này cũng xem xét đến các hiệp định đã ký với Nhật Bản và Trung Quốc và hiệp định được đề xuất đàm phán với EU, Thổ Nhĩ Kỳ và Chi-lê. Từ đó rút ra những bài học cụ thể cho đàm phán thương mại của Việt Nam trong tương lai.

- Stefano Inama và các cộng sự (2011), trong nghiên cứu *Đánh giá tác động của quy tắc xuất xứ trong các hiệp định thương mại tự do của Việt Nam*, đã phân tích các đặc điểm chính về quy tắc xuất xứ trong các FTA của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, khu vực thương mại tự do không đảm bảo rằng các doanh nghiệp vận dụng được ưu đãi thương mại và cơ hội kinh doanh từ các FTA mà Việt Nam ký kết do không đáp ứng được quy tắc xuất xứ. Sự khác biệt về các yêu cầu xuất xứ đồng nghĩa với những trở ngại khi áp dụng các hiệp định thương mại tự do do nhu cầu thiết lập và vận hành một hệ thống kế toán khác biệt về cách định nghĩa khái niệm, tài khoản, tính chính xác, phạm vi và kiểm soát từ các quy định pháp lý nội bộ. Nghiên cứu cho thấy, các doanh nghiệp cần thay đổi hoặc chấp nhận hệ thống kế toán khác hệ thống thông dụng tùy thuộc vào giá trị xuất khẩu hưởng ưu đãi theo FTA so với tổng doanh thu và các chi phí có liên quan và phí tổn phát sinh khi vận hành một hệ thống song song như vậy có thể lớn hơn lợi ích đạt được từ ưu đãi FTA. Các nghiên cứu và bằng chứng thực tế cho thấy sự gia tăng các bộ quy tắc xuất xứ làm giảm giá trị của tự do hóa thương mại và kỳ vọng về tác động của FTA.

- Mutrap (2011), *Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU: Dự báo tác động tới nền kinh tế Việt Nam*, đã phân tích thực trạng quan hệ thương mại Việt Nam - EU và những tác động về thương mại và đầu tư mà EVFTA có thể đem lại cho nền kinh tế Việt Nam. Theo kết quả nghiên cứu này, Hiệp định thương mại tự do với EU sẽ đem lại cho Việt Nam nhiều lợi ích. Trong đó, lợi ích lớn nhất thu được bao gồm: tăng trưởng trong đầu tư của EU vào ngành công nghiệp dịch vụ của Việt Nam, tăng cường xuất khẩu của Việt Nam sang EU và cơ hội nâng cấp trình độ kỹ thuật của Việt Nam thông qua việc nhập khẩu hàng hóa chiến lược với mức giá thấp hơn. Bên cạnh đó, tự do hóa thương mại sẽ giúp tăng nguồn thu nhập quốc gia (nguồn thu từ hàng hóa nhập khẩu lớn hơn nguồn chi từ sự giảm thuế), cân cân thương mại được cân bằng và từ đó giúp thúc đẩy tăng trưởng GDP một cách đáng kể.

- Mutrap (2011), *Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu: Đánh giá tác động định lượng và định tính*, đã phân tích tác động có thể của hiệp định FTA Việt Nam-EU tương lai. Dựa trên phương pháp định lượng sử dụng mô hình cân bằng tổng thể (CGE) và phương pháp định tính, báo cáo phân tích tác động đối với những ngành quan trọng như may mặc, giày dép, ô tô, điện tử, ngân hàng và lĩnh vực đầu tư. Báo cáo cũng đưa ra những kiến nghị, biện pháp cụ thể để Việt Nam có thể lựa chọn cho tăng trưởng kinh tế bền vững.

- Mutrap (2014), *Đánh giá tác động dài hạn của Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và EU*, trong tương quan so sánh FTA giữa Việt Nam và EU với các FTA mà Việt Nam đã ký kết đã đánh giá tác động của FTA Việt Nam - EU tới kinh tế vĩ mô, xã hội và môi trường của Việt Nam cũng như tác động cụ thể tới các lĩnh vực kinh tế: nông nghiệp và thủy sản, công nghiệp và dịch vụ. Sử dụng cả mô hình cân bằng tổng thể (CGE) lẫn mô hình cân bằng từng phần, dựa trên Khuôn khổ Đánh giá tác động dài hạn với khung thời gian kéo dài tới 2025, nghiên cứu đã đánh giá rằng lợi ích mà EVFTA đem lại cho Việt Nam là rất lớn... Theo kết quả dự báo của nghiên cứu này, xuất khẩu của Việt Nam sang EU ước tính sẽ đạt mức tăng trưởng thêm 10% cho đến năm 2025, nhờ tác động của hiệp định này. Cán cân thương mại với EU sẽ xấu đi do nhập khẩu hàng hóa phục vụ sản xuất đầu tư từ EU tăng lên, tuy vậy cán cân thương mại vẫn tiếp tục ở mức thặng dư cho tới năm 2025. Quy mô cán cân thương mại sẽ phụ thuộc vào dòng vốn đầu tư, đầu vào trung gian và một số biến số tiền tệ và kinh tế vĩ mô khác nữa. Nhưng lợi ích thu được còn phụ thuộc vào chất lượng, phạm vi và kết quả thực thi hiệp định.

- Vũ Thanh Hương và Nguyễn Thị Minh Phương (2016), trong nghiên cứu *Đánh giá tác động theo ngành của Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU: Sử dụng các chỉ số thương mại*, nghiên cứu cho thấy kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam với EU đều gia tăng vững chắc; thương mại giữa Việt Nam và EU chủ yếu mang tính liên ngành do cơ cấu xuất nhập khẩu, lợi thế so sánh và chuyên môn hóa xuất khẩu của hai bên khác nhau rõ rệt, riêng ngành máy móc thiết bị, thương mại nội ngành diễn ra ở mức độ cao. Nghiên cứu cũng nhận định, những tác động của EVFTA theo ngành khá phức tạp và đan xen nhau, theo đó EVFTA sẽ mang lại những cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam. Để hiện thực hóa các cơ hội và vượt qua các thách thức, Việt Nam cần có những bước đi chiến lược để đón đầu các ưu đãi mà EVFTA sẽ mang lại cho Việt Nam và EU. Việc hiểu rõ các cơ hội và thách thức theo ngành để có được các chính sách khả thi, hiệu quả cho từng ngành, vừa giúp các ngành nâng cao năng lực cạnh tranh, vừa hỗ trợ được cho doanh nghiệp cần phải là một trong những mối ưu tiên hàng đầu của Chính phủ và doanh nghiệp Việt Nam.

- Nguyễn Đình Cung và Trần Toàn Thắng (2017) trong nghiên cứu *Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU: tác động thể chế và điều chỉnh chính sách ở Việt Nam*, cuốn sách bao gồm 6 chương, trong đó chương 1 trình bày tổng quan về EVFTA và so sánh EVFTA với các hiệp định khác mà Việt Nam tham gia. Chương 2 đưa ra các kinh nghiệm quốc tế, tập trung vào phân tích yêu cầu điều chỉnh chính sách và thể chế mà một số quốc gia đã thực hiện nhằm thực thi các FTA. Mặc dù ngụ ý chính sách và thể chế của các hiệp định với EU là khá lớn, chương này tập trung phân tích những vấn đề phát sinh từ những đòi hỏi trực tiếp và một số tác động

gián tiếp của các hiệp định của EU. Đặc biệt, tập trung vào các vấn đề môi trường đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh, cải cách doanh nghiệp nhà nước. Chương 3 đánh giá mức độ sẵn sàng của nền kinh tế và doanh nghiệp, bên cạnh việc đánh giá mức độ sẵn sàng chung của cả nền kinh tế trong đó tập trung vào những yếu tố liên quan đến khả năng chống chịu với các cú sốc hội nhập, những rủi ro mà Việt Nam sẽ gặp phải khi mở cửa, chương này cũng đánh giá mức độ sẵn sàng và sự chuẩn bị của doanh nghiệp cho EVFTA. Chương 4, trình bày một số tác động định lượng của EVFTA, đây là cơ sở để đánh giá hàm ý đối với điều chỉnh thể chế và chính sách trong các chương tiếp theo. Chương 5 đưa ra các hàm ý chính sách và thể chế đối với ba lĩnh vực là đầu tư, năng lực cạnh tranh, môi trường kinh doanh và doanh nghiệp nhà nước. Hàm ý thể chế đối với một số vấn đề mang tính xuyên suốt như kinh tế thị trường, chính sách công nghiệp, quyền sở hữu trí tuệ được đề cập trong chương 6. Phần kết luận trình bày tóm tắt những phát hiện chính của cuốn sách và một số ngụ ý, đề xuất cho cải cách thể chế và nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế.

- Báo cáo số 193/BC-CP của Chính Phủ ngày 08/5/2020 về Hiệp định thương mại tự do giữa Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Liên minh châu Âu đã chỉ rõ những tác động về mặt kinh tế đối với Việt Nam, đó là: EVFTA sẽ giúp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế (bình quân từ 2,18% đến 3,25% cho 5 năm đầu thực hiện và khoảng 4,57% đến 5,3% cho 5 năm tiếp theo) và trao đổi thương mại hai chiều (xuất khẩu sang EU tăng khoảng 42,7% vào năm 2025 và 44,37% vào năm 2030 trong khi nhập khẩu từ EU tăng khoảng 33,06% vào năm 2025 và 36,7% vào năm 2030). Ngoài ra, các cam kết trong lĩnh vực dịch vụ và đầu tư sẽ giúp Việt Nam thu hút vốn đầu tư chất lượng cao của nước ngoài, đặc biệt từ các nước EU cũng như thúc đẩy quá trình đổi mới cơ cấu kinh tế, hoàn thiện thể chế và môi trường kinh doanh ở Việt Nam. Đặc biệt, trong bối cảnh hiện nay, dịch COVID-19 đã và đang ảnh hưởng mạnh đến tình hình sản xuất và xuất nhập khẩu của không chỉ Việt Nam mà trên toàn thế giới. Do vậy, việc EVFTA được đưa vào thực thi mang ý nghĩa quan trọng giúp bù đắp sự suy giảm của nền kinh tế trong và sau giai đoạn dịch bệnh. Từ phía doanh nghiệp, EVFTA còn mang đến cơ hội thị trường đa dạng hơn, giúp doanh nghiệp lấy lại đà phục hồi trong giai đoạn khó khăn này.

- Bùi Quý Thuần (2020), trong nghiên cứu *Lý thuyết và phương pháp đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do đến thương mại*, bài viết đã tổng hợp các lý thuyết liên quan đến tác động của hiệp định thương mại tự do đến thương mại thông qua các chỉ số như: lợi thế cạnh tranh (RCA); định hướng khu vực (RO); cường độ thương mại (TII) để đánh giá mức độ trao đổi thương mại giữa các quốc gia và giới thiệu mô hình trọng lực nhằm giải thích các nhân tố tác động chuyển hướng thương mại và tạo lập thương mại. Qua đó, xem xét vai trò của phương pháp này trong việc đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do đối với trường hợp Việt Nam. Nghiên cứu này đã chỉ ra, các chỉ số RCA, RO có thể đánh giá mức độ trao đổi thương mại trước và sau khi hiệp định thương mại tự do được ký kết cũng như dự đoán xu hướng và tiềm năng quan hệ thương mại giữa các thành viên tham gia ký kết hiệp định thương mại tự do.

- Phan Thế Công và Nguyễn Đoàn Trang (2020), trong nghiên cứu *Mô hình đánh giá tác động của thuế quan đến xuất và nhập khẩu hàng hoá*, bài viết đã tổng

quan một số mô hình thực nghiệm được các nhà nghiên cứu kinh tế học sử dụng để đánh giá tác động của thuế quan đến xuất nhập khẩu hàng hoá và trong nghiên cứu này, các tác giả đã nghiên cứu khả năng ứng dụng mô hình GTAP (Global Trade Analysis Project) để đánh giá tác động của thuế quan tới xuất và nhập khẩu ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, mô hình GTAP không chỉ cho phép đánh giá tác động lên nền kinh tế nói chung mà còn đối với từng ngành sản xuất riêng. Việc áp dụng mô hình GTAP hoàn toàn có thể mở rộng sang các lĩnh vực khác như cắt giảm hàng rào phi thuế quan, thay đổi chính sách đầu tư hay mở cửa khu vực dịch vụ.

1.1.2. Các nghiên cứu liên quan đến xuất khẩu hàng nông sản và nhân tố tác động đến hàng nông sản xuất khẩu

- Roger và cộng sự (2006), với nghiên cứu *The influence of internal and external firm factors on international product adaptation strategy and export performance: A three-country comparison*. Trong nghiên cứu này, đã xây dựng mô hình về mối quan hệ chiến lược thích ứng sản phẩm và hiệu suất xuất khẩu bằng cách sử dụng dữ liệu thu thập từ các nhà quản lý ở Mỹ, Hàn Quốc và Nhật Bản. Mô hình nghiên cứu được kết hợp các yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp làm tiền đề cho hoạt động xuất khẩu, với chiến lược thích ứng sản phẩm như một biến trung gian chính. Kết quả nghiên cứu cho thấy, chiến lược thích ứng sản phẩm có liên quan tích cực đến hoạt động xuất khẩu ở cả ba quốc gia. Ngoài ra, sự phụ thuộc vào xuất khẩu, vốn ít được chú ý trong các nghiên cứu trước đây thì trong nghiên cứu lần này, nhóm tác giả cho rằng đây là các nhân tố quan trọng của chiến lược thích ứng sản phẩm. Sự tương đồng giữa thị trường trong nước và thị trường mục tiêu nói chung được coi là một yếu tố quan trọng trong việc lựa chọn thị trường xuất khẩu, mối quan hệ với chiến lược thích ứng sản phẩm và hiệu quả xuất khẩu khác nhau giữa ba quốc gia. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra: chiến lược thích ứng với sản phẩm sẽ dẫn đến hiệu quả hoạt động tốt hơn trên thị trường xuất khẩu; các hoạt động tổ chức đổi mới, bao gồm cả giao tiếp tốt hơn, trực tiếp dẫn đến cải thiện hiệu quả hoạt động trên thị trường xuất khẩu.

- Ngô Thị Tuyết Mai (2007) nghiên cứu *Nâng cao khả năng cạnh tranh hàng nông sản của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*. Tác giả đã sử dụng các phương pháp như: phương pháp chuyên gia, phương pháp phân tích ngành sản phẩm, phương pháp phân tích kinh doanh nhằm phân tích các vấn đề lý luận, thực tiễn một cách có hiệu quả. Kết quả nghiên cứu sau khi phân tích thực trạng sức cạnh tranh của một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam như gạo, cà phê, chè, cao su... chỉ ra rằng Việt Nam có điều kiện thuận lợi để phát triển một số mặt hàng nông sản phục vụ cho xuất khẩu. Tuy nhiên, tác giả cũng chỉ ra năng lực cạnh tranh của ngành XKNS Việt Nam còn thấp do chất lượng sản phẩm chưa cao, chủng loại đơn điệu, mẫu mã chưa phong phú, từ đó đề ra 8 nhóm giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng nông sản Việt Nam trên thị trường thế giới.

- Đinh Văn Thành (2010), trong nghiên cứu *Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam*, đã phân tích về đã phân tích, đánh giá thực trạng năng lực tham gia của hàng nông sản Việt Nam vào chuỗi giá trị hàng nông sản toàn cầu cũng như đi sâu phân tích,

đánh giá cụ thể năng lực tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của 09 mặt hàng nông sản Việt Nam. Thông qua nghiên cứu, đề tài đã rút ra những thuận lợi và khó khăn cơ bản trong tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của hàng nông sản Việt Nam để làm cơ sở xây dựng các chính sách, giải pháp nhằm nâng cao năng lực tham gia của hàng nông sản Việt Nam vào chuỗi giá trị toàn cầu. Đề tài đề xuất 04 nhóm giải pháp chung và 04 nhóm giải pháp cụ thể cho mỗi mặt hàng nghiên cứu. Về mặt kết quả, đề tài đã hệ thống hóa, luận giải và bổ sung nhận thức về chuỗi giá trị toàn cầu hàng nông sản; những đặc điểm của chuỗi giá trị hàng nông sản; các mô hình chuỗi giá trị hàng nông sản, các điều kiện tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu; nội hàm và các tiêu chí xác định năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu. Đồng thời, xây dựng một khung phân tích chuỗi giá trị hàng nông sản toàn cầu làm cơ sở lý thuyết để phân tích các chuỗi giá trị hàng nông sản cụ thể cũng như nghiên cứu kinh nghiệm của một số nước trong việc nâng cao năng lực tham gia vào chuỗi giá trị hàng nông sản toàn cầu.

- Nguyễn Minh Sơn (2010), trong nghiên cứu *Các giải pháp kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*. Tác giả sử dụng phương pháp: thống kê, phân tích tổng hợp đánh giá thực trạng và dự báo về tình hình xuất khẩu nông sản của Việt Nam đến năm 2020. Nghiên cứu đã hệ thống một số vấn đề lý luận chung về xuất khẩu nông sản cũng như đánh giá thực trạng xuất khẩu nông sản của Việt Nam, nêu rõ những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân trong quá trình phát triển sản xuất và xuất khẩu nông sản. Nghiên cứu cũng đề xuất một số quan điểm, mục tiêu, phương hướng và kiến nghị giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

- Atici và cộng sự (2011), trong nghiên cứu *Does Turkey's Integration into European Union boost its agriculture exports*, sử dụng kỹ thuật TSP và số liệu chéo của năm 2006 để phân tích liệu việc gia nhập vào EU có thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Thổ Nhĩ Kỳ hay không. Trong mô hình trọng lực mở rộng, tác giả đã bổ sung thêm 2 biến độc lập là: thuế quan (đại diện cho chính sách thương mại) và biến giả thành viên EU. Kết quả ước lượng mô hình cho thấy, việc gia nhập vào EU chỉ làm tăng nhẹ xuất khẩu nông sản của Thổ Nhĩ Kỳ (ít hơn 10% KNXXK năm 2006 của nước này). Do vậy, theo tác giả, các nhà làm chính sách nên thận trọng trong kỳ vọng về lợi ích thu được từ hội nhập. Tuy nhiên, các thị trường hiện tại ở EU có thể được cải thiện tốt hơn bằng việc thiết lập một chiến lược Marketing mix hiệu quả liên quan đến các yếu tố khác có tác động tới xuất khẩu nông sản của Thổ Nhĩ Kỳ.

- Trần Thanh Hải (2013), trong nghiên cứu *Giải pháp nhằm đa dạng hoá thị trường xuất khẩu để nâng cao hiệu quả xuất khẩu nhóm hàng nông sản của Việt Nam*, đề tài nghiên cứu khoa học công nghệ cấp Bộ. Dữ liệu của đề tài được thu thập qua phương pháp tổng hợp, khảo sát thực chứng; phân tích, so sánh, tổng hợp, phỏng vấn chuyên gia. Đề tài đã đánh giá được thực trạng về thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam và các chính sách hiện hành của Chính phủ Việt Nam trong việc đa dạng hoá thị trường xuất khẩu đối với hàng nông sản. Bên cạnh đó đề tài cũng đã phân tích rõ được những tồn tại, hạn chế cần giải quyết trong thời gian tới. Trên cơ sở quan điểm, mục tiêu và định hướng về đa dạng hoá thị trường XK hàng nông sản của Việt Nam và đề xuất các nhóm giải pháp nhằm đa dạng hoá thị trường

xuất khẩu như nhóm giải pháp về hỗ trợ sản xuất và tạo nguồn hàng xuất khẩu, nhóm giải pháp về hỗ trợ thông tin thị trường xuất khẩu, nhóm giải pháp về hỗ trợ xúc tiến thương mại, nhóm giải pháp về hỗ trợ xây dựng thương hiệu. Bên cạnh đó cũng làm rõ được các chính sách, cơ chế của Chính phủ để thực hiện hiệu quả hoạt động đa dạng hoá thị trường xuất khẩu nhằm đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng nông sản của Việt Nam.

- Nguyễn Thu Quỳnh (2013) trong nghiên cứu *Phát triển chiến lược thị trường xuất khẩu nông sản của các doanh nghiệp Việt Nam*. Nghiên cứu đã đánh giá thực trạng phát triển chiến lược thị trường xuất khẩu của các DN XKNS từ vận dụng triết lý kinh doanh xuất khẩu định hướng thị trường; phát triển chiến lược lựa chọn và định vị giá trị trên thị trường xuất khẩu; phân tích triển khai chiến lược cung ứng giá trị cho thị trường XKNS; thực trạng các năng lực cốt lõi và khác biệt trong thực thi chiến lược thị trường xuất khẩu. Từ đó đã rút ra các kết luận đánh giá chung, nguyên nhân và tổng hợp được những vấn đề đặt ra từ thực trạng cũng là những thách thức để tiếp tục phát triển chiến lược thị trường XKNS giai đoạn 2011 - 2020 cho các DN XKNS Việt Nam. Luận án đã đưa ra các quan điểm, các giải pháp đồng thời đưa ra những kiến nghị vĩ mô nhằm tạo môi trường, điều kiện cho phát triển chiến lược thị trường xuất khẩu của các DN XKNS Việt Nam. Luận án đã có những đóng góp hữu ích và giúp cho chúng ta có thể thấy được khái quát hoạt động xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam giai đoạn 2006-2011 diễn ra với những lợi thế và bất lợi gì, chính sách thương mại XKNS của Việt Nam thời gian qua và các thị trường XKNS chủ yếu của DN XKNS Việt Nam. Bên cạnh đó, Luận án còn giúp chúng ta hiểu rõ về thực trạng phát triển chiến lược thị trường xuất khẩu của các DN XKNS Việt Nam. Dựa vào những phân tích, đánh giá mang tính khoa học cao, tác giả đã đề xuất các giải pháp thiết thực cho ngành nông nghiệp nước nhà.

- Trần Tuấn Anh (2018), với nghiên cứu *Luận cứ khoa học phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam trong bối cảnh thực hiện các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới* : đề tài đã hệ thống hóa, luận giải cơ sở lý luận về phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa; phân tích tác động của các FTA tới phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa của quốc gia; Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa trong tham gia các FTA và rút ra bài học có thể áp dụng và cần tránh đối với Việt Nam; Đánh giá thực trạng phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2007 - 2017 trong bối cảnh thực hiện các FTA song phương và khu vực; Dự báo tác động của một số FTA thế hệ mới đến phát triển thị trường XNK hàng hóa của Việt Nam và đề xuất định hướng, giải pháp và kiến nghị phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn 2030, trong bối cảnh thực hiện các FTA thế hệ mới. Trong nghiên cứu này tác giả đã chỉ rõ, thời gian qua Việt Nam đã rất tích cực, chủ động trong hội nhập kinh tế quốc tế, tham gia nhiều FTA song phương, khu vực, tham gia WTO, điều này đã giúp mở rộng thị trường XNK hàng hóa của Việt Nam ra toàn thế giới, giúp đa dạng hóa và phát triển thêm nhiều thị trường mới, kết quả là XNK hàng hóa của Việt Nam lớn mạnh không ngừng về quy mô, tốc độ tăng trưởng XNK hàng hóa vào tốp đầu thế giới, vị thế của Việt Nam trên bản đồ thương mại thế giới ngày càng được củng cố đã tạo điều kiện và động lực cho tăng trưởng

và cải cách kinh tế của Việt Nam. Đồng thời, đề tài cũng tiến hành phân tích, chỉ rõ những hạn chế, yếu kém và nguyên nhân của những hạn chế yếu kém trong công tác phát triển thị trường XNK hàng hóa của Việt Nam thời gian qua nói chung cũng như những hạn chế yếu kém trong phát triển thị trường XNK khi tham gia FTA song phương, khu vực, đa phương. Những hạn chế, bất cập chủ yếu là phát triển thị trường XNK mới chỉ theo chiều rộng là chủ yếu, việc phát triển theo chiều sâu và đa dạng hóa thị trường XNK chưa đem lại nhiều kết quả khiến cho XNK hàng hóa vẫn tập trung quá mức và phụ thuộc lớn vào một số thị trường, gây ra những bất ổn và mất cân bằng cán cân thương mại hay việc khai thác, tận dụng các cơ hội và lợi ích từ tham gia các FTA cho phát triển ngoại thương, phát triển thị trường XNK còn yếu kém. Ngoài những nguyên nhân khách quan từ môi trường kinh doanh quốc tế và một phần là do trình độ phát triển của nền kinh tế còn thấp, những nguyên nhân chủ quan về nhận thức, tư duy, thể chế, chính sách và yếu kém của khu vực doanh nghiệp, năng lực hạn chế và sức cạnh tranh yếu của nền kinh tế là những vấn đề, những bài toán cần giải đáp nhằm phát triển thị trường XNK hàng hóa trong bối cảnh thực hiện FTA thế hệ mới.

- Hà Văn Sự (2016) với nghiên cứu *Tăng cường năng lực và hiệu quả tham gia chuỗi giá trị toàn cầu cho hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam*. Các mặt hàng nông sản xuất khẩu nằm trong top đầu như: gạo, điều, cà phê được nghiên cứu chỉ ra là những mặt hàng có lợi thế trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam tuy nhiên các mặt hàng này chủ yếu là hàng nông sản thô, sức cạnh tranh của các sản phẩm và mức độ tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu còn thấp, đặc biệt là những khâu có giá trị gia tăng cao. Để khắc phục tình trạng trên, tác giả đã đưa ra các nhóm giải pháp khá toàn diện từ phía Nhà nước và các nhà sản xuất, xuất khẩu nông sản để từ đó các mặt hàng nông sản của Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Lê Việt Nga, Phạm Minh Đạt (2019) với nghiên cứu *Thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản của Việt Nam dưới tác động cách mạng công nghiệp 4.0*. Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp tổng hợp, phân tích cơ sở dữ liệu thức cấp nhằm đánh giá, phân tích về cách mạng công nghiệp lần thứ 4 và những tác động của cách mạng công nghiệp lần thứ 4 tới xuất khẩu bền vững hàng nông sản của Việt Nam và thực trạng ứng dụng cách mạng công nghiệp lần thứ 4 trong hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong những năm vừa qua, từ đó đề xuất các giải pháp thúc đẩy xuất khẩu bền vững hàng nông sản của Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Các giải pháp được đề xuất bao gồm: Nhà nước tiếp tục mở rộng quy hoạch và tạo thuận lợi cho các khu, vùng nông nghiệp công nghệ cao nhằm tạo ra những sản phẩm mà Việt Nam có lợi thế dựa trên việc ứng dụng các thành tựu khoa học công nghệ; Tiếp tục đẩy mạnh nghiên cứu và đầu tư ứng dụng thành tựu của khoa học công nghệ nhằm đa dạng hoá chủng loại và nâng cao chất lượng hàng nông sản; Mở rộng và phát triển mô hình sản xuất nông nghiệp dựa trên nền tảng cách mạng công nghiệp lần thứ 4 nhằm phát triển nền nông nghiệp Việt Nam theo hướng hiện đại, thông minh và bền vững; Tăng cường sự liên kết, hợp tác giữa vùng nuôi, trồng với doanh nghiệp sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản dựa trên nền tảng cách mạng công nghiệp lần thứ 4; Tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu cho hàng nông sản của Việt Nam; Nhà nước tiếp tục hoàn thiện hành lang pháp lý về

thương mại điện tử và các giao dịch điện tử khác nhằm đảm bảo an toàn, thuận lợi cho các hoạt động giao dịch diễn ra an toàn và tin cậy trên dữ liệu điện tử.

- Bộ Công Thương (2020), *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2020*. Báo cáo là ấn phẩm thường niên được Bộ Công Thương phát hành trong đó đã tổng quan được về bối cảnh thế giới và trong nước trong năm 2020 cũng như tình hình xuất, nhập khẩu hàng hoá năm 2020; Đánh giá tình hình xuất, nhập khẩu theo từng nhóm mặt hàng, từng thị trường và các vấn đề liên quan đến quản lý, điều hành hoạt động xuất nhập khẩu. Trong báo cáo đã đánh giá EU là đối tác thương mại lớn thứ 5 của Việt Nam và là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam sau Hoa Kỳ. Các nước xuất khẩu chính của Việt Nam tại thị trường EU bao gồm: Hà Lan, Đức, Pháp, Italia, Áo, Bỉ, Tây Ban Nha, Ba Lan và Thụy Điển. Trong nhóm hàng nông sản chỉ có cà phê nằm trong nhóm các mặt hàng xuất khẩu chính sang thị trường EU (đạt 982,7 triệu USD). Bên cạnh đó, gạo là mặt hàng đại diện cho nhóm hàng nông sản có tăng trưởng xuất khẩu nổi bật trong năm 2020 (đạt 12,9 triệu USD, tăng 20,5% so với năm 2019).

- Ngô Thị Mỹ (2016), trong Luận án tiến sĩ *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam*. Luận án đã hệ thống hóa và làm sáng tỏ thêm các vấn đề lý luận về nông sản và xuất khẩu nông sản. Bằng việc làm rõ cơ sở để lựa chọn các nhân tố ảnh hưởng thì luận án đã đi sâu phân tích ảnh hưởng các nhân tố (một cách độc lập) đến hoạt động xuất khẩu nông sản. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng, kim ngạch xuất khẩu nông sản nói chung, gạo và cà phê nói riêng của Việt Nam có xu hướng tăng trong giai đoạn 1997-2013. Số lượng một số nông sản chủ lực xuất khẩu nhiều song giá trị thu được không cao. Chất lượng nông sản của Việt Nam đang từng bước được cải thiện tuy nhiên vẫn còn thấp hơn nhiều so với các đối thủ. Vì vậy, nông sản Việt Nam thường gặp nhiều khó khăn trước các rào cản thương mại tại thị trường nhập khẩu.... Việc sử dụng mô hình trọng lực chỉ ra 11 nhân tố tác động đến KNXK nông sản nói chung, gạo và cà phê nói riêng của Việt Nam bao gồm: (i) GDP của Việt Nam, (ii) GDP nước xuất khẩu, (iii) dân số của hai quốc gia, (iv) diện tích đất nông nghiệp của hai quốc gia, (v) lạm phát ở Việt Nam, (vi) khoảng cách địa lý giữa hai quốc gia, (vii) khoảng cách về trình độ phát triển kinh tế của hai quốc gia, (viii) tỷ giá hối đoái, (ix) độ mở nền kinh tế của Việt Nam, (x) Việt Nam là thành viên hay chưa là thành viên của WTO, (xi) Việt Nam và quốc gia xuất khẩu cùng hay không cùng là thành viên của APEC. Kết quả phân tích đã chỉ ra các nhân tố tác động tích cực, các nhân tố tác động tiêu cực đồng thời kết quả cũng cho thấy xu hướng tác động của các nhân tố khá phù hợp với kỳ vọng mà các giả thuyết đã đưa ra.

- Bộ Công Thương (2020), *Xuất nhập khẩu của Việt Nam trong bối cảnh tự do hoá và bảo hộ thương mại*. Ấn phẩm là một tài liệu mô tả khá toàn diện bức tranh hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam trong bối cảnh tự do hoá và bảo hộ thương mại đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ hiện nay. Xu hướng tự do hoá thương mại đang trở thành phổ rộng và sâu sắc với sự tham gia của hầu hết các quốc gia thông qua việc tham gia và ký kết các hiệp định thương mại tự do song phương, đa phương, các định chế và tổ chức đa phương, các cam kết về tự do thương mại và đầu tư. Trong báo cáo đã chỉ ra, thị trường EU trong giai đoạn 2007 – 2019 có xu hướng giảm từ 18,73% năm 2007 xuống còn 15,73% năm 2019.

Theo kết quả điều tra được công bố trong ấn phẩm cho thấy, tự do hoá và bảo hộ thương mại có tác động đến cơ cấu XNK hàng hoá của Việt Nam, cụ thể là:

+ 42,9% chuyên gia được hỏi cho rằng, tự do hoá thương mại và bảo hộ thương mại có tác động đến cơ cấu XNK hàng hoá theo nhóm hàng, mặt hàng. 66,7% chuyên gia cho rằng tự do hoá và bảo hộ thương mại có tác động đến cơ cấu XNK hàng hoá theo thị trường và đối tác. 47,6% chuyên gia cho rằng tự do hoá và bảo hộ thương mại có tác động đến cơ cấu XNK hàng hoá theo khu vực kinh tế.

+ Về mức độ tác động: 52,3% chuyên gia cho rằng tự do hoá và bảo hộ thương mại tác động nhiều; 38,1% chuyên gia cho rằng tác động toàn diện; 5% chuyên gia cho rằng tác động ít hoặc tác động cục bộ.

+ Về thời gian tác động: 69,05% chuyên gia cho rằng sẽ tác động trong dài hạn; 21,43% chuyên gia lựa chọn là tác động trong ngắn hạn.

+ Về chiều tác động: 73,81% chuyên gia cho rằng sẽ tác động đa chiều, cả tích cực và tiêu cực, mang lại cả cơ hội và thách thức đến cơ cấu XNK hàng hoá của Việt Nam; 23,81% chuyên gia đánh giá chỉ có tác động tích cực mang đến cơ hội và 7,14% chuyên gia đánh giá bi quan, chỉ có tác động tiêu cực, mang đến thách thức.

Khi đánh giá sâu hơn về chiều tác động, nhóm tác giả trong ấn phẩm đã phân tích, đánh giá các chiều tác động của tự do hoá và bảo hộ thương mại đến xuất nhập khẩu hàng hoá như sau:

+ Tác động tích cực bao gồm: chuyển dịch cơ cấu XNK hàng hoá theo nhóm hàng, mặt hàng theo hướng tích cực, đa dạng hoá mặt hàng XNK; Cơ cấu XNK hàng hoá theo thị trường, đối tác được mở rộng và cơ cấu lại theo hướng cân bằng, giảm phụ thuộc vào thị trường truyền thống, đa dạng hoá thị trường NK; Chất lượng hàng nông, thủy sản XK ngày càng được cải thiện và nâng cao; Mức độ tận dụng ưu đãi từ các FTA ngày càng gia tăng.

+ Tác động tiêu cực bao gồm: chuyển dịch cơ cấu NK hàng hoá của Việt Nam theo hàm lượng chế biến của sản phẩm chưa theo hướng tích cực; Cơ cấu XNK theo khu vực kinh tế chuyển dịch theo hướng bất lợi; Thị trường châu Á vẫn chiếm tỷ trọng quá lớn trong cơ cấu XNK hàng hoá của Việt Nam.

- Huỳnh Ngọc Chương và ctg (2021), với nghiên cứu *Lợi thế so sánh và cấu trúc xuất khẩu nông sản của Việt Nam dưới bối cảnh hội nhập thương mại quốc tế*. Bài nghiên cứu này hướng đến mục tiêu xác định các mặt hàng nông sản có lợi thế so sánh cũng như cấu trúc hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam dưới bối cảnh hội nhập thương mại quốc tế trong giai đoạn 2000-2018. Với bộ dữ liệu từ ngân hàng thế giới theo mã ngành cấp 4 SITC-revision 3, các chỉ báo phân tích cấu trúc sản phẩm HHI và lợi thế bộc lộ RCA đã cho thấy, trong bối cảnh hội nhập thương mại rất nhanh chóng của Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2000-2018, Việt Nam mới chỉ tập trung vào một số mặt hàng nông sản chủ lực mà bỏ qua các mặt hàng nông sản có dư địa xuất khẩu rất lớn, dù rằng cấu trúc ngành hàng xuất khẩu đã có sự đa dạng hơn nhưng cấu trúc thị trường xuất khẩu không cho thấy sự thay đổi lớn. Điều này cho thấy, Việt Nam chỉ đang tập trung vào một vài thị trường nhất định và chưa tận dụng tốt các hiệp định thương mại đã tham gia để khai thác các thị trường còn lại. Qua kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả cho rằng Việt Nam có dư địa và cơ hội rất lớn

trong việc tận dụng các hiệp định thương mại, đặc biệt là EVFTA (có hiệu lực từ ngày 1/8/2020) để nâng cao năng lực xuất khẩu của Việt Nam. Cuối cùng, thông qua kết quả nghiên cứu và những tài liệu tham khảo liên quan, nhóm tác giả đưa 6 khuyến nghị đến nhà nước và các doanh nghiệp đang hoạt động trong lĩnh vực nông sản để tối đa hoá năng lực xuất khẩu các sản phẩm nông sản nói riêng và năng lực xuất khẩu của Việt Nam nói chung.

1.1.3. Các nghiên cứu liên quan đến đánh giá tác động của việc thực hiện EVFTA đến hàng hoá xuất khẩu nói chung và hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam nói riêng

1.1.3.1. Các nghiên cứu đánh giá tác động của việc thực hiện EVFTA đến hàng hoá xuất khẩu nói chung

- Lehman và cộng sự (2007) trong nghiên cứu *The impact of a custom union between Turkey and the EU on Turkey's Export to the EU*: tập trung phân tích tác động của liên minh thuế quan đến xuất khẩu các hàng hóa chủ lực của Thổ Nhĩ Kỳ vào thị trường EU trong giai đoạn 1988-2002. Theo đó, các hàng hóa này được chia thành 16 nhóm trong đó có 3 nhóm nông sản là: nhóm rau, nhóm quả và hạt có thể ăn được và nhóm rau, quả, hạt đã qua chế biến. Điểm mới của bài nghiên cứu là trong mô hình trọng lực, yếu tố chi phí vận chuyển được cụ thể hóa bằng chi phí vận chuyển theo đường biển mà không phải khoảng cách địa lý như mô hình cơ bản. Đồng thời, tác giả sử dụng kết hợp nhiều kỹ thuật ước lượng như: SUR, GMM, OLS nhằm kiểm soát sự tương quan giữa các quan sát chéo. Kết quả ước lượng cho 3 nhóm nông sản trên khá phong phú, liên quan đến khía cạnh sự bảo hộ của EU thì việc loại bỏ hàng rào thuế quan và trợ cấp giúp xuất khẩu các nhóm nông sản trên của Thổ Nhĩ Kỳ vào thị trường này tăng mạnh.

- Nguyễn Thị Thúy Hồng (2014) với nghiên cứu *Chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vào thị trường EU trong điều kiện tham gia WTO*: nghiên cứu chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường EU trong điều kiện gia nhập vào WTO. Tác giả tập trung vào 3 chính sách thương mại quốc tế là: chính sách mặt hàng, chính sách thị trường và chính sách hỗ trợ. Ở nghiên cứu này, tác giả đã làm rõ cơ sở lý luận về chính sách thúc đẩy xuất khẩu của các quốc gia trong điều kiện tham gia vào WTO, nghiên cứu cũng đã đưa ra luận giải về những yêu cầu mang tính khách quan và chủ quan đối với chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của mỗi quốc gia đang phát triển sang thị trường EU. Phân tích những yếu tố quốc tế và quốc gia đang phát triển sang thị trường EU. Bên cạnh đó, nghiên cứu đã chỉ ra thực trạng chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường EU trong thời gian từ 2007 đến 2014, qua đó các quan điểm, định hướng chiến lược cũng như những vấn đề đặt ra và các giải pháp nhằm hoàn thiện chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá Việt Nam vào thị trường EU trong điều kiện Việt Nam là thành viên WTO đến những năm 2025, tầm nhìn 2035.

- Doãn Kế Bôn (2016) với nghiên cứu *Đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU sau khi Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU được ký kết*. Cũng như nhiều nghiên cứu về thị trường EU, tác giả cũng cho rằng EU là thị trường chính có nhiều tiềm năng đối với hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam nhưng là thị trường

khó tính và có nhu cầu đa dạng, thường xuyên thay đổi và mức độ cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt. Xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam trong giai đoạn 2010 – 2015 đã đạt được nhiều kết quả tuy nhiên khả năng mở rộng và đổi mới mặt hàng chưa cao, hiệu quả xuất khẩu còn thấp. EVFTA với những tiêu chuẩn cao về cam kết mở cửa thị trường sẽ tạo ra nhiều cơ hội cũng như thách thức đối với hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam. Để đạt được mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu thì việc nghiên cứu các giải pháp, có sự chuẩn bị, phát huy lợi thế và nâng cao khả năng cạnh tranh nhằm tận dụng các cơ hội và vượt qua các thách thức ngay từ khi Hiệp định có hiệu lực để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá vào thị trường EU là một vấn đề đặt ra đối với cơ quan quản lý nhà nước.

- Hoa Hữu Cường (2016) với nghiên cứu *Nâng cao khả năng xuất khẩu hàng hoá chủ lực của Việt Nam vào thị trường EU trong giai đoạn 2011 - 2020*, quan tâm đến nâng cao khả năng xuất khẩu hàng hóa chủ lực của Việt Nam vào thị trường EU trong giai đoạn 2011-2015, đề xuất giải pháp đến 2020. Nghiên cứu tập trung vào 03 mặt hàng là: hàng dệt may, giày dép và cà phê.

- Vũ Bạch Diệp, Nguyễn Thị Phương Thảo và Ngô Hoài Thu (2018) trong bài viết *Phân tích các yếu tố tác động đến xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường EU bằng mô hình trọng lực*. Bài nghiên cứu đã sử dụng mô hình trọng lực để phân tích các yếu tố tác động đến xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2005 đến 2017. Kết quả phân tích cho thấy các yếu tố như: GDP, dân số, chất lượng thể chế và việc gia nhập WTO có tác động cùng chiều, các yếu tố như: khoảng cách địa lý, khoảng cách công nghệ có tác động ngược chiều đến kim ngạch xuất khẩu. Trong khi đó, yếu tố “lịch sử” là ngược chiều nhưng không có ý nghĩa thống kê. Nghiên cứu đã đưa ra một số khuyến nghị và giải pháp như: cần tập trung nâng cao chất lượng nguồn lực đầu vào, cải tiến trình độ công nghệ, năng lực sản xuất của nền kinh tế đồng thời giảm chi phí vận chuyển hàng hoá; Tích cực nâng cao chất lượng thể chế thông qua cải thiện chất lượng chính sách và năng lực điều hành cơ quan quản lý Nhà nước; Xây dựng chiến lược khai thác hiệu quả các lợi ích từ EVFTA; Tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu sang các đối tác truyền thống, đồng thời mở rộng thị trường xuất khẩu sang các thành viên tiềm năng của EU.

- Đỗ Thị Hoà Nhã, Nguyễn Thị Oanh, Ngô Hoài Thu (2019), *Phân tích tình hình xuất khẩu các nhóm hàng hoá của Việt Nam sang thị trường EU*. Trong nghiên cứu này, các tác giả đã chỉ ra những kết quả đạt được và cả những tồn tại, hạn chế trong xuất khẩu hàng hoá sang thị trường EU trong bối cảnh EVFTA có hiệu lực. Những kết quả đạt được đó là: kim ngạch xuất khẩu có xu hướng gia tăng liên tục, nhiều mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu khá ấn tượng như nhóm lương thực, thực phẩm và nông sản. Bên cạnh đó, những hạn chế cũng được chỉ ra là: kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng xuất khẩu có sự chênh lệch khá hơn, những mặt hàng có lợi thế so sánh cao tại thị trường này cũng tồn tại nhiều bất ổn. Một số mặt hàng sản xuất công nghệ cao là sản phẩm của các doanh nghiệp FDI, trong đó vai trò của các nhà cung cấp Việt Nam còn rất mờ nhạt, một số mặt hàng bị phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, nhiều mặt hàng xuất khẩu truyền thống lại là hàng hoá thiết yếu, có hàm lượng lao động cao, mẫu mã đơn giản, chất lượng và giá trị gia tăng thấp. Do vậy, các thương hiệu hàng hoá Việt Nam còn mờ nhạt, dẫn tới nước ta chủ yếu sản

xuất sản phẩm thô hoặc gia công. Để khắc phục những hạn chế đã được chỉ ra, nhóm tác giả đã đề xuất một số giải pháp cần được ưu tiên tổ chức thực hiện, đó là:

- + Nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá thông qua nâng cao chất lượng và cải tiến hình thức mẫu mã của sản phẩm, xây dựng thương hiệu cho nhóm hàng hoá xuất khẩu chủ lực của Việt Nam tại thị trường EU.

- + Đẩy mạnh xuất khẩu theo chiều sâu một số mặt hàng có lợi thế so sánh cao tại thị trường EU. Đặc biệt với nhóm hàng xuất khẩu truyền thống, cần tập trung chủ động nguồn nguyên liệu đầu vào để đảm bảo xuất khẩu bền vững, tránh trường hợp sản phẩm bị trả lại do không đảm bảo điều kiện truy xuất nguồn gốc.

- + Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại theo chiều sâu và mở rộng kênh phân phối tại thị trường EU.

- + Cần chủ động xây dựng chiến lược ứng phó với các biện pháp phòng vệ thương mại của EU. Muốn vậy đòi hỏi các doanh nghiệp cần phải minh bạch hoá thông tin như: bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh, đây là căn cứ quan trọng để thể hiện trực tiếp cách tính giá thành sản xuất của sản phẩm.

- + Tăng cường tiếp cận thông tin đối với thị trường EU và các cam kết của EVFTA để có chiến lược sản xuất hiệu quả.

- Phạm Công Đoàn và Phạm Thị Thanh Hà (2020), trong nghiên cứu *Xuất khẩu hàng hoá sang EU trong bối cảnh thực thi EVFTA: Thách thức về rào cản và giải pháp*, nghiên cứu đã chỉ ra EU là một thị trường lớn, được cắt giảm hầu hết các loại thuế quan, song cũng gặp nhiều khó khăn, thách thức về rào cản phi thuế quan do việc EU sử dụng các công cụ phòng vệ thương mại chủ yếu là chống bán phá giá, biện pháp kiểm dịch động, thực vật (SPS) và các rào cản kỹ thuật (TBT), yêu cầu phát triển thương mại bền vững (lao động, môi trường...). Ngoài ra, sự thiếu tương đồng của pháp luật Việt Nam với quy định của EU, thiếu hiểu biết và kinh nghiệm thị trường, hiểu biết về EVFTA và kinh nghiệm đối phó với các rào cản đã cản trở lớn đến xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang EU. Bài viết đã đánh giá thực trạng xuất khẩu một số nhóm, mặt hàng chủ lực (giày dép, dệt may, thủy, hải sản, nông sản), những thách thức về rào cản phi thuế quan, những khó khăn, yếu kém trong đáp ứng các yêu cầu, quy định của EU về rào cản phi thuế quan khi xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang EU của doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt khi EVFTA có hiệu lực, từ đó trên cơ sở nhận thức về các cơ hội và thách thức của EVFTA đưa ra những giải pháp hữu hiệu vượt rào cản phi thuế quan, thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường này.

- Lê Thị Hoài (2020) trong nghiên cứu *Hiệp định thương mại tự do EU-Việt Nam (EVFTA) – cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá qua kênh thương mại điện tử cho các doanh nghiệp Việt Nam*, nghiên cứu đã nêu rõ xu hướng chuyển đổi từ kinh doanh truyền thống sang các nền tảng số đang ngày càng trở nên phổ biến và được coi là giải pháp hữu hiệu giúp các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận nhập và mở rộng thị trường xuất khẩu trong bối cảnh Việt Nam đang ngày càng hội nhập sâu rộng với nền kinh tế thế giới. Thông qua các kênh hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến như các sàn thương mại điện tử Amazon, Alibaba..., các nhà sản xuất, doanh nghiệp Việt Nam sẽ tăng phạm vi tiếp cận khách hàng, có thể lựa chọn được thị trường/đối tác xuất

khẩu trực tiếp, không qua trung gian và giảm thiểu nguy cơ từ các rào cản thương mại. EVFTA có phạm vi cam kết rộng và mức độ cam kết cao nhất của Việt Nam từ trước tới nay, chứa đựng nhiều cơ hội và theo đó là không ít những thách thức cho thị trường thương mại điện tử Việt Nam khi hiệp định này chính thức có hiệu lực như: tạo cơ hội cho các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam tham gia chuỗi cung ứng số toàn cầu; thúc đẩy nỗ lực tái cấu trúc nền kinh tế, tái cấu trúc thị trường; tăng khả năng cạnh tranh cho hàng hoá của Việt Nam.

1.1.3.2. Các nghiên cứu đánh giá tác động của việc thực hiện EVFTA đến mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam

- Đỗ Thị Hoà Nhã và Ma Thị Huyền Nga (2016), trong nghiên cứu *Khai thác các lợi thế của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vào thị trường EU*. Trong bài viết này, tác giả đã phản ánh được thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vào thị trường EU giai đoạn 2005 – 2015, kết quả cho thấy: kim ngạch xuất khẩu nông sản đã tăng 3,8 lần từ 669 triệu USD năm 2005 lên đến 2.531 triệu USD năm 2015. Các mặt hàng chiếm tỷ trọng cao bao gồm: cà phê, trái cây và các loại hạt, trong đó riêng cà phê chiếm tỷ trọng 50% kim ngạch xuất khẩu. Bên cạnh những kết quả đã được, xuất khẩu nông sản sang thị trường EU còn một số hạn chế, đó là: các sản phẩm nông sản của Việt Nam chủ yếu xuất khẩu nông sản thô, chưa qua chế biến, công nghệ sản xuất còn lạc hậu. Chất lượng nông sản Việt Nam chưa cao, có thể nói đây là rào cản lớn nhất của xuất khẩu nước ta vào thị trường EU hiện nay, nguyên nhân được các tác giả chỉ ra rằng: do chúng ta chưa xây dựng thành công chuỗi sản xuất sản phẩm, do vậy các khâu từ sản xuất, chọn giống, khoanh vùng nguyên liệu đến chế biến, bảo quản và bán hàng đều chưa đáp ứng yêu cầu từ thị trường EU, chưa kể đến một số doanh nghiệp xuất khẩu vì lợi nhuận trước mắt mà sẵn sàng gian lận. Để khai thác được các lợi thế của EVFTA nhằm đẩy mạnh xuất khẩu nông sản của Việt Nam vào thị trường EU trong giai đoạn tiếp theo, các tác giả đã đề xuất một số giải pháp cụ thể là:

+ Nhóm giải pháp đẩy mạnh cầu hàng nông sản: đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng nông sản có lợi thế cạnh tranh cao, tiếp tục mở rộng số lượng mặt hàng được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nâng cao chất lượng hàng nông sản xuất khẩu.

+ Nhóm giải pháp đẩy mạnh cung hàng nông sản: tích cực thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài từ các nước EU vào lĩnh vực nông nghiệp, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong ngành nông nghiệp.

+ Nhóm giải pháp nhằm nâng cao chất lượng chính sách can thiệp của Nhà nước: nâng cao chất lượng thể chế, thành lập bộ phận chuyên trách để cung cấp và tư vấn các thông tin có liên quan đến hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp.

- Đỗ Thị Hoà Nhã (2017), với nghiên cứu *Các yếu tố tác động đến nông sản xuất khẩu vào thị trường EU – Cách tiếp cận từ mô hình trọng lực*. Trong nghiên cứu này, tác giả đã sử dụng mô hình trọng lực và các dữ liệu trong giai đoạn từ năm 2005 – 2017 để đưa ra những phân tích, đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu nông sản vào thị trường EU. Mô hình nghiên cứu đã lượng hoá các tác động của các yếu tố: GDP bình quân đầu người, dân số, khoảng cách địa lý, khoảng cách công nghệ, chất lượng thể chế và việc gia nhập WTO, các mặt hàng được nghiên cứu gồm có: cà phê,

hồ tiêu và trái cây. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, (i) các yếu tố: GDP bình quân đầu người, dân số, chất lượng thể chế và việc gia nhập WTO tác động cùng chiều tới kim ngạch XK; (ii) các yếu tố: khoảng cách địa lý, khoảng cách công nghệ tác động ngược chiều tới kim ngạch XK. Từ kết quả rút ra từ phân tích định lượng, kết hợp với phân tích định tính, tác giả đã đề xuất các nhóm giải pháp nhằm phát huy yếu tố tích cực, hạn chế yếu tố tiêu cực, từ đó đẩy mạnh XK nông sản của nước ta vào thị trường EU trong những năm tiếp theo.

- Hoàng Thị Vân Anh (2017) với đề tài *Nghiên cứu đề xuất giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu trong điều kiện thực hiện Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA)*. Đề tài đã đưa ra bức tranh tổng quan nghiên cứu thị trường hàng nông sản EU. Có thể thấy, là khu vực đứng đầu thế giới về xuất khẩu cũng như nhập khẩu nông sản, thực phẩm, EU chiếm vị trí quan trọng trên thị trường nông sản thế giới. Theo số liệu của Cộng đồng châu Âu, sản xuất nông nghiệp của EU đạt tổng sản lượng khoảng 411 tỷ Euro, tương đương 3,7% giá trị tổng sản lượng của EU năm 2015. Tuy nhiên, sản xuất nông nghiệp có phần suy giảm trong những năm qua do những khó khăn trong hoạt động xuất khẩu và thời tiết bất lợi đối với nhiều loại cây trồng. Vì vậy, Liên minh châu Âu có nhu cầu nhập khẩu và tiêu thụ cao đối với các loại nông sản, đặc biệt là rau tươi và trái cây nhiệt đới. Việc đàm phán và ký kết Hiệp định Thương mại tự do giữa Liên minh châu Âu và Việt Nam đã hoàn tất và quá trình phê chuẩn sẽ tiếp tục được tiến hành để FTA này dự kiến có hiệu lực từ đầu năm 2018. Trong đó, hàng nông thủy sản được đánh giá là nhóm hàng được hưởng nhiều lợi ích khi thực hiện EVFTA. EU cam kết xóa bỏ thuế quan ngay khi EVFTA có hiệu lực đối với hàng hóa của Việt Nam thuộc 85,6% số dòng thuế trong biểu thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Trong vòng 7 năm kể từ khi EVFTA có hiệu lực, EU cam kết xóa bỏ 99,2% số dòng thuế trong biểu thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Đối với 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại (bao gồm một số mặt hàng gạo, ngô ngọt, tỏi, nấm, đường, và các sản phẩm chứa hàm lượng đường cao, tinh bột sắn, cá ngừ đóng hộp), EU cam kết mở cửa cho Việt Nam theo hạn ngạch thuế quan. EU là thị trường xuất khẩu nông sản, thủy sản quan trọng của Việt Nam và là một trong những nước có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nông sản sang EU cao nhất trong giai đoạn 2012 - 2016. Tuy nhiên, để thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường châu Âu thời gian tới khi mà thực hiện EVFTA thì bên cạnh những tác động từ việc giảm thuế, hàng nông sản Việt Nam sẽ phải đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng, các tiêu chuẩn kỹ thuật, đặc biệt là vấn đề an toàn thực phẩm đối với hàng nông sản nhập khẩu vào thị trường EU. Thị trường hàng nông sản EU thời gian tới chịu ảnh hưởng từ các yếu tố chủ yếu là triển vọng tăng trưởng kinh tế, giá năng lượng, xu hướng tăng trưởng dân số và sự thay đổi thị hiếu tiêu dùng cũng như một số chỉ tiêu kinh tế vĩ mô khác. Khi FTA VN-EU có hiệu lực thực thi, hàng nông sản Việt Nam có nhiều cơ hội để thâm nhập thị trường này. Và để khai thác hiệu quả từ FTA mang lại cũng như nâng cao hiệu quả của xuất khẩu mặt hàng nông sản nói chung và sang thị trường EU nói riêng, Việt Nam cần thực hiện mạnh mẽ các giải pháp về cải thiện nguồn cung nông sản, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa, cải thiện cơ cấu xuất

khẩu hàng nông sản, tăng cường khả năng đáp ứng các quy định của thị trường nhập khẩu EU, đặc biệt là các giải pháp nhằm tận dụng cơ hội và vượt qua thách thức từ EVFTA.

- Đinh Văn Sơn (2019), trong cuốn sách chuyên khảo *Nghiên cứu chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu của các tỉnh khu vực Tây Bắc*, cuốn sách gồm 6 chương bao gồm: những vấn đề lý luận và thực tiễn về chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu của các tỉnh vùng Tây Bắc; chuỗi cung ứng sản phẩm chè xuất khẩu; chuỗi cung ứng sản phẩm gạo xuất khẩu; chuỗi cung ứng tái cây xuất khẩu; chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu; đề xuất các chính sách hỗ trợ chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu cho các tỉnh khu vực Tây Bắc. Cuốn sách đã đưa ra một số kết luận, ngoài một số nông sản đã được xuất khẩu thì phần lớn các sản phẩm là đặc sản của vùng miền chưa tận dụng được giá trị để đẩy mạnh tiêu thụ trong nước cũng như thúc đẩy xuất khẩu sang các quốc gia khác trên thế giới. Với các nông sản đã xuất khẩu, do chủ yếu là xuất khẩu thô nên giá trị gia tăng còn thấp, hiệu quả chưa cao, tính chuyên nghiệp từ khâu tổ chức sản xuất đến khâu tổ chức tiêu thụ còn thấp.

- Vũ Thị Thanh Huyền và Nguyễn Thị Thu Hiền (2020), trong nghiên cứu *Xuất khẩu bền vững nông sản Việt Nam trong bối cảnh tham gia hiệp định thương mại tự do thế hệ mới Việt Nam – EU*, bằng các phương pháp nghiên cứu như thống kê, tổng hợp, so sánh, phương pháp phân tích SWOT, các tác giả đã làm rõ các vấn đề liên quan đến xuất khẩu bền vững nông sản Việt Nam trong bối cảnh tham gia EVFTA trên các phương diện: bền vững về kinh tế, bền vững về môi trường sinh thái, bền vững về xã hội. Từ đó, bài viết đã đề xuất các giải pháp để thúc đẩy xuất khẩu nông sản một cách bền vững trong thời gian sắp tới.

- Nguyễn Ngọc Dương (2020), trong nghiên cứu *Vượt rào cản phi thuế quan trong EVFTA của nông sản Việt Nam*, bài viết đã chỉ ra khi hàng rào thuế quan được dỡ bỏ thì hàng rào phi thuế quan sẽ trở thành vấn đề chính tại thị trường EU, các nước sẽ có xu hướng áp dụng hàng loạt các rào cản phi thuế quan mới, khắt khe hơn nữa đối với các sản phẩm của Việt Nam. Rào cản phi thuế quan lớn nhất ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong thời gian qua cũng như sắp tới liên quan đến việc sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại, chủ yếu là SPS và TBT. Bài viết đã tập trung làm rõ các rào cản phi thuế quan mà doanh nghiệp nông sản Việt Nam sẽ phải đối mặt và đề xuất một số giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua rào cản khi xuất khẩu vào thị trường EU.

- Vũ Thị Thu Hương và Nguyễn Thị Quỳnh Trâm (2020) trong nghiên cứu *Xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường EU và những cơ hội, thách thức đến từ EVFTA*. Nghiên cứu này tập trung phân tích thực trạng và xu hướng xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU trong giai đoạn 2010-2018, đồng thời phân tích những cơ hội và thách thức đến từ EVFTA đối với xuất khẩu nông sản Việt Nam sang EU. Kết quả nghiên cứu cho thấy: trong giai đoạn nghiên cứu, các nông sản chủ lực Việt Nam xuất khẩu sang EU thuộc các nhóm sản phẩm có mã số trong bảng hài hòa thuế quan gồm: HS 09 (Cà phê, chè và gia vị) chiếm cơ cấu trung bình lớn nhất là 45,02%, đứng vị trí thứ hai là các sản phẩm cá (HS 03) chiếm 24,93%, tiếp theo là các sản phẩm Trái cây và hạt ăn được (HS 08) chiếm 14,86%. Nông sản xuất khẩu của Việt Nam sang EU mới chỉ tập trung vào một số bạn hàng quen thuộc và còn bỏ ngỏ nhiều thị trường trong EU. Các cơ hội đến từ EVFTA

được xem xét từ các khía cạnh: tiếp cận và mở rộng thị trường xuất khẩu; tiếp cận vốn đầu tư; nâng cao năng lực cạnh tranh cấp sản phẩm, doanh nghiệp, ngành và quốc gia. Các thách thức đến từ EVFTA được tiếp cận phân tích từ góc độ: Đáp ứng các biện pháp phi thuế đối với nông sản nhập khẩu vào EU; nguy cơ từ các biện pháp phòng vệ thương mại; tăng sức ép cạnh tranh. Qua đó tác giả đã đề xuất một số khuyến nghị với hàm ý chính sách nhằm tận dụng cơ hội và vượt qua thách thức từ EVFTA đối với xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường EU nói riêng và thị trường thế giới nói chung.

- Doãn Nguyên Minh, Trần Thu Thủy (2020), trong nghiên cứu *Tác động của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) đến xuất khẩu rau củ của Việt Nam*. Nghiên cứu dựa trên lý thuyết cân bằng bán phần (PE) và giả định SMART để đánh giá và ước lượng các tác động tiềm năng mà EVFTA có thể có đối với kim ngạch xuất khẩu rau củ của Việt Nam sang EU. Kết quả nghiên cứu cho thấy, khi mức thuế quan được giảm về 0% kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau củ của Việt Nam sẽ tăng 13,8% tuy vậy mức tăng trưởng này không được phân bổ đồng đều mà tập trung chủ yếu vào nhóm rau củ đã qua chế biến (HS 0710 đến HS 0714). Từ kết quả nghiên cứu nói trên, các tác giả đã đưa ra các kiến nghị cho cơ quan quản lý nhà nước cũng như các doanh nghiệp Việt Nam nhằm tăng cường lợi ích thương mại, thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng rau củ trong bối cảnh thực thi EVFTA.

- Vũ Anh Tuấn (2020), với nghiên cứu *Vượt rào cản kỹ thuật để xuất khẩu trái cây Việt Nam sang EU trong bối cảnh EVFTA*, bài viết đã đánh giá các rào cản kỹ thuật (gồm các biện pháp TBT và SPS) mà EU đang áp dụng đối với trái cây xuất khẩu của Việt Nam cũng như đánh giá về thực trạng xuất khẩu và thực trạng đáp ứng rào cản kỹ thuật của trái cây Việt Nam khi bán sang thị trường EU, từ đó đưa ra khuyến nghị từ phía doanh nghiệp và phía nhà nước.

- Mai Thế Cường và Trịnh Mai Chi (2020) với nghiên cứu *EVFTA với xuất khẩu quả vải tươi của Việt Nam*, Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) tạo lợi thế về chi phí cho việc xuất khẩu quả vải tươi của Việt Nam vào EU. Mặc dù các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam hiểu được các yêu cầu về chất lượng, chứng chỉ từ các quốc gia nhập khẩu và có hành động đáp ứng song mức độ còn chưa đầy đủ cũng như gặp khó khăn trong việc đầu tư vào công nghệ bảo quản, nắm bắt thông tin, ngôn ngữ, tài liệu marketing, chi phí vận tải và đặc biệt là đảm bảo chất lượng nhất quán. Để phát huy lợi thế của EVFTA, các doanh nghiệp nên sử dụng cách tiếp cận về phát triển thị trường hơn và cách tiếp cận về xúc tiến xuất khẩu. Việc lựa chọn thị trường mục tiêu là quyết định chủ động của doanh nghiệp. Các tổ chức xúc tiến thương mại và chính phủ có thể cung cấp thông tin, đào tạo và phối hợp tạo lập một cơ sở hậu cần thuận lợi cho xuất khẩu.

- Hà Xuân Bình (2020) với nghiên cứu *Giải pháp phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng gạo của Việt Nam sang thị trường EU trong bối cảnh thực hiện EVFTA*. Trong nghiên cứu này, tác giả đã cho rằng EU là thị trường có nhiều tiềm năng và dư địa tăng trưởng lớn với mặt hàng gạo của Việt Nam. Khi EVFTA có hiệu lực sẽ là cú hích lớn cho xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường hơn 500 triệu dân với mức thuế suất 0% áp dụng cho hạn ngạch 80.000 tấn. Bên cạnh những tác động tích cực, xuất khẩu gạo cũng không tránh khỏi những khó khăn, thách thức do

EVFTA mang lại như: các quy định chặt chẽ về hàng rào kỹ thuật; xuất xứ; chất lượng; an toàn vệ sinh thực phẩm và môi trường;... Để phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng gạo sang thị trường EU đòi hỏi ngành gạo phải thực hiện đồng bộ ba nhóm giải pháp nhằm bảo đảm mục tiêu kinh tế; mục tiêu xã hội và môi trường đối với hoạt động xuất khẩu trong bối cảnh mới để phù hợp với các thông lệ quốc tế.

- Trần Thị Thu Nguyệt (2020) với nghiên cứu *Thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh thực hiện Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU*. Trong nghiên cứu này tác giả đã chỉ ra những thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam đó là: khó khăn trong việc đảm bảo quy tắc xuất xứ hàng hoá, rào cản từ các yêu cầu nghiêm ngặt của EU về vệ sinh, quy trình công nghệ, khó khăn trong việc tuân thủ những quy định về sở hữu trí tuệ, lao động và môi trường từ EVFTA, gia tăng áp lực cạnh tranh lên thị trường trong nước, các doanh nghiệp còn thiếu thông tin về các hiệp định thương mại. Để tận dụng cơ hội cũng như ứng phó với những thách thức mà EVFTA mang lại, một số giải pháp kiến nghị các doanh nghiệp cần tập trung triển khai trong thời gian tới như sau: các doanh nghiệp phải chủ động khai thác thông tin thị trường và nắm vững các cam kết trong các FTA để có chiến lược tiếp cận thị trường hiệu quả; nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thị trường; đẩy mạnh sản xuất liên kết theo chuỗi giá trị.

- Vũ Thị Thu Hương (2020) với nghiên cứu *Phân tích lợi thế so sánh của nông sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU*. Trong nghiên cứu này, tác giả đánh giá được lợi thế so sánh của các nhóm hàng nông sản của Việt Nam, cụ thể n:

+ Việt Nam có lợi thế so sánh và chuyên môn hoá xuất khẩu trong nhóm nông sản theo mã HS trong hệ thống hài hoà thuế quan bao gồm: cà phê, chè và gia vị (HS09); Trái cây và các loại hạt ăn được (HS08); Cá và các loại chế phẩm từ cá (HS03; HS16).

+ Nhóm nông sản có lợi thế so sánh nhưng chưa chuyên môn hoá xuất khẩu gồm: sản phẩm của ngành xay xát, mạch nha, tinh bột (HS11); Các chế phẩm từ ngũ cốc, bột và tinh bột (HS19); Các chế phẩm ăn được khác (HS21).

+ Nhóm nông sản chuyên môn hoá xuất khẩu nhưng không có lợi thế so sánh chủ yếu thuộc nhóm rau và chế phẩm từ rau, quả, hạt, ngũ cốc.

+ Nhóm nông sản không có lợi thế so sánh hoặc chuyên môn hoá xuất khẩu chủ yếu thuộc nhóm thực phẩm chế biến.

Nghiên cứu còn cho biết, nông sản xuất khẩu của Việt Nam sang EU có lợi thế so sánh hội tụ theo thời gian và các nhóm nông sản có lợi thế so sánh yếu ban đầu sẽ tăng lên theo thời gian, trong khi các nông sản có lợi thế so sánh mạnh ban đầu sẽ giảm theo thời gian. Từ các kết quả phân tích mô hình định lượng, tác giả đã đề xuất các khuyến nghị mang hàm ý chính sách nhằm phát huy lợi thế so sánh, đồng thời xây dựng chiến lược xuất khẩu theo từng nhóm hàng nông sản của Việt Nam, cụ thể là:

+ Đối với nhóm nông sản có lợi thế so sánh và chuyên môn hoá xuất khẩu cao: Việt Nam cần nâng cao hiệu quả xuất khẩu và bổ sung nguồn lực như vốn đầu tư, vốn con người nhằm tận dụng và phát huy lợi thế so sánh.

+ Đối với nhóm nông sản có lợi thế so sánh nhưng chưa chuyên môn hoá xuất khẩu: các nhà quản lý và hoạch định chính sách Việt Nam cần xây dựng chính sách nâng cao chất lượng và sản lượng, xúc tiến xuất khẩu và trợ giúp các doanh nghiệp tiếp cận và mở rộng thị trường xuất khẩu.

+ Đối với nhóm hàng chuyên môn hoá xuất khẩu nhưng chưa có lợi thế so sánh: cần đầu tư đổi mới quy trình sản xuất nhằm nâng cao chất lượng và giảm giá thành sản phẩm, tăng năng lực cạnh tranh của sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của thị trường trong và ngoài nước, từ xuất khẩu sản phẩm thô đến sản phẩm qua khâu chế biến.

+ Đối với nhóm nông sản chưa có lợi thế so sánh hoặc chưa chuyên môn hoá xuất khẩu: cần tận dụng những lợi thế từ nguồn nguyên liệu sẵn có về sản phẩm, nâng cao năng suất và chất lượng, đầu tư dây chuyền sản xuất và chế biến nông sản đủ tiêu chuẩn xuất khẩu để nâng cao lợi thế so sánh của sản phẩm nông sản Việt Nam.

- Phạm Văn Kiệm và Nguyễn Thị Quỳnh Trang (2020), trong nghiên cứu *Nghiên cứu tác động của giám sát sản phẩm nhập khẩu vào Liên minh châu Âu đến doanh nghiệp của Việt Nam*, nghiên cứu đã cho thấy trong những năm gần đây, tình trạng từ chối và giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào liên minh châu Âu của Việt Nam đã gây ra những tác động không nhỏ đến các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Một số doanh nghiệp nhỏ đã phải rút lui khỏi thị trường này, nhường cơ hội tham gia cho các doanh nghiệp mới và cơ hội tăng giá trị xuất khẩu cho các doanh nghiệp có tiềm năng và kinh nghiệm hơn. Không những thế, uy tín của doanh nghiệp nói riêng và của cả ngành xuất khẩu nông sản Việt nói chung cũng bị ảnh hưởng khiến khả năng cạnh tranh của các mặt hàng nông sản bị giảm sút trên thị trường quốc tế. Không chỉ phân tích những tác động của rủi ro này gây ra đối với hoạt động của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản thông qua phân tích định tính, bài viết còn đưa ra một số kiến nghị giúp các doanh nghiệp khắc phục được những hạn chế còn tồn tại, từng bước nâng cao chất lượng và quy trình sản xuất sản phẩm để từng bước thâm nhập thị trường liên minh châu Âu vốn được coi là thị trường tiềm năng nhưng khó tính với hàng loạt các tiêu chuẩn khắt khe cho sản phẩm nông sản.

- Nguyễn Văn Lịch và Nguyễn Trọng Nhân (2020), trong nghiên cứu *Tác động của EVFTA đối với xuất khẩu nông sản của Việt Nam*, kết quả nghiên cứu cho rằng đây là cơ hội rất lớn cho xuất khẩu của Việt Nam nói chung, xuất khẩu nông sản nói riêng. Sở dĩ như vậy vì Việt Nam là nước có rất nhiều tiềm năng về xuất khẩu nông sản. Tuy nhiên, trên thực tế, Việt Nam đang bị phụ thuộc và 1 số thị trường, cả đầu vào, lẫn đầu ra. Với EVFTA, nông sản Việt Nam sẽ có thêm 1 thị trường rất lớn cả về khối lượng và kim ngạch. Điều này sẽ tác động không chỉ đến nông nghiệp, mà còn cả đến kinh tế vĩ mô. Bên cạnh mặt tích cực, EVFTA cũng đặt ra cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam không ít thách thức. Điều đó đòi hỏi Việt Nam phải có nhiều giải pháp, của cả chính phủ và doanh nghiệp. Thực hiện tốt các biện pháp đó, Việt Nam mới có thể khai thác được những cơ hội từ EVFTA. Cụ thể: EVFTA góp phần thúc đẩy sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, gia tăng xuất khẩu đối với một số ngành của Việt Nam đặc biệt là ngành nông nghiệp. Ngoài các thị trường truyền thống như Bungary, Pháp, Đức, Tây Ban Nha.... EVFTA sẽ giúp Việt Nam xuất khẩu nông sản vào những thị trường mới trong EU. Trong khi đó, đối với nhiều nông sản có thế mạnh xuất khẩu của Việt Nam như tôm, cá tra... sức ép

cạnh tranh từ các nhà sản xuất trên thế giới là khá nhỏ. Tuy nhiên, EVFTA sẽ gây cho Việt Nam nhiều khó khăn, khi EU áp dụng các biện pháp phi thuế quan như chỉ dẫn địa lý, quy tắc xuất xứ, truy xuất nguồn gốc. Để thúc đẩy xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường EU, các tác giả đã kiến nghị một số giải pháp như:

- + Hoàn thiện và đổi mới cơ chế, chính sách thương mại trong đó: chú trọng phát triển công nghệ hỗ trợ để phục vụ nhu cầu trong nước, giảm nhập khẩu đầu vào, tăng hàm lượng nội địa và giá trị gia tăng cho nông sản xuất khẩu. Hạn chế xuất khẩu các sản phẩm thô, khuyến khích xuất khẩu nông sản đã qua chế biến để tăng hàm lượng giá trị gia tăng. Hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và hệ thống pháp luật trên cơ sở vai trò can thiệp và điều tiết của Chính phủ không làm bóp méo và cản trở sự phát triển và lớn mạnh của doanh nghiệp.

- + Nâng cao hiệu quả của những chính sách ưu đãi về vốn thông qua sự phối kết hợp từ phía ngân hàng và các cơ quan chức năng trong việc đưa ra các chính sách ưu đãi về vốn.

- + Tăng cường cung cấp các thông tin về EVFTA, cần cung cấp thông tin rộng rãi về tác động của hiệp định tới các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, cung cấp các thông tin về công nghệ, thị trường cho doanh nghiệp, tạo cơ hội cho doanh nghiệp tận dụng được những ưu đãi thuế quan từ EVFTA. Tăng cường sự liên kết từ các Hiệp hội, ngành hàng trong các hoạt động xúc tiến thương mại, các hội chợ, triển lãm...

- + Về phía các doanh nghiệp cần chủ động tiếp cận thông tin và những cam kết trong Hiệp định, cải thiện và nâng cao chất lượng nông sản nhằm đáp ứng yêu cầu từ thị trường EU, chủ động tiếp cận khách hàng và lắng nghe các phản hồi về chất lượng sản phẩm.

- Nguyễn Tiến Hoàng và Mai Lâm Trúc Linh (2021), trong nghiên cứu *Tác động của EVFTA đến xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ của Việt Nam sang thị trường EU*, nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá tác động về mặt định lượng của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến tăng trưởng xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ của Việt Nam sang thị trường EU. Nghiên cứu sử dụng mô hình SMART với dữ liệu về kim ngạch xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ với kịch bản thuế quan cắt giảm về 0% khi EVFTA có hiệu lực. Kết quả phân tích cho thấy có sự gia tăng nhẹ của xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ Việt Nam sang thị trường EU khi EVFTA có hiệu lực. Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ của Việt Nam sang EU trong thời gian tới.

- Ngô Thị Mỹ và ctg (2021), trong nghiên cứu *Tác động từ hiệp định thương mại tự do giữa liên minh châu Âu và Việt Nam (EVFTA) đến xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam*, bài viết đã chỉ ra những tác động tích cực do hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU mang lại như tăng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam tại EU, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam thông qua ưu đãi về thuế quan so với hàng hoá cùng chủng loại từ Trung Quốc và một số quốc gia ASEAN, EVFTA cũng giúp các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam xác định rõ ràng các mặt hàng chiến lược trong xuất khẩu và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong sản xuất. Bên cạnh những tác động tích cực, EVFTA cũng đặt ra những thách thức như

vấn đề về quy tắc xuất xứ hàng hoá, về các rào cản TBT, SPS; các biện pháp phòng vệ thương mại cũng như sức ép nặng hơn đối với các doanh nghiệp của Việt Nam khi phải điều chỉnh, thay đổi phương thức sản xuất. Đồng thời, một số giải pháp từ phía Nhà nước và doanh nghiệp như xây dựng hành lang pháp lý, xác định chiến lược xuất khẩu, chủ động đầu tư vào khoa học công nghệ, nâng cao trình độ tay nghề cho lao động đã được các tác giả đề xuất nhằm đưa hàng hoá Việt Nam thâm nhập sâu hơn, chiếm lĩnh được nhiều thị phần hơn tại thị trường EU trong thời gian sắp tới.

- Lê Thị Việt Nga và ctg (2021), trong nghiên cứu *Tác động của các biện pháp kỹ thuật và vệ sinh dịch tễ đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường EU*, bài viết sử dụng mô hình trọng lực với các số liệu cần thiết được thống kê bởi WTO, WB trong giai đoạn từ năm 2000 – 2019 nhằm đánh giá tác động của các biện pháp kỹ thuật và vệ sinh dịch tễ đối với xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, từ đó có đề xuất những giải pháp, kiến nghị nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU trong thời gian sắp tới. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy các biện pháp SPS của EU thực sự có tác động làm cản trở đối với xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, trong khi các biện pháp TBT không có tác động cản trở đến xuất khẩu.

- Đinh Văn Sơn (2021), với đề tài cấp Nhà nước, mã số: 02/20-ĐTĐL.XH-XNT, *Phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại*, đề tài đã luận giải rõ cơ sở khoa học và thực tiễn về phát triển bền vững xuất khẩu nông sản trong bối cảnh gia tăng bảo hộ thương mại, qua đó đã xây dựng được khung phân tích lý luận về bảo hộ thương mại và tác động của bảo hộ thương mại đến xuất khẩu bền vững hàng nông sản trong bối cảnh gia tăng bảo hộ thương mại trên thế giới. Đề tài đã nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản trong bối cảnh gia tăng bảo hộ thương mại trên thế giới nhằm rút ra các bài học có giá trị tham khảo cho Việt Nam. Đồng thời, đề tài đã đánh giá được thực trạng phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản và đánh giá tác động của bảo hộ thương mại đến phát triển bền vững hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn 2011 – 2020 dựa trên công cụ thuế quan và phi thuế quan. Bên cạnh đó, đề tài đã đánh giá tác động của bối cảnh mới (toàn cầu, khu vực, đa phương, song phương) và bối cảnh bảo hộ thương mại đến phát triển bền vững hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2021- 2030, từ đó xác định cơ hội và thách thức cho Việt Nam. Cuối cùng, đề tài đã đề xuất được quan điểm, mục tiêu và giải pháp phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam dưới tác động của bảo hộ thương mại trong giai đoạn 2021 – 2030.

- Thanh Kim và Trần Thị Hoàng Hà (2022), trong nghiên cứu *Phát triển bền vững xuất khẩu nông sản Việt Nam – nghiên cứu điển hình mặt hàng cà phê*. Bài viết thực hiện nghiên cứu các cơ sở lý thuyết về phát triển bền vững xuất khẩu nông sản và đánh giá thực trạng phát triển bền vững xuất khẩu cà phê của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, mặc dù cà phê đang là nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam nhưng xuất khẩu cà phê chưa có tính bền vững thể hiện trên các góc độ: tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu cà phê/GDP giảm liên tục trong những năm qua; thị phần mặt hàng cà phê Việt Nam trên thế giới cũng giảm từ trên 10% xuống 7%; chỉ số RCA của mặt hàng cà phê Việt Nam cũng giảm mạnh trong những năm qua; diện tích trồng cà phê ở nước ta cũng biến động, không ổn định và phụ thuộc vào giá cà

phê xuất khẩu. Dựa vào kết quả nghiên cứu, các tác giả đã đề xuất một số kiến nghị và giải pháp nhằm phát triển bền vững xuất khẩu mặt hàng cà phê giai đoạn tới năm 2030.

1.2. Khoảng trống nghiên cứu về lý luận và thực tiễn

Nghiên cứu sinh đã tiến hành tổng quan tình hình nghiên cứu theo các chủ đề liên quan đến đề tài luận án, cụ thể là những nghiên cứu về tác động của EVFTA đến nền kinh tế Việt Nam; nghiên cứu liên quan đến xuất khẩu hàng nông sản và nhân tố tác động đến xuất khẩu hàng nông sản; nghiên cứu liên quan đến đánh giá cơ hội và thách thức của việc thực hiện EVFTA đến xuất khẩu nông sản Việt Nam.

Sau khi nghiên cứu các nội dung này, nghiên cứu sinh rút ra một số kết luận như sau:

- Thứ nhất, đã có nhiều nghiên cứu cả trong và ngoài nước tập trung phân tích các yếu tố đến xuất khẩu nông sản từ các nước đang phát triển sang thị trường EU. Bên cạnh những kết quả đã đạt được trong hoạt động xuất khẩu, các nghiên cứu đã chỉ ra những tồn tại và hạn chế. Hiện nay, EVFTA đã có hiệu lực 02 năm, những cơ hội và thách thức cũng đã được nhiều nghiên cứu chỉ ra đối với các mặt hàng nông sản của Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường EU. Các nghiên cứu được tổng quan đã cung cấp khá đầy đủ các thông tin về tiến trình đàm phán, nội dung của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU, đánh giá được các cơ hội và thách thức cũng như tác động của EVFTA đến nền kinh tế Việt Nam nói chung và một số ngành kinh tế. Các cơ hội được chỉ ra đó là: khả năng tiếp cận thị trường rộng lớn, đa dạng hoá các hàng nhập khẩu, nâng cao chất lượng dịch vụ và đầu vào sản xuất. Bên cạnh đó, các thách thức được chỉ ra liên quan đến các quy tắc xuất xứ của hàng hoá Việt Nam, giá cả hàng hoá; khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường...

- Thứ hai, các nghiên cứu trước đây mới chỉ tập trung đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do đến các hoạt động xuất khẩu, đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam sang thị trường EU nhưng có rất ít nghiên cứu chuyên sâu về hàng nông sản xuất khẩu nói chung và hàng nông sản xuất khẩu dưới tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU sang thị trường EU.

- Thứ ba, trong bối cảnh đại dịch Covid - 19 diễn ra hết sức phức tạp, sức mua của nhiều thị trường suy giảm, các vấn đề liên quan đến cung ứng hàng hoá nói chung và các mặt hàng nông sản nói riêng gặp không ít những trở ngại thì việc cần thiết có một nghiên cứu trong bối cảnh đặc biệt này để có những giải pháp cụ thể gắn với bối cảnh hiện nay, đồng thời phân tích một cách sâu sắc để có giải pháp mang tính dài hạn.

Từ những kết luận trên có thể thấy, cho đến nay cần thiết có một nghiên cứu cụ thể liên quan đến đánh giá tác động của EVFTA đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam, đây là khoảng trống nghiên cứu sẽ cần tiếp tục được hoàn thiện.

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO ĐẾN HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA QUỐC GIA

2.1. Lý thuyết về tự do hoá thương mại và hiệp định thương mại tự do

2.1.1 Khái niệm về tự do hoá thương mại và hiệp định thương mại tự do

2.1.1.1. Hội nhập kinh tế quốc tế

Hội nhập kinh tế quốc tế là quá trình gắn kết nền kinh tế của mỗi quốc gia vào các tổ chức hợp tác kinh tế khu vực và toàn cầu. Sự ra đời và phát triển của kinh tế thị trường cũng là động lực hàng đầu thúc đẩy quá trình hội nhập. Hội nhập diễn ra dưới nhiều hình thức, cấp độ và trên nhiều lĩnh vực khác nhau, theo tiến trình từ thấp đến cao. Hội nhập đã trở thành một xu thế lớn của thế giới hiện đại, tác động mạnh mẽ đến quan hệ quốc tế và đời sống của từng quốc gia. Hội nhập quốc tế là quá trình liên kết, kết nối các quốc gia, vùng lãnh thổ với nhau thông qua sự tham gia của các tổ chức, thể chế, cơ chế và hoạt động hợp tác quốc tế vì sự phát triển của chính quốc gia, vùng lãnh thổ và tạo ra sức mạnh tập thể để giải quyết các vấn đề chung mà hai bên cùng quan tâm. Hội nhập quốc tế theo nghĩa đầy đủ có nghĩa là hội nhập trên mọi lĩnh vực của đời sống xã hội.

Theo trung tâm WTO về hội nhập, hội nhập kinh tế quốc tế nhằm giải quyết những vấn đề chủ yếu: thỏa thuận thương mại ưu đãi (*Preferential Trade Arrangement - PTA*); khu vực thương mại tự do (*Free Trade Area - FTA*); thị trường chung (*Common Market - CM*); liên minh thuế quan (*Custom Union - CU*); Liên minh kinh tế (*Economic Union - EU*).

(i) *Thỏa thuận thương mại ưu đãi (PTA)*: Các quốc gia/ lãnh thổ tham gia thỏa thuận giảm bớt một phần hàng rào thương mại hàng hóa cho nhau và duy trì hàng rào đó với các bên thứ ba không tham gia thỏa thuận.

(ii) *Khu vực thương mại tự do (FTA)*: Các bên tham gia thỏa thuận xóa bỏ hầu hết hàng rào thương mại, thuế quan và phi thuế quan cho nhau nhưng vẫn duy trì chính sách thuế quan riêng của mỗi bên đối với các nước ngoài FTA (ví dụ hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU).

(iii) *Thị trường chung (CM)*: Các nước thành viên tham gia hình thành liên minh thuế quan đồng thời cho phép sự dịch chuyển tự do của các yếu tố sản xuất là vốn và lao động.

(iv) *Liên minh thuế quan (CU)*: Các bên tham gia hình thành FTA và có chính sách thuế quan chung đối với các nước bên ngoài liên minh, việc thành lập liên minh thuế quan cho phép giảm được sự phức tạp của quy tắc xuất xứ nhưng lại hình thành những khó khăn trong phối hợp chính sách giữa các nước thành viên. Theo Walter Goode: “liên minh hải quan là một khu vực gồm có hai hay nhiều nền kinh tế hoặc lãnh thổ hải quan riêng biệt, có quy định loại bỏ mọi loại thuế và đôi khi cả những

rào cản đối với việc mở rộng thương mại giữa chúng. Các thành viên lập nên khu vực sau đó sẽ áp dụng một loại thuế đối ngoại chung”.

(v) *Liên minh kinh tế và tiền tệ (EU)*: Là hình thức cao của hội nhập kinh tế quốc tế, các quốc gia tham gia hình thành thị trường chung đồng thời xây dựng chính sách kinh tế chung toàn liên minh bằng các chính sách tài khóa và tiền tệ quốc gia.

2.1.1.2. *Tự do hóa thương mại*

Thương mại tự do là các hoạt động thương mại diễn ra mà không vấp phải bất kỳ hàng rào cản trở nào như thuế quan, hạn ngạch hoặc các biện pháp kiểm soát hối đoái được đặt ra để cản trở sự di chuyển tự do của hàng hóa và dịch vụ giữa các nước. Mục đích của tự do hóa thương mại là tận dụng các lợi ích của chuyên môn hóa quốc tế. Tổ chức thương mại thế giới WTO và tiền thân của nó là GATT, cũng như nhiều hiệp định khu vực khác như khu vực thương mại tự do, liên minh thuế quan, thị trường chung cũng tìm cách thúc đẩy tự do thương mại với tư cách mục tiêu chính sách của cộng đồng quốc tế.

Theo quan điểm của Walter Goode (2003), tự do hóa thương mại được hiểu là một nhóm gồm hai hay nhiều nước cùng xóa bỏ thuế quan và tất cả hoặc phần lớn các biện pháp phi thuế quan ảnh hưởng đến thương mại giữa các nước này. Các nước tham gia FTA có thể tiếp tục áp dụng thuế quan của nước mình đối với hàng hóa bên ngoài, hoặc nhất trí xây dựng một biểu thuế quan đối ngoại chung.

Theo quan điểm của tác giả Đào Ngọc Tiến (2010), tự do hoá thương mại là quá trình dỡ bỏ mọi cản trở đối với hoạt động thương mại, bao gồm việc cắt giảm, tiến tới xóa bỏ thuế quan và hàng rào phi thuế quan, xóa bỏ sự phân biệt đối xử, tạo lập môi trường thông thoáng, thuận lợi nhằm thúc đẩy sự phát triển của hoạt động thương mại quốc tế.

Như vậy tự do hóa thương mại là việc xóa bỏ thuế quan và phi thuế quan nhằm mở rộng thị trường xuất khẩu của các quốc gia trên thế giới, là quá trình thúc đẩy kinh tế và nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực, tạo cho người tiêu dùng có cơ hội lựa chọn hàng hóa, dịch vụ tốt hơn với giá hợp lý hơn. Hay nói cách khác, tự do hoá thương mại là sự nói lỏng can thiệp của Nhà nước hay chính phủ vào lĩnh vực trao đổi, buôn bán quốc tế (Bộ Công Thương, 2020b).

Tự do hoá thương mại nhằm thực hiện việc mở rộng quy mô xuất khẩu của mỗi quốc gia cũng như đạt tới điều kiện thuận lợi hơn cho hoạt động nhập khẩu. Kết quả của tự do hoá thương mại là tạo điều kiện mở cửa thị trường nội địa để hàng hoá, công nghệ nước ngoài cũng như những hoạt động dịch vụ quốc tế được xâm nhập dễ dàng vào thị trường nội địa, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ ra nước ngoài.

Quá trình hình thành một thỏa thuận thương mại tự do bắt đầu bằng việc thảo luận giữa các đối tác thương mại để xác lập tính khả thi cho việc hình thành một hiệp định thương mại, nếu các đối tác đồng thuận sẽ tiếp tục đàm phán thỏa thuận

thương mại. Ở một mức tối thiểu, các thành viên tham gia FTA đồng ý loại bỏ thuế quan và một số hàng rào phi thuế quan, đồng thời thỏa thuận thực hiện trong một giai đoạn nhất định. Đồng thời, các nước thành viên thường sẽ thỏa thuận về quy tắc xuất xứ, điều đó nhằm xác định một sản phẩm hàng hóa được sản xuất trong khu vực thương mại tự do sẽ được miễn thuế hoặc được đối xử ưu đãi thương mại khác.

2.1.1.3. Hiệp định thương mại tự do

a. Khái niệm

Hiệp định thương mại tự do là một hình thức liên kết quốc tế giữa các quốc gia và nhờ các hiệp định này mà các rào cản về thuế quan và phi thuế quan sẽ được giảm hoặc xóa bỏ. Nhờ có các hiệp định thương mại tự do mà các quốc gia trên thế giới có thể từng bước hình thành một thị trường buôn bán thống nhất về hàng hóa và dịch vụ.

Các thành viên tham gia FTA thỏa thuận sẽ cắt giảm và loại bỏ hàng rào thuế quan và phi thuế quan theo lộ trình, các bên cũng thực hiện cam kết về các vấn đề như đầu tư, sở hữu trí tuệ, mua sắm chính phủ, lao động...FTA tạo điều kiện cho các quốc gia tận dụng lợi thế so sánh, chuyên môn hóa sản xuất và phân bổ nguồn lực để tận dụng lợi ích từ thương mại quốc tế.

b. Phân loại các FTA

Đến nay chưa có một tiêu chí thống nhất hay định nghĩa chính xác để phân loại các FTA. Trên thực tế, việc phân loại các FTA được thực hiện theo các tiêu chí như sau:

Theo tiêu chí số lượng thành viên và khu vực địa lý của các nền kinh tế thành viên, có thể phân loại thành

- FTA song phương: là hiệp định thương mại tự do được ký kết giữa hai quốc gia/ vùng lãnh thổ với nhau, ví dụ như Hiệp định Đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA) hay Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA) ...

- FTA khu vực: là hiệp định tự do thương mại được ký kết giữa nhiều đối tác trong cùng một khu vực (ví dụ như hiệp định AFTA hay CPTPP) hay FTA được ký giữa một tổ chức/ liên minh kinh tế gồm nhiều nền kinh tế với một nước (ví dụ như hiệp định AIFTA, EVFTA).

Trong các FTA khu vực lại có thể phân loại thành FTA đa phương và FTA hỗn hợp:

- + FTA đa phương là hiệp định được ký kết từ 3 quốc gia hoặc vùng lãnh thổ trở lên. Thông thường, các quốc gia hoặc vùng lãnh thổ thường có vị trí địa lý gần nhau, chính vì vậy mà loại hình FTA này còn được biết đến với gọi khác là FTA khu vực như AFTA, EU hay USMCA (phiên bản mới của NAFTA). Do FTA này được đàm phán và ký kết bởi nhiều quốc gia, tính chất của FTA đa phương phức tạp về các cam kết, nội dung của hiệp định cũng như quá trình đàm phán và thương lượng

thường kéo dài hơn so với một FTA song phương. Tuy nhiên, FTA đa phương có tác động toàn diện và sâu rộng hơn FTA song phương. Động lực chính thúc đẩy các quốc gia tham gia vào FTA đa phương là mở rộng thị trường, xây dựng mối quan hệ với các quốc gia trong bối cảnh toàn cầu hóa hoặc nâng cao vị thế và có tiếng nói trên trường quốc tế.

+ FTA hỗn hợp là hình thức kết hợp giữa FTA song phương với FTA đa phương. FTA này giống FTA song phương ở chỗ số bên tham gia hiệp định chỉ là hai bên: một bên là một khu vực mậu dịch tự do với một bên là một hoặc một số quốc gia đối tác. FTA này được ký kết giữa một liên kết kinh tế với một quốc gia, một số quốc gia hoặc một số liên kết kinh tế quốc tế khác, mặc dù FTA hỗn hợp có nhiều phức tạp trong quá trình đàm phán nhưng loại hình FTA này đang phát triển và tăng lên nhanh chóng trong thời gian gần đây. Mặt khác, nó cũng giống như một FTA đa phương khi phạm vi tác dụng cũng là nhiều quốc gia, các quốc gia tham gia hiệp định thương mại đa phương đều được đối xử bình đẳng, điều này giúp cho các quốc gia đang phát triển có điều kiện nâng cao năng lực và sức cạnh tranh cùng với các quốc gia khác trong quá trình thực hiện hiệp định. Tuy nhiên, các cam kết trong FTA đa phương khá phức tạp nên các quốc gia đang phát triển nói chung và doanh nghiệp nói riêng khó khăn trong quá trình thực hiện cam kết và tận dụng được lợi thế của hiệp định.

Theo tiêu chí về phạm vi và nội dung cam kết

- FTA truyền thống: là các FTA được đàm phán, ký kết trong giai đoạn đầu, thường có phạm vi hẹp và mức độ tự do hóa hạn chế. Nội dung thường gồm sự thỏa thuận về tự do hóa thương mại hàng hóa hữu hình, cắt giảm thuế quan và cùng nhau thỏa thuận loại bỏ các rào cản phi thuế quan.

- FTA thế hệ mới: là các FTA được đàm phán, ký kết trong thời gian gần đây, có phạm vi rộng, mức độ tự do hóa mạnh, bao gồm những lĩnh vực rộng hơn so với FTA truyền thống như thuận lợi hóa thương mại, hoạt động đầu tư, mua sắm công, chính sách cạnh tranh, các biện pháp phi thuế quan, thương mại dịch vụ, quyền sở hữu trí tuệ, cơ chế giải quyết tranh chấp, lao động, môi trường, thậm chí còn gắn với những vấn đề dân chủ, nhân quyền hay chống khủng bố...

Như vậy, so sánh với các FTA truyền thống, FTA thế hệ mới có 3 điểm vượt trội sau đây:

(i) Các FTA thế hệ mới bao gồm cả các nội dung vốn được coi là “phi thương mại” như: lao động, môi trường, cam kết phát triển bền vững và quản trị tốt... Đây là cách tiếp cận của các “FTA thế hệ mới” và đang trở thành một xu thế trong những năm gần đây trên thế giới.

(ii) So với các FTA truyền thống và các hiệp định của WTO thì các FTA thế hệ mới mang nhiều nội dung mới hơn, như: Đầu tư, cạnh tranh, mua sắm công, thương mại điện tử, khuyến khích sự phát triển của doanh nghiệp vừa và nhỏ, hỗ

trợ kỹ thuật cho các nước đang phát triển cũng như dành thời gian chuyển đổi hợp lý để quốc gia đi sau có thể điều chỉnh chính sách theo lộ trình phù hợp với trình độ phát triển của mình.

Bảng 2.1: So sánh giữa FTA truyền thống và FTA thế hệ mới

	FTA truyền thống	FTA thế hệ mới
Mức độ tự do hóa thương mại		Xóa bỏ phần lớn hàng rào thuế quan
Phạm vi cam kết	Thương mại và Đầu tư	Toàn diện (bao gồm các nội dung tuy không phải là thương mại trực tiếp nhưng có liên quan đến thương mại như đấu thầu, môi trường, sở hữu trí tuệ, lao động nhằm tạo môi trường kinh doanh minh bạch và cạnh tranh công bằng giữa các thành viên.
Cam kết	Lộ trình cắt giảm thuế quan thường kéo dài không quá 10 năm	Lộ trình đẩy nhanh hơn, trong vòng 5-10 năm (trừ một số mặt hàng nhạy cảm)
Cơ chế giám sát		Yêu cầu cao hơn, chặt chẽ hơn trong quá trình thực thi
Cơ chế pháp lý trong giải quyết các tranh chấp phát sinh		Nêu rõ quy chế giải quyết tranh chấp bằng việc Nhà nước kiện nhà nước hoặc nhà đầu tư kiện Nhà nước

(Nguồn: NCS tổng hợp)

(iii) Bên cạnh các nội dung đã có trong các FTA trước đây và các hiệp định của WTO thì tại các “FTA thế hệ mới” chúng được xử lý sâu sắc hơn, như: thương mại hàng hóa, bảo vệ sức khỏe động vật và thực vật trong thương mại quốc tế, thương mại dịch vụ, quyền sở hữu trí tuệ (IPR), tự vệ thương mại, quy tắc xuất xứ, minh bạch hóa và chống tham nhũng, giải quyết tranh chấp giữa Chính phủ nước tiếp nhận đầu tư và nhà đầu tư nước ngoài ...

c. Các nguyên tắc trong FTA

Khi tham gia đàm phán ký kết FTA, các quốc gia và tổ chức cần đảm bảo các nguyên tắc sau đây:

Thứ nhất, đảm bảo sự công bằng về lợi ích kinh tế giữa các quốc gia, cần xét một cách cẩn thận về tình hình kinh tế của mỗi nước để có thể đưa ra các hoạt động thỏa thuận một cách công bằng nhất.

Thứ hai, phải tạo được cơ hội phát triển mới, nắm bắt được các mặt cơ hội thách thức cũng như mặt thuận lợi khó khăn để việc đàm phán đạt được hiệu quả cao nhất. Từ đó, góp phần làm tăng mặt hàng xuất nhập khẩu và thu hút được các nguồn đầu tư của nước ngoài khác.

Việc tuân thủ các nguyên tắc trong FTA được xem là bước đệm và là việc làm cần thiết để cho các nước có thể cập nhật và nắm bắt thông tin một cách dễ dàng. Từ đó cùng nhau đầu tư phát triển trên nhiều lĩnh vực khác nhau.

2.1.2. Nội dung của hiệp định thương mại tự do

Hiệp định thương mại tự do khi được tiến hành đàm phán, ký kết và đi đến thực thi sẽ có những tác động tích cực và những thách thức đan xen cho các quốc gia tham gia. Việc ký kết và tham gia các FTA sẽ tác động lớn đến nền kinh tế thông qua việc mở rộng và đa dạng hoá thị trường xuất nhập khẩu, kim ngạch xuất nhập khẩu sang các nước đối tác sẽ gia tăng, đặc biệt với các cam kết mở cửa thị trường trong các FTA sẽ giúp mở rộng hơn nữa thị trường hàng xuất khẩu, nhất là các mặt hàng có lợi thế của các quốc gia. Đồng thời, việc tham gia các hiệp định thương mại tự do còn giúp củng cố thị trường truyền thống, khơi thông nhiều thị trường tiềm năng trên cơ sở thúc đẩy quan hệ với các đối tác chiến lược kinh tế quan trọng. Bên cạnh những tác động tích cực, việc thực thi các FTA đặt ra một số thách thức cho nền kinh tế như: các quốc gia buộc phải hoàn thiện thể chế, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh; tạo áp lực khiến nền kinh tế cũng như từng sản phẩm, mặt hàng của mỗi quốc gia phải nâng cao theo hướng đáp ứng cam kết đặt ra trong hiệp định và các vấn đề khác như cải cách thủ tục hành chính, gian lận thương mại.

Tuy khái niệm FTA giữa các nước được định nghĩa khác nhau nhưng đều hàm chứa một nội dung cốt lõi xuyên suốt đó là một thỏa thuận giữa hai hay nhiều quốc gia (hoặc vùng lãnh thổ) nhằm mục đích tự do hóa thương mại về một hoặc một số nhóm mặt hàng nào đó bằng việc cắt giảm thuế quan, tạo lập các quy định thuận lợi cho trao đổi hàng hóa, dịch vụ và di chuyển vốn giữa các quốc gia thành viên. Ngoài ra, các thành viên trong hiệp định, mỗi quốc gia vẫn có thể áp dụng các biện pháp thuế quan và phi thuế quan đối với các quốc gia không tham gia ký kết hiệp định. Vì vậy khi đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do cần xem xét nội dung, phạm vi cam kết đến trao đổi thương mại hàng hóa và dịch vụ, đầu tư giữa các thành viên. Tuy nhiên, thông thường FTA nào cũng bao gồm các nội dung chính như quy định về việc cắt giảm các hàng rào thuế quan và phi thuế quan; quy định danh mục mặt hàng đưa vào cắt giảm thuế quan; quy định lộ trình cắt giảm thuế quan; quy định về quy tắc xuất xứ. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, là những quy định về việc loại bỏ hoặc cắt giảm hàng rào thuế quan. FTA là một thỏa thuận mang tính pháp lý và ràng buộc các thành viên tham gia phải thực hiện, mục đích của FTA là thúc đẩy thương mại quốc tế bằng cách giảm hoặc loại bỏ rào cản thương mại như thuế quan, hạn ngạch thuế quan. Theo đó, mỗi quốc gia tham gia ký thỏa thuận FTA đều phải cam kết cắt giảm và xóa bỏ hàng rào thuế

quan. Đồng thời, cho phép các hàng hóa dịch vụ giữa các nước thành viên được xuất nhập khẩu.

Trong các FTA, mức độ cắt giảm thuế quan thường cắt giảm nhanh và sâu hơn (đưa thuế suất về 0%) so với trong cam kết của WTO đối với các lĩnh vực mà các thành viên tham gia quan tâm. Đối với các nước kém hoặc đang phát triển, thời gian cắt giảm thuế quan đối với một số lĩnh vực có thể kéo dài và linh hoạt trong điều chỉnh thuế quan theo từng thời kỳ. Theo điều XXIV của hiệp định GATT/WTO (1994), các quốc gia tham gia khu vực mậu dịch tự do hay liên minh thuế quan phải cam kết xóa bỏ thuế quan đối với hầu hết các dòng hàng hóa. Theo cách hiểu như vậy, các FTA dỡ bỏ thuế quan đối với ít nhất 90% dòng thuế cắt giảm. Nội dung của FTA cũng bao gồm quy định danh mục những mặt hàng được đưa vào cắt giảm thuế quan. Loại hàng hóa dịch vụ được đưa vào ký kết sẽ phụ thuộc vào kết quả của hoạt động đàm phán. Đối với các sản phẩm nhạy cảm hoặc liên quan đến an ninh quốc gia, các bên sẽ không cam kết hoặc có cam kết nhưng có lộ trình kéo dài và không đưa về mức thuế suất 0%.

Cam kết cắt giảm thuế quan trong FTA chia thành 5 nhóm gồm: (1) đưa thuế suất về 0% ngay tại thời điểm FTA có hiệu lực; (2) thuế suất giảm về 0% theo lộ trình (phụ thuộc vào quá trình đàm phán và trình độ phát triển của từng quốc gia); (3) thuế quan được cắt giảm nhanh trong những năm đầu và sau đó cắt giảm từng bước một trong những năm tiếp theo; (4) không cắt giảm thuế quan trong thời gian đầu, việc cắt giảm thuế quan được thực hiện vào năm cuối của lộ trình cắt giảm; (5) không cam kết cắt giảm hẳn.

Thứ hai, là những quy định về cắt giảm hàng rào phi thuế quan. FTA cũng có thể đưa ra cam kết về hạn ngạch thuế quan, như đối với hàng hóa nhạy cảm như hàng nông sản, hàng tiêu dùng xa xỉ (áp dụng thuế tiêu thụ đặc biệt). Mức thuế suất ưu đãi đối hàng hóa trong hạn ngạch đối với các thành viên của FTA, hàng hóa ngoài hạn ngạch sẽ phải chịu thuế suất theo quy chế tối huệ quốc trong WTO mà các bên tham gia. Ngoài ra, các thành viên trong FTA còn có thể đàm phán và cam kết cắt giảm thuế quan phụ thuộc vào chính sách thương mại của mình.

Hơn nữa, khi ký kết FTA, thành viên cam kết giảm các biện pháp gây trở ngại cho hàng hóa nhập khẩu theo hai nhóm chính là hàng rào thương mại và hàng rào kỹ thuật. Hàng rào thương mại gồm các quy định liên quan đến hoạt động cấm xuất, nhập khẩu, giấy phép, hạn ngạch, hạn chế xuất khẩu tự nguyện, thủ tục hải quan, kiểm hóa, thông quan hoặc tỷ lệ nội địa hóa bắt buộc. Hàng rào kỹ thuật là những quy chuẩn kỹ thuật do một quốc gia quy định đối với hàng hóa nhập khẩu như đóng gói, nhãn hiệu hoặc các yêu cầu liên quan đến an toàn và bảo vệ sức khỏe con người. Các nước thành viên FTA không được áp dụng biện pháp hạn chế liên quan đến thương mại trừ trường hợp những hàng hóa ảnh hưởng đến an ninh quốc gia và sức khỏe con người. Các quốc gia cũng có thể sử dụng các rào cản kỹ thuật khác để bảo hộ sản xuất các ngành công nghiệp non trẻ trong nước bằng rào cản kỹ thuật (TBT)

và biện pháp kiểm dịch động thực vật (SPS). Các hiệp định sẽ quy định các nguyên tắc và công cụ để đảm bảo các quy chuẩn kỹ thuật của một nước thành viên không tạo ra rào cản đối với tự do hóa thương mại giữa các thành viên còn lại. Ngoài ra, các quốc gia thành viên sẽ đưa ra các nguyên tắc nhằm hợp tác trong các lĩnh vực ưu tiên như công nhận tương đương, đánh giá hợp chuẩn và hỗ trợ kỹ thuật.

Thứ ba, là quy định về thời gian cắt giảm thuế xuất nhập khẩu. Các hiệp định thương mại tự do phải có phần mục nội dung quy định rõ ràng về khoảng thời gian hay lộ trình áp dụng cắt giảm thuế. FTA thường có thời gian kéo dài dưới 10 năm.

Thứ tư, là quy định về quy tắc xuất xứ. Đây là quy định hết sức quan trọng và không thể thiếu trong FTA. Mỗi loại hàng hóa dịch vụ khác nhau sẽ có những quy định về việc mức cắt giảm thuế khác nhau. Những mặt hàng được sản xuất ở các nước tham gia vào thỏa thuận FTA sẽ được nhận ưu đãi lớn hơn những mặt hàng sản xuất ở các nước khác.

Theo Mutrap (2012), quy tắc xuất xứ “giúp ngăn chặn việc chuyển hàng hóa nhập khẩu vào lãnh thổ hải quan của thành viên có mức thuế suất quan thấp để xuất sang các thành viên khác. Bên cạnh quy tắc xuất xứ chung (thông thường quy định là hàm lượng giá trị khu vực), các thành viên cũng thường đàm phán các quy tắc về chuyển đổi nhóm, quy tắc xuất xứ theo mặt hàng cụ thể”. Quy tắc xuất xứ cũng là cơ sở cho các quốc gia áp dụng tiêu chí phân loại thuế quan, các tiêu chí khác là tiêu chí về tỷ lệ phần trăm của giá trị hoặc tiêu chí về sản xuất hay chế biến. Theo quy định trong GATT/WTO thì không có các quy tắc cụ thể điều chỉnh việc xuất xứ hàng hóa trong thương mại quốc tế, các bên tham gia ký kết FTA tự do xác định nguyên tắc xuất xứ mà các thành viên tự thỏa thuận trong hiệp định. Ngoài ra, một số FTA còn cho phép cộng gộp về xuất xứ, cụ thể hàng hóa nhập khẩu vào các quốc gia đối tác được phép sử dụng nguyên liệu từ quốc gia thứ 3 có FTA với cả quốc gia xuất khẩu và nhập khẩu.

Thứ năm, là nội dung về thuận lợi hóa thương mại và hải quan. Đây là biện pháp liên quan đến minh bạch các quy trình và thủ tục hải quan, ứng dụng công nghệ thông tin trong thương mại và hỗ trợ kỹ thuật... Theo điều VIII, mục 1c trong GATT/WTO đề cập “các bên ký kết cũng thừa nhận nhu cầu hạn chế xuống tối thiểu các tác động cũng như tính phức tạp của các thủ tục về xuất nhập khẩu và nhu cầu giảm bớt và đơn giản hoá yêu cầu về chứng từ làm thủ tục xuất nhập khẩu”. Quy tắc thuận lợi hóa thương mại và hải quan giúp nâng cao sự hợp tác về hải quan của các thành viên tham gia, theo quy tắc này các thành viên sẽ hướng đến sự hài hòa các yêu cầu về chứng từ và dữ liệu với mục đích thuận lợi hóa thương mại giữa các thành viên thông qua việc xây dựng kênh đối thoại và một cửa thông quan tạo thuận lợi cho doanh nghiệp. Ngoài ra, hiệp định cũng thúc đẩy thực thi mạnh mẽ quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại và tăng cường an ninh đối với hoạt động vận tải đường biển.

Thứ sáu, là các nội dung về các biện chống bán phá giá, tự vệ và chống trợ cấp: Trong khuôn khổ của hiệp định, các thành viên tham gia cũng thỏa thuận thực hiện các biện pháp chống bán phá giá, tự vệ và chống trợ cấp theo các quy định của WTO. Điều này tạo cơ hội cho các quốc gia phát triển mở rộng hệ thống sản xuất của mình hoặc các nhà cung cấp địa phương tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu thông qua tự do hóa đầu tư sang các quốc gia khác, và ngược lại các quốc gia đang phát triển sẽ hưởng lợi từ sự dịch chuyển của dòng vốn đầu tư, công nghệ tiên tiến và kỹ năng quản lý. Các FTA thế hệ mới gần đây như CPTPP, EVFTA còn quan tâm tới các nội dung như sở hữu trí tuệ, cạnh tranh, phát triển bền vững, cơ chế giải quyết tranh chấp, mua sắm chính phủ, doanh nghiệp vừa và nhỏ, trong đó vấn đề môi trường và phát triển bền vững là các ràng buộc không thể thiếu của các quốc gia phát triển đưa ra trong đàm phán đối với các quốc gia đang phát triển khi ký kết FTA này.

Thứ bảy, là các nội dung về thương mại dịch vụ và đầu tư. Ngoài tự do hóa về hàng hóa, các FTA còn quy định riêng về thương mại dịch vụ và đầu tư. Mức độ và phạm vi tự do hóa đối với thương mại dịch vụ khá đa dạng trong các cam kết của từng hiệp định phụ thuộc vào trình độ phát triển của các quốc gia. Nội dung về thương mại dịch vụ trong các FTA thường tập trung vào (1) phạm vi thương mại dịch vụ, chủ yếu tuân thủ và thực hiện các cam kết chính của WTO như nguyên tắc đối xử tối huệ quốc, minh bạch hóa, thanh toán và chuyển khoản, tự vệ và trợ cấp, phụ lục đối với một số ngành dịch vụ cụ thể; (2) Biểu cam kết mở cửa thị trường dịch vụ theo lộ trình. Trong các FTA truyền thống, thương mại dịch vụ được chia thành 4 phương thức cung cấp là: (1) cung cấp qua biên giới; (2) tiêu dùng ngoài lãnh thổ; (3) hiện diện thương mại và (4) hiện diện thể nhân. Tuy nhiên, trong các FTA thế hệ mới, thương mại dịch vụ chỉ bao gồm 2 phương thức là: (1) cung cấp qua biên giới; (2) tiêu dùng ngoài lãnh thổ. Phương thức “hiện diện thương mại” được đưa vào phần đầu tư và “hiện diện thể nhân” được đưa vào một chương riêng về di chuyển lao động. Ngoài ra, trong các hiệp định thế hệ mới cũng thường có chương riêng về đầu tư, trong đó quy định các vấn đề như: (1) thuận lợi hóa đầu tư; (2) khuyến khích và bảo hộ đầu tư; (3) tự do hóa đầu tư và (4) giải quyết các tranh chấp liên quan đến đầu tư.

Thứ tám, là nội dung về mua sắm chính phủ. Trong các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới đều có điều khoản liên quan đến vấn đề này. Mua sắm chính phủ được hiểu là hoạt động mua sắm hàng hóa, dịch vụ để phục vụ mục đích công của các cơ quan do nhà nước quản lý.

Ngoài ra, các FTA thế hệ mới còn bao gồm các nội dung như sở hữu trí tuệ, chính sách cạnh tranh, lao động và môi trường, thương mại điện tử, phát triển bền vững và các điều khoản liên quan đến cơ chế giải quyết tranh chấp, trong đó đề ra các quy trình và cơ chế xử lý các tranh chấp phát sinh trong quá trình thực hiện hiệp định cũng như phạm vi áp dụng. Như vậy, có thể thấy rằng hiệp định thương mại tự

do có thể bao gồm các nội dung đa dạng chứ không chỉ bó hẹp liên quan đến cắt giảm thuế quan, xóa bỏ hàng rào thương mại (Bùi Quý Thuần, 2020).

2.2. Lý thuyết về mặt hàng nông sản xuất khẩu và chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu

2.2.1. Khái niệm và cấu trúc của mặt hàng nông sản xuất khẩu

2.2.1.1. Khái niệm mặt hàng nông sản xuất khẩu

Để làm rõ nội hàm của khái niệm mặt hàng nông sản xuất khẩu, nghiên cứu sinh sẽ làm rõ và phân định nội hàm của các khái niệm có liên quan như xuất khẩu nông sản, xuất khẩu hàng nông sản xuất khẩu và hàng nông sản xuất khẩu.

* Khái niệm nông sản:

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) quan niệm: hàng hóa được chia thành là nông sản và phi nông sản. Nông sản được xác định trong Hiệp định nông nghiệp là tất cả các sản phẩm được liệt kê từ chương I đến chương XXIV (trừ cá và sản phẩm cá) và một số sản phẩm thuộc các chương khác trong hệ thống thuế mã HS (hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa). Theo đó nông sản bao gồm các loại hàng hóa có nguồn gốc từ hoạt động nông nghiệp bao gồm: (i) các sản phẩm nông nghiệp cơ bản như lúa gạo, lúa mì, bột mì, cà phê, hồ tiêu, hạt điều, chè, rau quả tươi, động vật sống, sữa... (ii) các sản phẩm phái sinh như bánh mì, dầu ăn, bơ, thịt... (iii) các sản phẩm chế biến từ sản phẩm nông nghiệp như sản phẩm từ sữa, xúc xích, nước ngọt, bánh kẹo, nước hoa quả, rượu, bia, thuốc lá, da động vật thô,... Các sản phẩm còn lại trong hệ thống thuế mã HS được xem là sản phẩm phi nông nghiệp.

Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp quốc (FAO) quan niệm: Hàng nông sản là tập hợp của nhiều nhóm hàng hóa khác nhau gồm: (i) Nhóm hàng các sản phẩm nhiệt đới như chè, cà phê, ca cao, hạt tiêu...; (ii) Nhóm hàng ngũ cốc như lúa gạo, bột mì, sắn, ngô...; (iii) Nhóm hàng thịt và các sản phẩm từ thịt như thịt lợn, thịt bò, thịt gia cầm...; (iv) Nhóm hàng dầu mỡ và các sản phẩm từ dầu được chế biến từ hạt có dầu như lạc, đậu tương, hướng dương..., và các loại dầu thực vật; (v) Nhóm hàng sữa và các sản phẩm từ sữa như pho mát, bơ, các sản phẩm chế biến từ sữa...; (vi) Nhóm hàng nông sản nguyên liệu như cao su thiên nhiên, bông, đay, sợi...; (vii) Nhóm hàng rau quả bao gồm các loại rau, củ, quả (Ngô Thị Mỹ, 2016).

Theo quy định tại Khoản 7 Điều 3, Nghị định số 57/2018/NĐ-CP ngày 17 tháng 4 năm 2018 về cơ chế, chính sách khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn thì nông sản được quan niệm: “nông sản là sản phẩm của các ngành nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản, diêm nghiệp”. Với quan niệm này thì nông sản là sản phẩm của nông nghiệp theo nghĩa rộng (nông nghiệp theo nghĩa rộng bao gồm các ngành nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản và diêm nghiệp; nông nghiệp theo nghĩa hẹp bao gồm ngành trồng trọt và chăn nuôi).

Thông tư số 37/2018/TT - BNNPTNT, ngày 25 tháng 12 năm 2018, ban hành danh mục sản phẩm nông nghiệp chủ lực quốc gia thì sản phẩm nông nghiệp chủ lực quốc gia bao gồm 13 nhóm sản phẩm bao gồm: gạo, cà phê, cao su, điều, hồ tiêu, chè, rau quả, sắn và sản phẩm từ sắn, thịt lợn, thịt và trứng gia cầm, cá tra, tôm, gỗ và sản phẩm từ gỗ.

Tiếp cận theo góc độ thị trường và marketing, P.Kotler cho rằng một sản phẩm được hiểu là bất kỳ một thứ gì đó có thể chào hàng cho một thị trường, thu hút được không chỉ sự quan tâm mà còn được tiêu dùng để thỏa mãn nhu cầu hoặc mong muốn. Như vậy, khái niệm nông sản là một loại sản phẩm của sản xuất nông nghiệp hoặc có nguồn gốc chủ yếu từ sản xuất nông nghiệp có thể được chào bán trên thị trường để thỏa mãn một nhu cầu hay một mong muốn của thị trường (Đinh Văn Sơn, 2019).

* Khái niệm xuất khẩu nông sản

Tác giả Ngô Thị Mỹ (2016), cho rằng: xuất khẩu nông sản là hoạt động trao đổi nông sản của một quốc gia với các nước khác trên thế giới dưới hình thức mua bán thông qua quan hệ thị trường nhằm mục đích khai thác lợi thế sẵn có của đất nước trong phân công lao động quốc tế nhằm đem lại lợi ích cho quốc gia.

Đồng quan điểm trên, Phan Thu Trang (2020) cũng đưa ra khái niệm “xuất khẩu nông sản là việc đưa các loại hàng hóa có nguồn gốc từ hoạt động nông nghiệp - nông sản ra khỏi lãnh thổ Việt Nam”. Trong đó, nông sản được hiểu là các loại hàng hóa có nguồn gốc từ hoạt động nông nghiệp và xuất khẩu ở đây được hiểu là hàng hóa nông sản phải ra khỏi lãnh thổ Việt Nam và đi vào thị trường các nước khác trên thế giới.

Như vậy, xuất khẩu nông sản hay xuất khẩu hàng nông sản là hoạt động kinh doanh nhằm mục đích đưa nông sản vượt ra khỏi biên giới của một quốc gia. Hoạt động này có sự tham gia của nhiều chủ thể, có quan hệ mua bán phức tạp được tổ chức cả bên trong và bên ngoài của một quốc gia với mục đích thúc đẩy hàng hóa nông sản phát triển ổn định và đem lại lợi ích cho quốc gia với nhiều hình thức như: xuất khẩu trực tiếp, xuất khẩu qua trung gian và hình thức tái xuất khẩu.

* Khái niệm hàng nông sản xuất khẩu

Nông sản hỗn hợp là một tập hợp tất cả các mặt hàng nông sản mà người bán riêng biệt cung ứng ra thị trường. Để đo lường một danh mục mặt hàng có 4 thông số, bao gồm: (i) chiều rộng của sản phẩm hỗn hợp biểu thị số lượng các tuyến sản phẩm khác nhau; (ii) chiều dài là tổng số các danh mục có trong hỗn hợp; (iii) chiều sâu là số các biến thể được chào hàng của một loại sản phẩm trong tuyến; (iv) độ đặc là mức độ liên quan tương hợp giữa các tuyến sản phẩm theo các tiêu chí (hoạt động sử dụng cuối cùng, các yêu cầu sản xuất, kênh phân phối..).

Hàng nông sản xuất khẩu là những sản phẩm của ngành nông nghiệp được sản xuất phục vụ xuất khẩu chứ không phải để tự tiêu dùng hay tiêu thị tại thị trường trong nước (Nguyễn Văn Ngọc, 2012). Theo giới hạn nghiên cứu của luận án, hàng

nông sản được hiểu là những sản phẩm thuộc nhóm hàng hoá nông sản, không nghiên cứu lâm sản và thủy sản. Luận án chỉ nghiên cứu sản phẩm của ngành nông nghiệp, không nghiên cứu sản phẩm của ngành lâm nghiệp, thủy sản và diêm nghiệp.

Khái niệm hàng nông sản xuất khẩu có thể được định nghĩa là *một hoặc một phần nông sản hỗn hợp đáp ứng được các yêu cầu chất lượng và giá trị xác định có thể được chào hàng thị trường mục tiêu theo một phương thức xuất khẩu xác định nhằm thoả mãn khách hàng xuất khẩu và người tiêu dùng cuối cùng ở nước ngoài* (Đinh Văn Sơn, 2019).

Bảng 2.2: Phân định ngành hàng, hàng và mặt hàng nông sản

Ngành hàng	Hàng	Mặt hàng
Nông nghiệp	Gạo	100610: Thóc
		<i>10061010: Để gieo trồng</i>
		<i>10061090: Loại khác</i>
		100620: Gạo lứt
		<i>10062010: Gạo Thai Hom Mali</i>
		<i>10062090: Loại khác</i>
		100630: Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ
		<i>10063030: Gạo nếp</i>
		<i>10063040: Gạo Thai Hom Mali</i>
		<i>10063099: Loại khác</i>
	Cà phê	090111: cà phê, chưa rang chưa khử chất caphein
		<i>09011110: Arabica WIB hoặc Robusta OIB</i>
		<i>09011190: Loại khác</i>
		090112: Đã khử chất caphein
		<i>09011210: Arabica WIB hoặc Robusta OIB;</i>
		<i>09011290: Loại khác</i>
		090121: Cà phê, đã rang chưa khử chất caphein:
		<i>09012110: Chưa xay</i>
		<i>09012120: Đã xay</i>
	Rau quả	080510: Quả cam
		<i>08051010: Tươi</i>

		08051020: Khô
		080940: Quả mận và quả mận gai
		08094010: Quả mận
		08094020: Quả mận gai

(Nguồn: NCS tổng hợp)

Bên cạnh đó, các thuật ngữ như “ngành hàng”; “hàng” và “mặt hàng” có sự khác nhau một cách tương đối. Theo đó:

(i) “ngành hàng” được hiểu là chủng loại hàng hoá được sản xuất, kinh doanh với quy mô lớn. Trong các ngành hàng có ngành hàng nông nghiệp, ngành hàng may mặc, ngành hàng điện tử...

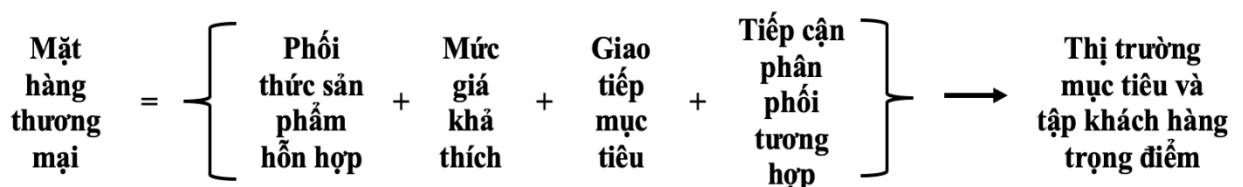
(ii) “hàng” được hiểu là sản phẩm kinh tế hữu hình trực tiếp hoặc gián tiếp góp phần thoả mãn nhu cầu của con người. Trong ngành hàng nông nghiệp có các hàng nông sản như: gạo, cà phê, rau quả,....

(iii) “mặt hàng” được quy định tại khoản 2, điều 2, Thông tư 52/2015/TT-BYT được hiểu là các sản phẩm thực phẩm có cùng tên, nhãn hiệu hàng hoá, chất liệu bao bì. Trong hàng nông sản gạo có các mặt hàng: gạo lứt, gạo tấm, gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ.

2.2.1.2. Cấu trúc mặt hàng nông sản xuất khẩu

Mặt hàng thương mại phục vụ xuất khẩu được hiểu là một phối thức sản phẩm hỗn hợp được lựa chọn, xác định và chuẩn bị để bán ở các cơ sở của doanh nghiệp thương mại đối với một thị trường mục tiêu (thị trường của quốc gia nhập khẩu) cho những tập khách hàng trọng điểm xác định (Nguyễn Bách Khoa và cộng sự, 2005).

Mặt hàng thương mại phản ánh “tính lựa chọn mục tiêu” và “độ chín tới” để thương mại hoá một sản phẩm, đây có thể coi là yếu tố mang tính chất quyết định tới marketing – mix của bất kỳ một doanh nghiệp nào. Khái niệm mặt hàng thương mại được mô hình hoá theo cấu trúc bằng công thức như sau:



Hình 2.1: Mô hình hoá khái niệm mặt hàng thương mại

(Nguồn: Nguyễn Bách Khoa và Nguyễn Hoàng Long, 2005)

a. Phối thức sản phẩm hỗn hợp

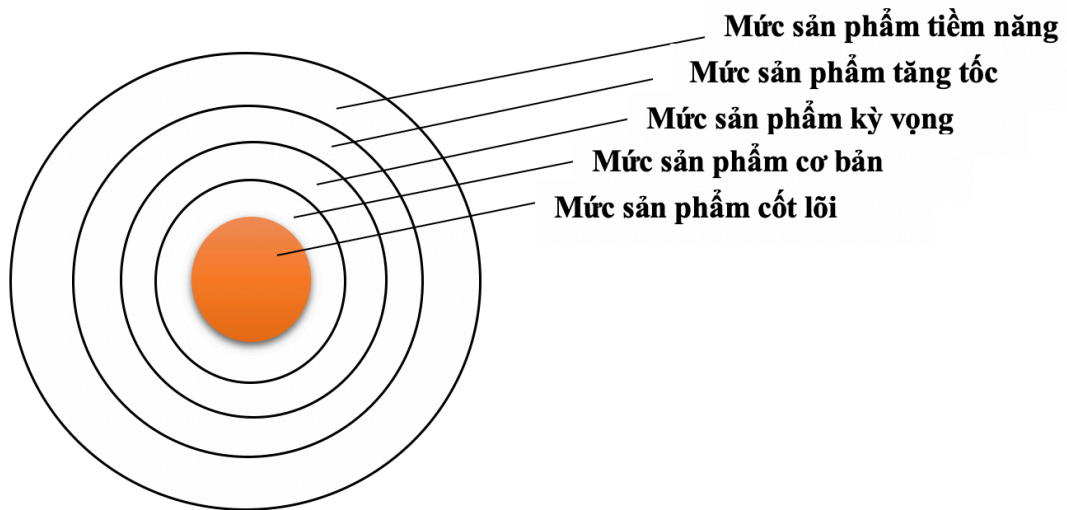
Phối thức sản phẩm hỗn hợp hay còn gọi là các yếu tố cấu thành đơn vị sản phẩm là một chỉnh thể hoàn chỉnh chứa đựng những yếu tố, đặc tính và thông tin

khác nhau về một sản phẩm. Đối với mặt hàng nông sản, để cung ứng cho thị trường xuất khẩu nông sản cần phải quan tâm đến cấu trúc 5 mức. Mỗi một mức sản phẩm đều làm tăng giá trị khách hàng hơn và 5 mức này tạo nên tháp giá trị khách hàng.

Trong đó:

- Mức sản phẩm cốt lõi/ giá trị công năng cốt lõi: đây là mức căn cơ nhất của mặt hàng nông sản xuất khẩu để biểu thị giá trị sử dụng cốt lõi, căn bản mà khách hàng thực sự mua chúng để đáp ứng về bản chất nhu cầu của họ.

- Mức sản phẩm cơ bản của một nông sản khi triển khai mức lợi ích/ giá trị cốt lõi thành những yếu tố cơ bản của một sản phẩm mà khách hàng có thể nhận biết một nông sản. Đó là tên thương hiệu/ sản phẩm; các đặc tính, mức chất lượng, bao gói, màu sắc và dịch vụ trước bán.



Hình 2.2: Cấu trúc 5 mức của một mặt hàng

(Nguồn: Nguyễn Bách Khoa và Nguyễn Hoàng Việt, 2019)

- Mức sản phẩm kỳ vọng của một nông sản đó là một tập các quan niệm và điều kiện mà khách hàng thường kỳ vọng khi mua một nông sản xuất khẩu, nghĩa là các thông số của mức sản phẩm cơ bản trên phải đạt tới ngưỡng mong muốn.

- Mức sản phẩm tăng tốc để làm cho sản phẩm vượt quá kỳ vọng của khách hàng thông qua một số thông số như: dịch vụ giao hàng và thanh toán; dịch vụ hỗ trợ sản phẩm; dịch vụ khách hàng trong và sau bán; bảo hành nhằm tạo gia tốc cho hoạt động chào hàng và chuyển từ bán các sản phẩm sang bán các giải pháp cho khách hàng xuất khẩu,

- Mức sản phẩm tiềm năng là bao gồm tất cả những biến đổi và gia tăng có khả năng mà nông sản xuất khẩu có thể trải qua trong tương lai.

b. Mức giá khả thích

Một trong những thông số tiếp theo để tạo lập mặt hàng thương mại là giá bán tương thích với lợi ích do phối thức đó mang lại khi mua, tương thích với sự chấp nhận của khách hàng khi mua và khả năng thanh toán của tập khách hàng trọng điểm với giá bán. Điều này không chỉ liên quan đến giá thương mại của mặt hàng mà có quan hệ đến giá tiêu dùng của phối thức sản phẩm đó.

c. Giao tiếp mục tiêu

Chỗ khác biệt và thiếu hoàn thiện của phối thức sản phẩm so với mặt hàng thương mại là chỗ nhãn hiệu của nó, mặt khác một mặt hàng thương mại đều được định hình cho một thị trường mục tiêu và một tập khách hàng trọng điểm nghĩa là nó phải nằm trong một phối thức giao tiếp chào hàng thương mại xác định phù hợp với tiến động chấp nhận của khách hàng từ nhận biết - kích thích thị hiếu - đánh giá cân nhắc - thuyết phục - chấp nhận.

Như vậy, để tạo lập một mặt hàng thương mại, một phối thức sản phẩm phải được đặt trong một chương trình giới thiệu, một chiến dịch xúc tiến, một kỹ thuật nhãn hiệu bao bì, một định vị chào hàng thương mại trong và ngoài doanh nghiệp thương mại (Nguyễn Bách Khoa và Nguyễn Hoàng Long, 2005).

d. Tiếp cận phân phối tương hợp

Một phối thức sản phẩm với mức giá khả thi không thể tự thân nó bán được. Vấn đề còn là ở chỗ phối hợp đó phải được chuẩn bị sẵn sàng, đúng lúc, đúng chỗ trong một tuyến công nghệ hình thành từ khởi điểm của một phân phối đến công tác bán hàng và đặt trong một loại hình cửa hàng, một sức bán tương hợp. Có nghĩa là một mặt hàng thương mại phải đảm bảo tính kịp thời và độ chín tới ở các nơi bán của cơ sở doanh nghiệp thương mại xác định trên thị trường mục tiêu.

Một mặt hàng đảm bảo một phức hợp tối ưu của 4 cấu tử trên sẽ đảm bảo được 4 thuộc tính có ích của một marketing sản phẩm: dạng thức, thời gian, đặc điểm và tài sản có ích (Nguyễn Bách Khoa và Nguyễn Hoàng Long, 2005).

Tóm lại, mặt hàng được xuất khẩu sang thị trường mục tiêu và hướng tới tập khách hàng trọng điểm cần phải được quan tâm đến 2 vấn đề (thực chất là hai điều kiện), cụ thể:

- *Thứ nhất*, để xuất khẩu sang được thị trường mục tiêu (thị trường xuất khẩu): hàng nông sản phải vượt qua được các yêu cầu đặt ra của thị trường nhập khẩu hoặc là các điều khoản cam kết có trong hiệp định thương mại tự do được ký kết.

- *Thứ hai*, để mặt hàng đó hướng tới tập khách hàng trọng điểm thì ngoài việc đáp ứng được các yêu cầu đặt ra của thị trường thì bản thân mặt hàng đó phải là:

- + Mặt hàng tinh, có chất lượng cao;
- + Đảm bảo yếu tố xanh, thân thiện với môi trường;
- + Truy xuất được nguồn gốc, vùng trồng;

- + Có thương hiệu;
- + Đảm bảo các yếu tố thuận tiện cho khách hàng như thời gian cung ứng, thuận tiện trong quá trình tiêu dùng.

2.2.2. Đặc điểm của hàng nông sản xuất khẩu

2.2.2.1. Đặc điểm chung

- Nông sản là mặt hàng có tính mùa vụ và chịu nhiều sự ảnh hưởng của yếu tố môi trường như thời tiết, khí hậu, bệnh dịch. Đây là đặc điểm này riêng biệt của hàng hóa nông sản. Nếu như một mặt hàng công nghiệp có thể thống nhất về mặt hình thức, đồng đều về mặt chất lượng thì hàng hóa nông sản lại không được như vậy. Hàng nông sản có nhiều chủng loại và chất lượng do đặc điểm khác nhau, sinh trưởng, phát triển trong các điều kiện không giống nhau. Quả, hạt có thể khác nhau về kích thước ngay trong cùng một cành, một cây; nên việc đồng đều cho cả một lô hàng xuất khẩu hàng nghìn tấn là điều không thể.

Điều này dẫn đến tính thiếu ổn định này được thể hiện từ số lượng cho tới tới chất lượng hàng hóa nông sản. Một nguồn nuôi trồng trù phú có thể không cung ứng đủ số lượng hàng hóa nếu gặp phải thiên tai, dịch bệnh; hoặc chỉ đơn giản hơn là do năng suất nuôi trồng mùa vụ này kém hơn mùa vụ trước. Chất lượng hàng hóa cũng thường rất khác nhau do nông sản được sản xuất ra từ các địa phương khác nhau, với các yếu tố về địa lý, tự nhiên khác nhau; mỗi vùng, mỗi hộ, mỗi trang trại có phương thức sản xuất khác nhau với các giống nông sản khác nhau. Những năm gần đây, đã có những tiêu chuẩn chung như VietGap, GlobalGap nhằm đảm bảo cả về số lượng và chất lượng nông sản nhưng việc áp dụng cũng còn nhiều khó khăn do kinh phí đầu tư ban đầu, tiêu chuẩn nghiêm ngặt mà vẫn bị phụ thuộc vào thổ nhưỡng của từng vùng. Bên cạnh đó, không phải nhà sản xuất nào cũng muốn áp dụng các tiêu chuẩn này, đặc biệt là các hộ chăn nuôi cá thể, nhỏ lẻ. Đặc điểm này của XKNS thường gắn với những rủi ro về thảm họa tự nhiên, rủi ro về cung ứng nông sản đầu vào hay những rủi ro liên quan tới chính sách của nước xuất khẩu.

Tính mùa vụ hay sự thiếu hụt trong nguồn cung do nhiều yếu tố cũng khiến cho giá nông sản xuất khẩu thường lên xuống thất thường. Vào những lúc chính vụ, hàng nông sản dồi dào thì giá thường bán. Ngược lại, vào những lúc trái vụ, hàng thường khan hiếm, thì giá bán sẽ tăng cao. Bên cạnh đó, do đặc tính thu hoạch theo thời vụ nên hoạt động thu hoạch hàng nông sản thường chỉ diễn ra trong thời gian ngắn, giá biến động làm cho hoạt động xuất khẩu nông sản phải thường xuyên đối mặt với tình trạng được mùa mất giá.

- Nông sản có tính phân tán và tính địa phương: mỗi loại nông sản khác nhau phù hợp với điều kiện thời tiết khí hậu khác nhau, ở các vùng, miền khác nhau. Bên cạnh đó, mặt hàng nông sản thường được trồng trọt, canh tác ở khu vực nông thôn nhưng lại tiêu thụ tập trung ở khu vực thành thị, các khu công nghiệp tập trung. Như

vậy, phương thức lưu thông của rau quả là phân tán, việc bố trí địa điểm, phương thức thu mua, chế biến, vận chuyển đều cần phù hợp với đặc điểm này.

- Nông sản là mặt hàng nhu yếu phẩm với lượng tiêu thụ lớn nhưng có tiêu chuẩn khắt khe do liên quan trực tiếp tới sức khỏe con người. Nông sản lại là mặt hàng tươi sống, dễ bị hỏng, hư hại ngay từ khâu gặt hái, thu mua cho tới khâu vận chuyển, kinh doanh.

Điều này dẫn đến một số thị trường như Mỹ, EU, Nhật Bản ngày càng có nhiều yêu cầu được đặt ra đối với hàng nhập khẩu, đặc biệt là các hàng rào phi thuế quan nhằm đảm bảo chất lượng nông sản có mặt ở thị trường của họ. Tại từng quốc gia, những quy định cụ thể về hàng nông sản nhập khẩu cũng rất khác nhau như tiêu chuẩn chất lượng; an toàn toàn thực phẩm; kiểm dịch, xuất xứ... Đặc điểm này thường khiến cho XKNS dễ gặp phải những rủi ro về thiếu thông tin, rủi ro về trình độ nhân sự yếu kém, rủi ro quá trình bảo quản vận chuyển hay rủi ro về những chính sách của nước nhập khẩu. Chất lượng cũng trở thành công cụ cạnh tranh hiệu quả, để xâm nhập được vào các thị trường xuất khẩu khó tính thì sản phẩm phải có chất lượng cao và đáp ứng được tiêu chuẩn mà thị trường đó đặt ra.

- Mặc dù nông sản là hàng hóa không thể lưu chuyển quá dài nhưng quá trình từ việc thu mua nông sản từ nhiều nguồn khác nhau; tới việc sơ chế hoặc chế biến; rồi bảo quản, vận chuyển; làm thủ tục xuất khẩu, đưa hàng hóa tới tay người tiêu dùng... thường kéo dài hàng tuần, thậm chí lên tới hàng tháng. Do đặc tính dễ hư hỏng của hàng nông sản nên việc bảo quản trong quá trình lưu chuyển cho xuất khẩu cần phải được thực hiện chặt chẽ từ khâu đầu tiên cho tới khâu cuối.

2.2.2.2. Đặc điểm của hàng cà phê, rau quả và gạo

a) Hàng cà phê

Cà phê là một mặt hàng xuất khẩu lớn: đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu nông nghiệp tại nhiều quốc gia và là một trong những mặt hàng xuất khẩu nông nghiệp hợp pháp lớn nhất trên thế giới. Đây cũng là loại hàng hóa có giá trị xuất khẩu nhất của các quốc gia đang phát triển. Cà phê xanh (không rang) cũng là một trong những mặt hàng nông nghiệp được buôn bán nhiều nhất trên thế giới. Cây cà phê được xuất khẩu từ châu Phi tới các nước trên thế giới và hiện nay đã được trồng tại tổng cộng hơn 70 quốc gia, chủ yếu là các khu vực nằm gần đường xích đạo thuộc châu Mỹ, Đông Nam Á, Ấn Độ và châu Phi. Hai giống cà phê được trồng phổ biến nhất là cà phê chè, và cà phê vối. Sau khi chín, quả cà phê sẽ được hái, chế biến theo các cách thức khác nhau, rang, xay và pha với nước. Quy trình chế biến cũng có nhiều dạng như như chế biến khô, chế biến ướt, chế biến mật ong; hạt cà phê khô được rang trong nhiều điều kiện nhiệt độ khác nhau từ rang sáng tới rang tối màu; sau khi rang lại được đem đi xay theo các kích cỡ hạt mịn hay thô, và ủ với nước sôi hoặc nước lạnh, tùy thị hiếu, để tạo ra cà phê dưới dạng thức uống.

Mã HS của cà phê thuộc phần II: các sản phẩm thực vật và thuộc chương 09: Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị.

Mã HS 0901 (Nhóm lớn): Cà phê, rang hoặc chưa rang, đã hoặc chưa khử chất caphein; vỏ quả và vỏ lụa cà phê; các chất thay thế cà phê có chứa cà phê theo tỷ lệ nào đó.

+ Mã HS 090111: cà phê, chưa rang chưa khử chất caphein:

- Mã HS 09011110: Arabica WIB hoặc Robusta OIB;
- Mã HS 09011190: Loại khác.

+ Mã HS 090112: Đã khử chất caphein:

- Mã HS 09011210: Arabica WIB hoặc Robusta OIB;
- Mã HS 09011290: Loại khác;

+ Mã HS 090121: Cà phê, đã rang chưa khử chất caphein:

- Mã HS 09012110: Chưa xay;
- Mã HS 09012120: Đã xay;

+ Mã HS 090122: Đã khử chất caphein:

- Mã HS 09012210: Chưa xay;
- Mã HS 09012220: Đã xay.

+ Mã HS 090190: Loại khác:

- Mã HS 09019010: Vỏ quả và vỏ lụa cà phê;
- Mã HS 09019020: Các chất thay thế có chứa cà phê.

b) Hàng rau quả

Rau quả rất đa dạng về chủng loại, trong đó có thể chia ra các nhóm lớn là rau quả tươi, khô và rau quả chế biến. Nhóm hàng rau quả xuất khẩu là toàn bộ danh mục sản phẩm rau, củ, quả tươi sống và chế biến mà quốc gia/doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường nước ngoài đảm bảo đáp ứng các yêu cầu chất lượng - thời điểm - chi phí - dịch vụ xuất khẩu theo động thái nhu cầu của thị trường xuất khẩu mục tiêu. Trong thương mại xuất nhập khẩu hiện nay, mặt hàng rau quả được phân loại theo hệ thống HS của WCO (tổ chức Hải quan quốc tế) gồm 3 nhóm: nhóm rau ăn được, một số rễ và củ (HS 07); nhóm trái cây và các loại hạt ăn được (HS 08); nhóm các sản phẩm chế biến từ rau, trái cây hoặc các bộ phận khác của cây (HS 20). Sau đó, tiếp tục phân thành các nhóm nhỏ đến HS 4 số, 6 số, 8 số, ...

c) Hàng gạo

Gạo là một sản phẩm lương thực thu từ cây lúa. Hạt gạo thường có màu trắng, nâu hoặc đỏ thẫm, chứa nhiều dinh dưỡng. Hạt gạo chính là nhân của thóc sau khi xay để tách bỏ vỏ trấu. Hạt gạo sau khi xay được gọi là gạo lứt, gạo lức hay gạo lật, nếu tiếp tục xát để tách cám thì gọi là gạo xát hay gạo trắng, nếu xát rồi để giữ phần lớn lượng cám bổ dưỡng thì gọi là gạo xát rồi hoặc gạo nguyên cám. Gạo là lương

thực phổ biến của gần một nửa dân số thế giới. Trong thống kê thương mại, các loại gạo khác nhau không được phân biệt. Mã số thương mại chủ yếu dựa trên các mặt hàng gạo chế biến khác nhau: chưa qua chế biến (thóc), gạo lứt (đã tách vỏ trấu), gạo trắng (đã xay xát) và gạo tấm. Hiểu cách phân loại gạo và các sản phẩm liên quan, sẽ giúp xác định mức thuế quan áp dụng và các biện pháp phi thuế quan áp dụng cho sản phẩm của doanh nghiệp.

Phân loại gạo dưới đây áp dụng cho gạo xay, gạo trắng và gạo đồ dùng trực tiếp cho người, được trình bày ở dạng đóng gói hoặc không đóng gói, bán trực tiếp cho người tiêu dùng. Nó cũng áp dụng cho các sản phẩm khác có nguồn gốc từ gạo. HS 1006: Mã 1006 được chia thành bốn mã nhỏ:

1006 10 – Lúa (thóc): Gạo còn lại vỏ sau khi tuốt được gọi là thóc. Điều này có nghĩa là hạt gạo vẫn được bao bọc chặt chẽ bởi lớp vỏ trấu;

1006 20 – Gạo đã xay xát vỏ (gạo lứt): Gạo này chỉ được xay để loại bỏ vỏ trấu. Gạo lứt là loại gạo không được đánh bóng, được xay xát để loại bỏ lớp vỏ bên ngoài hạt gạo nhưng vẫn giữ lại lớp cám gạo và mầm gạo, mang lại hương vị thơm và dai. Gạo lứt hạt dài thường ít bông và mềm hơn, còn hạt ngắn thì ít dính hơn. Gạo lứt nấu chín cũng mất thời gian gấp đôi và thời hạn sử dụng ngắn hơn nhiều (vì có dầu trong mầm);

1006 30 – Gạo chưa xay xát kỹ, xay xát toàn bộ, hoặc đã đánh bóng và trắng men hoặc không: Gạo cũng có thể được xay để loại bỏ lớp màng (lớp ngoài cùng của gạo vẫn có trong gạo lứt). Loại gạo này đã được xay chưa kỹ hoặc xay xát toàn bộ (còn được gọi là gạo tẩy trắng). Gạo xay xát kỹ bao gồm gạo nguyên hạt mà lớp màng ngoài đã được loại bỏ hoàn toàn. Gạo xay xát kỹ cũng có thể được đánh bóng và sau đó trắng men để cải thiện hình thức. Quá trình đánh bóng thường được thực hiện trong máy chải hoặc 'nón đánh bóng'. Trắng men bao gồm việc phủ các hạt gạo bằng hỗn hợp glucose và talcum trong các thùng trắng men đặc biệt. Nhóm này cũng bao gồm gạo 'Camolino', bao gồm gạo xay xát và được phủ một lớp dầu. Gạo đồ cũng nằm trong nhóm HS này. Gạo đồ có nghĩa là các hạt gạo, khi vẫn còn trong vỏ trấu và trước khi thực hiện bất kỳ quá trình nào khác (ví dụ như xay xát, v.v.), đã được ngâm trong nước nóng hoặc hấp và sau đó sấy khô. Cấu trúc hạt của gạo đồ chỉ bị thay đổi ở một mức độ nhỏ trong quá trình mà nó đã trải qua và không được xếp vào loại gạo nấu chín. Gạo như vậy, sau khi xay xát, đánh bóng... mất từ 20 đến 35 phút để nấu chín hoàn toàn. Gạo đồ thường có bề ngoài phẳng;

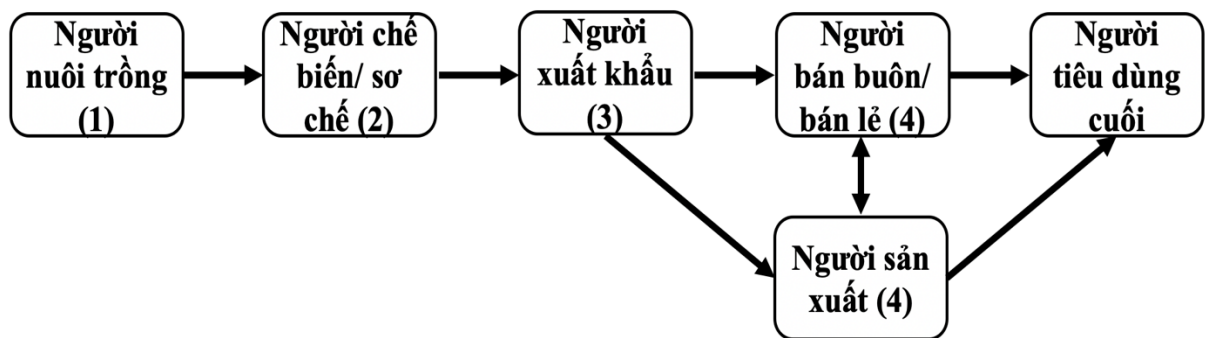
1006 40 – Gạo tấm: Gạo tấm là loại gạo trắng bị hỏng, bị vỡ vụn trong quá trình chế biến. Trong quá trình xay xát, các mảnh hạt có chiều dài không vượt quá 3/4 chiều dài trung bình của cả hạt được tách ra khỏi gạo trắng mà hình dạng vẫn còn nguyên vẹn. Đây được xếp vào loại gạo tấm. Một hạt gạo tấm có kết cấu ít chất xơ và mức dinh dưỡng thấp, trong khi vẫn giữ được năng lượng cao. Gạo tấm chứa nhiều mảnh hạt hơn. Loại gạo này có chất lượng thấp hơn và thường được sử dụng

cho sữa bột trẻ em, ngũ cốc từ gạo, thức ăn cho vật nuôi, rượu gạo và bột gạo, cũng như cho thực phẩm đóng gói hoặc đóng hộp.

Mã HS ngoài 1006: HS1006 chỉ bao gồm gạo chưa nấu chín và chưa chế biến. Điều này có nghĩa là các sản phẩm từ quá trình xay xát gạo bị loại trừ và được phân loại trong chương 11. Nhóm 1006 cũng loại trừ gạo đã được đưa vào xử lý, làm thay đổi đáng kể cấu trúc hạt. Gạo nấu trước bao gồm các loại ngũ cốc đã được nấu chín hoàn toàn hoặc một phần và sau đó rút hết nước được xếp vào nhóm 1904. Gạo nấu trước một phần mất 5 đến 12 phút để chuẩn bị, trong khi gạo nấu chín hoàn toàn chỉ cần ngâm trong nước và đun sôi trước khi dùng. Bông gạo thu được từ quá trình trương nở và sẵn sàng để tiêu thụ cũng được xếp vào nhóm 1904.

2.2.3. Chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế diễn ra mạnh mẽ như hiện nay, thị trường mục tiêu của các doanh nghiệp không chỉ bó hẹp trong thị trường nội địa mà còn được mở rộng ra thị trường quốc tế. Để các doanh nghiệp thương mại có thể cạnh tranh được trên thị trường quốc tế đòi hỏi các doanh nghiệp phải tham gia vào các chuỗi cung ứng hàng hoá.



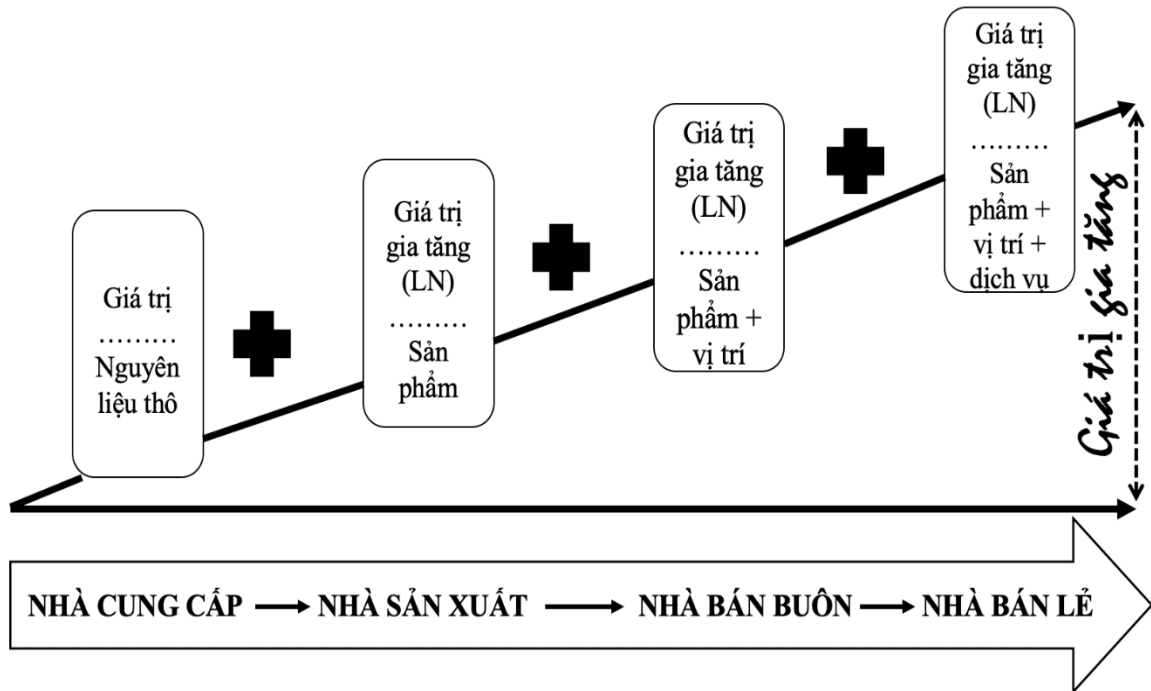
Hình 2.3: Chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu

(Nguồn: An Thị Thanh Nhân, 2020)

Trên quan điểm hiện đại, chuỗi cung ứng được nhìn nhận dựa trên giá trị gia tăng thông qua các giá trị hình thành nên sản phẩm và những giá trị liên quan đến các mối quan hệ kinh doanh trong chuỗi cung ứng. Chuỗi cung ứng dựa trên giá trị coi nhu cầu thị trường là thước đo sự thành công của chuỗi cung ứng. Trong cấu trúc chuỗi cung ứng dựa trên giá trị, thị trường là yếu tố quan trọng nhất nhưng không phải là thành viên trong chuỗi nhưng đây là mục tiêu để hình thành các chuỗi cung ứng, là đối tượng phục vụ chuỗi cung ứng và là cơ sở để các quyết định được đưa ra trong quản trị chuỗi cung ứng. Tất cả những gì mà chuỗi cung ứng thực hiện đều xuất phát từ nhu cầu và mong muốn từ phía thị trường.

Chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu bao gồm các doanh nghiệp, tổ chức, hộ sản xuất-kinh doanh nông sản cùng tham gia và được giao kết với nhau qua đó làm gia tăng giá trị cho nguồn, các dòng chảy đầu vào được chuyển hoá từ nguyên gốc

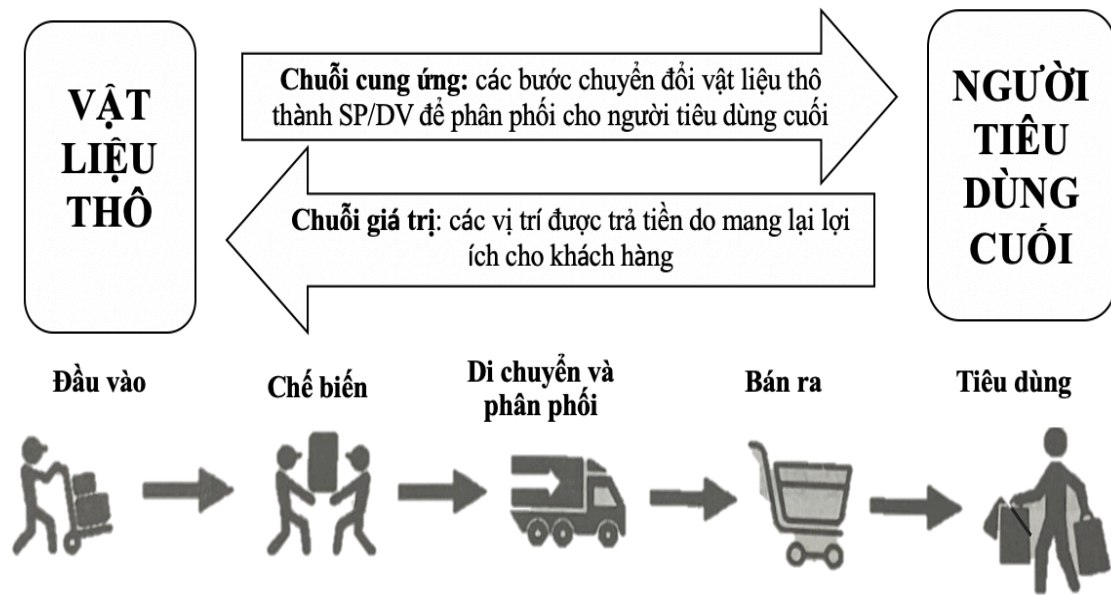
đầu tiên của chúng đến sản phẩm cuối cùng theo yêu cầu của cá nhân, tổ chức tại quốc gia nhập khẩu. Xét theo góc độ chuỗi cung ứng tạo ra, có thể coi chuỗi cung ứng là chuỗi giá trị vì nó cũng được tạo ra từ nhiều công đoạn và công đoạn này đóng góp các phần giá trị tăng thêm để hoàn thiện sản phẩm (An Thị Thanh Nhân và cộng sự, 2021).



Hình 2.4: Minh hoạ về các khâu tạo giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng

(Nguồn: An Thị Thanh Nhân và cộng sự, 2021)

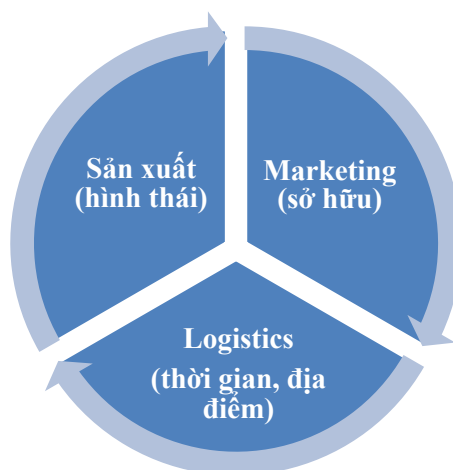
Trong chuỗi cung ứng, giá trị gia tăng được tạo ra bởi các tác nhân của từng khâu trong chuỗi cung ứng, bao gồm giá trị gia tăng nội sinh và giá trị gia tăng ngoại sinh. Giá trị gia tăng nội sinh đi kèm với chi phí, tức là mỗi công đoạn sản xuất, chế biến đòi hỏi những khoản chi phí nhất định thêm vào. Để tối ưu hoá giá trị gia tăng nội sinh, các doanh nghiệp thường chú trọng vào hai yếu tố cơ bản là chi phí và giá bán. Tuy nhiên trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt như hiện nay, việc quản lý chi phí cấu tạo giá thành sẽ được ưu tiên hàng đầu. Bên cạnh đó, trong nền kinh tế thị trường, thị trường chỉ chấp nhận những sản phẩm mang đến cho khách hàng những giá trị gia tăng cao nhất. Vì vậy, giá trị gia tăng của mặt hàng phải được xem xét dưới góc độ xuất phát từ nhu cầu của thị trường và đáp ứng được mong muốn của thị trường, những giá trị gia tăng này được gọi là giá trị gia tăng ngoại sinh. Tính chất của giá trị gia tăng ngoại sinh là hướng ra bên ngoài doanh nghiệp, hướng chủ yếu đến khách hàng. Do vậy, mặt hàng được doanh nghiệp cung ứng trên thị trường (cấp sản phẩm/thị trường) cụ thể phải được thiết kế từ những nhu cầu của khách hàng và được khách hàng lựa chọn.



Hình 2.5: Quan hệ giữa chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị

(Nguồn: Trích từ An Thị Thanh Nhân và cộng sự, 2020)

Khái niệm giá trị gia tăng ra đời và làm mờ đi sự khác biệt giữa chuỗi giá trị và chuỗi cung ứng. Sự thay đổi này cũng tạo ra dạng chuỗi cung ứng mới có nhiều điểm khác biệt so với chuỗi cung ứng bán đầu, gọi là chuỗi cung ứng giá trị. Với định hướng căn bản là tập trung vào sự quan tâm và hài lòng của thị trường/ khách hàng hay nói cách khác là đáp ứng nhu cầu của thị trường. Chuỗi giá trị có được từ sự liên kết các yêu cầu giữa những yêu cầu của thị trường/khách hàng với những gì phải sản xuất. Chuỗi cung ứng tập trung vào giảm chi phí, tạo ra hoạt động tối ưu thì chuỗi giá trị tập trung vào cải tiến, phát triển sản phẩm và hoạt động marketing. Để tối đa hoá giá trị trong môi trường năng động có sự thay đổi nhanh chóng về nhu cầu, thị hiếu cần phải đồng bộ hoá dòng cung ứng và dòng giá trị từ thị trường/khách hàng.



Hình 2.6: Giá trị gia tăng do sản xuất, marketing và logistics đóng góp cho mặt hàng

(Nguồn: John Joseph Coyle, 2006)

Xét ở góc độ thị trường, để mặt hàng nông sản xuất khẩu có được vị thế cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt là thị trường nhập khẩu, sản phẩm phải được cung ứng ra cho thị trường phần giá trị gia tăng từ chuỗi giá trị, như vậy các thông số của mức sản phẩm phải đạt tới ngưỡng mong muốn (từ mức thứ 3 trở lên trong cấu trúc 5 mức của một mặt hàng). Cũng thống nhất với quan điểm trên, theo M.Porter giá trị gia tăng do hoạt động sản xuất tạo ra hình thái hữu dụng của sản phẩm, hoạt động marketing tạo ra lợi ích sở hữu và logistics tạo ra là lợi ích về thời gian và địa điểm cho sản phẩm. Các dịch vụ nằm trong chuỗi dịch vụ logistics như thanh toán, giao hàng, dịch vụ hỗ trợ sản phẩm, dịch vụ khách hàng... cần thiết phải được tối ưu để tạo ra các lợi ích về thời gian, địa điểm thích hợp cho sản phẩm nông sản mà doanh nghiệp cung ứng trên thị trường. Theo đó, lợi ích về địa điểm là phần giá trị cộng thêm vào sản phẩm, giúp sản phẩm có khả năng trao đổi hoặc tiêu thụ đúng vị trí. Lợi ích về thời gian là phần giá trị được sáng tạo ra để sản phẩm có mặt đúng thời điểm và đáp ứng khoảng thời gian cung ứng mà khách hàng mong đợi. Nhờ các dịch vụ trong chuỗi logistics tạo ra những lợi ích về thời gian, địa điểm mà sản phẩm có thể đến đúng vị trí cần thiết và vào thời điểm thích hợp. Phần giá trị cộng thêm vào sản phẩm mang lại lợi ích cho cả khách hàng và cho cả doanh nghiệp.

Các dịch vụ logistics nói trên giúp nâng cao giá trị cho sản phẩm, hàng hoá, gia tăng sự hài lòng của khách hàng khiến thị trường chấp nhận tiêu dùng các mặt hàng, sản phẩm đó. Đặc biệt, trong xu thế toàn cầu hoá như hiện nay khi mà thị trường tiêu thụ và nguồn cung ứng có sự khác biệt về mặt địa lý thì các lợi ích về thời gian và địa điểm do logistics đem lại ngày càng lớn do yêu cầu kết nối cung cầu và tiêu dùng sản phẩm trong chuỗi cung ứng toàn cầu (An Thị Thanh Nhân và các cộng sự, 2018). Thông qua việc cung ứng sản phẩm, logistics sẽ mang tới cho khách hàng các lợi ích: đúng khách hàng, đúng sản phẩm, đúng số lượng, đúng điều kiện, đúng địa điểm, đúng thời gian và đúng chi phí.

Tóm lại, để mặt hàng nông sản của quốc gia xuất khẩu có mặt tại thị trường của quốc gia nhập khẩu thì cần có hai điều kiện, cụ thể như sau:

+ *Thứ nhất là điều kiện cần*, mặt hàng nông sản đó phải được quốc gia nhập khẩu chấp nhận cho phép nhập khẩu vào thị trường của họ. Xét trong xu thế tự do hoá thương mại và nỗ lực của các quốc gia trong việc đàm phán, ký kết và đi đến thực thi các hiệp định thương mại tự do như hiện nay, các mặt hàng nông sản đã có được những cơ hội thuận lợi, lợi thế do việc cắt giảm hoặc xoá bỏ hàng rào thuế quan và phi thuế quan để xâm nhập vào thị trường của quốc gia nhập khẩu, tuy nhiên nếu chỉ có như vậy thì chưa đủ và cần phải xem xét đến điều kiện đủ.

+ *Thứ hai là điều kiện đủ*, mặc dù mặt hàng nông sản đó đã có những lợi thế tuy nhiên làm thế nào để khai thác được những cơ hội, lợi thế đó do hiệp định thương mại tự do mang lại là vấn đề cần phải được xem xét. Lý thuyết về mặt hàng và lý thuyết về chuỗi cung ứng đã chỉ ra rằng, mặt hàng đó phải thoả mãn yêu cầu cụ thể và các đòi hỏi từ phía thị trường, qua đó mặt hàng không những chỉ đáp ứng mức cơ

bản (mức 1 và mức 2) mà phải được hoàn thiện ở những mức độ cao hơn (mức 3, mức 4 và mức 5). Vì vậy, mặt hàng không những chỉ đáp ứng các tiêu chuẩn về chất lượng theo quy định của quốc gia nhập khẩu mà còn phải đáp ứng các yêu cầu khác như: yếu tố thân thiện môi trường, vấn đề bao gói, thương hiệu, các dịch vụ khách hàng....

2.3. Nội hàm tác động của hiệp định thương mại tự do đến mặt hàng xuất khẩu của quốc gia

2.3.1. Nội dung tác động của hiệp định thương mại

- *Gia tăng khối lượng và kim ngạch xuất khẩu*: quá trình tham gia hiệp định thương mại tự do sẽ giúp các quốc gia có liên quan trong hiệp định phải thực hiện các cam kết trong đó loại bỏ các cản trở đối với thương mại, xoá bỏ mọi rào cản đối với thương mại. Từ đó, thúc đẩy hoạt động xuất khẩu hàng hoá, làm gia tăng khối lượng và kim ngạch xuất khẩu (Bộ Công Thương, 2020b).

- *Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo nhóm hàng, mặt hàng*: dưới tác động của các hiệp định thương mại tự do, thông qua thực thi các cam kết song phương và đa phương thì các quốc gia đều hướng tới gia tăng lợi ích và hiệu quả xuất khẩu, trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh. Nhờ vậy, cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo nhóm hàng, mặt hàng sẽ có những chuyển biến tích cực. (Bộ Công Thương, 2020b).

+ Cơ cấu xuất khẩu hàng hoá phân loại theo danh mục tiêu chuẩn ngoại thương, tăng tỷ trọng hàng chế biến hoặc đã tinh chế trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu, giảm dần tỷ trọng hàng thô hoặc hàng mới sơ chế.

+ Cơ cấu xuất khẩu hàng hoá phân loại theo hàm lượng chế biến của sản phẩm, đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng chế biến có giá trị gia tăng cao, đa dạng hoá mặt hàng xuất khẩu. Tăng cường nhập khẩu máy móc thiết bị, dây chuyền công nghệ hiện đại để nâng cao năng lực sản xuất trong nước nhằm dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá.

- *Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo thị trường, đối tác*: dưới tác động của các hiệp định thương mại tự do, cơ cấu xuất khẩu hàng hoá được chuyển dịch, cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo thị trường, đối tác được mở rộng, tăng tỷ trọng của thị trường các nước phát triển, các thị trường cao cấp, thị trường công nghệ nguồn trong tổng kim ngạch, giảm tỷ trọng thị trường các nước đang phát triển, thị trường công nghệ trung gian. Cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo thị trường, đối tác được mở rộng từ đó cơ cấu lại theo hướng cân bằng, giảm thiểu phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống, góp phần đa dạng hoá thị trường xuất khẩu. (Bộ Công Thương, 2020b).

2.3.2. *Cách thức tác động của hiệp định thương mại tự do*

2.3.2.1. *Tác động thương mại*

Khi ký các FTA, các thành viên sẽ được hưởng ưu đãi, trong đó có việc cắt giảm hoặc xóa bỏ các hàng rào thuế quan. Với việc này, xuất hiện tình trạng có hàng hóa thông qua nhập khẩu sẽ rẻ hơn so với hàng hóa sản xuất trong nước do có chi phí sản xuất cao hơn.

- Tạo lập thương mại

Tạo lập thương mại là việc thay thế hàng sản xuất trong nước có chi phí cao của một nước thành viên bằng hàng nhập khẩu rẻ hơn từ một nước thành viên khác do kết quả của tự do hóa thương mại trong khối do việc cắt giảm, dỡ bỏ hàng rào thuế quan khiến giá hàng hoá nhập khẩu thấp hơn chi phí cho việc sản xuất sản phẩm hàng đó ở trong nước. Tác động tạo lập thương mại sẽ thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu sản xuất và cơ cấu thương mại nói chung, cơ cấu xuất nhập khẩu hàng hoá theo nhóm hàng, mặt hàng nói riêng do điều chỉnh cơ cấu sản xuất, cắt giảm các ngành ít hiệu quả, sử dụng nhiều tài nguyên sang tăng cường đầu tư vào các ngành công nghiệp dựa trên lợi thế so sánh. Tác động tạo lập thương mại được đặt ở một vị trí quan trọng bởi nó tạo ra cái mới trong quan hệ thương mại của một nước thành viên khi thực hiện tự do hoá thương mại. Tự do hoá thương mại càng mạnh mẽ, biểu hiện thông qua thuế suất nhiều hàng hoá được giảm sâu thì tác động tạo lập thương mại càng mạnh. Chính vì vậy, tác động động của tạo lập thương mại sẽ làm chuyển dịch cơ cấu xuất nhập khẩu theo ngành hàng, mặt hàng theo hướng tích cực.

+ Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo ngành hàng, mặt hàng.

Hiệp định thương mại tự do sẽ làm chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo hướng tăng tỷ trọng hàng chế biến hoặc đã tinh chế trong tổng kim ngạch xuất khẩu, các mặt hàng có giá trị gia tăng cao và ngược lại sẽ giảm tỷ trọng các mặt hàng thô hoặc mới sơ chế (Bộ Công Thương, 2020b).

Mức độ tự do hoá thương mại càng cao, càng sâu rộng thì tác động đến chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo ngành hàng, mặt hàng càng mạnh, mức độ chuyển dịch càng nhanh và chất lượng chuyển dịch ngày càng được nâng cao. Ở chiều ngược lại, mức độ tự do hoá thấp, không sâu rộng thì tác động tới chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo mặt hàng, ngành hàng càng chậm, mức độ chuyển dịch chậm và chất lượng chuyển dịch chậm.

- Chuyển hướng thương mại

Chuyển hướng thương mại diễn ra khi hàng nhập khẩu từ một nước không phải thành viên trong liên minh thuế quan (nhưng sản xuất hiệu quả hơn) bị thay thế bởi hàng nhập khẩu có giá thành cao hơn từ một nước thành viên do tác động của các ưu đãi trong nội bộ khối. Tác động của chuyển hướng thương mại không tạo ra cái mới trong quan hệ thương mại của một nước mà chỉ thay đổi đối tác thương mại của quốc gia đó. Chính vì vậy, tác động của chuyển hướng thương mại làm chuyển

dịch cơ cấu xuất nhập khẩu hàng hoá theo thị trường, đối tác (Nguyễn Văn Lịch và cộng sự, 2020).

+ *Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo thị trường, đối tác*

Hiệp định thương mại tự do làm chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo hướng tăng tỷ trọng khu vực thị trường do được hưởng các ưu đãi về thuế quan và tiếp cận thị trường trong tổng kim ngạch xuất khẩu, giảm tỷ trọng khu vực thị trường không nằm trong khuôn khổ của hiệp định do không được hưởng các ưu đãi về thuế quan và tiếp cận thị trường (Bộ Công Thương, 2020b).

Khi tham gia các hiệp định, mức độ tự do hoá thương mại càng cao và càng sâu rộng thì tác động tới chuyển dịch cơ cấu xuất nhập khẩu hàng hoá theo thị trường càng mạnh, mức độ chuyển dịch càng nhanh. Ngược lại, mức độ tự do hoá thương mại càng thấp, không sâu rộng thì tác động tới chuyển dịch cơ cấu xuất nhập khẩu hàng hoá theo thị trường càng chậm, mức độ chuyển dịch chậm.

+ *Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hoá theo khu vực kinh tế*

Tăng tỷ trọng khu vực kinh tế trong nước trong tổng kim ngạch xuất khẩu; Giảm tỷ trọng khu vực có vốn đầu tư nước ngoài. Mức độ tăng tỷ trọng của khu vực kinh tế trong nước trong tổng kim ngạch xuất khẩu hoặc giảm tỷ trọng khu vực có vốn đầu tư nước ngoài còn phụ thuộc vào mức độ cam kết của các hiệp định. Mức độ cam kết (cắt giảm thuế sâu hoặc dỡ bỏ hàng rào thuế quan và có các ưu đãi về tiếp cận thị trường) càng cao, càng sâu rộng thì tác động tới chuyển dịch cơ cấu xuất nhập khẩu hàng hoá theo khu vực kinh tế càng mạnh, mức độ chuyển dịch càng nhanh. Ngược lại, mức độ cam kết thấp, không sâu rộng thì tác động tới chuyển dịch cơ cấu xuất nhập khẩu hàng hoá theo khu vực kinh tế càng chậm, mức độ chuyển dịch chậm.

2.3.2.2. Tác động thúc đẩy

Tác động thúc đẩy được thể hiện ở những tác động đối với các hàng rào phía sau biên giới, nghĩa là các tác động hướng đến thể chế, cơ chế chính sách hay hệ thống pháp lý. Các tác động thúc đẩy chủ yếu nhất của FTA gồm: Tăng năng suất trên cơ sở khai thác tính kinh tế của quy mô; cạnh tranh, chuyên môn hóa sản xuất và tính hiệu quả; thúc đẩy đầu tư; thúc đẩy tăng trưởng, tạo việc làm và phát triển bền vững; tạo ra cơ hội hài hòa hóa các chính sách kinh tế vĩ mô; tạo sức ép cải cách, hoàn thiện hệ thống pháp lý. Cụ thể, tác động thúc đẩy của FTA thể hiện ở 3 khía cạnh: thay đổi thể chế, hệ thống pháp luật; mở rộng thị trường; thúc đẩy cạnh tranh (Trần Thị Trang và cộng sự, 2019).

- *Tác động đến việc thay đổi thể chế, hệ thống pháp luật trong quản lý hàng hoá xuất nhập khẩu*

Hiệp định thương mại tự do còn tác động đến việc thay đổi thể chế, hệ thống pháp luật trong quản lý hàng hoá xuất nhập khẩu, đặc biệt tác động tới chính sách và cách điều hành hoạt động xuất nhập khẩu từ nhận thức, cách làm và phương thức điều hành. Ngoài ra, hiệp định thương mại tự do còn có tác động tới việc hướng dẫn

doanh nghiệp cách thức để không vấp phải những rào cản thương mại cũng như đòi hỏi về mặt tư duy, cách thức xây dựng hệ thống phân phối từ thị trường nội địa đến thị trường nước ngoài (Nguyễn Đình Cung và cộng sự, 2017).

- Tạo ra cơ hội cho việc mở rộng và đa dạng hoá thị trường xuất khẩu.

Khi hiệp định được thực thi, các hàng rào thuế quan cũng như được hưởng lợi từ các ưu đãi trong tiếp cận thị trường là cơ hội giúp các nhà sản xuất, các nhà xuất khẩu có nhiều thuận lợi để gia nhập thị trường. Mở rộng thị trường đồng nghĩa với việc các doanh nghiệp sẽ có nhiều hơn cơ hội để mở rộng sản xuất và gia tăng lợi nhuận. Mở rộng thị trường khiến cho nhu cầu và tính đa dạng thị trường tăng lên, mở ra các cơ hội với nhà sản xuất theo phương thức xây dựng và phát triển các doanh nghiệp, đồng thời xét từ góc độ quản lý nhà nước, các quốc gia cũng phải xây dựng và hoàn thiện cơ chế chính sách nhằm tạo điều kiện cho sự phát triển các doanh nghiệp.

- Thúc đẩy cạnh tranh và tạo áp lực khiến các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh của mình, đặc biệt là các doanh nghiệp nội địa.

Đi liền với mở rộng thị trường là sự gia tăng cạnh tranh trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ. Cạnh tranh được coi là động lực phát triển và đó cũng là tác động lớn nhất của FTA. Tham gia FTA đồng nghĩa với việc các doanh nghiệp trong các quốc gia thành viên không còn nhận được sự bảo hộ từ các công cụ chính sách thương mại của Nhà nước, không còn khái niệm “sân nhà”. Thách thức đối với họ chính là áp lực cạnh tranh với hàng hóa giá rẻ, dịch vụ chất lượng tốt từ các nước thành viên FTA trên chính thị trường nội địa. Các doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt hơn từ hàng nhập khẩu được hưởng các ưu đãi về thuế. Điều này tạo sức ép buộc để các doanh nghiệp sản xuất phải tự vươn lên, nâng cao năng lực nội tại để thoát ra khỏi tình trạng trì trệ, coi đây là cơ hội để tái cấu trúc hoạt động, đổi mới hoạt động sản xuất - kinh doanh, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, đổi mới công nghệ và hạ giá thành sản phẩm tạo ra các sản phẩm có chất lượng và giá thành cạnh tranh. Từ đó, nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, sản phẩm xuất khẩu và nâng cao vai trò, vị thế của các doanh nghiệp trong nước. Đồng thời, ngoài việc tận dụng mọi cơ hội để liên kết, xuất khẩu sang các thị trường thành viên, các doanh nghiệp trong nước cần tận dụng những lợi thế sẵn có đối với thị trường trong nước về thói quen tiêu dùng, thị hiếu, tập quán, phong tục... để không chỉ chú trọng vào xuất khẩu mà còn cần có các giải pháp cạnh tranh để giữ và giành lại thị trường trong nước từ các đối thủ nước ngoài (Bộ Công Thương, 2020b).

2.3.3. Phương pháp đánh giá tác động

Về lý thuyết, có thể sử dụng một số phương pháp chính để đánh giá tác động của một hiệp định thương mại tự do đến hàng nông sản xuất khẩu của một quốc gia. Trong đó, phân thành các nhóm phương pháp chính như sau:

2.3.3.1. Phương pháp định tính

Tổng hợp, phân tích, so sánh số liệu thu thập được về kim ngạch, mặt hàng (cơ cấu, số lượng, giá cả) và thị trường xuất khẩu ở thời điểm/ giai đoạn trước và sau khi hiệp định thương mại tự do có hiệu lực. Từ đó, có thể để đưa ra nhận định về tác động của Hiệp định.

Về chuyển dịch cơ cấu mặt hàng, có thể được đo lường qua 4 thông số cấu trúc sau: chiều rộng (biểu thị số lượng các nhóm mặt hàng khác nhau); chiều sâu (tổng số loại và phương án mặt hàng cùng thỏa mãn một nhu cầu); chiều dài (tổng số tên hàng trong tổng của tổng danh mục sản phẩm); độ bền tương hợp (biểu thị độ tương quan chặt chẽ và tương quan tỉ lệ liên kết giữa các nhóm mặt hàng).

Đối với hàng NSXK, tác động của hiệp định thương mại tự do còn có thể đáng giá qua việc thống kê, phân tích và nhận định về những thay đổi trong thể chế, chính sách của nhà nước, số lượng và chất lượng chính sách ban hành; về sự thay đổi trong quy mô kinh doanh, cách thức kinh doanh của doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nông sản.

Sử dụng phương pháp SWOT hoặc TOWS để phân tích điểm mạnh, điểm yếu và đánh giá cơ hội, thách thức từ tác động của Hiệp định đến hàng nông sản xuất khẩu. Trong đó, điểm mạnh và điểm yếu là yếu tố nội tại và cơ hội, thách thức là yếu tố bên ngoài.

Sử dụng mô hình PEST để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến tác động của Hiệp định đối với hàng nông sản xuất khẩu. PEST gồm 4 yếu tố: chính trị; kinh tế; xã hội và công nghệ. Phân tích PEST giúp xác định tác động của các yếu tố này trong dài hạn, đánh giá thị trường trong hiện tại và tương lai.

+ Yếu tố chính trị bao gồm các quy định của chính phủ và các yếu tố pháp lý được đánh giá về khả năng ảnh hưởng đến môi trường kinh doanh và thị trường thương mại. Các vấn đề chính được giải quyết trong phần này bao gồm ổn định chính trị, hướng dẫn thuế, quy định thương mại, quy định an toàn và luật việc làm.

+ Yếu tố kinh tế bao gồm các yếu tố như các loại thuế, lạm phát, lãi suất, tăng trưởng kinh tế, tỷ lệ thất nghiệp và các chính sách, và chu kỳ kinh doanh theo sau trong nước.

+ Yếu tố xã hội bao gồm các yếu tố như nhân khẩu học, giới hạn văn hóa, thái độ lối sống và trình độ học vấn; tiền bạc, dịch vụ khách hàng, nhập khẩu, tôn giáo, những điều cấm kỵ trong văn hóa, sức khỏe, công việc, giải trí, môi trường; gia tăng dân số và nhân khẩu học, nhập cư / di cư, quy mô / cấu trúc gia đình, xu hướng lối sống... Với những điều này, doanh nghiệp có thể hiểu nhu cầu của người tiêu dùng được hình thành như thế nào và điều gì đưa họ đến thị trường để mua hàng.

+ Yếu tố công nghệ bao gồm tiến bộ công nghệ, vòng đời của công nghệ, vai trò của Internet và chỉ tiêu cho nghiên cứu công nghệ của chính phủ.

- Phân tích tác động bằng các chỉ số:

+ Chỉ số lợi thế so sánh hiện hữu: theo lý thuyết thương mại quốc tế, Heckscher - Ohlin (1933) cho rằng lợi ích từ thương mại đến từ quá trình chuyên môn hóa ở các quốc gia có lợi thế so sánh, tức là cần đo lường các nhân tố đầu vào mà nước đó sở hữu. Để giải quyết bài toán này, Balassa (1965) đã dựa vào lập luận của lý thuyết lợi thế so sánh và đưa ra chỉ số lợi thế so sánh hiện hữu (RCA). Lợi thế so sánh của một nước được thể hiện qua cơ cấu xuất khẩu sản phẩm của nước đó và dựa trên tỷ trọng hàng hóa xuất khẩu của một sản phẩm nào đó trong tổng cơ cấu xuất khẩu của một nước và tỷ trọng trong cơ cấu xuất khẩu của thế giới (Ferto và Hubbard, 2003; Havrila và Gunawardana, 2003).

Công thức tính chỉ số so sánh biểu hiện (RCA) như sau:

$$(RCA)_{cg} = \frac{\left[\begin{array}{c} X_{cg} \\ X_c \end{array} \right]}{\left[\begin{array}{c} X_{wg} \\ X_w \end{array} \right]}$$

Trong đó: X_{cg} là xuất khẩu của hàng hóa g từ nước c , X_c là tổng xuất khẩu của nước c , X_{wg} là xuất khẩu hàng hóa g của thế giới và X_w là tổng xuất khẩu của thế giới

Một quốc gia có lợi thế so sánh biểu hiện (RCA) nếu giá trị của chỉ số lớn hơn 1 và ngược lại. Sự khác biệt giữa chỉ số RCA của hai quốc gia càng lớn trong khối thương mại thì hai quốc gia sẽ càng là đối tác phù hợp và có tiềm năng trong khối. Từ kết quả tính toán chỉ số RCA các quốc gia sẽ đưa ra chính sách phù hợp để chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng có lợi thế trên cơ sở các ưu đãi của FTA.

+ Chỉ số định hướng khu vực: cho biết xuất khẩu một quốc gia được định hướng theo một khu vực cụ thể hơn là đi đến khác. Hàng hóa của một quốc gia thường tập trung tiêu thụ ở một hay một số khu vực thị trường nhất định (Yamazawa, 1970; Yeats, 1998). Chỉ số định hướng khu vực (RO) sẽ đo lường được tầm quan trọng của xuất khẩu nội vùng so với xuất khẩu ngoài vùng từ đó xác định lợi thế so sánh ở từng thị trường cụ thể.

$$R_{okij} = \frac{X_{cgr}/X_{cr}}{X_{cg-r}/X_{c-r}}$$

Trong đó: X_{cgr} là kim ngạch xuất khẩu sản phẩm g của nước c đến khu vực r , X_{cr} là tổng kim ngạch xuất khẩu của nước c tới khu vực r , X_{cg-r} là kim ngạch xuất khẩu sản phẩm g của nước c đến các nước ngoài khu vực, X_{c-r} là tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa g tới các quốc gia bên ngoài khu vực r . Nếu $RO > 1$ thì thương

mại trong nội khối cao hơn bên ngoài, $RO < 1$ thì thương mại nội khối thấp hơn bên ngoài.

+ Chỉ số cường độ thương mại (TII) phản ánh mức độ phụ thuộc và trao đổi thương mại giữa 2 nước. Cường độ thương mại chỉ ra mức độ trao đổi giữa 2 quốc gia lớn hơn hay nhỏ hơn mức kỳ vọng tương ứng trong quan hệ thương mại quốc tế (Chandran, 2010). Theo Kojima (1964), cường độ thương mại bao gồm hai chỉ số là cường độ xuất khẩu (XII) và cường độ nhập khẩu (MII), được xác định bằng công thức dưới đây:

* Cường độ xuất khẩu (XII):

Trong đó: XII_{ij} là cường độ xuất khẩu; X_{ij} và X_{it} là kim ngạch xuất khẩu của nước i đến nước j và tổng kim ngạch xuất khẩu của nước i ; M_i và M_j là tổng kim ngạch nhập khẩu của nước i và j từ thế giới; M_w là tổng kim ngạch nhập khẩu của thế giới.

Chỉ số XII phản ánh mức độ trao đổi thương mại của hai quốc gia hoặc của một nhóm quốc gia khác. Nếu $XII_{ij} > 1$, thì quốc gia j là thị trường xuất khẩu quan trọng của quốc gia i và ngược lại (Bandara và Smith, 2002). Nếu XII_{ij} càng gần 0, thể hiện mối quan hệ thương mại của hai quốc gia càng thấp. Những ngành có cường độ xuất khẩu cao sẽ có thể xảy ra tạo lập thương mại so với các ngành có cường độ xuất khẩu thấp (Evan và cộng sự, 2006).

* Cường độ nhập khẩu (MII):

Trong đó: MI_{ij} là cường độ nhập khẩu; M_{ij} và M_{it} là kim ngạch nhập khẩu của nước i từ nước j và tổng kim ngạch nhập khẩu của nước i ; X_i và X_j là tổng kim ngạch xuất khẩu của nước i và j ra thế giới; X_w là tổng kim ngạch xuất khẩu của thế giới.

Chỉ số MII phản ánh mức độ quan hệ nhập khẩu của một quốc gia với một quốc gia hoặc một nhóm quốc gia khác. Nếu $MI_{ij} > 1$, thì nước j là thị trường nhập khẩu quan trọng của nước i và ngược lại. MI_{ij} tăng lên sẽ cho biết mức độ quan trọng của nước j đối với nước i trong hoạt động nhập khẩu và ngược lại. Các ngành có chỉ số MII cao có thể dẫn đến tạo lập thương mại hơn các ngành có MII thấp hơn. Những ngành có MII thấp vẫn có thể dẫn đến gia tăng kim ngạch nhập khẩu trong tương lai, nhưng khả năng dẫn đến chuyển hướng thương mại là cao hơn.

* Cường độ thương mại (TII):

Trong đó: TII_{ij} là cường độ thương mại; T_{ij} là kim ngạch xuất - nhập khẩu của nước i với nước j ; T_{iw} là kim ngạch xuất - nhập khẩu của nước i ; T_{jw} là kim ngạch xuất - nhập khẩu của nước j ; T_{ww} là kim ngạch thương mại toàn cầu.

Nếu $TII_{ij} > 1$, chứng tỏ nước j là đối tác thương mại quan trọng của nước i . TII tăng lên phản ánh vai trò của nước j đối với nước i tăng lên trong hoạt động thương mại quốc tế và ngược lại (Bandara và Smith, 2002).

Các chỉ số, như: lợi thế so sánh, định hướng khu vực và cường độ thương mại có thể đánh giá mức độ trao đổi thương mại trước và sau khi ký kết FTA, cũng như dự đoán xu hướng và tiềm năng quan hệ thương mại giữa các thành viên tham gia FTA. Các chỉ số này cần sử dụng một cách linh hoạt để đưa ra nhận xét về tác động của các FTA đến thương mại giữa các quốc gia.

- Đánh giá bằng phương pháp định tính

Thông qua phân tích, so sánh số liệu thu thập được về kim ngạch, mặt hàng (cơ cấu, số lượng, giá cả) và thị trường nhập khẩu trước và sau khi hiệp định có hiệu lực để đưa ra nhận định về tác động của hiệp định.

Đồng thời, đối với mặt hàng nông sản xuất khẩu, thông kê và đánh giá về những thay đổi trong thể chế, chính sách của nhà nước, số lượng và chất lượng chính sách ban hành, về sự thay đổi trong cách thức kinh doanh của doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu.

2.3.3.2. Phương pháp định lượng

Mô hình SMART là một công cụ để mô phỏng các tình huống thay đổi thuế quan giữa các nước tận dụng cơ sở dữ liệu thương mại, thuế quan của Hệ thống phân tích thông tin thương mại (TRAINS) của UNCTAD, được World Bank công bố và cho phép sử dụng rộng rãi kể từ năm 2005 nhằm giúp các nhà nghiên cứu và nhà hoạch định chính sách có thêm công cụ phân tích và đánh giá tác động của thuế quan lên thương mại một cách dễ dàng.

Một số giả định của mô hình SMART (Jammes và Olarreaga, 2005) là:

- + Không có hiệu ứng thu nhập do cân bằng một phần (Partial Equilibrium)
- + SMART dựa trên giả định của Armington để lập mô hình hành vi của người tiêu dùng. Đặc biệt, cách tiếp cận mô hình được áp dụng dựa trên giả định về sự thay thế không hoàn hảo giữa các nguồn nhập khẩu khác nhau.

Theo Bitan Mondal, Smita Sirohi và Vishal Thorat (2012); Dina và cộng sự (2014) đều cho rằng SMART là mô hình thích hợp nhất trong phân tích dự báo tác động của các cải cách thương mại khi không có mặt hàng thay thế hoàn hảo, FTA được thi hành sẽ tạo nên hiệu quả thương mại cho các nước thành viên, đặc biệt là tác động tạo lập thương mại và chuyển hướng thương mại. Ngoài ra, các FTA còn ảnh hưởng đến doanh thu và phúc lợi của các quốc gia tham gia hiệp định. Hạn chế chung của các nghiên cứu này là chỉ mới phân tích tác động của FTA ở mức độ đơn ngành, thiếu xem xét đến sự tác động qua lại giữa các ngành với nhau.

- Mô hình trọng lực hấp dẫn

Xuất khẩu từ một quốc gia này tới một quốc gia khác tương quan tỷ lệ thuận với quy mô kinh tế (đo lường bằng GNP hoặc GDP) của quốc gia nhập khẩu i và quốc gia xuất khẩu j nhưng lại tương quan tỷ lệ nghịch với khoảng cách địa lý giữa các quốc gia.

Mô hình trọng lực cơ bản cho thương mại giữa hai quốc gia (i và j) là hàm số của quy mô kinh tế và khoảng cách địa lý giữa hai quốc gia và được diễn giải như sau:

$$X_{ij} = G^* \frac{M_i M_j}{D_{ij}}$$

Trong đó X_{ij} dòng thương mại giữa hai quốc gia (lực hấp dẫn), M là quy mô của nền kinh tế (đo lường bằng GDP hoặc GNP) của mỗi quốc gia, D là khoảng cách giữa hai quốc gia, G là hằng số.

2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động của hiệp định thương mại tự do tới hàng nông sản xuất khẩu của một quốc gia

2.4.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động thương mại của hiệp định thương mại tự do tới hàng nông sản xuất khẩu của một quốc gia

Thứ nhất, phạm vi, mức độ và hình thức liên kết của quốc gia đó với các FTA. Số lượng các quốc gia thành viên trong FTA càng nhiều thì FTA đó càng có khả năng tạo thị trường với quy mô lớn, làm giảm chệch hướng thương mại, tăng tác động tạo lập thương mại. Tuy nhiên, càng có nhiều thành viên, sự khác biệt giữa các quốc gia càng lớn, việc làm cho hài hòa hóa các chính sách sẽ trở nên khó khăn hơn. Do vậy, các quốc gia trong đàm phán FTA cần có những định hướng trong cơ chế, chính sách phát triển (Đình Văn Sơn, 2020).

Thứ hai, lợi thế so sánh và cơ cấu thương mại. Lợi thế so sánh của các nước thành viên trong FTA càng lớn thì cơ hội mở rộng thương mại giữa các nước và phúc lợi xã hội sẽ gia tăng tương ứng sau khi FTA được hình thành. Cơ cấu thương mại giữa các nước càng bổ sung lẫn nhau thì FTA có khả năng thúc đẩy gia tăng thương mại giữa các bên càng cao, tăng tạo lập thương mại.

2.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động thúc đẩy của hiệp định thương mại tự do tới hàng nông sản xuất khẩu của một quốc gia

Thứ nhất, mối quan hệ kinh tế, thương mại giữa các nước thành viên trong FTA. Một FTA giữa các nước có trình độ chênh lệch nhau dẫn đến khả năng lợi ích tiềm tàng không lớn bằng giữa các nước có trình độ tương tự nhau. Mối quan hệ kinh tế và thương mại giữa của các quốc gia trước khi đàm phán và hình thành FTA càng chặt chẽ thì lợi ích trong tương lai của FTA càng lớn (Đỗ Thị Hoà Nhã, 2017).

Thứ hai, chính sách thương mại của các nước trong FTA. Các hàng rào thương mại giữa các nước thành viên vào thời điểm đàm phán FTA càng cao và càng nhiều thì khả năng FTA làm gia tăng thương mại giữa các nước thành viên trong tương lai càng lớn, tuy nhiên có xu hướng dẫn đến chệch hướng thương mại. Một FTA có thể mang lại lợi ích khi nó có thể cắt giảm hoặc hài hòa hóa các rào cản phi thuế quan, đưa ra được các quy định về phạm vi sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại cũng như yêu cầu các quốc gia thành viên minh bạch hóa các biện pháp phòng vệ thương mại. Các tác động của FTA đối với các quốc gia thành viên còn tùy thuộc

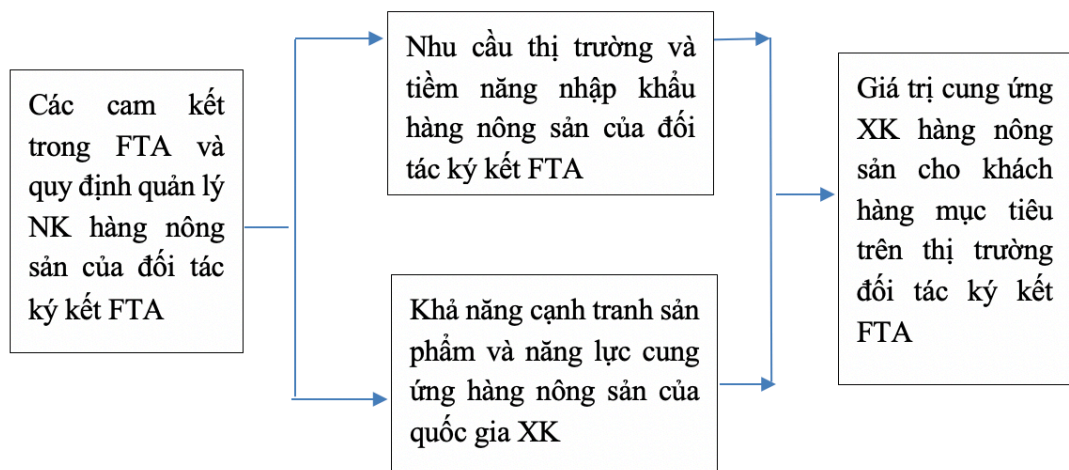
vào điều kiện cụ thể mỗi quốc gia. Tuy nhiên, những tác động đó sẽ làm cho quá trình tự do hóa thương mại được tăng cường, thúc đẩy thương mại hàng hóa và các lĩnh vực liên quan tạo điều kiện cho tiến trình đàm phán tự do hóa thương mại đa phương.

Thứ ba, với xuất khẩu nông sản, các tác động của FTA chịu ảnh hưởng từ các yếu tố:

- Bản chất của Hiệp định và các cam kết đối với xuất nhập khẩu nông sản giữa hai quốc gia/ đối tác được quy định trong hiệp định.

Bản chất của một hiệp định là song phương, đa phương, hay khu vực, là FTA truyền thống hay “thế hệ mới” sẽ có ảnh hưởng đến chiều cạnh, phương thức và mức độ tác động của hiệp định đó đến NSXK của quốc gia (Vũ Thanh Hương, 2020).

Cam kết trong FTA và các quy định trong quản lý nhập khẩu nông sản của quốc gia đối tác ký kết FTA. Đây là các tác nhân tạo môi trường và điều kiện để các sản phẩm rau quả xâm nhập thị trường như các cam kết và quy định về thuế; các rào cản kỹ thuật môi trường, các biện pháp kiểm dịch, vệ sinh an toàn thực phẩm; chỉ dẫn định lý và sở hữu trí tuệ,...



Hình 2.7: Mô hình nhân tố ảnh hưởng đến tác động của FTA với XK nông sản của quốc gia xuất khẩu sang thị trường đối tác ký kết FTA

(Nguồn: Nghiên cứu sinh đề xuất)

- Nhu cầu thị trường và tiềm năng nhập khẩu nông sản của đối tác ký kết FTA. Các tác nhân như mức tăng nhu cầu về số lượng (khối lượng và giá trị tiêu thụ) và đòi hỏi cao về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm; khả năng cung ứng trong nội địa/ nội khối của đối tác ký kết FTA, những đòi hỏi về cơ cấu, chất lượng, giá trị cung ứng dịch vụ xuất khẩu và mức độ cạnh tranh của thị trường nông sản đối tác ký kết FTA,... là những tác nhân tác động trực tiếp đến xuất khẩu rau quả của các nước xuất khẩu.

- Khả năng cạnh tranh sản phẩm và năng lực cung ứng xuất khẩu hàng nông sản của quốc gia xuất khẩu, gồm các yếu tố về chính phủ (chiến lược, quy hoạch, chính sách phát luật liên quan đến nông sản xuất khẩu); doanh nghiệp sản xuất và doanh nghiệp xuất khẩu nông sản (về số lượng và quy mô doanh nghiệp); điều kiện nuôi trồng và khả năng chế biến nông sản xuất khẩu. Đây là các tác nhân thể hiện năng lực tích hợp các nguồn lực và giải pháp khai thác các lợi thế trong sản xuất - chế biến và các điều kiện trong cung ứng xuất khẩu hàng nông sản để nâng cao khả năng cạnh tranh, vị thế của sản phẩm và tối đa hóa giá trị cung ứng xuất khẩu nhóm hàng nông sản của quốc gia xuất khẩu trên thị trường đối tác ký kết FTA.

CHƯƠNG 3

THỰC TRẠNG TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM - EU ĐẾN HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

3.1. Tổng quan về quan hệ thương mại Việt Nam – EU và hiệp định thương mại tự do EVFTA

3.1.1. Quan hệ thương mại Việt Nam – EU

3.1.1.1. Giới thiệu về Liên minh châu Âu

EU là viết tắt của từ European Union có nghĩa là Liên minh Châu Âu, là liên minh kinh tế – chính trị bao gồm 28 quốc gia thành viên thuộc châu Âu (hiện nay là 27 quốc gia do Vương quốc Anh đã rời Liên minh châu Âu). Cộng đồng kinh tế châu Âu (EEC) được hình thành năm 1957. Ngày 1 tháng 11 năm 1993, Liên minh châu Âu được thành lập bởi Hiệp ước Maastricht thì đổi thành cộng đồng châu Âu (EC).

Về số lượng thành viên, ban đầu, Liên minh châu Âu bao gồm 6 quốc gia thành viên gồm: Bỉ, Đức, Ý, Luxembourg, Pháp, Hà Lan. Năm 1973, tăng lên thành 9 quốc gia thành viên. Năm 1981, tăng lên thành 10. Năm 1986, tăng lên thành 12. Năm 1995, tăng lên thành 15. Năm 2004, tăng lên thành 25. Năm 2007, tăng lên thành 27. Từ 1 tháng 7 năm 2013, EU có 28 thành viên bao gồm Áo, Bỉ, Bungari, Croatia, Síp, CH Séc, Đan Mạch, Estonia, Phần Lan, Pháp, Đức, Hy Lạp, Hungary, Ý, Latvia, Litva, Luxembourg, Malta, Hà Lan, Ba Lan, Bồ Đào Nha, Rumani, Slovakia, Slovenia, Tây Ban Nha, Thụy Điển, và Vương quốc Anh. Trong đó, Vương quốc Anh rời EU ngày 31/01/2020, nhưng vẫn tiếp tục tuân thủ chính sách thương mại của EU trong giai đoạn chuyển tiếp. EU đã phát triển thành một thị trường chung rộng lớn, với đồng euro là đồng tiền chung.

Thị trường chung là động lực kinh tế chủ yếu của EU, cho phép hầu hết các hàng hóa, dịch vụ, tiền tệ và người dân được di chuyển tự do. Với hơn 500 triệu dân, EU chiếm hơn một phần tư GDP của thế giới, là nguồn đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn nhất trong nền kinh tế toàn cầu và chiếm một phần năm thương mại toàn cầu, một công cụ chủ chốt để phát triển kinh tế. EU cũng đóng một vai trò quan trọng trong quan hệ quốc tế thông qua ngoại giao, thương mại, đầu tư, viện trợ phát triển và các tổ chức quốc tế, với các lợi ích và trách nhiệm với an ninh khu vực và toàn cầu ngày càng tăng. Đặc biệt, EU thể hiện tình đoàn kết qua việc cung cấp hơn một nửa tổng số viện trợ phát triển quốc tế và là nhà tài trợ lớn nhất thế giới về viện trợ nhân đạo. EU có quan hệ ngoại giao với gần như tất cả các nước trên thế giới. Liên minh có quan hệ đối tác chiến lược với các đối tác quốc tế chủ chốt, có cam kết sâu sắc với các cường quốc đang nổi lên trên toàn cầu, và đã ký các Hiệp định Liên kết song phương với một số quốc gia lân cận.

3.1.1.2. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam – EU

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam – EU được chính thức thiết lập vào ngày 28-11-1990. Cơ quan đại diện ngoại giao của EU - Phái đoàn Đại diện thường trực tại Việt Nam- được thành lập tại Hà Nội vào năm 1996. Phạm vi hợp tác song phương trải rộng khắp các lĩnh vực, từ các vấn đề chính trị, các thách thức mang tính toàn cầu tới kinh tế, thương mại đầu tư và phát triển. EU qua đó đã đóng góp tích cực vào quá trình phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

Theo Nghị quyết Đại hội VI của Đảng tháng (1986), việc thiết lập quan hệ ngoại giao năm 1990 giữa Việt Nam và EU (khi đó là Cộng đồng Châu Âu, với 12 quốc gia thành viên ở Tây Âu) là sự kiện quan trọng, đánh dấu việc nước ta bắt đầu thoát khỏi sự bao vây cấm vận của các nước phương Tây và tác động tích cực đến quan hệ đối ngoại và tiến trình hội nhập quốc tế của Việt Nam. Việt Nam – EU đã ký Hiệp định Dệt may năm 1992 và đặc biệt là việc ký Hiệp định Khung hợp tác năm 1995, quan hệ Việt Nam - EU đã phát triển hết sức nhanh chóng và tích cực trên cả ba trụ cột quan hệ là: Kinh tế, chính trị và hợp tác phát triển Bên cạnh quan hệ song phương, Việt Nam và EU cũng phối hợp và hợp tác chặt chẽ tại các diễn đàn đa phương như: ASEM, ASEAN - EU và Liên hợp quốc, góp phần tham gia giải quyết các vấn đề khu vực và quốc tế.

Liên minh Châu Âu (EU) là một trong những đối tác thương mại ổn định và quan trọng nhất của Việt Nam. Kim ngạch thương mại Việt Nam-EU đã tăng 17 lần trong 20 năm qua (1990-2020), đạt 56,45 tỉ USD năm 2019 và Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ hai của EU trong ASEAN (sau Singapore), trong đó Việt Nam xuất khẩu vào EU 41,54 tỉ USD hàng hóa và nhập khẩu từ EU 14,9 tỉ USD. EU luôn là thị trường Việt Nam xuất siêu lớn thứ hai (sau Hoa Kỳ), khối lượng ngày càng tăng, giúp Việt Nam bù đắp được thâm hụt thương mại lớn với Trung Quốc, Hàn Quốc ... KNXK của Việt Nam sang EU đã tăng trưởng ổn định với tốc độ trung bình 16%/năm và Việt Nam đã đạt được thặng dư thương mại với EU trong hai thập kỷ qua. Ngay khi EVFTA có hiệu lực, tháng 8/2020, KNXK của Việt Nam vào thị trường EU đã đạt 3,25 tỷ USD, tăng 4,65% so với tháng 7 và tăng 4,2% so với cùng kỳ năm 2019.

Nhờ EVFTA có hiệu lực, trong hai năm từ tháng 8/2020 đến tháng 7/2022, các doanh nghiệp Việt Nam tuy bị ảnh hưởng nặng nề do đại dịch Covid-19 vẫn tăng kim ngạch xuất khẩu sang EU. Trong năm đầu tiên, từ tháng 8/2020 đến tháng 7/2021, KNXK của Việt Nam vào EU 27 (Anh rời EU từ 31.1.2020 về mặt pháp lý) đạt 38.478, 369 triệu USD. Trong năm thứ hai, từ tháng 8/2021 đến tháng 7/2022, KNXK của Việt Nam vào EU 27 tiếp tục tăng đạt 45.074,432 triệu USD, tăng 17,1% so với cùng kỳ năm 2021.

Hiện EU là thị trường xuất khẩu lớn thứ 3 (sau Mỹ và Trung Quốc) và là thị trường nhập khẩu lớn thứ 5 (sau Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN và Nhật Bản) của Việt Nam. Việt Nam là đối tác thương mại thứ 17 của EU và xếp thứ 11 trong số các nước xuất khẩu lớn nhất vào EU (trong các nước châu Á, chỉ sau Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và Ấn Độ).

Trên con đường phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam, EU đã trở thành đối tác rất quan trọng của Việt Nam. Trong bối cảnh kinh tế thế giới đã và đang ngày càng phức tạp, việc phát triển quan hệ với EU đã giúp Việt Nam triển khai hiệu quả chủ trương đa dạng hóa thị trường. Tuy nhiên thị trường EU cũng rất khắt khe, đòi hỏi các mặt hàng xuất khẩu phải đáp ứng được nhiều quy định và tiêu chuẩn chất lượng cao. Đây là thách thức nhưng cũng chính là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực, gia tăng sức cạnh tranh và phát triển các sản phẩm xuất khẩu theo hướng bền vững.

3.1.2. Tổng quan về hiệp định thương mại tự do EVFTA

3.1.2.1. Tiến trình đàm phán và ký kết

Một điểm nhấn trong quan hệ Việt Nam- EU là Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) được Ủy ban Thương mại Quốc tế (INTA) Nghị viện Châu Âu (EP) thông qua nghị quyết trình EP phê chuẩn ngày 21/01/2020 và Quốc hội Việt Nam thông qua EVFTA ngày 08/6/2020, có hiệu lực từ 1/8/2020.

EVFTA là một FTA thế hệ mới giữa Việt Nam và 27 nước thành viên EU, có mức độ cam kết rất cao ở nhiều lĩnh vực, lần đầu tiên EU kết thúc đàm phán với một nước đang phát triển ở châu Á. Hiệp định cam kết mở cửa thị trường hàng hóa, quy tắc xuất xứ, hải quan và thuận lợi hóa thương mại, an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS), hàng rào kỹ thuật trong thương mại (TBT), cam kết mở cửa thị trường dịch vụ, đầu tư, phòng vệ thương mại, cạnh tranh, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm chính phủ, sở hữu trí tuệ, phát triển bình vũng, hợp tác và xây dựng năng lực, các vấn đề pháp lý.

Đối với Việt Nam, hưởng lợi nhiều nhất từ EVFTA là những ngành xuất khẩu chủ lực mà hiện EU vẫn duy trì thuế quan cao như dệt may, giày dép và **hàng nông sản**. Về nhập khẩu, doanh nghiệp Việt Nam có cơ hội tiếp cận với nguồn máy móc, thiết bị, công nghệ/kỹ thuật cao từ EU, qua đó nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Về môi trường kinh doanh, việc thực thi các cam kết trong EVFTA sẽ dẫn đến những cải thiện về thể chế, chính sách, pháp luật theo hướng minh bạch, thuận lợi hơn và phù hợp hơn với thông lệ quốc tế.

Sau gần 10 năm đàm phán với EU, EVFTA chính thức có hiệu lực vào ngày 01/8/2020. Sau đây là một số cột mốc thời gian chính trong quá trình đàm phán và ký kết EVFTA:

Bảng 3.1: Các mốc thời gian quan trọng trong đàm phán EVFTA

Thời gian	Sự kiện
Tháng 10/2010	Thủ tướng Chính phủ Việt Nam và Chủ tịch EU đã đồng ý khởi động đàm phán EVFTA.
Tháng 6/2012	Bộ trưởng Bộ Công Thương Việt Nam và Cao ủy Thương mại EU đã chính thức tuyên bố khởi động đàm phán EVFTA.
Tháng 12/2015	Kết thúc đàm phán và bắt đầu rà soát pháp lý để chuẩn bị cho việc ký kết Hiệp định.
Tháng 6/2017	Hoàn thành rà soát pháp lý ở cấp kỹ thuật
Tháng 9/2017	EU chính thức đề nghị Việt Nam tách riêng nội dung bảo hộ đầu tư và cơ chế giải quyết tranh chấp giữa Nhà nước với nhà đầu tư (ISDS) ra khỏi EVFTA thành một hiệp định riêng do phát sinh một số vấn đề mới liên quan đến thẩm quyền phê chuẩn các hiệp định thương mại tự do của EU hay từng nước thành viên.
Tháng 6/2018	Việt Nam và EU đã chính thức thống nhất việc tách riêng EVFTA thành hai hiệp định gồm Hiệp định Thương mại tự do

Thời gian	Sự kiện
	Việt Nam – EU (EVFTA) và Hiệp định Bảo hộ đầu tư (IPA), chính thức kết thúc toàn bộ quá trình rà soát pháp lý EVFTA, và thống nhất toàn bộ các nội dung của Hiệp định IPA.
Tháng 8/2018	Hoàn thành rà soát pháp lý với EVIPA.
17/10/2018	Ủy ban EU đã chính thức thông qua EVFTA và IPA.
25/6/2019	Hội đồng EU đã phê duyệt cho phép ký Hiệp định.
30/6/2019	Việt Nam và EU chính thức ký kết EVFTA và IPA.
21/01/2020	Ủy ban Thương mại Quốc tế Liên minh Châu Âu thông qua khuyến nghị phê chuẩn EVFTA.
30/3/2020	Hội đồng EU thông qua EVFTA.
08/6/2020	Quốc hội Việt Nam phê chuẩn EVFTA.
01/8/2020	EVFTA chính thức có hiệu lực.

(Nguồn: Tổng hợp từ Bộ Công Thương)

3.1.2.2. Tóm tắt nội dung Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU

EVFTA là một Hiệp định toàn diện 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 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.

Nội dung chính trong EVFTA gồm một số mục cụ thể như sau:

Chương 1 - Mục tiêu và giới thiệu chung, gồm 5 điều.

Chương này giới thiệu về mục tiêu và những định nghĩa chung trong hiệp định thương mại giữa Việt Nam và EU.

Chương 2 - Đối xử quốc gia và mở cửa thị trường đối với hàng hóa, gồm 23 điều thể hiện các cam kết về vấn đề mở cửa thị trường hàng hóa của Việt Nam cho EU và ngược lại bao gồm: Các cam kết về việc xóa bỏ thuế quan theo từng loại thuế và lộ trình cụ thể từng năm thực hiện; các cam kết liên quan đến xuất nhập khẩu hàng hóa như thuế quan, các loại thuế phí xuất nhập khẩu; các cam kết về một số hàng hóa được xếp vào diện đặc thù.

Chương 3 - Phòng vệ thương mại.

EVFTA bao gồm các cam kết giữa Việt Nam và EU về các nguyên tắc và cách thức áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại (bao gồm chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ) đối với hàng hóa xuất khẩu của mỗi Bên. Về cơ bản, nội dung Chương dựa trên các quy định về phòng vệ thương mại của WTO là chủ yếu,

chỉ bổ sung thêm một số cam kết mới về thủ tục. Riêng với biện pháp tự vệ thì Chương này có quy định riêng về biện pháp tự vệ song phương giữa Việt Nam và EU ngoài các biện pháp tự vệ toàn cầu theo WTO.

Chương 4 - Hải quan và tạo thuận lợi hóa thương mại, bao gồm các cam kết về biện pháp quản lý đối với hàng xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và EU; các cam kết về đơn giản hóa các quy trình, thủ tục xuất nhập khẩu.

Chương 5 - Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT) bao gồm các cam kết ràng buộc giữa Việt Nam và EU trong việc ban hành và thực thi các biện pháp về kỹ thuật trong thương mại đối với hàng hóa. Nhấn mạnh việc tuân thủ các nguyên tắc trong hiệp định về rào cản kỹ thuật đối với thương mại của WTO và những bổ sung giữa Việt Nam và EU.

Chương 6 - Các biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động vật (SPS) bao gồm các biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS), bao gồm những cam kết của Việt Nam và EU trong việc thực thi các biện pháp về an toàn thực phẩm đối với hàng hóa là thực phẩm và các sản phẩm nông nghiệp.

Chương 7 - Các rào cản phi thuế với thương mại đầu tư trong sản xuất năng lượng tái tạo gồm những cam kết về phạm vi và nội dung liên quan đến sản xuất năng lượng tái tạo và nhóm sản phẩm năng lượng tái tạo.

Chương 8 - Tự do hóa đầu tư, thương mại dịch vụ và thương mại điện tử, bao gồm các nhóm cam kết về lĩnh vực dịch vụ qua biên giới, đầu tư và thương mại điện tử; những cam kết liên quan đến việc cung cấp dịch vụ và mạng lưới viễn thông công cộng.

Chương 9 - Mua sắm công, bao gồm những cam kết liên quan đến nghĩa vụ và trách nhiệm của Việt Nam và EU trong mua sắm hàng hóa, dịch vụ thuộc diện mua sắm công (sử dụng nguồn nhân sách Nhà nước).

Chương 10 - Chính sách cạnh tranh, bao gồm những cam kết về chính sách cạnh tranh nhằm đảm bảo sự cạnh tranh bình đẳng qua đó thúc đẩy mục tiêu thương mại và đầu tư của hiệp định.

Chương 11 - Doanh nghiệp nhà nước, bao gồm các cam kết về phạm vi điều chỉnh của doanh nghiệp nhà nước, các loại trừ trong cam kết về phạm vi điều chỉnh doanh nghiệp nhà nước, các trường hợp được loại trừ khỏi cam kết về doanh nghiệp nhà nước, các nguyên tắc đối với doanh nghiệp thuộc diện điều chỉnh và các nguyên tắc đối với nhà nước trong quản lý, kiểm soát các doanh nghiệp nhà nước thuộc diện điều chỉnh.

Chương 12 - Sở hữu trí tuệ, bao gồm các nhóm cam kết về sở hữu trí tuệ, cam kết về chỉ dẫn địa lý, cam kết về quyền tác giả và các quyền liên quan, cam kết về nhãn hiệu, cam kết về kiểu dáng công nghiệp, cam kết về sáng chế, cam kết về giới hạn miễn trách của những nhà cung cấp dịch vụ trên internet, cam kết về thực thi quyền sở hữu trí tuệ.

Chương 13 - Thương mại và phát triển bền vững, bao gồm 17 điều thể hiện các cam kết liên quan đến các vấn đề phát triển bền vững có liên quan đến thương mại, đề cập đến khía cạnh chính là các vấn đề về lao động, môi trường và các khía cạnh liên quan.

Chương 14 - Minh bạch hóa, gồm các cam kết về nghĩa vụ minh bạch chung, liên quan đến ban hành và thực thi pháp luật giữa Việt Nam và EU.

Chương 15 - Giải quyết tranh chấp, bao gồm các cam kết về cơ chế phòng tránh và giải quyết các tranh chấp giữa hai bên.

Chương 16 - Hợp tác và xây dựng năng lực bao gồm các cam kết về hoạt động hợp tác và hỗ trợ thực thi Hiệp định này cũng như tăng cường thương mại đầu tư nói chung giữa Việt Nam và EU. Việc hợp tác và hỗ trợ này là ở cấp Chính phủ, giữa cơ quan có thẩm quyền của hai bên và không bao gồm các hình thức hợp tác cụ thể đã nêu trong các Chương riêng của EVFTA.

Chương 17 - Thể chế, tổng quát và điều khoản cuối cùng bao gồm 24 Điều, bao gồm các cam kết về các vấn đề chung như cơ quan thực thi, mối quan hệ giữa EVFTA với các Hiệp định thuế, các vấn đề riêng (về chuyển đổi tiền tệ, thương mại vũ khí...), về việc sửa đổi nội dung Hiệp định (nếu các quy định WTO thay đổi...).

Nghị định thư 1: Quy tắc xuất xứ gồm 38 điều và 08 phụ lục gồm những cam kết về quy tắc xuất xứ hàng hóa và cũng là điều kiện cơ bản để hàng hóa có thể được hưởng ưu đãi thuế quan

Nghị định thư 2: Hỗ trợ hành chính lẫn nhau trong hải quan, bao gồm các cam kết về hợp tác hành chính trong lĩnh vực hải quan và tạo thuận lợi thương mại.

3.1.2.3. Cam kết có liên quan đến hàng cà phê, rau quả và gạo trong EVFTA

a. Những cam kết chung

- Cam kết về SPS

Ngoài việc tuân thủ các nghĩa vụ về SPS theo WTO, nghĩa vụ về SPS của EVFTA còn bổ sung thêm một số cam kết mới, trong đó thống nhất áp dụng các biện pháp SPS đối với hàng nhập khẩu từ bên kia với hàng nội địa và thống nhất về cơ quan có thẩm quyền quản lý của Việt Nam và EU, các quy định này áp dụng chung đối với tất cả các sản phẩm có liên quan.

- Cam kết về hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT)

Các cam kết về TBT, EVFTA chủ yếu bao gồm các cam kết chung hợp tác, minh bạch hoá trong lĩnh vực hàng rào kỹ thuật, để có thể xuất khẩu vào thị trường EU thì các mặt hàng phải tuân thủ nguyên tắc TBT trong quá trình chế biến, đóng gói sản phẩm và bảo vệ môi trường. Trong các cam kết TBT thì quy định về đánh dấu và ghi nhãn hàng hoá trong EVFTA có khả năng ảnh hưởng đến hàng cà phê.

- Cam kết bảo hộ chỉ dẫn địa lý

EVFTA yêu cầu Việt Nam và EU phải có cơ chế pháp lý cho việc ngăn chặn việc sản xuất, đóng gói, mua bán, quảng cáo sai, lừa đảo hoặc gây hiểu nhầm về nguồn gốc của sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý được bảo hộ, các sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý được bảo hộ phải tuân thủ các yêu cầu về chất lượng liên quan theo pháp luật của nước sở tại. Bảo hộ của EU đối với chỉ dẫn địa lý ba mặt hàng cà phê, rau quả và gạo của Việt Nam, bao gồm:

+ Đối với hàng cà phê, Việt Nam có một chỉ dẫn địa lý được bảo hộ là cà phê Buôn Mê Thuột.

+ Đối với hàng rau quả, Việt Nam có rất nhiều các sản phẩm rau quả địa phương được công nhận chỉ dẫn địa lý như: vải thiều Lục Ngạn, vải Thanh hà, bưởi Đoan Hùng, bưởi Phúc Trạch, bưởi Đại Hoàng, bưởi Bình Minh, bưởi Luận Văn, xoài cát Hoà Lộc, thanh long Bình Thuận, cam Vinh, chuối Đại Hoàng, hồng không hạt Bắc Kạn, hồng không hạt Bảo Lâm, hạt dẻ Trùng Khánh, măng cầu Bà Đen, nho Ninh Thuận, quýt Bắc Kạn, xoài Yên Châu, vú sữa Vĩnh Kim, cam Cao Phong.

+ Đối với gạo, Việt Nam có một số chỉ dẫn địa lý sau: gạo Hải Hậu, gạo Hồng Dân, gạo Điện Biên, gạo Bảy Núi.

b. Những cam kết riêng từng loại hàng

** Hàng cà phê*

- Cam kết về thuế quan

EU cam kết xoá bỏ ngay thuế quan cho hàng cà phê của Việt Nam, trong đó: xoá bỏ ngay thuế quan cho sản phẩm cà phê chưa rang hoặc đã rang, giảm từ 7% - 11% xuống 0%; Các loại cà phê chế biến, giảm từ 9% - 12% xuống 0%.

- Cam kết về quy tắc xuất xứ:

Cà phê phải có xuất xứ thuần túy, cà phê phải được trồng tại Việt Nam mới được hưởng các ưu đãi thuế quan theo EVFTA. Đối với các chế phẩm từ cà phê: không tái sản xuất lại từ các sản phẩm không xuất xứ trong cùng nhóm với sản phẩm và trọng lượng đường sử dụng trong sản phẩm không được vượt quá 40% trọng lượng sản phẩm.

** Hàng rau quả*

- Cam kết về thuế

EU cam kết xoá bỏ thuế đối với các hàng rau quả của Việt Nam theo các nhóm sau đây:

+ Xoá bỏ tất cả các loại thuế ngay hiệp định có hiệu lực với phần lớn dòng thuế rau quả (514/547 dòng thuế);

+ Xoá bỏ thuế tính theo tỷ lệ phần trăm giá trị hàng hoá ngay sau khi hiệp định có hiệu lực nhưng vẫn giữ thuế tuyệt đối với 24/547 dòng thuế rau quả, chủ yếu là nhóm hàng trái cây như cam, quýt, nho, chanh, mơ, đào;

+ Áp dụng hạn ngạch thuế quan với 3 mặt hàng tỏi, ngô ngọt và nấm với mức thuế 0%.

Bảng 3.2: Mức hạn ngạch thuế quan áp dụng đối với tỏi, ngô ngọt và nấm

Mặt hàng	Mã HS	Mức hạn ngạch
Tỏi	070320000	Tỏi tươi hoặc đông lạnh: 400 tấn/năm
Ngô ngọt	07104000A	Ngô ngọt, trừ loại có đường kính lõi từ 8mm trở lên nhưng không quá 12mm: 5.000 tấn/năm
	20019030A	Ngô ngọt đã chế biến hoặc bảo quản bằng giấm axit axetic trừ loại có đường kính từ 8mm trở lên nhưng không quá 12mm: 5.000 tấn/năm
	20058000A	Ngô ngọt đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic,

		không đông lạnh có đường kính từ 8mm trở lên nhưng không quá 12mm: 5.000 tấn/năm
Nấm	07115100	Nấm thuộc chi Agaricus đã bảo quản tạm thời: 350 tấn/năm
	20031020	Nấm thuộc chi Agaricus đã bảo quản tạm thời hoặc nấu chín hoàn toàn bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic: 350 tấn/năm
	20031030	Nấm thuộc chi Agaricus đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetic: 350 tấn/năm

(Nguồn: Vụ thị trường châu Âu – châu Mỹ, Bộ Công Thương)

- Cam kết về quy tắc xuất xứ

+ Đối với các mặt hàng rau tươi và sơ chế thuộc Chương 07: áp dụng quy tắc xuất xứ thuần túy

+ Đối với các mặt hàng rau tươi và sơ chế thuộc Chương 08: (i) nguyên liệu thuộc Chương 08 phải có xuất xứ thuần túy; (ii) trọng lượng nguyên liệu đường không có xuất xứ không vượt quá 20% trọng lượng sản phẩm.

+ Đối với các mặt hàng rau quả đã qua chế biến thuộc Chương 20: tùy thuộc từng mặt hàng mà có quy tắc xuất xứ là chuyển đổi nhóm hay xuất xứ thuần túy.

* *Hàng gạo*

- Cam kết về thuế

EU cam kết xóa bỏ thuế với hàng gạo của Việt Nam như sau:

+ Đối với sản phẩm từ gạo: đưa thuế suất về 0% sau 3 đến 5 năm;

+ Tự do hoàn toàn với gạo tấm. Cam kết cắt 50% thuế ngay khi hiệp định có hiệu lực và xóa bỏ thuế dần đều sau 5 năm

+ Thông qua hạn ngạch, lượng nhập khẩu trong hạn ngạch sẽ được hưởng thuế suất 0%

- Hạn ngạch: 80.000 tấn/năm, bao gồm: 30.000 tấn gạo xay xát, 20.000 tấn gạo chưa xay xát, 30.000 tấn gạo thơm.

- Áp dụng hạn ngạch thuế quan với 9 giống lúa thơm xuất khẩu sang EU bao gồm: Jasmine 85, ST5, ST20, Nàng Hoa 9, VD20, RMT, OM 4900, OM 5451, Tài nguyên Chợ Đào.

- Cam kết về quy tắc xuất xứ

+ Để được hưởng các ưu đãi thuế quan theo cam kết trong EVFTA, gạo phải có xuất xứ thuần túy; Nguyên liệu gạo dùng trong sản xuất thực phẩm phải có xuất xứ thuần túy.

+ Các chế phẩm từ gạo, không tái sản xuất lại từ các sản phẩm không xuất xứ trong cùng nhóm với sản phẩm đầu ra và tổng trọng lượng nguyên liệu gạo dưới 20% trọng lượng sản phẩm.

3.1.3. Bản chất của Hiệp định

Về cơ bản, EVFTA là hiệp định thương mại thế hệ mới. Khác với cách tiếp cận của các FTA trước, chỉ đơn thuần về các quy ước về tự do thương mại và đầu tư, các FTA thế hệ mới yêu cầu sự hợp tác giữa hai bên tham gia trong mọi lĩnh vực liên quan, bao gồm cả thể chế, luật pháp và chất lượng môi trường. Do đó, để đảm bảo cho việc tận dụng tối đa lợi ích từ Hiệp định thương mại, Việt Nam cần phải chỉnh sửa và bổ sung về mặt pháp lý nhằm đáp ứng các điều khoản trong EVFTA.

3.1.3.1. Loại hình Hiệp định tự do thương mại

EVFTA là một FTA hỗn hợp được ký kết giữa một liên kết khu vực với một quốc gia. Tuy nhiên, do EU đàm phán và thực hiện EVFTA với tư cách là một khối hơn là các quốc gia riêng rẽ nên EVFTA có thể được coi là một FTA song phương đặc biệt. Bên cạnh đó, EVFTA được ký giữa một khu vực liên kết mức độ cao, phát triển cao và một quốc gia đang phát triển nên là một FTA Bắc - Nam.

Là một FTA song phương đặc biệt, EVFTA có tác động tích cực đối với Việt Nam so với các đàm phán đa phương Việt Nam đã và đang tham gia ở hai điểm.

Thứ nhất, đàm phán EVFTA diễn ra nhanh chóng hơn so với các đàm phán đa phương của Việt Nam.

Việt Nam mất 11 năm đàm phán gia nhập WTO và hơn 5 năm đàm phán CPTPP so với hơn 3 năm trong EVFTA. Mặc dù trong quá trình đàm phán, EU gặp phải nhiều khó khăn trong quá trình phát triển kinh tế, từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, đến khủng hoảng nợ công, khủng hoảng di cư và gần đây là vấn đề Brexit, nhưng sự kiên định của EU về Chiến lược EU toàn cầu, Chiến lược ội nhập với ASEAN đã giúp cho tiến trình đàm phán với Việt Nam diễn ra nhanh chóng và thuận lợi. Điều đó đã giúp Việt Nam tiết kiệm được thời gian và chi phí để hoàn tất đàm phán FTA với một khối phát triển như EU trong bối cảnh Việt Nam theo đuổi đàm phán nhiều FTA cùng một lúc như: CPTPP, FTA Việt Nam - Hồng Kông, RCEP... Sự kiên định và thống nhất quan điểm của EU cũng sẽ là yếu tố đảm bảo việc thực hiện EVFTA trong tương lai được thuận lợi.

Thứ hai, trong đàm phán với EU, Việt Nam có thể lựa chọn các lĩnh vực đàm phán đa dạng và linh hoạt hơn các FTA đa phương, đáp ứng nhu cầu cụ thể Việt Nam về mở cửa thị trường cũng như yêu cầu EU mở cửa các lĩnh vực Việt Nam mong muốn. Việt Nam đã đạt được những kết quả trong việc yêu cầu EU mở cửa thị trường cho các sản phẩm nông sản của Việt Nam. Đây là tiền đề quan trọng để thúc đẩy Việt Nam tăng cường xuất khẩu nông sản sang thị trường EU khi EVFTA được thực hiện.

Bên cạnh đó, mặc dù là một FTA Bắc - Nam nhưng những vấn đề mà các nước đang phát triển thường e ngại khi đàm phán với một đối tác có vị thế chính trị cao hơn, nền kinh tế phát triển hơn thì lại không phải là vấn đề lớn với Việt Nam trong đàm phán EVFTA. Trái lại, tiến trình đàm phán EVFTA đã diễn ra tương đối nhanh chóng và khả năng EVFTA có hiệu lực trước cả FTA Singapore-EU mặc dù FTA này khởi động trước EVFTA hai năm là khá cao. EVFTA được đánh giá là đã lưu ý đến chênh lệch về trình độ phát triển, đảm bảo cân bằng lợi ích cho cả Việt Nam và EU. Việt Nam sẽ nhận được những ưu đãi từ EU như lộ trình cắt giảm thuế

dài hơn EU, được EU trợ giúp kỹ thuật trong nhiều vấn đề quan trọng như cải cách doanh nghiệp, phát triển thương mại bền vững... Các ưu đãi này là những tiền đề quan trọng để Việt Nam không chỉ gia tăng xuất khẩu mà còn có thể thu nhận được các tác động động từ EVFTA như nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả của sản xuất nông nghiệp.

Tuy nhiên, do là FTA Bắc - Nam nên EVFTA cũng sẽ dẫn đến những tác động tiêu cực nhất định, nhất là sức ép từ các yêu cầu cao của EU trong việc mở cửa thị trường và cải cách chính sách, thể chế. Bên cạnh đó, đặc điểm phân biệt đối xử của một FTA song phương có thể làm cho EVFTA gây ra chệch hướng thương mại, làm giảm lợi ích tiềm tàng của EVFTA.

3.1.3.2. Phạm vi và mức độ hội nhập của hiệp định

EVFTA được đánh giá là hiệp định thể hệ mới toàn diện, chất lượng cao, có phạm vi tự do hoá rộng. Lĩnh vực bao phủ của EVFTA không chỉ liên quan đến (i) Thương mại hàng hóa mà còn đề cập đến nhiều vấn đề khác như (ii) Thương mại dịch vụ, Đầu tư, Thương mại điện tử; (iii) Di chuyển thể nhân; (iv) Chính sách cạnh tranh; (v) Doanh nghiệp nhà nước; (vi) Mua sắm của chính phủ; (vii) Sở hữu trí tuệ; (viii) Thương mại và Phát triển bền vững.

Trong EVFTA, ngoài mục tiêu xoá bỏ hàng rào thương mại, hai bên còn hướng tới tự do đầu tư và thương mại dịch vụ trong một số lĩnh vực như vận tải, viễn thông, giáo dục, tài chính, phân phối... Hai bên cũng có cam kết về di chuyển thể nhân trong dịch vụ kiến trúc, quy hoạch đô thị, tư vấn kỹ thuật, giáo dục bậc cao và môi trường. Việt Nam và EU còn đang phối hợp để đưa ra các khuyến nghị về hài hoà hoá các chính sách; công nhận lẫn nhau về bằng cấp, kinh nghiệm cũng như chấp nhận kết quả đánh giá sự phù hợp khi áp dụng TBTs và SPSs. EVFTA cũng quy định một thể chế để quản lý các hoạt động trong EVFTA. Tuy nhiên, Việt Nam và EU vẫn giữ chính sách thương mại độc lập với các nước bên ngoài. Như vậy, EVFTA đã vượt qua hình thức Khu vực thương mại tự do, chưa đạt tới hình thức Liên minh thuế quan nhưng đã áp dụng một số biện pháp để hướng tới một Thị trường chung trên cơ sở di chuyển tự do vốn, lao động; hài hoà hoá một số chính sách và thiết lập một thể chế quản lý chung. Nói cách khác, EVFTA đang ở giữa cấp độ hội nhập thứ nhất và thứ hai trong thang hội nhập ba cấp độ.

Với phạm vi, cấp độ và hình thức hội nhập trên, EVFTA có những tác động tích cực điển hình của một Khu vực thương mại tự do và Thị trường chung, đó là: thúc đẩy thương mại song phương, sử dụng hiệu quả các nguồn lực gồm vốn và lao động do các nguồn lực được di chuyển tự do hơn giữa Việt Nam và các nước EU. Một thể chế quản lý chung cũng sẽ giúp đảm bảo việc thực thi các cam kết cũng như các hỗ trợ kỹ thuật cho Việt Nam trong khuôn khổ EVFTA, là yếu tố nền tảng để đẩy hội nhập trong EVFTA lên cấp độ cao hơn trong tương lai. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng sẽ đối đầu với những tác động tiêu cực của một Khu vực thương mại tự do xuất phát từ sự phân biệt đối xử của Việt Nam và EU với các nước ngoài EVFTA, đó là khả năng chệch hướng thương mại trong nông sản và hiện tượng xuất khẩu nông sản vòng của các nước ngoài khối sang Việt Nam hoặc EU để hưởng chênh lệch thuế. Đồng thời, yêu cầu hài hoà hoá chính sách trong một số lĩnh vực liên quan đến di chuyển lao động, SPS, TBTs cũng sẽ là thách thức lớn cho một nước đang

phát triển như Việt Nam, làm nảy sinh các chi phí điều chỉnh cho các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản sang thị trường EU.

3.1.3.3. Số lượng và quy mô thành viên của hiệp định

Về số lượng thành viên của EVFTA, gồm 28 nước thành viên EU và đến năm 2021 xuống còn 27 nước khi Brexit chính thức có hiệu lực, trong đó có 19 nước tham gia Khu vực đồng tiền chung châu Âu (Eurozone). Do vậy, Hiệp định này bao gồm 28 quốc gia của EU trước năm 2021 và 27 nước sau năm 2021 với Việt Nam. Đây là FTA có số lượng thành viên lớn nhất từ trước đến nay Việt Nam đã tham gia, ngay cả khi Anh ra khỏi EU.

Về quy mô của các thành viên trong EVFTA, nhờ những kế hoạch phục hồi kinh tế của khu vực như: thông qua chính sách nới lỏng tiền tệ và sự tăng trưởng của tiêu dùng nội địa, EU trong những qua kinh tế đã được phục hồi và chính thức thoát khỏi khủng hoảng. Năm 2015, lần đầu tiên kể từ năm 2007, hầu hết các nền kinh tế trong khu vực đồng Euro tăng trưởng trở lại và khu vực EU 19 đã chính thức thoát ra khỏi cuộc khủng hoảng nợ và từ năm 2015 đến nay nền kinh tế EU đã tăng trưởng một cách ổn định. Những nỗ lực đó đã giúp EU giữ vững vị trí là nền kinh tế lớn nhất trên thế giới xét về GDP và đối tác thương mại lớn nhất toàn cầu. Điều đó giúp cho cả khu vực EVFTA chiếm đến 25,38% GDP và 8,25% dân số thế giới; đóng góp 33,8% vào xuất khẩu và 32,48% vào nhập khẩu của thế giới.

Nói tóm lại, qua việc phân tích nội dung này cho thấy 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 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 sẽ rất chú trọng tới quy định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại.

Trên thực tế, EVFTA hướng tới mức độ xóa bỏ thuế nhập khẩu lên tới 99,2% số dòng thuế. Tuy nhiên, để được hưởng mức ưu đãi này, hàng xuất khẩu sang EU cần thỏa mãn quy tắc xuất xứ. Đây có thể là cản trở đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam bởi nguồn nguyên liệu cho các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam hiện nay chủ yếu được nhập khẩu từ Trung Quốc và các nước ASEAN. Nếu không đảm bảo được quy tắc xuất xứ, hàng xuất khẩu của Việt Nam sang EU chỉ được hưởng mức thuế đãi ngộ tối huệ quốc (MFN) chứ không phải mức thuế suất 0% như quy định trong EVFTA.

Ngoài ra, EVFTA có ưu đãi với những quy định SPS (hiệp định áp dụng biện pháp kiểm định động thực vật) linh hoạt nhưng đa số ngành hàng nông sản của Việt Nam như chè, rau quả, vãn 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. Hơn nữa, các quy định về truy xuất nguồn gốc của các nước nhập khẩu hàng hóa ngày càng chặt chẽ và khắt khe hơn, vì thế nguy cơ hàng Việt bị “mượn danh” xuất khẩu sang EU cũng từng được các chuyên gia kinh tế cảnh báo. Điều này gây ra nhiều hệ lụy khiến hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang EU có thể bị áp thuế chống bán phá giá cao.

Ngoài ra, thị trường EU là một trong những thị trường khó tính nhất trên thế giới do yêu cầu của EU buộc các doanh nghiệp phải tuân thủ nghiêm ngặt về lao động và môi trường. Sự khắt khe của thị trường EU với nhiều tiêu chuẩn mới, đòi hỏi cao hơn về kỹ thuật, môi trường, vệ sinh an toàn, bảo vệ quyền người lao động, cùng với chính sách bảo hộ nông nghiệp. Việc EU tập trung vực dậy thị trường nội khối, thắt chặt chi tiêu và hạn chế đầu tư ra bên ngoài sẽ có những tác động nhất định đến việc thu hút dòng đầu tư chất lượng cao của Việt Nam. Tuy nhiên, thay vì để từng doanh nghiệp xử lý và vượt qua những rào cản này, EVFTA cũng tạo ra các khuôn khổ hợp tác để doanh nghiệp hai bên tìm hiểu và khắc phục những trở ngại trong quy trình thực hiện Hiệp định này.

3.2. Khái quát về thực trạng sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang EU

3.2.1. Tình hình sản xuất, chế biến nông sản của Việt Nam giai đoạn 2015 - 2022

3.2.1.1. Tình hình sản xuất

Giai đoạn 2015-2019, số lượng trang trại trên toàn quốc tăng mạnh từ 29.389 trang trại lên 32.313 trang trại. Tuy nhiên, năm 2020, tổng số trang trại giảm mạnh còn 23.662. Trong đó, về cơ cấu, trang trại chăn nuôi luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất, năm 2020, đạt 58,12% tổng số trang trại. Tiếp đó là trang trại trồng trọt (27,91%) và trang trại nuôi trồng thủy sản (11,45%). Còn lại là trang trại khác, chiếm 2,51%.

Năm 2021, tổng số trang trại cả nước ổn định so năm 2020, ước đạt 23.771 trang trại. Trong đó, cơ cấu cũng tương tự năm 2020, trang trại trồng trọt chiếm 27,4%, trang trại chăn nuôi chiếm 57,83% và trang trại nuôi trồng thủy sản chiếm 11,83%. Còn lại là trang trại khác, chiếm 2,94%.

- Số lượng và sản lượng ngành trồng trọt

Diện tích trồng trọt của Việt Nam tăng dần qua các năm giai đoạn 2010 đến 2016, sau đó giảm dần. Trong đó, diện tích gieo trồng cây hàng năm giảm và diện tích hiện có cây lâu năm tăng, đặc biệt là diện tích cây ăn quả.

Diện tích gieo trồng cây lương thực có hạt và cây công nghiệp hàng năm đều giảm. Trong đó, diện tích đất lúa vẫn chiếm tỷ trọng cao nhất nhưng tiếp tục giảm do yêu cầu của công nghiệp hóa, đô thị hóa, phát triển cơ sở hạ tầng. Năm 2020, diện tích trồng lúa đạt 7.278,9 nghìn ha (chiếm 88,5% tổng diện tích gieo trồng cây lương thực), giảm 7,3% so với năm 2015. Bình quân mỗi năm giai đoạn 2016-2020, diện tích lúa giảm 1,4%/năm. Năm 2021, chỉ tiêu này tiếp tục giảm, còn ước đạt 7.238,9 nghìn ha. Do diện tích gieo trồng ngày càng thu hẹp nên sản lượng lúa qua các năm cũng giảm. Sản lượng lúa năm 2020 đạt 42,765 triệu tấn, giảm 5,3% so năm 2019. Tính chung giai đoạn 2016-2020, sản lượng lúa đạt 216,08 triệu tấn, bình quân giảm 1,1%/năm so với giai đoạn 2011-2015. Tuy nhiên, do các địa phương tiếp tục

tăng tỷ lệ sử dụng giống lúa chất lượng cao và từng bước nâng cao giá trị “Thương hiệu hạt gạo Việt” từ thành công của các chuỗi sản xuất lúa gạo khép kín gắn với xây dựng thương hiệu, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất, gieo cấy loại giống lúa chất lượng cao thay thế giống lúa truyền thống và chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu nên năng suất lúa tăng qua các năm. Năng suất lúa năm 2015 là 57,6 tạ/ha, đến năm 2020 tính đạt 58,8 tạ/ha, và năm 2021 tiếp tục tăng, ước đạt 60,6 tạ/ha.

Một số cây lâu năm có diện tích gieo trồng lớn trên cả nước có thể kể đến là cây ăn quả (xoài; cam, quýt; nhãn; vải, chôm chôm) và cây công nghiệp lâu năm (điều, cao su, cà phê, chè, hồ tiêu). Trong đó, năm 2020, diện tích xoài; cam, quýt; nhãn tăng so năm 2015, trong khi diện tích vải, chôm chôm giảm. Trong các cây công nghiệp lâu năm, diện tích điều, cà phê và hồ tiêu tăng, còn diện tích cao su và chè giảm.

Sản lượng và diện tích rau của Việt Nam có xu hướng tăng đều qua các năm. Cụ thể, cùng với việc mở rộng diện tích trồng, sản lượng rau của Việt Nam của Việt Nam tăng từ 15 triệu tấn năm 2015 lên đến xấp xỉ 18 triệu tấn năm 2018 với mức tăng trưởng trung bình 5%/năm. Tương tự như vậy, diện tích trồng quả của Việt Nam liên tục được mở rộng. Mặc dù vậy, sản lượng quả của Việt Nam có sự biến động. Năm 2018, do ảnh hưởng của thiên tai nên sản lượng quả có giảm nhẹ, sau đó tăng mạnh vào năm 2019. Năm 2020, sản lượng quả đạt khoảng 13.3 triệu tấn.

Hiện năng suất cà phê của Việt Nam cao nhất thế giới, trung bình 2,6 tấn/ha nhân đối với cà phê robusta và 1,4 tấn /ha nhân đối với cà phê arabica. Việt Nam đứng thứ 3 về diện tích cà phê được chứng nhận bền vững; đứng thứ 2 về xuất khẩu và chiếm 8,3% thị phần xuất khẩu cà phê toàn cầu.

Năm 2015, diện tích cà phê cả nước đạt 693,8 nghìn ha, năng suất khoảng 24 tạ/ha, thuộc mức cao của thế giới. Đến năm 2020, diện tích cà phê cả nước đạt khoảng 637,6 nghìn ha.. Bước sang năm 2021, diện tích cà phê tiếp tục tăng, ước đạt 653,1 nghìn ha. Sản lượng cà phê cũng tăng dần qua các năm từ 1.473,4 nghìn tấn năm 2015 lên 1.763,5 nghìn tấn năm 2020 và ước đạt 1.845 nghìn tấn năm 2021.

Sản lượng cây ăn quả và cây công nghiệp lâu năm đều tăng trong giai đoạn 2016-2020 tuy nhiên biến động tăng giảm không lớn.

- Số lượng và sản lượng ngành chăn nuôi

Tính đến năm 2020, cả nước có 2.332,8 nghìn con trâu (giảm hơn 1.000 nghìn con so với năm 2015) và 6.325,5 nghìn con bò (tăng gần 1.000 con so với năm 2015), 22.028,1 nghìn con lợn (giảm so năm 2015) và 512,7 triệu con gia cầm (tăng gần 150.000 con so năm 2015), được nuôi ở tất cả các Vùng trên cả nước. Năm 2021, sơ bộ cả nước có 2.264,7 nghìn con trâu, 6.365,3 nghìn con bò, 23.533,4 nghìn con lợn và 526,3 triệu con gia cầm.

Trong đó, phân theo vùng, số lượng trâu tập trung tại vùng Trung du miền núi phía Bắc, với 1.293,9 nghìn con, chiếm 55,46% số trâu trên cả nước. Tiếp đó là vùng Bắc Trung bộ (25,6%). Các vùng còn lại đều có nuôi trâu với số lượng không lớn.

Số lượng bò trên toàn quốc và từng vùng đều tăng trong giai đoạn 2016-2020. Trong đó, bò được nuôi chủ yếu ở 3 vùng là Trung du miền núi phía Bắc (1.148,7 nghìn con, 18,4%), Bắc Trung bộ (1.104,1 nghìn con, 17,7%) và Nam Trung Bộ (1.302,7 nghìn con, 20,9%). Cả 3 vùng chiếm tới 57% số lượng bò trên toàn quốc.

Lợn là vật nuôi khá phổ biến, tuy nhiên có giảm về số lượng trong giai đoạn 2016-2020, chủ yếu do dịch tả lợn châu Phi và tăng nhẹ đạt 22.028,1 nghìn con năm 2020, ước tăng mạnh vào năm 2021. Lợn được nuôi chủ yếu ở vùng Trung du miền núi phía Bắc (4.496,36 nghìn con, 25,2%), vùng đồng bằng sông Hồng (4.552,56 nghìn con, 20,67%) và vùng Đông Nam bộ (18,11%). Cả ba vùng đã chiếm 63,98% tổng số lợn trên cả nước.

Giai đoạn 2016-2020 và năm 2021, số lượng gia cầm trên toàn quốc và ở từng Vùng đều tăng. Trong đó, gia cầm được nuôi nhiều nhất tại vùng đồng bằng sông Hồng (chiếm 24,86%), vùng Trung du miền núi phía Bắc (20,1%) và đồng bằng sông Cửu Long (17%).

Sản lượng các sản phẩm chăn nuôi chủ yếu đều tăng dần qua các năm trong giai đoạn 2016-2020 và 2021, trừ sản phẩm thịt lợn hơi xuất chuồng có sự tăng giảm thất thường do tác động của dịch.

3.2.1.2. Tình hình chế biến

Trong 10 năm qua (2010-2020), công nghiệp chế biến nông sản nước ta đã có bước phát triển rõ nét, tốc độ tăng trưởng giá trị gia tăng đạt khoảng 5-7%/năm. Theo số liệu từ Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản, cả nước hiện có trên 43.000 DN chế biến, kinh doanh nông lâm thủy sản, trên 7.500 cơ sở chế biến nông lâm thủy sản quy mô công nghiệp gắn với xuất khẩu, tổng công suất đạt khoảng 120 triệu tấn nguyên liệu/năm. Bên cạnh đó, là các cơ sở chế biến vừa và nhỏ, hộ gia đình.

Nhiều ngành hàng đã hình thành được nền tảng công nghiệp chế biến. Trong đó, sản phẩm rau quả là sản phẩm đặc thù của nền nông nghiệp nhiệt đới, có tính mùa vụ, bảo quản khó khăn. Trong những năm qua, việc ưu tiên tập trung vào mũi nhọn rau, quả được quan tâm. Hiện nay, về chế biến rau, quả, theo thống kê sơ bộ của Bộ NN&PTNT, Việt Nam có 153 cơ sở chế biến rau, củ, quả, trong khi phải giải quyết 28 triệu tấn sản phẩm rau củ quả/năm.

Về lúa gạo, theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, cả nước hiện có khoảng 582 cơ sở xay xát gạo quy mô công nghiệp, chủ yếu tập trung ở đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL); cơ sở có công suất dưới 10.000 tấn thóc/năm chiếm khoảng 38,5%; công suất hơn 10.000 tấn thóc/năm chiếm khoảng 61,5% (trong đó cơ sở có công suất lớn hơn 100.000 tấn thóc/năm chỉ chiếm khoảng 3%). Tổng công suất kho chứa bảo quản lúa gạo đạt 7 triệu tấn. Tuy nhiên, kho chứa, bảo quản phần lớn ở dạng kho xây gạch bê-tông truyền thống; kho lạnh, kho mát chưa có nhiều và mới chỉ dùng bảo quản hạt giống là chính, còn việc bảo quản hiện đại bằng si-lo rất hạn chế, chỉ có ở một số nhà máy chế biến sâu. Về chế biến gạo, theo điều tra, tổng sản lượng chế biến công nghiệp hiện đạt 13,5 triệu tấn quy gạo, chiếm khoảng 55 đến 60% sản lượng chế biến. Lượng sản phẩm còn lại được chế biến tại các cơ sở nhỏ với công nghệ đơn giản phục vụ tiêu thụ trong nước. Đáng chú ý, chế biến sâu, đa dạng các loại gạo và sản phẩm chế biến từ gạo như bún, mỳ, bột... còn hạn chế; các sản phẩm phụ (trấu, cám, rơm rạ...) cũng chưa được chú trọng sử dụng để tăng hiệu quả sản xuất. Chế biến sâu, đa dạng hóa các loại gạo và sản phẩm chế biến từ gạo còn chưa phát triển, các sản phẩm phụ từ gạo (trấu, cám, rơm rạ...) chưa được chế biến để nâng cao giá trị gia tăng, tăng hiệu quả sản xuất. Hiện chuỗi giá trị lúa

gạo của Việt Nam chỉ mới dừng ở hạt gạo mà chưa có sản phẩm sau lúa gạo, bao gồm chế biến sâu hạt gạo, cám, trấu, rơm rạ. Chính những hạn chế trong công nghệ bảo quản và chế biến đã khiến ngành hàng lúa gạo chưa tạo ra được nhiều sản phẩm chất lượng nhằm nâng cao giá trị gia tăng.

Lĩnh vực cà phê có khoảng 276 doanh nghiệp chế biến công nghiệp, trong đó có 97 cơ sở cà phê nhân – với tổng công suất thiết kế 1503 triệu tấn, công suất thực tế đạt 83,6%; 160 cơ sở chế biến cà phê rang xay – tương ứng 51,7 nghìn tấn/năm; 8 cơ sở chế biến cà phê hòa tan tương ứng 36,5 nghìn tấn/năm và 97,9%; 11 cơ sở chế biến cà phê phối trộn – 139,9 nghìn tấn/năm và 81,6%.

Về doanh nghiệp chế biến rau quả, theo thống kê sơ bộ của Bộ NN&PTNT, hiện có tổng cộng khoảng 237 DN/cơ sở trên cả nước, với tổng công suất thiết kế trên 1 triệu tấn sản phẩm/năm, cùng với hàng ngàn cơ sở sơ chế/chế biến quy mô nhỏ,... Trong đó, tại miền Bắc có 46 DN/cơ sở (chiếm 19%), tại miền Trung – Tây Nguyên có 90 DN/cơ sở (35%) và Miền Nam có 101 DN/cơ sở (43%). Đối với lúa gạo, đa phần (trên 60%) sản lượng được chế biến tại gần 600 cơ sở xay xát công nghiệp. Hầu như toàn bộ sản lượng lúa (khoảng 21 triệu tấn, trừ lượng nhỏ lúa thực phẩm và lúa chế biến trong các lò mật thủ công) đều được chế biến tại hơn 40 nhà máy đường công nghiệp, hàng năm sản xuất trên 1,5 triệu tấn đường. Lĩnh vực cà phê có 239 doanh nghiệp chế biến công nghiệp, hàng năm thu mua hầu hết sản lượng khoảng 2 triệu tấn của gần 700 nghìn ha cà phê.

Qua khảo sát của Viện Chính sách và Chiến lược nông nghiệp nông thôn, hầu hết công nghệ của các DN chuyên chế biến nông - lâm - thủy sản đã qua 3-4 thế hệ, 73% số nhà xưởng chưa kiên cố, chỉ 1%-5% sản phẩm làm ra đạt chất lượng quốc tế, 8%-15% số DN đăng ký chất lượng sản phẩm, 40% DN không có trình độ chuyên môn, tay nghề... Doanh nghiệp chế biến ở Việt Nam đa phần nhỏ lẻ; 70 - 80% là chế biến thô, giá trị thấp; 83% trong khâu làm đất được cơ giới hóa; 50 - 60% cơ giới hóa khâu thu hoạch nhưng vẫn chưa đồng bộ.

Vai trò đầu tư, ứng dụng và đổi mới công nghệ trong chuỗi sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm nông - lâm - thủy sản không thể thiếu yếu tố doanh nghiệp. Tuy vậy, số liệu thống kê trên cho thấy tỉ lệ doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nông - lâm - thủy sản còn rất thấp và trình độ công nghệ lạc hậu, năng lực chuyên môn thấp. Đây thực sự là nút thắt đối với ngành nông nghiệp.

Một số ngành hàng có công nghệ và thiết bị chế biến hiện đại mang tầm khu vực và thế giới, như: Chế biến hạt điều, cà phê, lúa gạo, tôm, cá tra... Nhiều DN, tập đoàn lớn đã quan tâm và triển khai dự án đầu tư vào lĩnh vực chế biến nông sản, ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến, hiện đại nâng cao hiệu quả, năng lực cạnh tranh và phát triển thương hiệu nông sản Việt Nam, như tập đoàn TH, MASAN, NAFOODS, DOVECO, LAVIFOOD...

Công nghiệp chế biến nông sản Việt Nam hiện nay, nhìn chung về tổng thể vẫn còn gặp nhiều khó khăn về trình độ công nghệ, năng lực chế biến. Cơ giới hóa, tự động hóa còn hạn chế, năng suất thấp, giá thành sản xuất và tổn thất sau thu hoạch cao. Khả năng chế biến đối với một số ngành hàng còn yếu, thiếu cơ sở và công suất chế biến, chưa đáp ứng được nhu cầu, nhất là cao điểm của mùa vụ. Trong đó, các

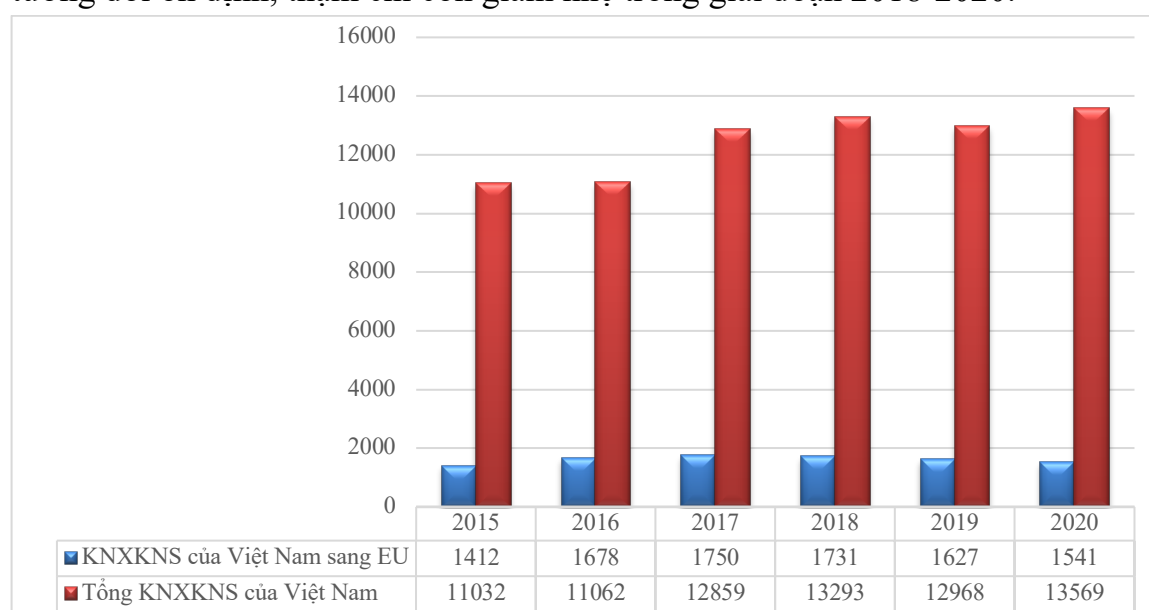
mặt hàng rau quả, thịt, khối lượng đưa vào chế biến chỉ chiếm 8-10% sản lượng hằng năm. Với mặt hàng mía đường, lúa gạo, cà phê, rau quả, thủy sản... không đủ công suất chế biến khi vào chính vụ nên tổn thất sau thu hoạch còn lớn. Nông sản Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu ở dạng thô, tươi, tỷ lệ sản phẩm chế biến sâu còn thấp, tỷ lệ xuất khẩu rau quả chế biến của nước ta chỉ chiếm chưa tới 19% mặt hàng rau quả. Về tổng thể, trình độ công nghệ chế biến nông sản Việt Nam so với thế giới mới đạt mức độ trung bình đến trung bình khá, chỉ có một số ngành hàng hoặc một số sản phẩm có công nghệ và thiết bị chế biến tương đối hiện đại mang tầm khu vực, thế giới như: chế biến hạt điều, chế biến lúa gạo, chế biến tôm và cá tra...

3.2.2. Tình hình xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang EU giai đoạn 2015 - 2022

3.2.2.1. Giai đoạn 2015 - 2020 (giai đoạn trước khi hiệp định có hiệu lực)

a. Kim ngạch xuất khẩu nông sản thị trường EU

Trong giai đoạn 2015-2020, thị trường EU luôn là một trong 3 thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sau Trung Quốc và Mỹ. Tuy nhiên, so với hai thị trường là Mỹ và Trung Quốc, tốc độ tăng trưởng KNXK sang thị trường EU của Việt Nam tương đối ổn định, thậm chí còn giảm nhẹ trong giai đoạn 2018-2020.



Hình 3.1: Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU và tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam giai đoạn 2015 – 2020

(Nguồn: ITC)

Trong giai đoạn 2015 – 2020, xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam đã có những kết quả tích cực. Tổng KNXK nông sản của Việt Nam đã tăng 1,23 lần từ 11.032 triệu USD năm 2015 lên 13.569 triệu USD năm 2020, giai đoạn này ghi nhận tốc độ tăng trưởng tương đối ổn định. Trong đó, xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU tăng 1,1 lần từ 1.412 triệu USD năm 2015 lên mức 1.541 triệu USD năm 2020. Do tác động của đại dịch Covid 19 trong 2 năm 2019 và 2020 dẫn tới đứt gãy các chuỗi cung ứng và sự suy giảm nhu cầu nhập khẩu của thị trường EU đã ảnh hưởng trực tiếp đến tình hình sản xuất và kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

b. Hàng nông sản xuất khẩu sang thị trường EU

Trong số mặt hàng nông sản, một số mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng mạnh và đều qua các năm như hạt điều, nhóm hàng rau quả, cà phê, cao su, riêng mặt hàng gạo có tăng trưởng âm trong giai đoạn 2012-2016 và tăng trở lại vào giai đoạn 2016-2018. Xét về giá trị nông sản xuất khẩu, giá xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản đã tăng mạnh trong năm 2017 và có xu hướng giảm trong năm 2018. Điều này cho thấy sự thiếu bền vững trong giá trị sản phẩm nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Ba mặt hàng có giá xuất khẩu tăng là gạo (giá xuất khẩu trung bình đạt 501,0 USD/tấn, tăng 10,7%), chè (giá xuất khẩu trung bình đạt 1.710,7 USD/tấn, tăng 5,0%), sắn và các sản phẩm từ sắn (giá xuất khẩu trung bình đạt 394,9 USD/tấn, tăng 49,8%). Hàng cà phê của Việt Nam chiếm 13% tổng thị phần của EU và chỉ đứng sau Brazil về kim ngạch xuất khẩu sang thị trường EU. Tuy nhiên, trị giá xuất khẩu trung bình trên một tấn cà phê của Việt Nam chỉ đạt 1.592 USD. Đây là mức trị giá xuất khẩu thấp nhất trong top 5 nước xuất khẩu cà phê lớn nhất thế giới (Brazil, Việt Nam, Indonesia, Colombia và Chile).

So với kim ngạch xuất khẩu gạo đứng thứ hai thế giới (IMF, 2020), thị phần gạo của Việt Nam tại EU chỉ đạt 3%, thấp hơn rất nhiều so với các nước trong cùng khu vực ASEAN như Campuchia, với thị phần chiếm hơn 11%; Myanmar chiếm 13% thị phần và Thái Lan, chiếm 16% thị phần EU. Xét về trị giá trung bình trên 1 tấn gạo, giá trị gạo Việt Nam chỉ đạt 495,5 USD/tấn, thấp hơn nhiều so với giá trị gạo của Thái Lan lẫn Campuchia (lần lượt đạt 653 USD/tấn và 719 USD/tấn).

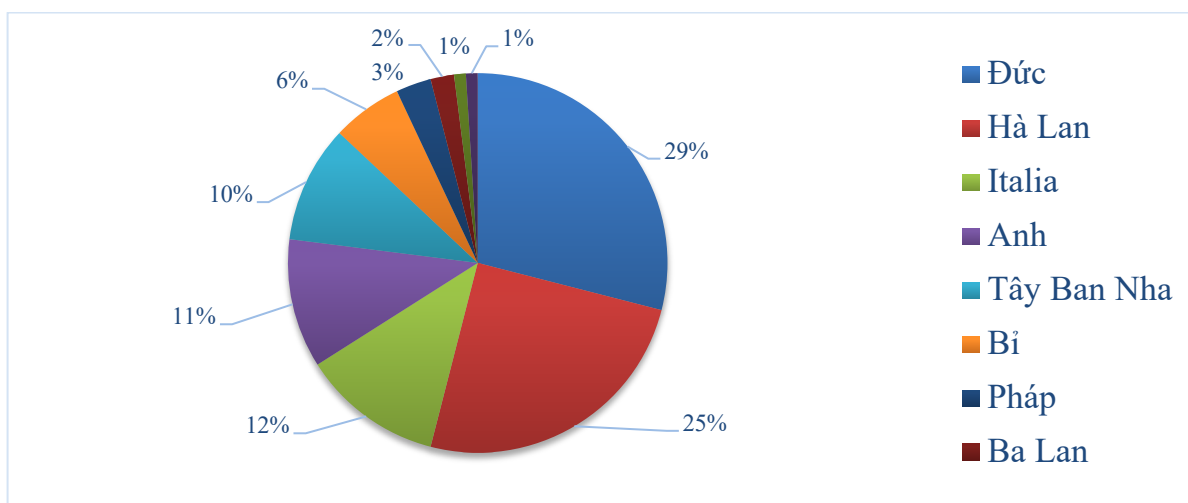
c. Thị trường

Trong số 27 quốc gia thuộc EU, KNXK nông sản có sự chênh lệch tương đối lớn giữa các nước thành viên, theo đó các đối tác nhập khẩu nông sản lớn nhất của Việt Nam là Đức, Hà Lan, Italia, Tây Ban Nha, Bỉ, Pháp, Ba Lan, Bồ Đào Nha, Thụy Điển.

Trong giai đoạn từ 2015 – 2020, kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vào những thị trường nói trên chiếm khoảng 90% kim ngạch xuất khẩu nông sản sang thị trường EU. Các quốc gia còn lại có thị phần nhập khẩu khiêm tốn, chủ yếu dưới 1%, trong đó có một số nước có trình độ phát triển cao như Đan Mạch, Áo, Phần Lan. Đây có thể được coi là các thị trường có nhiều tiềm năng và doanh nghiệp Việt Nam cần quan tâm để tiếp tục khai thác trong thời gian sắp tới.

Hà Lan và Đức là hai thị trường mà Việt Nam có kim ngạch xuất khẩu cao trong năm 2020. Trong đó, thị trường Hà Lan đã nhập khẩu lượng hàng hóa khoảng 7 tỷ USD, chiếm 20% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2020. Thị trường Đức nhập khẩu khoảng 6,64 tỷ USD hàng hóa Việt Nam, chiếm 19% tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu.

Sự kiện Brexit khiến Anh phải rời EU vào đầu năm 2020 đã giúp cho Pháp trở thành thị trường nhập khẩu lớn thứ 3 đối với các hàng hóa của Việt Nam với thị phần hơn 9%, tương ứng với 3,3 tỷ USD trong năm 2020.



Hình 3.2: Xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU theo thị trường giai đoạn 2015 – 2020

(Nguồn: ITC)

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Ý trong năm 2020 đạt hơn 3,12 tỷ USD, tương đương với 9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Ngoài các thị trường nêu trên, các thị trường có mức nhập hàng hóa từ Việt Nam trên 1 tỷ USD khác bao gồm: thị trường Áo (chiếm 8% kim ngạch xuất khẩu, tương đương với 2,88 tỷ USD); thị trường Bỉ (chiếm 7% kim ngạch xuất khẩu, tương đương với 2,31 tỷ USD); thị trường Tây Ban Nha (chiếm 6% kim ngạch xuất khẩu, tương đương với 2,13 tỷ USD); thị trường Ba Lan (chiếm 5% kim ngạch xuất khẩu, tương đương với 1,78 tỷ USD); thị trường Xlôvakia (chiếm 3% kim ngạch xuất khẩu, tương đương với 1,17 tỷ USD) và Thụy Điển (chiếm 3% kim ngạch xuất khẩu, tương đương với 1,13 tỷ USD).

3.2.2.2. Giai đoạn T8/2020-T7/2022 (giai đoạn Hiệp định bắt đầu có hiệu lực)

EVFTA có hiệu lực trong bối cảnh hết sức đặc biệt, khi cả Việt Nam và các nước EU đang đối mặt với sự bùng phát của đại dịch Covid-19 trên toàn cầu. Các gián đoạn trong chuỗi cung ứng do các quốc gia tạm thời đóng cửa để ngăn chặn dịch bệnh lây lan khiến cho thương mại giữa Việt Nam và EU bị ảnh hưởng tiêu cực.

a. Kim ngạch xuất khẩu nông sản thị trường EU

Tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường EU trong năm 2020 đạt khoảng 3.234 tỷ USD, giảm 7,4% so với năm 2019. Trong đó, kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Việt Nam đạt hơn 39 tỷ USD, giảm 0,2% so với năm 2019. Tuy nhiên, mức giảm này không phản ánh được mặt tích cực từ Hiệp định kể từ khi có hiệu lực vào ngày 01/08/2020. Tính toán từ số liệu thống kê của Văn phòng thống kê EU, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU kể từ tháng 8 đến tháng 12/2020 đạt khoảng 14,8 tỷ USD, xuất khẩu trung bình đạt gần 3 tỷ USD. Kết quả tính toán trên cho thấy sự tích cực mà EVFTA mang lại trong thời gian ngắn kể từ khi có hiệu lực và trong bối cảnh nền kinh tế Thế giới đang đình trệ bởi Covid19.

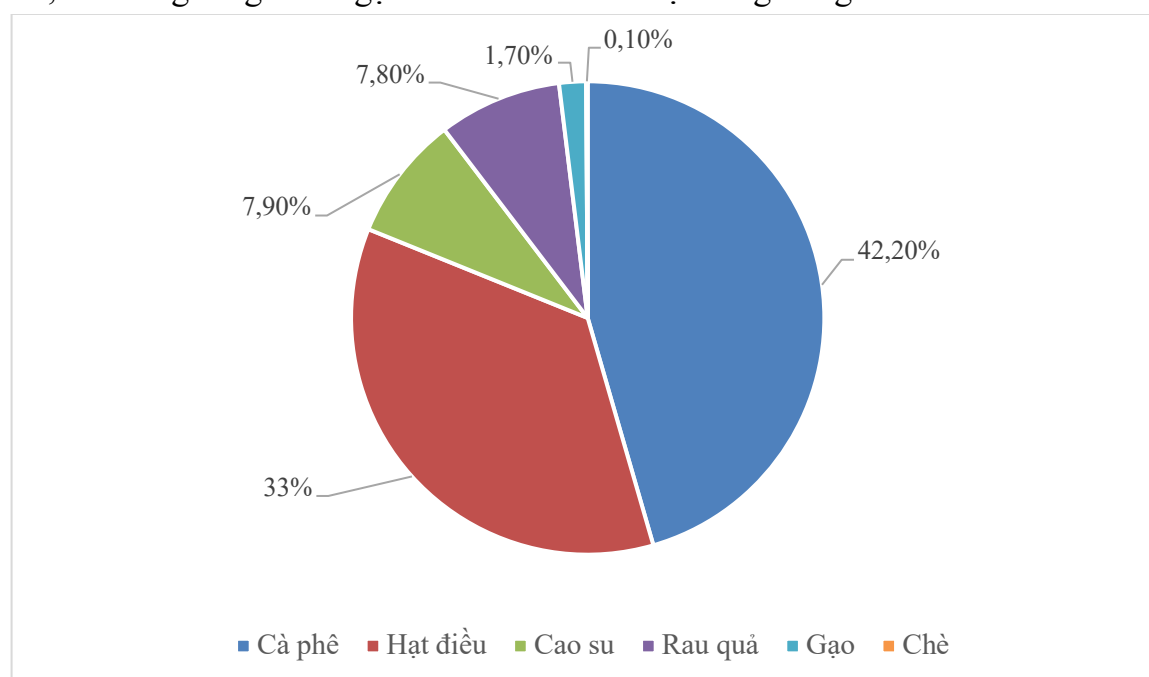
Sau một năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU 27 đã đạt 39,478 tỷ USD tính đến ngày 01/08/2021, tăng 6,2% so với cùng kỳ năm trước. Mức tăng trưởng này nhờ vào sự hồi phục của nền kinh tế EU trong quý 2 của năm 2021. Đồng thời, tác động của việc giảm thuế quan

đối với các mặt hàng của Việt Nam vào thị trường EU giúp thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng được hưởng lợi từ EVFTA. Năm 2021, Việt Nam là đối tác lớn thứ 31 cho hàng hóa xuất khẩu vào EU và là đối tác lớn thứ 11 cho hàng hóa nhập khẩu của EU. Năm 2021, xuất khẩu Việt Nam sang EU lên đến 46 tỷ USD, tăng 14%. Năm 2021, Việt Nam xuất siêu sang thị trường EU khoảng 23,23 tỷ USD.

Kể từ khi EVFTA có hiệu lực, tổng KNXXK của Việt Nam vào thị trường EU tăng, nhưng hầu hết các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang EU lại giảm (mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện, giảm đến 27,9% so với năm 2020; hàng dệt may giảm 15,2% so với năm 2020; giày dép các loại giảm 11,3%, đạt 3,9 tỷ USD). Tuy nhiên, xu hướng với mặt hàng nông sản là ngược lại. Trên thực tế kể từ khi EVFTA có hiệu lực, tổng trị giá xuất khẩu nông sản của Việt Nam các nước thành viên EU đã tăng tới 32,4%.

b. Hàng nông sản xuất khẩu sang thị trường EU

Năm 2021, theo số liệu của Tổng cục Hải quan, tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông sản chính của Việt Nam sang thị trường EU đạt trên 3,3 tỷ USD (bao gồm cà phê 1,025 tỷ USD, thủy sản 1,018 tỷ USD, hạt điều 695 triệu USD, cao su 169 triệu USD, rau quả 151 triệu USD, hạt tiêu 150 triệu USD). Với kết quả này, EU là một trong những thị trường xuất khẩu nông sản lớn nhất của Việt Nam, chiếm 13,7% trong tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông sản chính.



Hình 3.3: Cơ cấu các mặt hàng nông sản của Việt Nam sang EU từ 8/2020 – 7/2022

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Những mặt hàng nông sản hàng đầu EU nhập khẩu từ Việt Nam là trái cây nhiệt đới, các loại hạt, gia vị tươi và khô trị giá 869 triệu ERU (39%); cà phê chưa rang, chà là 868 triệu EUR (38%); các sản phẩm nông sản còn lại là cà phê, trà, gạo, mỳ, bánh ngọt, bánh quy. Xuất khẩu gỗ và đồ gỗ sang EU năm 2021 đạt 14 tỷ USD, tăng 17% so với năm 2020.

Về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, tỷ trọng các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang EU cụ thể như sau: cà phê (chiếm 42,2% tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông sản chính sang EU), hạt điều (chiếm 33%), cao su (chiếm 7,9%), rau quả (chiếm 7,8%), hạt tiêu (chiếm 7,4%), gạo (chiếm 1,7%) và chè (chiếm 0,1%).

c. Thị trường

Về thị trường xuất khẩu sang các nước thành viên EU, dù chịu ảnh hưởng của dịch Covid-19, kim ngạch xuất khẩu nông sản sang các thị trường chủ lực của Việt Nam tại khu vực EU đều tăng trưởng tích cực hoặc chỉ giảm nhẹ:

- Tính từ 8/2020 đến tháng 7/2021:

Đức (chiếm 28,8% tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông sản chính của Việt Nam sang EU, đạt 641 triệu USD, tăng 24,4% so với cùng kỳ năm 2020), Hà Lan (chiếm 22,5%, đạt 500 triệu USD, tăng 1,9%), Italy (chiếm 12,8%, đạt 285 triệu USD, tăng 3,2%), Tây Ban Nha (chiếm 9%, đạt 202 triệu USD, giảm nhẹ 0,6%), Pháp (chiếm 6,4%, đạt 142 triệu USD, tăng 25,2%),...

Ngoài ra, một số thị trường có kim ngạch xuất khẩu nhỏ nhưng đạt mức tăng trưởng mạnh mẽ, cho thấy tiềm năng xuất khẩu: Phần Lan (tăng 198%), Hungary (tăng 86,9%), Cộng hoà Séc (tăng 49,2%),...

- Xuất khẩu nông sản sang EU trong 7 tháng đầu năm 2022: 7 tháng đầu năm 2022, KNXK sang EU đạt 19,54 tỷ USD, tăng 21,1% so cùng kỳ năm trước, chiếm 12,7% xuất khẩu cả nước. Trong đó, hàng thủy sản đạt 560 triệu USD, tăng 43,9%; cà phê đạt 780 triệu USD, tăng 43,2%; gạo đạt 7,09 triệu USD, tăng 1,1%.

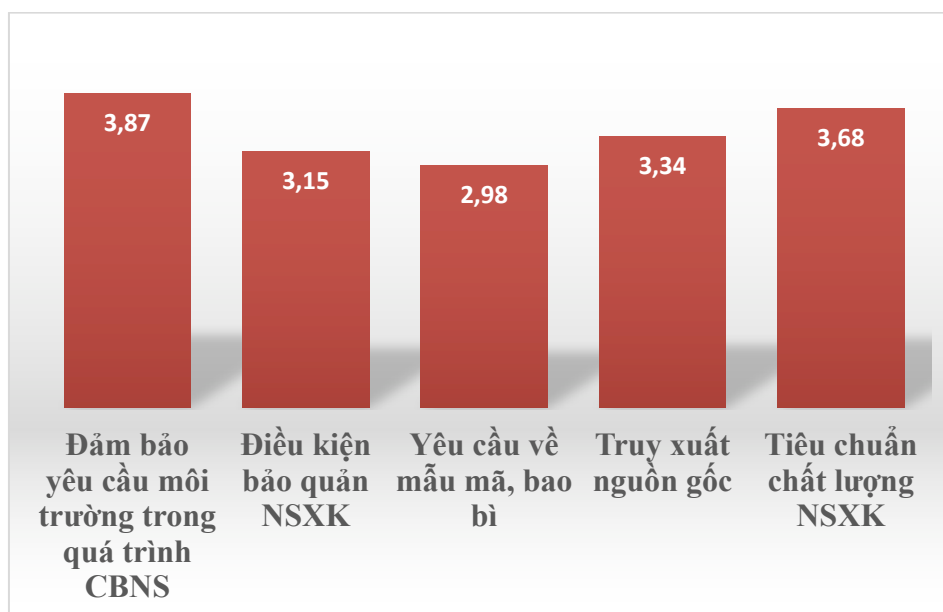
3.2.3. Khả năng cạnh tranh sản phẩm và năng lực cung ứng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam

3.2.3.1. Doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản

Doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản của Việt Nam tập trung vào một số mặt hàng chủ lực như: gạo, chè, cà phê và một số loại rau quả. Do yêu cầu đặt hàng từ phía thị trường nhập khẩu và từ phía doanh nghiệp xuất khẩu, trong quá trình thu mua, chế biến các doanh nghiệp cần quan tâm đến nhiều vấn đề bao gồm: tiêu chuẩn chất lượng hàng nông sản xuất khẩu; truy xuất nguồn gốc xuất xứ; yêu cầu về mẫu mã, bao bì, điều kiện bảo quản; đảm bảo yêu cầu môi trường trong quá trình chế biến.

Kết quả khảo sát từ 56 doanh nghiệp thu mua, chế biến cho thấy: *điều kiện bảo quản nông sản* là tiêu chí mà doanh nghiệp thu mua, chế biến có khả năng đáp ứng tốt nhất (với mức trung bình đạt 3,87/ 5 điểm); tỷ lệ các doanh nghiệp cho rằng “đáp ứng rất tốt” chỉ đạt 25% số doanh nghiệp tham gia khảo sát. Tuy nhiên, tỷ lệ các doanh nghiệp thu mua, chế biến “không thể đáp ứng” các yêu cầu về xuất khẩu nông sản đặt ra với doanh nghiệp vẫn xuất hiện ở các tiêu chí *đảm bảo yêu cầu môi trường trong quá trình chế biến* (6%); *điều kiện bảo quản nông sản xuất khẩu* (7,3%) và *tiêu chuẩn chất lượng nông sản* (3%). Trong các yêu cầu đặt ra đối với nông sản xuất khẩu thì yêu cầu về mẫu mã, bao bì ở mức đánh giá thấp nhất (2,98/ 5 điểm). Các yêu cầu khác như: tiêu chuẩn chất lượng NSXK (đạt 3,68 điểm); truy xuất nguồn gốc (đạt 3,34 điểm); điều kiện bảo quản NSXK (đạt 3,15 điểm). Kết quả khảo sát cho thấy, các doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản của Việt Nam mới chỉ dừng lại ở mức “đáp ứng”, điều này cho thấy hàng nông sản xuất khẩu từ Việt Nam sẽ chịu

tác động lớn từ các rào cản bảo hộ nếu thị trường EU tiếp tục siết chặt các quy định này và nếu từ khâu đầu vào nguyên liệu, sản xuất, chế biến không chú ý đáp ứng.



Hình 3.4: Khả năng đáp ứng các yêu cầu về nông sản xuất khẩu trong quá trình chế biến của doanh nghiệp

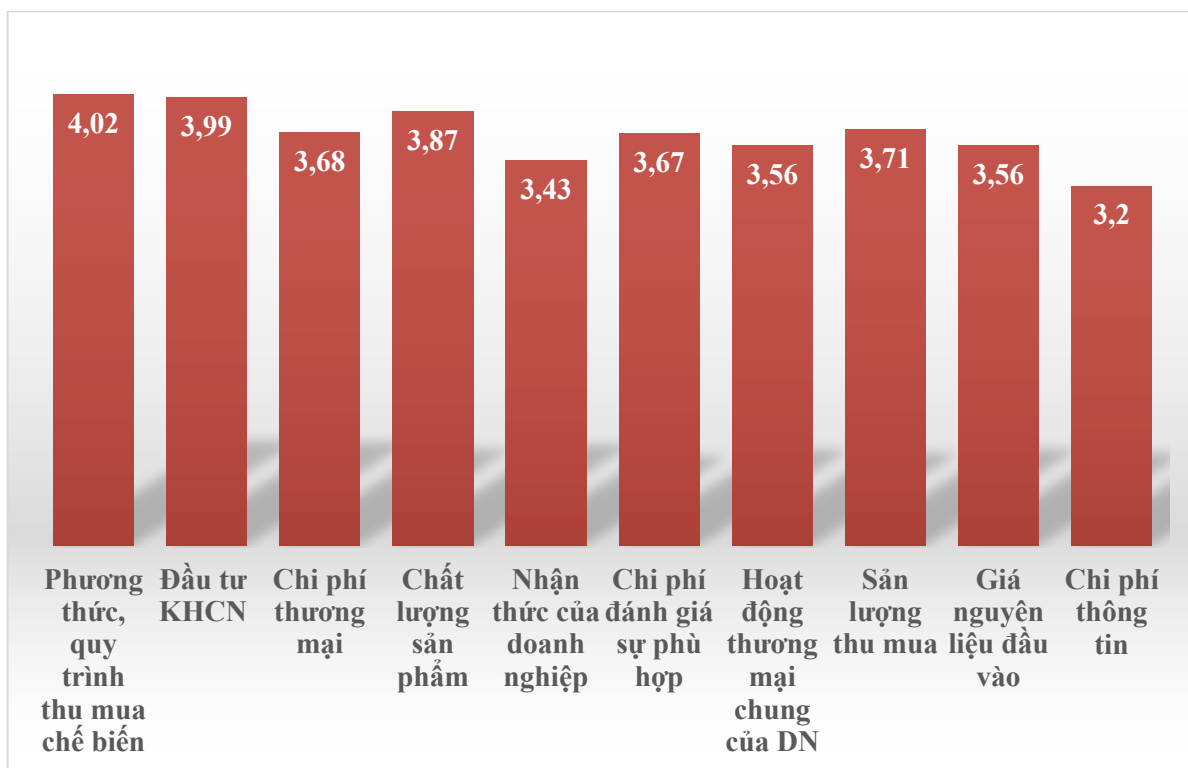
(Nguồn: Khảo sát của NCS)

Nguyên nhân khiến cho các doanh nghiệp thu mua chế biến nông sản của Việt Nam bị hạn chế về khả năng trong việc đáp ứng các yêu cầu của thị trường EU là do các doanh nghiệp của chúng ta chưa có sự chuẩn bị tốt khi Việt Nam tham gia hiệp định thương mại này. Trong số các doanh nghiệp được khảo sát, số lượng doanh nghiệp đã tìm hiểu tương đối kỹ chỉ có chiếm 7% (4/56 doanh nghiệp); 35,6% doanh nghiệp đã từng tìm hiểu một số thông tin; 44,6% doanh nghiệp trả lời có nghe nhưng chưa tìm hiểu gì; cá biệt có 12,8% doanh nghiệp được hỏi trả lời lần đầu nghe nói đến hiệp định này.

Các rào cản phi thuế do thị trường EU tạo ra và ngày càng có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của các doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản của Việt Nam thì chỉ có 34 doanh nghiệp được khảo sát (chiếm 60,7%) trả lời biết và cần phải đáp ứng các tiêu chuẩn này khi xuất khẩu hàng nông sản, biện pháp mà các doanh nghiệp đưa ra để đáp ứng tiêu chuẩn này là giám sát quá trình thu mua, sơ chế, chế biến, đóng gói sản phẩm áp dụng hệ thống quản lý chất lượng như ISO, HACCP 90012015.

Đối với các doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản rào cản bảo hộ lớn nhất đến từ các rào cản phi thuế (TBT, SPS). Theo kết quả khảo sát, mức tác động của các rào cản phi thuế đến hoạt động thu mua của doanh nghiệp ở mức trên trung bình. Yếu tố chịu tác động lớn nhất là phương thức và quy trình thu mua chế biến (mức tác động đạt 4,02 điểm), tác động khá rõ ở việc doanh nghiệp thu mua, chế biến phải

tập trung đầu tư khoa học công nghệ (mức tác động 3,99 điểm), tiếp theo là chất lượng sản phẩm (3,87 điểm), sản lượng thu mua (3,71 điểm), chi phí thương mại và chi phí đánh giá sự phù hợp (liên quan đến kiểm tra, chứng nhận) ở mức khoảng 3,68 điểm.



Hình 3.5: Mức độ tác động của các hàng rào kỹ thuật đến hoạt động của các doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản

(Nguồn: Khảo sát của NCS)

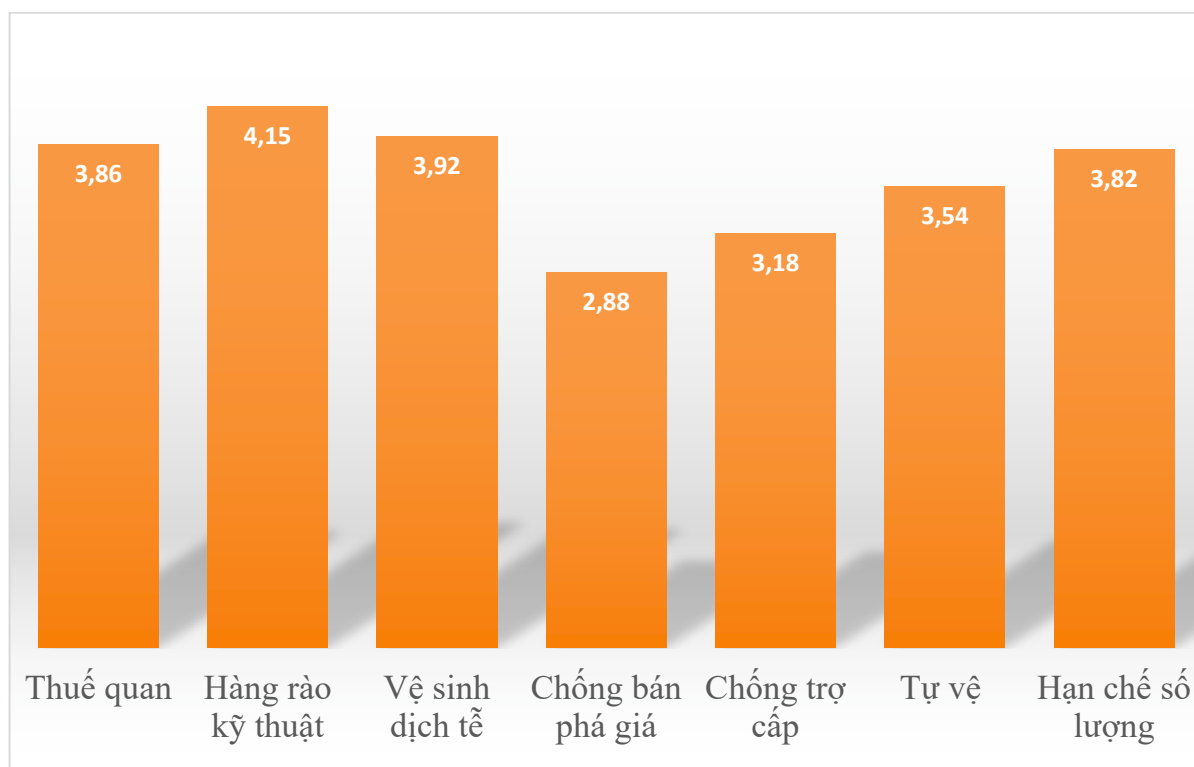
Qua kết quả được mô tả cho thấy, để các doanh nghiệp thu mua, chế biến tiêu thụ được hàng cũng như đáp ứng được yêu cầu từ phía doanh nghiệp xuất khẩu, các doanh nghiệp cần phải thay đổi mạnh mẽ phương thức quy trình thu mua chế biến và các doanh nghiệp này cần đặc biệt quan tâm đến đầu tư vào khoa học công nghệ.

3.2.3.2 Doanh nghiệp xuất khẩu nông sản

Kết quả khảo sát từ 50 doanh nghiệp có tham gia hoạt động xuất khẩu nông sản sang thị trường EU cho một số kết quả như sau:

- Về mức độ nhận thức của doanh nghiệp xuất khẩu nông sản với các biện pháp bảo hộ tại thị trường EU cho thấy mức độ nhận thức trung bình nằm trong khoảng từ 2.88 đến 4.15. Trong đó, nhận thức về hàng rào kỹ thuật, vệ sinh dịch tễ, thuế quan và hạn chế về số lượng của các doanh nghiệp xuất khẩu ở mức *nhận biết nhưng đáp ứng còn hạn chế*; các nhận thức về chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ ở mức *biết nhưng chưa đáp ứng*. Tỷ lệ các doanh nghiệp trả lời ở mức *biết và có thể chủ động đáp ứng* chỉ chiếm 37% với hàng rào kỹ thuật và 26% với thuế quan,

cá biệt chỉ có 18% doanh nghiệp nhận thức chống bán phá giá ở mức biết và có thể chủ động đáp ứng.



Hình 3.6: Mức độ nhận thức của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản về các biện pháp bảo hộ tại thị trường EU

(Nguồn: Khảo sát của NCS)

- Về mức độ tác động của các rào cản bảo hộ đến hoạt động xuất khẩu nông sản của doanh nghiệp, trở ngại lớn nhất với hàng nông sản vào thị trường xác nước nhập khẩu là vấn đề vệ sinh dịch tễ, mức tác động của rào cản này đạt trung bình là 3,98 điểm, tức là tác động mạnh. Cùng với mức độ tác động mạnh còn có các yếu tố như: hàng rào kỹ thuật, thuế quan, chống bán phá giá.

Bảng 3.3: Mức độ tác động của các rào cản bảo hộ đối với doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam

Rào cản	Mức độ tác động trung bình
Thuế quan	3,61
Hàng rào kỹ thuật	3,74
Vệ sinh dịch tễ	3,98
Chống bán phá giá	3,56
Chống trợ cấp	3,03
Tự vệ thương mại	3,19
Hạn chế số lượng	3,31

(Nguồn: Khảo sát của NCS)

Để đáp ứng yêu cầu cao của một thị trường lớn và khó tính như EU, đồng thời tận dụng những cam kết tại EVFTA, các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam buộc

phải nâng cao năng lực xuất khẩu của mình. Nói cách khác, các quy định của EVFTA đã thúc đẩy nâng cao năng lực xuất khẩu của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam. Tác động đó lên các yếu tố thành phần của năng lực xuất khẩu bao gồm:

- Về năng lực nghiên cứu và dự báo thị trường xuất khẩu

Nghiên cứu và dự báo thị trường vẫn luôn là một hoạt động không dễ thực hiện trong xuất khẩu, đặc biệt là với thị trường mang tính đặc thù như EU với 27 quốc gia thành viên. Người tiêu dùng EU đòi hỏi cao về chất lượng, về an toàn vệ sinh thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ, các tiêu chuẩn về môi trường, phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Mặt khác, việc tiếp cận thị trường còn hạn chế về ngôn ngữ, về thông tin, về các điều kiện di chuyển nên việc nghiên cứu và dự báo thị trường xuất khẩu các doanh nghiệp còn chưa được tốt mặc dù đã có sự hỗ trợ của cơ quan Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài. EVFTA là hiệp định song phương, do đó những nội dung cụ thể trong hiệp định là căn cứ để doanh nghiệp tập trung nâng cao năng lực nghiên cứu, dự báo thị trường.

Doanh nghiệp còn thiếu thông tin chi tiết, cụ thể và đầy đủ về thị trường. Đơn cử như đối với mặt hàng gạo xuất khẩu, mặc dù hầu hết doanh nghiệp có thể được biết về vấn đề hạn ngạch. Tuy nhiên, vấn đề không chỉ là cam kết hạn ngạch thì bao nhiêu nghìn tấn được hưởng ưu đãi thuế quan, mà còn ở chỗ cơ chế được cấp hạn ngạch thế nào. Nghị định về chứng nhận gạo thơm xuất khẩu sang EU mới chỉ được ban hành đầu năm 2022 - chậm thời gian tương đối dài so với Hiệp định. Đây là những thông tin sâu, cần được truyền thông tới doanh nghiệp.

- Về năng lực tiếp thị, tìm kiếm khách hàng, đối tác tại EU

EVFTA tạo ra nhiều cơ hội và thị trường trong xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam. Các cơ quan quản lý nhà nước, các hiệp hội ngành hàng, các cơ quan thương vụ của Việt Nam tại nước ngoài đã có nhiều biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp đưa sản phẩm nông sản Việt Nam tiếp thị tìm kiếm khách hàng tại thị trường EU. Sự phát triển của công nghệ thông tin và quá trình chuyển đổi số cũng cho phép doanh nghiệp đẩy mạnh các hoạt động tiếp thị tìm kiếm khách hàng thông qua website và các nền tảng mạng xã hội khác. Nhìn chung, năng lực tiếp thị của doanh nghiệp được nâng lên và ngày càng nhiều khách hàng biết đến và tin dùng nông sản xuất khẩu từ Việt Nam.

- Về năng lực xây dựng chiến lược sản phẩm và giá cả

Căn cứ số liệu nghiên cứu thị trường nhập khẩu về nhu cầu mặt hàng, dung lượng thị trường, quy định tiêu chuẩn kỹ thuật, doanh nghiệp xuất khẩu nông sản hữu cơ phải xây dựng được chiến lược về sản phẩm và giá cả phù hợp với từng thị trường. Tuy nhiên, do đặc thù của sản phẩm nông nghiệp hữu cơ đòi hỏi về điều kiện thổ nhưỡng, quy trình canh tác nghiêm ngặt nên nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc xây dựng được chiến lược về sản phẩm và giá cả theo từng thị trường.

- Về năng lực tổ chức thực hiện hợp đồng xuất khẩu nông sản.

Khi đã ký hợp đồng với đối tác thì việc tổ chức thực hiện hợp đồng xuất khẩu cần được đặt lên hàng đầu. Các khâu trong quy trình tổ chức thực hiện hợp đồng xuất khẩu nông sản bao gồm: chuẩn bị nguồn hàng, chế biến, đóng gói, bảo quản, tổ chức giao nhận vận tải đảm bảo giao hàng đúng hạn; lập bộ chứng từ, thanh toán; chăm sóc khách hàng sau bán hàng; duy trì mối quan hệ lâu dài với bên nhập khẩu.

Tất cả các hoạt động này đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ của các cá nhân, bộ phận theo một kế hoạch chi tiết, có sự kiểm tra kiểm soát chặt chẽ đảm bảo thực hiện đầy đủ và đúng quy định trong hợp đồng. Sản phẩm nông sản là nhóm sản phẩm nhạy cảm, đòi hỏi cao về khâu vận chuyển, bảo quản, trong khi khoảng cách địa lý từ Việt Nam sang EU là một khó khăn dẫn đến các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam cần từng bước nâng cao khả năng, trình độ, đảm bảo được năng lực tổ chức thực hiện hợp đồng xuất khẩu.

- Về năng lực phát triển nguồn hàng xuất khẩu

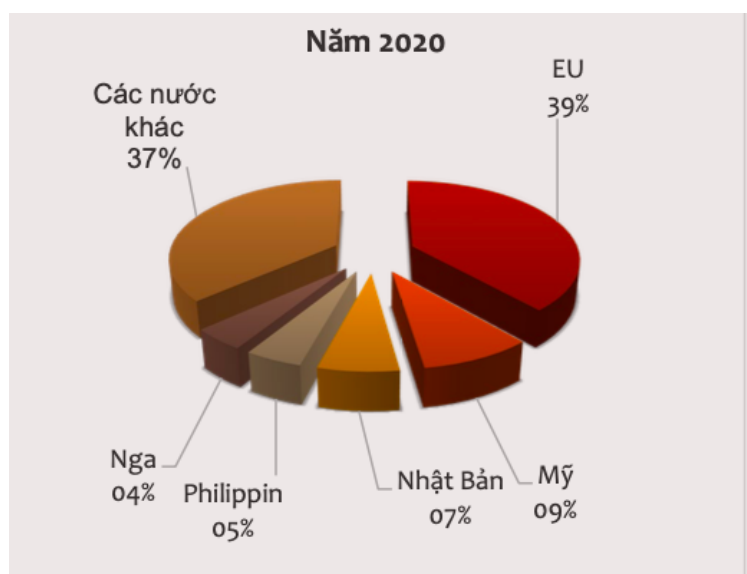
Hiện nay, Việt Nam có khoảng 800 sản phẩm nông sản nổi tiếng ở các địa phương. Việt Nam đã có những nỗ lực để có thể tham gia vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu với nhiều sản phẩm đạt giá trị xuất khẩu cao như cà phê, hồ tiêu, thủy sản, hoa quả... Với nhu cầu hiện có của EU, nguồn cung nông sản của Việt Nam cơ bản là chưa đáp ứng yêu cầu cả về quy mô và chất lượng. Do đó, quá trình thúc đẩy xuất khẩu từ những quy định từ EVFTA là cơ hội để doanh nghiệp Việt Nam mở rộng quy mô, tăng cường sự liên kết theo vùng, thành lập những liên minh theo nhóm sản phẩm nông sản xuất khẩu. Có như vậy, doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam mới từng bước khẳng định vị trí trên thị trường EU; vươn lên trở thành một nhà cung cấp lớn trên thị trường nông sản EU về quy mô, chất lượng và phạm vi thương mại.

3.3. Thực trạng tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến một số mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam

3.3.1. Hàng cà phê

3.3.1.1. Trước khi tham gia EVFTA

Cà phê nằm trong nhóm những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam và chiếm tỷ trọng tương đối lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam.

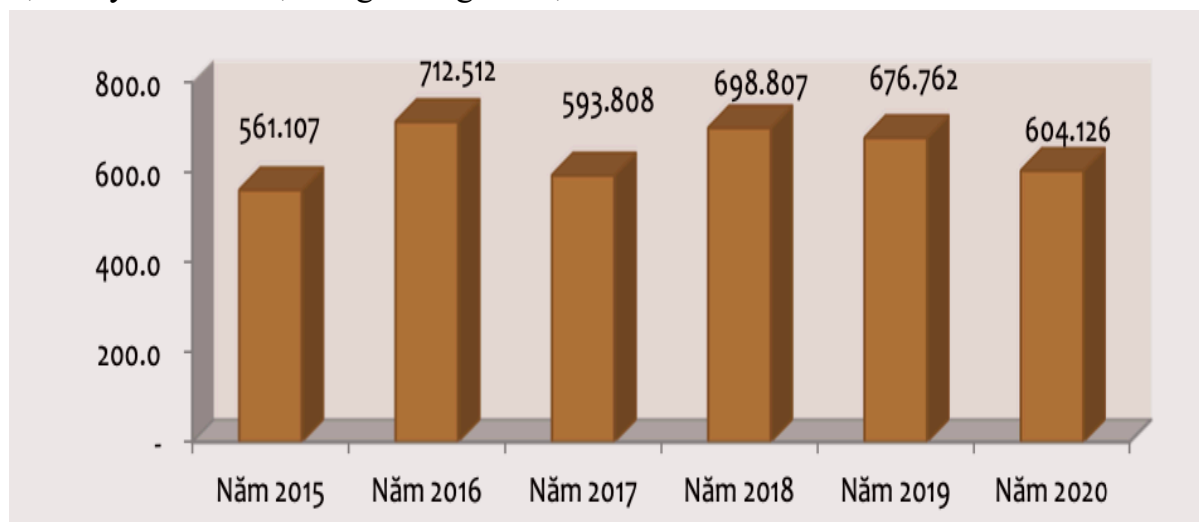


Hình 3.7: Cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam năm 2020

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Tổng sản lượng xuất khẩu bình quân hàng năm đạt khoảng 1,6 - 1,8 triệu tấn với giá trị dao động 2,6 - 2,8 tỷ USD và Việt Nam trở thành nước xuất khẩu cà phê lớn thứ 2 trên thế giới chỉ sau Brazil.

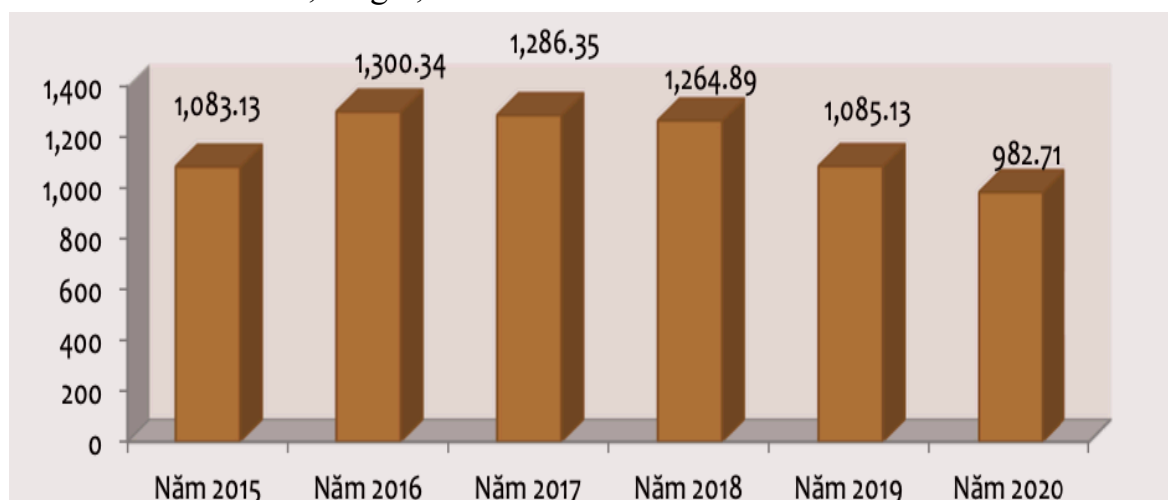
- Về kim ngạch, EU là thị trường xuất khẩu cà phê lớn nhất của Việt Nam, ước tính khoảng 39% về khối lượng và 37,6% về giá trị. Lượng xuất khẩu cà phê của Việt Nam tới thị trường EU trong giai đoạn 2015 - 2020 đạt trung bình 641,2 nghìn tấn/năm, tốc độ tăng trưởng bình quân là 1,5%/năm; kim ngạch bình quân đạt 1,167 tỷ USD/năm, trung bình giảm 1,9%/năm.



Hình 3.8: Khối lượng xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang EU

Đơn vị tính: Nghìn tấn (Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Riêng năm 2020, do chịu tác động của đại dịch Covid - 19 và giá cà phê thế giới xuống ở mức thấp, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường EU đạt 604 nghìn tấn giảm 72,6 nghìn tấn so với năm 2019 (tương ứng với giảm 10,7%); giá trị đạt 982,7 triệu USD giảm 97,2 triệu USD so với năm 2019 (tương ứng với giảm 9,4% về giá trị). Tuy nhiên, giá trị xuất khẩu cà phê sang thị trường EU đạt trung bình 1.627 USD/ tấn; tăng 1,4% so với năm 2019.



Hình 3.9: Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang EU

Đơn vị tính: Triệu USD. (Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu - Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

- Về thị trường, xét theo giá trị trong số 27 quốc gia thành viên của EU thì cà phê của Việt Nam được xuất khẩu nhiều nhất sang Đức (37%); Italia (23,4%); Tây Ban Nha (15,8%); Bỉ (11,4%) và Pháp (3,2%).

Bảng 3.4: Tỷ trọng hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo khối lượng

Thị trường	Tỷ trọng nhập khẩu % theo khối lượng						Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015-2020 (%)
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
EU	100	100	100	100	100	100	1,5
Đức	34,2	38,7	37,5	37,3	34,7	37,0	3,1
TBN	21,0	16,2	17,1	17,4	19,8	15,8	- 4,0
Italia	18,8	19,1	21,1	19,5	20,9	23,4	6,0
Bỉ	11,0	12,2	10,9	10,8	10,8	11,4	2,2
Pháp	5,8	5,6	5,6	5,6	5,1	3,2	- 10,0
Ba Lan	2,7	2,1	2,0	2,0	2,0	2,8	2,3
Hà Lan	2,4	2,4	1,8	1,5	1,5	1,9	-3,4
BĐN	2,1	1,7	2,1	2,4	2,2	1,7	-2,6
Hy Lạp	0,9	1,0	1,0	2,0	1,9	1,7	15,4
Rumani	0,9	0,7	0,7	0,6	0,5	0,4	-12,4
Đan Mạch	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3	2,4
Phần Lan	0,0	0,0	0,0	0,2	0,3	0,3	
Hungary	0,0	0,0	0,0	0,3	0,2	0,0	

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Trong giai đoạn năm 2015 – 2020, Đức là thị trường xuất khẩu cà phê lớn nhất của Việt Nam trong EU, ghi nhận tốc độ tăng trưởng 3,1% về lượng nhưng giảm 0,5%/năm về trị giá. Tỷ trọng xuất khẩu tới Đức năm 2020 chiếm 35,7% tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê tới thị trường EU, tăng 1,9 điểm phần trăm so với năm 2019 và tăng 2,6 điểm phần trăm so với năm 2015.

Tiếp theo là thị trường Tây Ban Nha, kim ngạch xuất khẩu cà phê bình quân tới thị trường này trong giai đoạn năm 2015 – 2020 đạt 209,8 triệu USD/năm, với mức giảm bình quân là 6,8%/năm. Tỷ trọng xuất khẩu cà phê tới thị trường Tây Ban Nha trong năm 2020 chiếm 16,5%, giảm 3,3% so với năm 2019, giảm 4,8% so với năm 2015.

Đứng thứ ba là thị trường Italia, với kim ngạch xuất khẩu bình quân trong giai đoạn năm 2015-2020 đạt 234,9 triệu USD/năm, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 2,5%/năm về giá trị và 6%/năm về lượng. Tỷ trọng xuất khẩu cà phê tới Italia chiếm 22,8% trong năm 2020, tăng 2,1% so với năm 2019, tăng 4,5% so với năm 2015.

Bảng 3.5: Tỷ trọng hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo giá trị

Thị trường	Tỷ trọng nhập khẩu % theo giá trị						Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015-2020 (%)
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
EU	100	100	100	100	100	100	- 1,9
Đức	33,1	38,0	37,1	36,3	33,8	35,7	- 0,5
TBN	21,3	16,3	17,2	17,3	19,8	16,5	- 6,8
Italia	18,3	18,9	21,1	19,4	20,7	22,8	2,5
Bỉ	11,5	12,7	10,7	10,3	10,7	11,4	-2,1
Pháp	5,7	5,4	5,4	5,4	4,8	2,9	-14,0
Ba Lan	3,2	2,4	2,5	2,7	2,8	4,0	2,6
Hà Lan	2,5	2,6	2,0	1,7	1,6	2,2	- 4,8
BĐN	2,1	1,7	2,1	2,4	2,3	1,7	- 5,9
Hy Lạp	0,9	1,0	0,9	1,9	1,8	1,7	10,8
Rumani	1,2	0,8	0,9	1,0	0,6	0,5	-17,0
Đan Mạch	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	- 1,4
Phần Lan	0,0	0,0	0,0	0,3	0,4	0,3	
Hungary	0,0	0,0	0,0	1,0	0,6	0,1	

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

- Về chủng loại, cà phê Robusta là chủng loại xuất khẩu chính tới thị trường EU, chiếm tỷ trọng 91,5% (2020) trong tổng xuất khẩu cà phê sang EU. Kim ngạch xuất khẩu trung bình mặt hàng này tới EU đạt 1,025 tỷ USD/năm, với mức giảm bình quân 2,8%/năm trong giai đoạn năm 2015 – 2020. Đứng thứ hai là cà phê Arabica với kim ngạch xuất khẩu trung bình mặt hàng đạt 65,6 triệu USD/năm, giảm bình quân 0,6%/năm trong giai đoạn năm 2015 - 2020.

Bảng 3.6: Tỷ trọng hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo khối lượng (xét theo chiều sâu)

Chủng loại	Tỷ trọng nhập khẩu % theo khối lượng						Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015-2020 (%)
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
EU	100	100	100	100	100	100	1,5
Robusta	34,2	38,7	37,5	37,3	34,7	37,0	3,1
Arabica	21,0	16,2	17,1	17,4	19,8	15,8	- 4,0
Excelsa	18,8	19,1	21,1	19,5	20,9	23,4	6,0

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Trong những năm gần đây, Việt Nam những năm gần đây cũng đẩy mạnh xuất khẩu cà phê chế biến sang EU. Kim ngạch cà phê chế biến của Việt Nam tới thị trường EU trong giai đoạn năm 2015 – 2020 đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 7,5%/năm, chiếm tỷ trọng 8,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê tới thị trường EU năm 2020, tăng 2,1% so với năm 2019, tăng 3,2% với năm 2015.

Bảng 3.7: Tỷ trọng chiều sâu hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo giá trị

Thị trường	Tỷ trọng nhập khẩu % theo khối lượng						Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015-2020 (%)
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
EU	100	100	100	100	100	100	-1,9
Robusta	88,6	89,4	88,7	87,5	87,7	84,9	-2,8
Arabica	5,8	5,9	4,9	5,5	5,5	6,2	- 0,6
Excelsa	0,01	0,01	0,00	0,29	0,19	0,05	46,6
Cà phê CB	5,6	4,7	6,4	6,8	6,7	8,8	7,5

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Phân theo mã HS, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang EU 27 chủ yếu tập trung vào mã HS 090111 – cà phê chưa rang, chưa khử chất caphein, chiếm tới 97% tổng KNKK cà phê của Việt Nam vào EU. Cụ thể như bảng sau:

Bảng 3.8: Kim ngạch hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang EU 27 giai đoạn 2015-2020 theo mã HS (xét theo chiều dài)

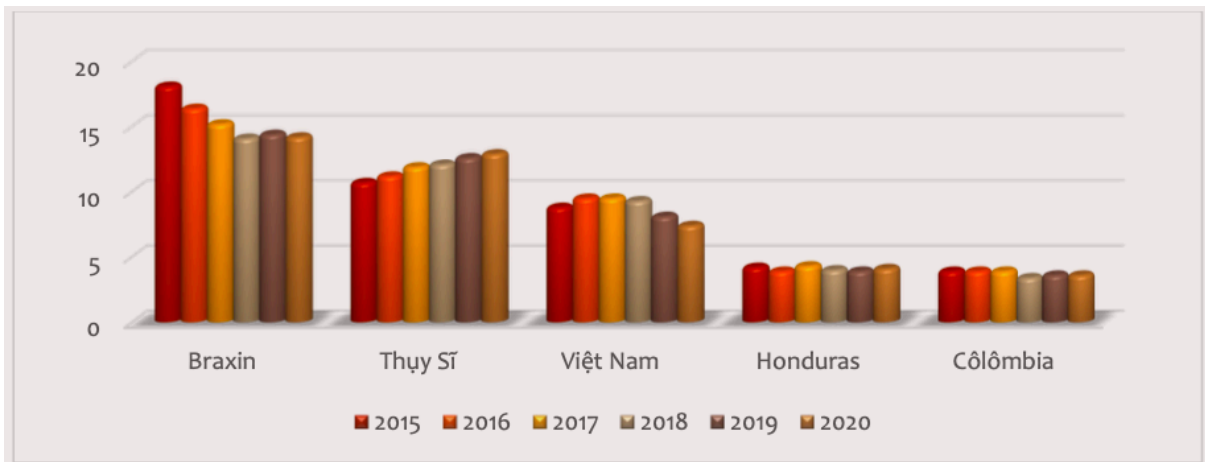
Mã HS	2015	2016	2019	2020	Tốc độ tăng bình quân 2016-2020 (%/năm)
Tổng cộng	1085044	1306894	1050828	944160	-6,3
090111 Cà phê, chưa rang: chưa khử chất caphein	1054869	1275087	1022654	914914	-6,4
090121 Cà phê đã rang: chưa khử chất caphein	196	473	936	901	13,8
090112 Cà phê, chưa rang: đã khử chất caphein	29803	30956	22478	25884	-3,5
090122 Cà phê đã rang: đã khử chất caphein	176	378	4759	2455	45,4
090190 – Loại khác	0	0	1	6	N/a

Đơn vị: Nghìn USD

(Nguồn: Trademap.org)

- *Về thị phần*, Việt Nam hiện là nhà cung ứng cà phê lớn thứ ba cho thị trường EU (sau Braxin và Thụy Sĩ) với kim ngạch năm 2020 đạt 949 triệu EUR, giảm 6,3% so với năm 2019, giảm bình quân 3,2%/năm từ 2015-2020. Trong giai đoạn này, thị phần cà phê của Việt Nam trong tổng nhập khẩu cà phê của EU chứng kiến nhiều biến động khi tăng liên tục từ năm 2015 đến năm 2017 ở mức 9,5% (tính theo trị giá), sau đó giảm dần xuống mức thấp nhất 7,4% năm 2020. Nguyên nhân chủ yếu của sự sụt giảm trên là do dịch Covid-19 bùng phát mạnh tại EU đã ảnh hưởng đến logistics, nguồn cung gián đoạn và một số cảng tại châu Âu dừng nhận hàng cũng tác động đến hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp.

Tại một số thị trường nhập khẩu cà phê lớn tại EU như Đức, Italia, thị phần cà phê Việt Nam được nhận định kém cạnh tranh hơn so với Braxin do cà phê Việt Nam chủ yếu là xuất khẩu thô loại Robusta thường dùng để phối trộn, trong khi đó nhu cầu tại các thị trường này là cà phê cấp cao, cà phê hữu cơ và cà phê đặc sản. Trong khi đó, theo Hiệp hội Xuất khẩu cà phê Braxin (Braxin-Cecafe), năm 2020, bất chấp những tác động mạnh do đại dịch Covid-19 gây ra, chuỗi sản xuất và kinh doanh cà phê tại Braxin tiếp tục đạt hiệu quả cao nhờ nhu cầu về cà phê tăng cao trở lại trên thị trường thế giới, cùng với đó các doanh nghiệp xuất khẩu của nước này đã khắc phục được một số khó khăn về logistics liên quan đến việc thiếu hụt container, tàu chở hàng, vận chuyển từ Braxin nhanh hơn và các chủng loại xuất khẩu chủ yếu của thị trường này trong năm 2020 với cà phê Arabica chiếm trên 78% phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng EU, cà phê Robusta chiếm 12% và cà phê hòa tan khoảng 9,5%. Do vậy, không dễ dàng để cạnh tranh thị phần với nhà cung ứng cà phê lớn nhất này tại thị trường EU.



Hình 3.10: Thị phần cà phê Việt Nam trong tương quan với các nhà cung ứng ngoại khối lớn tại EU giai đoạn 2015-2020

(Đơn vị tính: % theo giá trị)

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

EU là một khối thị trường thống nhất trong đa dạng, mỗi quốc gia lại có những thị hiếu, tập quán thưởng thức cà phê khác nhau, nhu cầu đa dạng với nhiều loại cà phê. Việc dung hòa được thị trường là một thách thức đối với các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê. Ngoài ra, người tiêu dùng châu Âu cũng đòi hỏi yêu cầu chất lượng cà phê rất cao. Trên thực tế, EU được biết đến là một thị trường khó tính với những quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật cao đối với hàng hóa nhập khẩu và đặc biệt nghiêm ngặt

với các mặt hàng nông sản thực phẩm với mục đích để bảo vệ sức khỏe con người, điển hình như các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật, truy xuất nguồn gốc, yêu cầu về đóng gói, dán nhãn; công cụ phòng vệ thương mại được áp dụng thường xuyên. Ngay cả trong khối EU, ngoài các quy định chung, một số quốc gia thành viên còn có tiêu chí đối với hàng nhập khẩu thậm chí khắt khe hơn, điển hình như khu vực thị trường Bắc Âu, không những yêu cầu về chất lượng sản phẩm cao, các nước Bắc Âu còn quan tâm đến cả quy trình tạo ra sản phẩm từ “nông trại đến bàn ăn”. Các chứng nhận về môi trường, phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp cũng ngày càng được EU chú trọng. Ngay cả khi Việt Nam có Hiệp định Thương mại tự do (FTA) với EU, các thuế suất giảm nhanh, thậm chí về mức 0% thì các rào cản phi thuế quan cũng sẽ được nâng lên cao hơn nhiều.

3.3.1.2. Sau khi tham gia EVFTA

Ngay từ khi có hiệu lực, EVFTA đã đưa thuế đối với nhiều dòng sản phẩm cà phê của Việt Nam về 0%, tạo điều kiện giúp ngành hàng cà phê Việt Nam gia tăng giá trị và mở rộng thị phần tại EU. Tuy nhiên, diễn biến phức tạp của đại dịch Covid-19 cộng với những khó khăn trong hoạt động logistics khiến xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang EU năm 2021 giảm về lượng, nhưng tăng về trị giá (do giá xuất khẩu tăng).

Xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường EU đạt 515,6 nghìn tấn, trị giá 913,7 triệu USD, giảm 22,1% về lượng và giảm 13,9% về trị giá so với cùng giai đoạn trước EVFTA (từ tháng 8/2019 - tháng 7/2020). Tính chung cả năm 2021, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang EU đạt 556 nghìn tấn, trị giá trên 1 tỷ USD, giảm 7,9% về lượng, nhưng trị giá đã tăng 6,3% so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang nhiều thị trường thành viên EU giảm, nhưng xuất khẩu sang các thị trường Đức, Hungary và Estonia tăng.

Giá cà phê xuất khẩu trung bình của Việt Nam sang EU giai đoạn này đạt 1.758 USD/tấn, tăng 10,5%. Việc tận dụng EVFTA xuất khẩu sang EU không đạt như kỳ vọng trong bối cảnh thị trường cà phê trải qua khó khăn kếp khi giá cà phê vẫn chưa thoát khỏi cuộc khủng hoảng kéo dài 4 năm, cùng với tác động nghiêm trọng từ đại dịch Covid-19 đến giao thương và cung ứng toàn cầu.

Bảng 3.9: Hàng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU sau 1 năm EVFTA có hiệu lực

Thị trường	Từ T8/2020 đến T7/2021			So với T8/2019 đến T7/2020 (%)		
	Khối lượng (tấn)	Trị giá (Nghìn USD)	Đơn giá (USD/tấn)	Khối lượng	Trị giá	Lượng
EU	519.655	913.729	1.758	- 22,1	- 13,9	10,5
Đức	206.694	357.808	1.731	-13,1	- 1,3	13,6
Italia	132.878	221.439	1.666	- 4,9	1,5	6,7
TBN	64.349	122.337	1.901	- 48,3	- 39,2	17,7

Thị trường	Từ T8/2020 đến T7/2021			So với T8/2019 đến T7/2020 (%)		
	Khối lượng (tấn)	Trị giá (Nghìn USD)	Đơn giá (USD/tấn)	Khối lượng	Trị giá	Lượng
Bỉ	53.334	90.123	1.690	- 30,3	- 27,2	4,5
Pháp	15.250	25.221	1.654	- 44,0	- 38,4	10,0
Ba Lan	13.775	35.345	2.566	- 18,5	- 9,8	10,7
Hy Lạp	10.205	16.766	1.644	- 13,0	- 6,4	7,6
Hà Lan	9.585	18.963	1.978	- 19,6	- 12,6	8,7
BĐN	7.443	12.454	1.673	- 45,0	- 42,0	5,5
Rumani	2.446	4.983	2.037	- 15,2	- 8,1	8,3
Phần Lan	1.545	2.636	1.706	- 21,5	- 25,6	- 5,2
Đ. Mạch	1.372	2.305	1.680	12,6	36,0	20,9
Hungary	779	3.399	4.286	25,0	6,4	- 14,9

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Hầu hết các thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam tại EU đều chứng kiến sự sụt giảm đáng kể cả về lượng và trị giá xuất khẩu, chỉ trừ thị trường Đan Mạch và Hungary tăng rất mạnh, lần lượt là 12,6% và 25%. Đức, Italia, Tây Ban Nha, Bỉ vẫn là các thị trường tiêu thụ lớn nhất cà phê Việt Nam tại thị trường EU, chiếm tỷ trọng lần lượt là 39,8%, 25,6% và 12,4% và 10,3%.

Về chủng loại xuất khẩu, trong năm đầu EVFTA có hiệu lực, Việt Nam vẫn chủ yếu xuất khẩu cà phê Robusta sang EU, tuy nhiên cà phê chế biến đã có tín hiệu tích cực khi ghi nhận mức tăng trưởng rất mạnh 37% so với giai đoạn trước EVFTA, đạt kim ngạch 97,4 triệu USD. Đây cũng là mặt hàng được hưởng lợi lớn từ Hiệp định khi được giảm thuế ngay về 0%.

Bảng 3.10: Hàng cà phê của Việt Nam sang EU sau 1 năm thực thi EVFTA (xét theo chiều sâu)

Chủng loại	Từ T8/2020 đến T7/2021		So với T8/2019 đến T7/2020 (%)	
	Khối lượng (tấn)	Giá trị (nghìn USD)	Khối lượng	Giá trị
Robusta	484.457	775.126	- 23,1	- 17,4
Arabica	21.882	58.907	- 37,1	- 22,6
Excelsa	583	872	-	-
Cà phê chế biến	-	97.949	-	37,0

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Diễn biến phức tạp của đại dịch Covid-19 kéo theo sức tiêu thụ và nhập khẩu tại thị trường EU suy giảm, cùng với những khó khăn trong hoạt động logistics như khó thuê container, giá cước vận tải tăng cao kỷ lục đã tác động đáng kể đến việc tận dụng EVFTA xuất khẩu cà phê sang thị trường EU. 7 tháng đầu năm 2021, EU giảm nhập khẩu cà phê từ thị trường ngoại khối, đạt 4,3 tỉ EUR, giảm 3,6% so với cùng kỳ năm ngoái; trong đó nhập khẩu cà phê Việt Nam đạt 469 nghìn EUR, giảm 21,69%, chiếm 10,7% thị phần.

Bảng 3.11: Kim ngạch cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào EU-27 trong hai năm sau khi EVFTA có hiệu lực (từ 8/2020 đến 7/2022) phân theo thị trường

Đơn vị: USD

TT	Thị trường	8/2020 - 7/2021	Cơ cấu (%)	8/2021 - 7/2022	Cơ cấu (%)
	Tổng số	913729000	100	1397829051	100
1	Bỉ	90077648	9,9	256949393	18,4
2	Đan Mạch	1374831	0,2	1736828	0,1
3	Phân Lan	2636309	0,3	2339211	0,2
4	Pháp	25263129	2,8	38088743	2,7
5	Đức	357575975	39,1	485698685	34,7
6	Hy Lạp	16775520	1,8	18900783	1,4
7	Hungary	3338942	0,4	7999313	0,6
8	Ý	221416500	24,2	269369643	19,3
9	Hà Lan	18963393	2,1	60276917	4,3
10	Ba Lan	35344991	3,9	39107110	2,8
11	Bồ Đào Nha	12453595	1,4	21991840	1,6
12	Romania	4983185	0,5	5479489	0,4
13	Tây Ban Nha	122337037	13,4	188073770	13,5
14	Thị trường khác	1187945	0,1	1817326	0,1

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Năm thứ hai sau khi EVFTA có hiệu lực, EU tiếp tục là thị trường cà phê lớn nhất của Việt Nam (chiếm 40% xuất khẩu toàn ngành). Trong EU27, Đức tiếp tục là thị trường lớn nhất nhập khẩu cà phê, dù tỷ trọng có giảm (từ 39% trong năm đầu tiên xuống 34,7% trong năm thứ hai). Tiếp đó là thị trường Ý, Tây Ban Nha và sự tăng mạnh của thị trường Bỉ (từ 9,9% lên 18,4% trong cùng kỳ).

Năm 2022, lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang hầu hết thị trường trong khối EU đều tăng trưởng cao như Đức tăng 13,9%; Italia tăng 13,5%; Tây Ban Nha tăng 47,5%... Lượng cà phê xuất khẩu sang Bỉ cũng tăng đột biến hơn 3,2 lần, sang Hà Lan tăng 3,7 lần. Hơn thế nữa, giá xuất khẩu bình quân cà phê của Việt Nam đạt mức 2.261 USD/tấn, tăng 22,5% so với cùng kỳ năm 2021.

Một trong những nguyên nhân giúp xuất khẩu cà phê tăng trưởng tích cực đó là ngành hàng này đã chú trọng vào tăng tỷ trọng xuất khẩu cà phê qua chế biến, thay vì đa phần là xuất thô như trước. Lâu nay, doanh nghiệp của Việt Nam xuất khẩu cà phê chế biến sâu chủ yếu cho các thị trường như Trung Quốc, Nga, Trung Đông, còn đối với thị trường lớn và đầy tiềm năng như châu Âu, vẫn đang còn không ít thách thức.

Để làm được điều này, chuỗi giá trị mặt hàng cà phê xuất khẩu có những thay đổi mang tính cơ bản và tích cực. Sự thay đổi đến từ vùng nguyên liệu, trong khi nhiều người tiêu dùng ở Việt Nam ưa chuộng cà phê Robusta, thị hiếu của thế giới đa phần lại ưa chuộng cà phê Arabica. Hiện tại, trên nhiều vùng trồng 2 loại cà phê này đều đang thay đổi phương thức canh tác theo hướng xanh, sạch, gắn với bảo vệ môi trường... để tạo vùng nguyên liệu chất lượng cao cho xuất khẩu. Mục tiêu từ nay đến năm 2025 cả nước sẽ trồng tái canh 75.000 ha, ghép cải tạo 32.000 ha cà phê, trong đó cà phê Arabica chiếm khoảng 20% tổng diện tích. Ngoài ra, hầu hết diện tích cà phê tái canh được trồng bằng giống mới, cho năng suất cao và chất lượng vượt trội.

Tiếp đó là thay đổi trong khâu chế biến. Khi đi vào chế biến sâu, cà phê từ lúc thu hoạch xong đến khi đưa vào nhà máy phải qua rất nhiều công đoạn kiểm tra khắt khe về chất lượng. Từng chi tiết trong lúc rang, dù là nhỏ nhất đều phải ghi chép lại cẩn thận; đặc biệt dù có máy móc hiện đại, nhưng để sản phẩm cà phê chế biến sâu đáp ứng được tiêu chuẩn xuất khẩu, những kỹ thuật viên được đào tạo chuyên sâu phải liên tục ngủ và nếm cà phê.

Bên cạnh đó, ngoài tăng cường liên kết với nông hộ, các đơn vị sản xuất cà phê Việt Nam đã nỗ lực để đạt các chứng nhận như: rainforest, 4C, cà phê đặc sản, cà phê hữu cơ...

3.3.1.3. Đánh giá chung

a. Những tác động tích cực do EVFTA mang lại

(i) Với cam kết xóa bỏ thuế quan theo EVFTA, mặt hàng cà phê xuất khẩu sang EU có 93% dòng thuế về 0% ngay khi hiệp định có hiệu lực. Theo đó, EU sẽ xóa bỏ ngay mức thuế 7,5% - 9,0% đối với cà phê nhân (rang, rang xay). Đối với một số chế phẩm từ hạt cà phê bao gồm cà phê hòa tan, tinh chất chứa cà phê mức thuế 9,0% - 11,5% sẽ được xóa bỏ trong vòng 3 năm. Đây là một cơ hội tốt cho cà phê Việt Nam mở rộng thị trường tại EU khi EU là thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất trên thế giới, với kim ngạch nhập khẩu từ các nước ngoài khối khoảng 10 tỷ USD/năm, chiếm 66% lượng nhập khẩu và khoảng 30% lượng tiêu thụ toàn cầu. Cà phê cũng là 1 trong số 39 chỉ dẫn địa lý của Việt Nam được EU cam kết bảo hộ khi EVFTA chính thức đi vào thực thi, đây là lợi thế rất lớn cho ngành.

(ii) EVFTA là cơ hội tiếp cận và mở rộng thị trường lớn cho mặt hàng cà phê Việt Nam vào EU. Sản phẩm được hưởng lợi theo EVFTA là các sản phẩm cà phê chế biến. Trước EVFTA, mức thuế áp dụng với cà phê chế biến nằm trong biên độ 7,5 - 11,5%, do đó với việc các mặt hàng này được giảm thuế ngay về 0% sẽ là lợi thế cạnh tranh về giá rất lớn cho doanh nghiệp. Để tăng trưởng xuất khẩu cà phê vào thị trường này trong thời gian tới, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh phân khúc sản phẩm cà phê pha sẵn và đóng gói để uống một lần khi phân khúc này được dự báo sẽ tiếp tục gia tăng bên cạnh phân khúc cà phê đặc sản và cà phê được chứng nhận.

(iii) Việt Nam có đối thủ cạnh tranh lớn là Braxin. Tuy nhiên, mỗi một quốc gia cung cấp đóng vai trò khác nhau, nhằm vào một số phân khúc nhất định của ngành cà phê EU. Brazil là một nhà cung cấp lớn của cả hai chủng loại Robusta và Arabica, chiếm 71% là Arabica. Trong khi đó, Việt Nam tập trung sản xuất và xuất

khẩu cà phê Robusta. Hiện nhu cầu của thị trường EU đối với các loại cà phê chế biến và cà phê chất lượng cao đang trong xu hướng tăng lên. Do đó, tiềm năng xuất khẩu cà phê sang EU vẫn là rất lớn, nếu khai thác tốt nhu cầu thị trường và đáp ứng yêu cầu chất lượng sản phẩm.

b. Những thách thức từ EVFTA mang lại

(i) Việt Nam chủ yếu xuất khẩu thô, tỷ lệ mặt hàng cà phê rang xay hiện nay chỉ chiếm chưa đến 10% tổng lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam. Thực tế này đòi hỏi các doanh nghiệp sản xuất và chế biến cà phê cần đầu tư vào chế biến sâu, tăng tỷ trọng xuất khẩu cà phê chế biến để có thể được hưởng lợi từ việc cắt giảm thuế quan theo EVFTA. Trong khi đó, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đang xuất khẩu vào EU là các doanh nghiệp vừa và nhỏ với nguồn lực hạn chế, quy trình sản xuất chưa đạt chuẩn EU, chưa có sự đầu tư thích đáng cho R&D. Hộ nông dân sản xuất chủ yếu ở quy mô nhỏ và chưa liên kết chặt chẽ với các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu; hệ thống phân phối trong nước thiếu liên kết, dịch vụ logistics và dịch vụ cho phát triển nông nghiệp trong nước còn hạn chế.

(ii) Cũng như nhiều mặt hàng nông sản khác của Việt Nam, cà phê cũng gặp khó trong việc tiếp cận thị trường EU do chưa hoàn toàn đáp ứng các yêu cầu cao của EU đặt ra từ các quy định SPS, TBT, tiêu chuẩn kỹ thuật, truy xuất nguồn gốc, đến các vấn đề môi trường, xã hội, phát triển bền vững... Các quy định của EU liên tục được rà soát, điều chỉnh thường xuyên khiến các doanh nghiệp trong nhiều trường hợp không kịp nắm bắt, thích ứng. Đồng thời, EU đang có xu hướng gia tăng áp dụng các biện pháp phi thuế quan, công cụ phòng vệ thương mại và hàng rào bảo hộ mới. Xu hướng củng cố chuỗi cung ứng trong nội khối EU cũng tạo ra sức ép cạnh tranh về thương mại và đầu tư đáng kể cho các doanh nghiệp Việt Nam. Với ngành cà phê, thách thức lớn là cần đảm bảo chứng chỉ phát triển bền vững.

(iii) Khả năng thay đổi của ngành cà phê Việt Nam nói chung để thích ứng với EVFTA còn hạn chế, nhất là việc đáp ứng yêu cầu nội địa hóa, đáp ứng yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng, môi trường. Về phía các doanh nghiệp, đặc biệt năng lực cạnh tranh và khả năng tham gia thương mại quốc tế của các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam còn hạn chế, đồng thời chưa thực sự chú trọng xây dựng chiến lược kinh doanh bài bản, bền vững, từ đó ảnh hưởng đến việc tận dụng các cơ hội mà Hiệp định mang lại. Một hạn chế khác là nhiều doanh nghiệp chưa thực sự chủ động tìm hiểu về thị trường và các ưu đãi FTA.

(iv) Thị hiếu tiêu dùng mặt hàng cà phê của người tiêu dùng EU có điểm khác biệt, đòi hỏi ngành cà phê Việt Nam cần tìm hiểu kỹ về thị trường và thay đổi để đáp ứng.

Tại Hà Lan, 80% người tiêu dùng chọn Arabica, còn lại 20% là Robusta. Dòng cà phê hạt Colombia; hương vị việt quất, socola, hạt phỉ và mận là loại và hương vị cà phê được ưa chuộng nhất tại Hà Lan với doanh thu cao nhất trong dòng cà phê nguyên hạt, đóng trong túi 500g giá khoảng 11 - 15 EUR, tương đương từ 300 - 400 nghìn đồng. Tương tự, Pháp được coi là thị trường tiềm năng đối với các nhà xuất khẩu cà phê, đặc biệt là phân khúc cà phê cao cấp. Trong khi người Việt Nam ưa chuộng cà phê đậm, đắng của Robusta khi pha bằng phin và thêm sữa đặc thì người EU lại thích cà phê Arabica với vị nhạt hơn và chua. Do đó, để gia tăng giá trị xuất

khẩu cà phê Pháp, Hà Lan nói riêng và sang thị trường EU nói chung, sự thay đổi là tất yếu và cần thiết. Theo đó, cà phê Việt Nam cần có sự chuyển dịch về cơ cấu chủng loại xuất khẩu, tăng xuất khẩu cà phê chế biến phù hợp với phân khúc cao cấp trên thị trường. Bên cạnh đó, tìm hiểu tâm lý người tiêu dùng tại thị trường mục tiêu sẽ giúp doanh nghiệp không ngừng mở rộng cơ hội xuất khẩu.

(v) Việt Nam sẽ tiếp tục phải cạnh tranh với các quốc gia xuất khẩu khác đặc biệt là Braxin. Với việc gia tăng mạnh về diện tích, sản lượng cà phê của Braxin - nước sản xuất cà phê lớn nhất thế giới, cũng sẽ gây khó khăn cho xuất khẩu cà phê Việt Nam. Việt Nam và Brazil đều có Hiệp định Thương mại tự do với EU. Do đó, cả hai nước đều được hưởng lợi về thuế suất thuế xuất khẩu cà phê vào EU. Bên cạnh đó, khó khăn trong hoạt động logistics như khó thuê container, giá cước vận tải tăng cao kỷ lục cũng làm ảnh hưởng đến xuất khẩu hàng hóa nói chung và xuất khẩu cà phê Việt Nam nói riêng sang thị trường EU.

(vi) Giai đoạn đầu sau khi ký EVFTA, việc tận dụng EVFTA xuất khẩu sang EU không đạt như kỳ vọng trong bối cảnh thị trường cà phê trải qua khó khăn kép khi giá cà phê vẫn chưa thoát khỏi cuộc khủng hoảng kéo dài 4 năm, cùng với tác động nghiêm trọng từ đại dịch Covid-19 đến giao thương và cung ứng toàn cầu.

Tuy nhiên, sang năm thứ hai, tình trạng thiếu container vận chuyển và vấn đề chi phí logistics năm 2022 đã bớt căng thẳng hơn so với năm 2021, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thông quan hàng hóa.

Hộp 1. Gia tăng giá trị cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào EU – câu chuyện của Nestlé (xét theo độ đặc của hàng cà phê)

Với ngành cà phê, chia sẻ về mô hình thành công của Nestlé Việt Nam tại hội thảo, ông Lý Trung Kiên, Trưởng bộ phận Logistics toàn quốc, Nestlé Việt Nam, cho biết, hiện sản phẩm của công ty đang xuất khẩu sang hơn 30 thị trường trên thế giới, trong đó có các thị trường khó tính tại EU, như Thụy Sĩ, Anh... Đặc biệt, Nestlé Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sản phẩm giá trị cao, được chế biến bằng công nghệ hiện đại, như các sản phẩm cà phê, gia vị.

Để có ưu thế về chất lượng và đáp ứng yêu cầu khắt khe của các thị trường khó tính, Nestlé Việt Nam không ngừng đầu tư từ phát triển nguồn nguyên liệu bền vững cho đến công nghệ chế biến. Trong đó, Nestlé Việt Nam hợp tác với Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Viện Khoa học Kỹ thuật Nông Lâm Nghiệp Tây Nguyên và Trung tâm Khuyến nông các tỉnh để hỗ trợ người nông dân trồng cà phê, từ khâu phát triển và lựa chọn hạt giống đến thực hành canh tác tốt theo tiêu chuẩn quốc tế.

Dự án đã giúp người nông dân trồng cà phê giảm 40% lượng nước tưới và 20% phân hóa học/ thuốc trừ sâu, góp phần bảo vệ sức khỏe và độ phì nhiêu của đất, giúp tăng tỷ lệ hấp thụ khí các-bon và giảm phát thải, cải thiện đa dạng sinh học. Đồng thời, nhằm đưa Việt Nam thành trung tâm xuất khẩu sản phẩm Nestlé cho toàn thế giới, Nestlé Việt Nam đang tăng cường đầu tư công nghệ hiện đại, mở rộng sản xuất các sản phẩm chế biến chuyên sâu, giá trị cao. Năm 2022, công ty bắt đầu sản xuất và xuất khẩu những lô đầu tiên sản phẩm cà phê hòa tan siêu thượng hạng sử dụng công nghệ sấy đông, sang các thị trường khó tính.

Trong một phát biểu gần đây khi sang thăm Việt Nam, ông David Rennie, Phó Chủ tịch Điều hành & Giám đốc Các Thương hiệu Cà phê của Tập đoàn Nestlé chia sẻ rằng, mục tiêu kim ngạch đạt 6 tỷ USD xuất khẩu cà phê của Việt Nam sẽ không thành hiện thực chỉ bằng cách tăng số lượng trang trại cà phê.

Trong vài năm tới, sự gia tăng này sẽ không đến từ sản lượng mà đến từ việc gia tăng giá trị cho cà phê. Các thị trường sẽ sẵn sàng trả phí cao hơn cho những sản phẩm chất lượng, được canh tác bền vững. Ví dụ như thị trường EU đang ngày càng kiểm soát chặt hơn đối với hàng nhập khẩu.

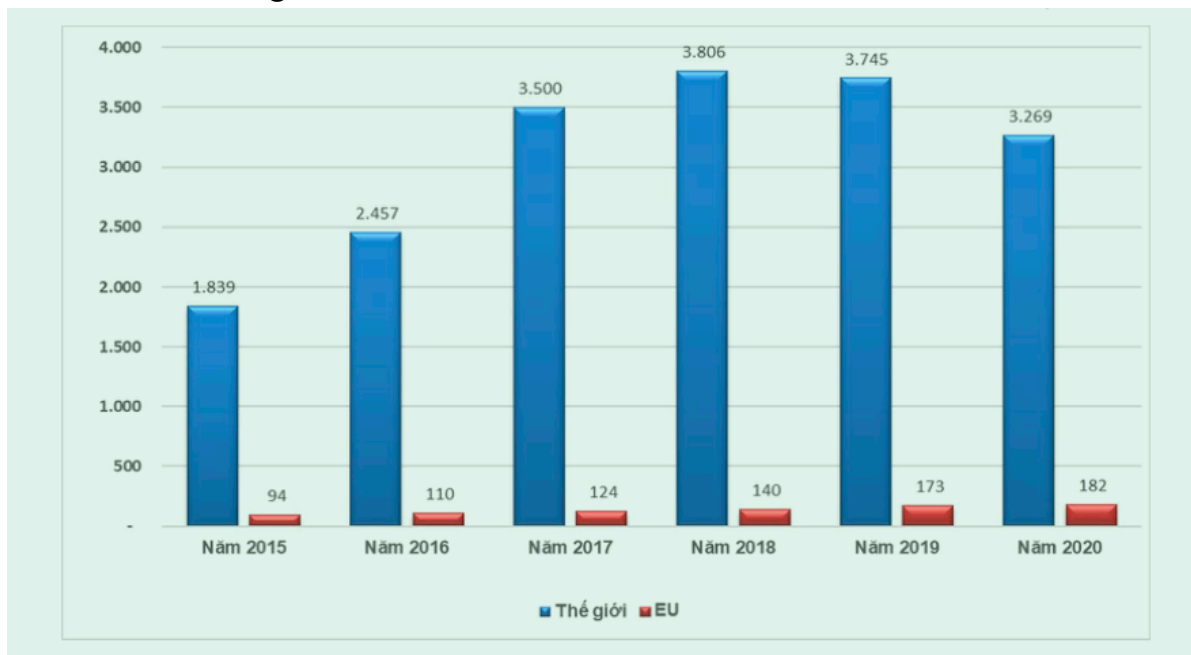
Vì vậy, Nestlé đang tập trung đi theo hướng phát triển nông nghiệp tái sinh thông qua hợp tác với chính phủ, các viện nghiên cứu, các tổ chức và người nông dân để tìm ra cách thức cải thiện chất lượng của cà phê Robusta tại Việt Nam, tạo nên những hạt cà phê Robusta năng suất hơn, sinh lời hơn so với những hạt cà phê Robusta thông thường. Điều cần làm là tạo giá trị gia tăng cho hạt cà phê Việt Nam thông qua việc gia tăng hàm lượng chế biến thay vì chỉ xuất khẩu cà phê xanh, vốn có giá trị hạn chế.

(Nguồn: <https://www.tinnhanhchungkhoan.vn/gia-tang-gia-tri-cho-ca-phe-xuat-khau-thong-qua-yeu-to-moi-truong-lao-dong-va-cong-nghe-post310289.html>)

3.3.2. Hàng rau quả

3.3.2.1. Trước khi tham gia EVFTA

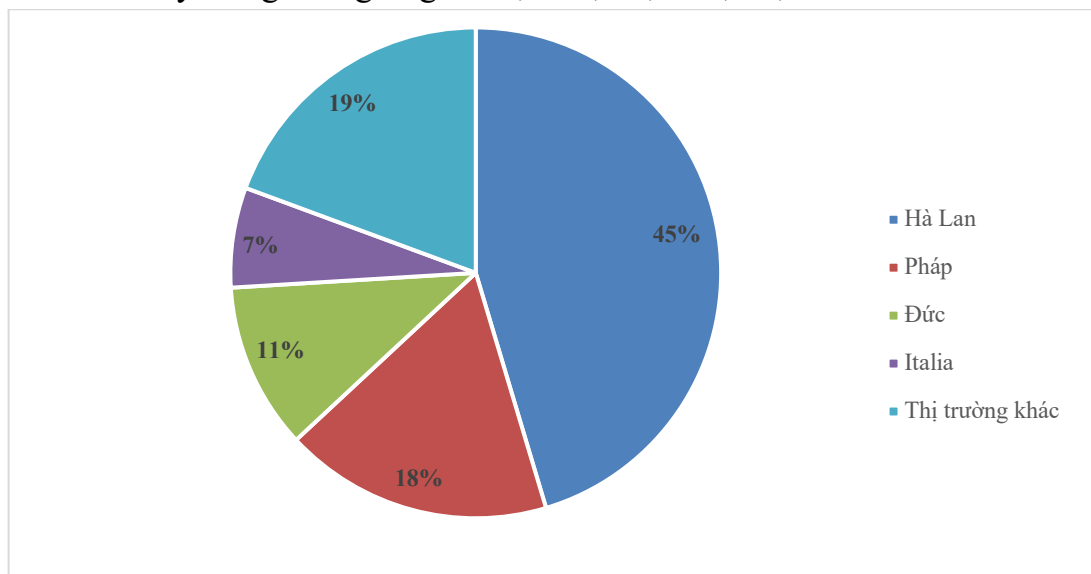
- Về kim ngạch, Rau quả là một trong những nhóm hàng nông sản có sự tăng trưởng mạnh mẽ về kim ngạch xuất khẩu, xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam giai đoạn 2015 - 2020 tăng trưởng bình quân 14,27%/năm từ mức 1,84 tỷ USD vào năm 2015 tăng lên mức cao nhất 3,81 tỷ USD vào năm 2019 và 3,27 tỷ USD vào năm 2020 do ảnh hưởng từ dịch Covid - 19.



Hình 3.11: Cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả Việt Nam tại EU năm 2020

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

- Về thị trường xuất khẩu, rau quả của Việt Nam có mặt ở hầu hết 27 quốc gia thành viên của liên minh châu Âu, trong đó 3 thị trường lớn nhất là: Hà Lan, Pháp và Đức chiếm tỷ trọng tương ứng là 45,37%; 17,71%; 10,96%.



Hình 3.12: Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam giai đoạn 2015 - 2020

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Bên cạnh đó, so với năm 2019 thì xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU có sự tăng trưởng, các thị trường lớn như: Hà Lan (82,39 triệu USD); Pháp (32,15 triệu USD); Đức (19,91 triệu USD); Italia (11,95 triệu USD).

- Về chủng loại xuất khẩu, ngày càng đa dạng và phong phú, trong đó:

+ Nhóm hàng quả và quả hạch xuất khẩu sang EU năm 2020 đạt 91 triệu USD, tăng 5,1% so với năm 2019 và chiếm tỷ trọng 50,43% trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu rau quả sang EU. Các mặt hàng điển hình bao gồm: chanh leo, chanh, thanh long, xoài, hạt óc chó, hạnh nhân, hạt dẻ cười, dứa...

+ Sản phẩm chế biến xuất khẩu sang EU năm 2020 đạt 73,34 triệu USD, tăng 4,6% so với năm 2019, chiếm tỷ trọng 41,25% trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu rau quả sang EU. Các mặt hàng điển hình bao gồm: chanh leo sấy, nước dứa, nước dứa, thanh long sấy, xoài sấy...

+ Nhóm hàng rau củ, kim ngạch xuất khẩu sang năm 2020 đạt 13,07 triệu USD, tăng 4,6% so với năm 2019. Các mặt hàng điển hình bao gồm: ngô, nấm rom, sả, khoai lang, khoai môn, ớt... Qua số liệu so sánh giữa năm 2019 với năm 2020 cho thấy, xuất khẩu hầu hết các mặt hàng rau quả có thể mạnh của Việt Nam sang EU có sự tăng trưởng khá mạnh trong những năm qua và đây đều là những mặt hàng có lợi thế cạnh tranh của Việt Nam.

Phân theo mã HS, hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU 27 khá đa dạng, trong đó tập trung vào mã 2008 và 2009. Cụ thể như bảng sau:

Bảng 3.12: Kim ngạch hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU 27 giai đoạn 2015-2020 theo mã HS

Đơn vị: Nghìn USD

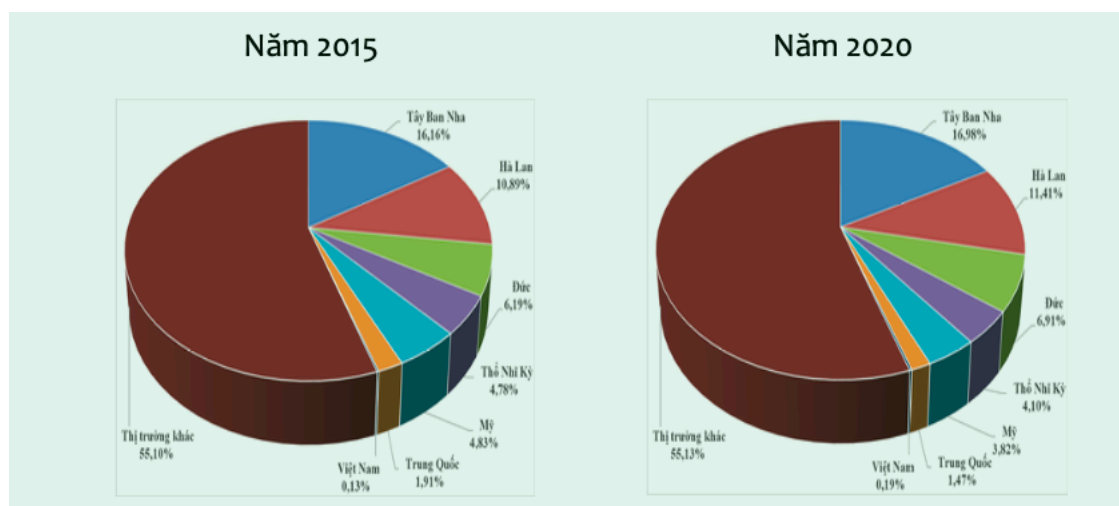
Năm	2015	2016	2019	2020	Tăng bình
-----	------	------	------	------	-----------

Mã HS					quân GD 2016- 2020 (%/năm)
Tổng cộng	49130	65097	81061	85269	11.7%
Mã 07 – Rau và một số loại củ, thân củ và rễ ăn được	11317	13828	16561	17188	8,7
0708- Rau đậu, đã hoặc chưa bóc vỏ, tươi hoặc ướp lạnh	43	21	42	14	-20,1
0711 – Rau các loại đã bảo quản tạm thời	4223	5004	4116	4342	0,6
0706- Cà rốt, củ cải, củ dền, diếp củ, cần củ, củ cải ri và các loại rễ củ ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh	76	36	146	185	19,5
0704 – Bắp cải, hoa lơ, su hào, cải xoăn và cây họ bắp cải ăn được tương tự, tươi hoặc ướp lạnh	66	21	189	9	-32,9
0713 - Các loại đậu khô, đã bóc vỏ quả, đã hoặc chưa bóc vỏ hạt hoặc làm vỡ hạt	218	142	313	365	10,9
0703 – Hành tây, hành, hẹ, tỏi, tỏi tây và các loại rau họ hành, tỏi khác, tươi hoặc ướp lạnh	131	69	394	306	18,5
0709 – Rau khác, tươi, ướp lạnh	296	590	1325	1755	42,8
0712 – Rau khô, ở dạng nguyên, cắt, thái lát, vụn hoặc ở dạng bột nhưng chưa chế biến thêm	757	1008	1418	1502	14,7
0714 – Sắn, củ dong, củ lan, atiso Jerusalem, khoai lang và các loại củ, rễ tương tự có hàm lượng tinh bột hoặc inulin cao, tươi, ướp lạnh, đông lạnh hoặc khô, đã hoặc chưa thái lát hoặc làm thành dạng viên; lõi cây cọ sago	1727	1404	2712	2532	8,0
0710 – Rau các loại (đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước), đông lạnh	3780	5533	5906	6178	10,3
Mã 20 – Các chế phẩm từ rau, quả, quả hạch hoặc các sản phẩm khác của cây	37813	51269	64500	68081	12.5%
2004 - Rau khác, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axit axetics, đã đông lạnh, trừ các sản phẩm thuộc nhóm 20.06	1301	1232	2023	961	-5.9%

2006 - Rau, quả, quả hạch, vỏ quả và các phần khác của cây, được bảo quản bằng đường (dạng khô có tằm đường, ngâm trong nước đường hoặc bọc đường).	237	230	123	455	13.9%
2002 - Cà chua đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ loại bảo quản bằng giấm hoặc axít axetic	10	1	14	0	-100.0%
2008 - Quả, quả hạch và các phần khác ăn được của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác, đã hoặc chưa pha thêm đường hay chất làm ngọt khác hoặc rượu, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác.	9234	11547	14773	15263	10.6%
2009-Các loại nước ép trái cây (kể cả hèm nho) và nước rau ép, chưa lên men hoặc chưa pha thêm rượu, đã hoặc chưa pha thêm đường chất làm ngọt khác	20218	31402	40543	46125	17.9%
2001- Rau, quả, quả hạch và các phần ăn được khác của cây, đã chế biến hoặc bảo quản bằng giấm hoặc axít axetic	3656	3268	4095	2711	-5.8%
2003- Nấm và nấm cục, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axít axetic.	177	280	236	93	-12.1%
2005- Rau khác, đã chế biến hoặc bảo quản bằng cách khác trừ bảo quản bằng giấm hoặc axít axetics, đã đông lạnh, trừ các sản phẩm thuộc nhóm 20.06	809	1224	1866	1728	-5.9%
2007- Mứt, thạch trái cây, mứt từ quả thuộc chi cam quýt, bột nghiền hoặc bột nhão từ quả hoặc quả hạch, thu được từ quá trình đun nấu, đã hoặc chưa pha thêm đường hay chất làm ngọt khác.	2171	2085	827	745	13.9%

Nguồn: Trademap.org

- Về thị phần, hàng rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang EU trong giai đoạn 2015 – 2020 tăng trưởng ở mức cao, bình quân đạt 12,46%/năm, từ 108 triệu USD năm 2015 tăng lên mức 194 triệu USD năm 2020. Thị phần mặt hàng rau quả của Việt Nam trong tổng giá trị nhập khẩu của EU chiếm 0,13% năm 2015 lên 0,19% năm 2020.



Hình 3.13: Thị phần các nguồn cung ứng rau quả tại EU

% tính theo giá trị.

(Nguồn: tính toán từ số liệu của ITC)

Có thể thấy rằng, trong giai đoạn 2015 - 2020, xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam sang EU đã đạt được những kết quả tăng trưởng đáng ghi nhận. EU được đánh giá là thị trường nhập siêu rau quả hàng đầu thế giới tuy nhiên khối lượng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU mới dừng lại ở mức khiêm tốn. Các sản phẩm rau quả của Việt Nam chủ yếu là rau quả tươi khô và sơ chế, các sản phẩm được chế biến sâu chiếm tỷ lệ thấp nên giá trị gia tăng chưa cao. Rau quả của Việt Nam hiện mới đang trong giai đoạn tiếp cận một số hệ thống phân phối tại các quốc gia và đang chịu sự cạnh tranh khốc liệt về giá cả, mẫu mã với một số nước khác như Trung Quốc, Thái Lan.

Bên cạnh đó, chất lượng các lô hàng là một vấn đề đáng lo ngại, gặp phải một loạt các vấn đề như: lô hàng thiếu tính đồng nhất, tình trạng không đảm bảo an toàn thực phẩm, tồn dư thuốc bảo vệ thực vật, đóng gói bao bì, mẫu mã sản phẩm vẫn là những vấn đề tồn tại đối với mặt hàng rau quả của Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường EU. Liên minh châu Âu là một thị trường khó tính với nhiều quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật cao đối với hàng nhập khẩu, đặc biệt là với mặt hàng nông sản. Đối với mặt hàng rau quả, vấn đề liên quan đến truy xuất nguồn gốc và chứng nhận Global GAP là điều kiện tiên quyết để sản phẩm này có mặt tại thị trường EU. Bên cạnh đó, ở một số quốc gia thành viên còn đưa ra những tiêu chí khắt khe hơn ngoài các quy định chung, các yêu cầu đưa ra không những sản phẩm đạt chất lượng cao mà các quốc gia đó còn quan tâm đến các khía cạnh như quy trình tạo ra sản phẩm hay các vấn đề khác như bảo vệ môi trường, phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ngày càng được chú trọng. Ở một khía cạnh khác, mặt hàng rau quả gặp khó khăn trong khâu vận chuyển, bảo quản và phân phối tại thị trường EU. Khoảng cách địa lý là lý do dẫn đến chi phí xuất khẩu cao dẫn tới giảm sức cạnh tranh của mặt hàng này tại thị trường EU. Nếu xuất khẩu bằng đường hàng không thì cước phí vận chuyển rất cao trong khi đó vận chuyển bằng đường biển với mức chi phí thấp hơn nhưng thời gian vận chuyển dài sẽ ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.

EU là thị trường xuất khẩu rau quả lớn thứ 4 của Việt Nam, xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này bình quân đạt 14,27%/năm trong giai đoạn 2015-2020. Riêng năm 2020, hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam đạt kim ngạch 182,4 triệu USD, tăng

5% so với cùng kì. Một số thị trường lớn giữ được mức tăng trưởng ổn định như: Hà Lan, Pháp, Italia, Tây Ban Nha, Ba Lan.

Bảng 3.13: Hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020

Thị trường	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Tăng/giảm bình quân giai đoạn 2015-2020 (%/năm)
EU	93.918	110.334	124.247	139.903	173.419	181.567	14,27
Hà Lan	42.223	54.595	64.372	59.706	79.662	82.395	15,36
Pháp	10.821	13.425	17.790	25.614	29.674	32.154	24,95
Đức	12.346	11.437	12.560	17.801	18.927	19.912	11,14
Italia	4.545	5.022	5.220	5.893	11.271	11.959	24,94
TâyBanNha	3.925	7.268	6.596	13.145	12.079	8.365	27,27
Bỉ	7.258	8.103	7.575	6.659	8.252	7.428	1,39
Ba Lan	1.768	2.398	2.566	2.189	3.512	6.509	34,74
Lítva	1.604	1.097	1.507	1.263	2.238	3.666	26,13
Rumani	675	673	576	661	1.202	1.744	25,39
Thụy Điển	2.061	1.334	1.016	1.241	1.159	1.420	- 4,22
Đan Mạch	1.523	1.270	1.350	1.608	1.051	1.371	0,92
BồĐào Nha	806	624	775	1.108	1.172	1.348	13,08
Estonia	1.026	1.063	608	1.005	975	762	0,25
Séc	514	455	282	325	640	522	8,87
Bungari	461	293	199	387	465	498	10,62
Phần Lan	92	71	96	70	113	414	62,66
Slovenia	539	309	221	192	285	279	- 7,63
Latvia	610	467	380	445	303	245	-15,17
Hy Lạp	460	80	328	266	173	190	36,46
Hungary	328	181	-	92	155	148	-
Ai Len	88	100	93	85	38	110	26,37
Áo	175	32	32	15	43	56	16,79
Síp	26	14	98	113	28	41	105,38
Manta	43	24	5	20	2	30	264,36

(Nguồn: Tính toán từ số liệu tổng cục hải quan)

Bảng 3.14: Tỷ trọng hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU giai đoạn 2015 – 2020 theo giá trị

Chủng loại	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Tăng/giảm bình quân giai đoạn 2015-2020 (%/năm)
Chanh leo	18.175	31.334	24.987	26.308	48.283	49.537	28,71
Thanh long	9.003	9.984	12.305	13.888	13.100	14.095	9,78
Xoài	5.527	5.081	4.184	5.902	7.577	13.445	24,23
Chanh	4.526	5.698	13.107	10.793	11.427	10.340	111,69
Hạnh nhân	279	3.796	7.672	18.011	22.142	9.595	293,15
Dừa	3.296	4.049	5.583	4.751	8.535	8.594	25,23
Dứa	14.282	13.350	11.801	6.310	4.006	7.140	- 4,59
Gừng	3.936	2.557	2.759	3.057	2.794	2.730	- 5,45
Mãng cầu	2.883	1.677	2.370	2.067	1.619	2.312	1,56
Vải	964	992	673	1.904	1.066	1.085	22,28
Mít	346	199	494	559	548	1.087	43,10

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Dữ liệu hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2015-2020 cho thấy, hàng rau quả của Việt Nam có mức độ tăng trưởng khá mạnh trong thời gian qua, trong đó nhiều mặt hàng có tốc độ xuất khẩu cao như: xoài, dừa, mít, vải. Đây đều là những mặt hàng có nhiều lợi thế cạnh tranh của Việt Nam.

3.3.2.2. Sau khi tham gia EVFTA

Từ sau khi EVFTA chính thức có hiệu lực, xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường EU đạt 192.203 nghìn USD, tăng 13% so với giai đoạn trước đó (dữ liệu so sánh giai đoạn từ 8/2020 - 7/2021 so với 8/2019 - 7/2020). Đây là một tín hiệu tương đối tích cực trong bối cảnh kinh tế thế giới đang gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng nghiêm trọng từ dịch Covid - 19.

EU cam kết mở cửa rất mạnh cho rau quả Việt Nam trong EVFTA, 94% trong tổng số 547 dòng thuế rau quả và các chế phẩm từ rau quả (trong đó có nhiều sản phẩm là thế mạnh của Việt Nam như vải, nhãn, chôm chôm, thanh long, dứa, dưa,...) được xóa bỏ ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Phần lớn các dòng thuế EU cam kết xóa bỏ ngay hiện đều đang có mức thuế MFN trung bình là trên 10%, cá biệt có những sản phẩm rau quả đang chịu thuế trên 20%. Do đó, mức cam kết này của EU được đánh giá là sẽ tạo ra lợi thế lớn về giá cho rau quả Việt Nam (đặc biệt trong cạnh tranh nhập khẩu vào EU với các nước có thế mạnh về rau quả chưa có FTA với EU như Thái Lan, Trung Quốc, Malaysia, Indonesia).

Bảng 3.15: Hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU sau 1 năm thực thi EVFTA

Thị trường	T8/2020 – 7/2021 (nghìn USD)	So với T8/2019 – 7/2020 (%)
EU	192.203	13,0
Hà Lan	81.948	2,8
Pháp	40.881	43,5
Đức	18.028	-14,4
Ba Lan	10.671	199,7
Italia	10.104	16,0
Tây Ban Nha	8.818	18,7
Bỉ	6.586	-23,5
Phần Lan	3.291	2.220,9
Rumani	1.982	16,6
Đan Mạch	1.880	59,7
Litva	1.581	- 59,5
Thụy Điển	1.400	2,6
Bồ Đào Nha	1.383	14,5
CH Séc	1.152	120,3
Éstonia	722	-16,4
Latvia	458	93,0
Ai Len	247	344,6
Hungary	211	134,6
Slovenia	208	-17,5
Bungari	170	-65,0
Hy Lạp	132	-35,8
Áo	72	1,7
Luxembua	64	-
Síp	32	-30,6
Manta	3	-90,1

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Năm 2021, EU là thị trường xuất khẩu rau quả lớn thứ tư của Việt Nam, chiếm 5,3% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này. Trong số các thị trường thành viên EU, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sau khi EVFTA được thực thi được ghi nhận những kết quả tích cực, được xuất chủ yếu sang các nước: Hà Lan (đạt 81,95 triệu USD, tăng 2,8% so với giai đoạn trước EVFTA), Pháp (đạt 40,88 triệu USD, tăng

43,5% so với giai đoạn trước EVFTA). Bên cạnh đó, mặt hàng rau quả của Việt Nam đã có sự chuyển dịch tương đối thành công khi tăng mạnh xuất khẩu sang nhiều thị trường thành viên của EU, không chỉ tiếp cận được các thị trường lớn như Hà Lan, Pháp, Tây Ban Nha mà còn khai thác khá tốt các thị trường ngách như Phần Lan, Đan Mạch, Cộng Hoà Séc.

Về chủng loại xuất khẩu, các chủng loại rau quả xuất khẩu chủ yếu sang EU là các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh của Việt Nam. Trong cơ cấu rau củ quả Việt Nam xuất khẩu sang châu Âu thời gian qua, sản phẩm tươi chiếm khoảng 70%, sản phẩm chế biến chiếm 30% (nước ép trái cây, nước ép đông lạnh chiếm tỉ trọng lớn). Người dân châu Âu đang có xu hướng tiêu dùng xanh và có nhu cầu cao với thực phẩm bổ dưỡng, có lợi cho sức khỏe, sản phẩm thực vật để thay thế sản phẩm động vật.

Theo mã HS, cụ thể như sau:

Mã HS. 20098999 - Các loại nước ép trái cây (kể cả hèm nho) và nước rau ép, chưa lên men và chưa pha thêm rượu, đã hoặc chưa pha thêm đường hoặc chất tạo ngọt khác - Loại khác (đạt 28 triệu USD, giảm 23,5% so với cùng kỳ 2020 và chiếm 16% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU).

Mã HS. 8109094 - Quả lựu, quả măng cầu hoặc quả na, quả roi, quả thanh trà, quả chanh leo, quả sấu đỏ, quả táo ta, và quả dâu da đất (đạt 22 triệu USD, tăng 19,8%, chiếm 13%).

Mã HS. 08119000 - Quả và quả hạch (nuts), đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đông lạnh, đã hoặc chưa thêm đường hoặc chất tạo ngọt khác - Loại khác (đạt 18 triệu USD, tăng 23,8%, chiếm 10,4%)... Ở chiều ngược lại, một số sản phẩm như lạc tiên, hạt óc chó, ngô, hạnh nhân, bưởi, dưa chuột có xu hướng giảm.

Về thị phần, mặc dù kinh tế EU bị tác động nghiêm trọng bởi đại dịch Covid-19 khiến cho sức tiêu thụ và nhu cầu nhập khẩu của thị trường này suy giảm, nhập khẩu rau quả của EU từ Việt Nam vẫn chứng kiến sự tăng trưởng đáng kể, thị phần của rau quả Việt Nam đang dần có dấu hiệu cải thiện theo hướng tích cực tại thị trường EU. 7 tháng đầu năm 2021, nhập khẩu rau quả của EU từ Việt Nam đạt 85 triệu EUR, tăng 13,64% so với cùng kỳ trước đó, chiếm thị phần 0,5%, cao hơn mức 0,41% trong 7 tháng năm 2020.

Lượng rau, quả tiêu thụ có xu hướng ngày một tăng tại EU do thói quen ăn uống để bảo vệ, tăng cường sức khỏe. Tuy nhiên, thị trường EU đòi hỏi rất khắt khe về các truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, đặc biệt là an toàn vệ sinh thực phẩm. Vì vậy, các doanh nghiệp cần phải tìm hiểu, nắm bắt rõ thông tin về thị trường, từ thị hiếu người tiêu dùng cho đến những quy định, tiêu chuẩn về quy tắc xuất xứ, an toàn thực phẩm... để từ đó gia tăng chất lượng hàng hóa, chinh phục thị trường khó tính này.

Năm thứ hai sau khi EVFTA có hiệu lực, xuất khẩu rau quả sang EU tăng nhẹ, tuy nhiên, vẫn chiếm tỷ trọng khiêm tốn trong tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả của EU, đặc biệt là rau quả chế biến.

Điều này là do, hiện trong cơ cấu trái cây, rau quả sang thị trường này, sản phẩm tươi khoảng 70%, sản phẩm chế biến chỉ chiếm 30%. Trong khi nhu cầu ăn uống của người dân EU đang nghiêng về sử dụng trái cây, rau củ đã qua chế biến.

Bảng 3.16: Kim ngạch hàng rau quả xuất khẩu từ Việt Nam vào EU-27 trong hai năm sau khi EVFTA có hiệu lực (từ 8/2020 đến 7/2022) phân theo thị trường

Đơn vị: USD

TT	Thị trường	8/2020 - 7/2021	Cơ cấu (%)	8/2021 - 7/2022	Cơ cấu (%)
	Tổng số	192,203,000		203,037,177	
1	Pháp	41,756,853	21.73%	36,034,696	17.75%
2	Đức	18,574,539	9.66%	25,199,255	12.41%
3	Ý	10,108,550	5.26%	11,004,004	5.42%
4	Hà Lan	81,858,191	42.59%	88,644,981	43.66%
5	Các nước còn lại	39,904,867	20.76%	42,154,241	20.76%

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Theo số liệu từ Cơ quan Thống kê châu Âu (Eurostat), nhập khẩu hàng rau quả chế biến của EU (HS 20) trong 6 tháng đầu năm 2022 đạt 9,2 triệu tấn, trị giá 12,7 tỷ Euro (tương đương 12,2 tỷ USD), tăng 2,9% về lượng và tăng 13,3% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021; giá nhập khẩu bình quân đạt 1.379,6 Euro/tấn, tăng 10,1% so với cùng kỳ năm 2021. Tuy nhiên, thị phần hàng rau quả chế biến của Việt Nam tại EU rất thấp, chỉ chiếm 0,2% tổng lượng nhập khẩu. Một trong những nguyên nhân là do ngành hàng rau quả chế biến của Việt Nam chưa đáp ứng được các yêu cầu nghiêm ngặt của thị trường.

Như vậy, doanh nghiệp Việt Nam đã và đang tận dụng tốt cơ hội mà FTA Việt Nam - EU mang lại để đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh như: thanh long và sản phẩm chế biến từ thanh long, xoài và sản phẩm chế biến từ xoài, chanh và nước chanh, dứa và sản phẩm chế biến từ dứa, dưa và sản phẩm chế biến từ dưa, bưởi, chôm chôm, sầu riêng, chuối, ngô, sắn, đậu bắp, khoai lang, khoai môn, ớt, nghệ,...

Tuy nhiên mặt hàng rau quả chế biến vẫn còn nhiều thách thức về công nghệ và đáp ứng tiêu chuẩn trong khi mặt hàng rau quả tươi gặp khó khăn về chuỗi cung ứng. Do khoảng cách địa lý xa xôi, hàng rau quả tươi của Việt Nam gặp khó khăn trong khâu vận chuyển, bảo quản, phân phối tại thị trường EU. Điều này kéo theo chi phí xuất khẩu cao, làm giảm tính cạnh tranh về giá của rau quả Việt Nam. Rau quả xuất khẩu tươi sống hoặc đông lạnh đều có yêu cầu về bảo quản, nếu xuất khẩu đường hàng không thì sẽ phù hợp nhưng cước phí vận chuyển cao; xuất khẩu bằng đường biển, chi phí thấp hơn nhưng thời gian vận chuyển kéo dài ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng sản phẩm.

Hộp 2. Chuỗi cung ứng hàng rau quả xuất khẩu Việt Nam sang EU – trường hợp điển hình của tỉnh Gia Lai (xét theo độ đặc)

EU là thị trường tiêu thụ rau quả lớn nhất thế giới nhưng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam chỉ chiếm 0,36%. Vì vậy, đây là thị trường đầy tiềm năng cho Gia Lai

nói riêng và Việt Nam nói chung. Gia Lai hiện có khoảng 15.000 ha đất canh tác rau các loại và gần 21.400 ha cây ăn quả, trong đó có gần 8.500 ha cây ăn quả được chứng nhận sản xuất đạt tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP và được cấp 41 mã số vùng trồng. Mạng lưới kinh doanh và xuất khẩu rau quả của tỉnh khá đa dạng, phong phú. Thời gian qua, một số doanh nghiệp xuất khẩu rau quả đã ký hợp đồng thu mua thông qua hợp tác xã với các sản phẩm chủ yếu nằm trong chuỗi giá trị. Các sản phẩm chủ lực xuất sang thị trường EU gồm: chanh dây, dưa, xoài đông lạnh, chuối... đang ngày càng tăng về sản lượng và kim ngạch xuất khẩu. Hiện nay, kim ngạch xuất khẩu rau quả vào thị trường EU chiếm khoảng 25% trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Gia Lai với khoảng 15 triệu USD/năm. Chuỗi cung ứng hàng rau quả xuất khẩu của Gia Lai sang thị trường EU đang ngày càng đồng bộ và chặt chẽ hơn.

Về phía chính quyền địa phương:

Thời gian qua, tỉnh đã tập trung thực hiện đồng bộ các chính sách, cùng với sự vào cuộc của người dân, hợp tác xã, doanh nghiệp trong việc xây dựng, phát triển các vùng chuyên canh rau cây ăn quả hàng hóa tập trung, quy mô lớn. Bên cạnh đó, ngành Nông nghiệp cũng tổ chức tập huấn, chuyển giao hàng loạt kỹ thuật sản xuất tiên bộ để giúp doanh nghiệp, người dân nâng cao nhận thức và thực hành sản xuất sạch, nông nghiệp hữu cơ, đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật về an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường. Đồng thời, tăng cường chế biến sâu để đa dạng hóa sản phẩm, đáp ứng yêu cầu của các thị trường xuất khẩu và tiêu thụ trong nước, nhất là sau khi Việt Nam tham gia Hiệp định EVFTA.

Tỉnh xây dựng và thực hiện kế hoạch triển khai thực hiện đề án phát triển ngành chế biến rau quả, xác định phát triển sản xuất rau quả gắn với nhu cầu thị trường, nhà máy chế biến; ứng dụng công nghệ cao, công nghệ tiên tiến vào sản xuất theo chuỗi giá trị, chế biến sâu, tạo ra những sản phẩm có giá trị gia tăng lớn và khả năng cạnh tranh cao, góp phần đưa xuất khẩu rau quả ra thị trường thế giới. Cùng với đó, thu hút đầu tư, xây dựng, phát triển thành công một số doanh nghiệp chế biến rau quả hiện đại ngang tầm khu vực và thế giới với khả năng cạnh tranh quốc tế cao; chủ động xây dựng vùng nguyên liệu rau quả, nâng cao thu nhập cho nông dân và doanh nghiệp, bảo vệ môi trường sinh thái và ứng phó hiệu quả với biến đổi khí hậu

Về phía doanh nghiệp xuất khẩu rau quả:

Với những DN đã có thị trường ổn định như Công ty cổ phần thực phẩm xuất khẩu Đồng Giao-Chi nhánh Gia Lai- (Năm 2021, Công ty xuất khoảng 26.000 tấn sản phẩm với kim ngạch xuất khẩu đạt 60 triệu USD. Hiện nay, thị trường EU đang chiếm khoảng 25% tổng kim ngạch xuất khẩu của Công ty). Để đảm bảo nguồn nguyên liệu, Công ty tăng cường liên kết, đầu tư và mở rộng diện tích trồng, hợp đồng bao tiêu sản phẩm cho các hợp tác xã, hộ nông dân và thương lái trên địa bàn Tây Nguyên nói chung và Gia Lai nói riêng. Công ty đa dạng hóa các sản phẩm như chanh dây, dưa, xoài, bơ... Riêng dưa sẽ là một trong những mặt hàng chủ đạo và Công ty đã trồng được khoảng 500 ha. Mục tiêu sắp đến là 10.000 ha để phục vụ chế biến đáp ứng nhu cầu rất lớn của thị trường EU.

Bên cạnh những doanh nghiệp đã ổn định thị trường xuất khẩu sang EU, một số doanh nghiệp nhỏ bước đầu đã thâm nhập thị trường này. Để đáp ứng đơn hàng, các doanh nghiệp tăng cường liên kết với các nhà vườn. Ngoài việc xây dựng vùng

nguyên liệu, Công ty đã tiến hành lắp đặt hệ thống xử lý sau thu hoạch để có thể trữ rau quả khi trái vụ, nhằm đáp ứng nhu cầu của đối tác.

Về chế biến, ngoài tổ hợp Nhà máy chế biến rau quả của Công ty cổ phần thực phẩm xuất khẩu Đồng Giao-Chi nhánh Gia Lai có công nghệ, thiết bị chế biến hiện đại với công suất 52.000 tấn sản phẩm/năm, trên địa bàn tỉnh còn có Nhà máy sơ chế, chế biến, đóng gói trái cây tươi và trái cây cấp đông IQF của Công ty cổ phần Hoàng Anh Gia Lai với công suất 40-41 ngàn tấn sản phẩm/năm; Nhà máy chế biến trái cây Quicornac của Công ty DIVAFRUIT S.A có công suất 31.636 tấn sản phẩm/năm. trên địa bàn hiện có 17 cơ sở bảo quản, sơ chế, chế biến rau quả quy mô nhỏ với tổng công suất khoảng 80-100 ngàn tấn sản phẩm/năm và nhiều doanh nghiệp đăng ký khảo sát để đầu tư các dự án trồng, chế biến, xuất khẩu rau quả. Đây là điều kiện để các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu, trong đó có thị trường EU.

(Nguồn: <https://baogialai.com.vn/channel/8209/202112/co-hoi-xuat-khau-rau-qua-sang-thi-truong-eu-5758645/>)

3.3.2.3. Đánh giá chung

a. Những tác động tích cực do EVFTA mang lại

(i) Xuất khẩu mặt hàng rau quả sang thị trường EU có sự tăng trưởng tương đối mạnh mẽ. Trước khi EVFTA có hiệu lực, rau quả của Việt Nam xuất khẩu vào EU đã được hưởng mức thuế suất ưu đãi GSP từ ngày 01/01/2014 nhưng vẫn ở mức khá cao từ 10% - 20%. Như vậy, kể từ sau khi EVFTA có hiệu lực đã tạo ra lợi thế cạnh tranh rất lớn ở phương diện giá cho rau quả của Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt trong việc xuất khẩu vào thị trường EU khi mà các đối thủ cạnh tranh trực tiếp của Việt Nam là Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia và Malaysia chưa tham gia ký kết FTA.

(ii) EU cam kết mở cửa rất mạnh cho rau quả Việt Nam bằng cách xóa bỏ 94% trong số 547 dòng thuế rau quả và các chế phẩm từ rau quả khi hiệp định chính thức có hiệu lực. Điều này có tác động rất tích cực đến xuất khẩu các mặt hàng rau quả chủ lực của Việt Nam sang EU như vải, nhãn, chôm chôm, thanh long, dưa, dưa...

Bên cạnh đó, doanh nghiệp Việt có thể tiếp cận thị trường EU bằng sản phẩm rau củ quả đông lạnh, đóng lon. Bởi các sản phẩm nước ép trái cây, nước ép đông lạnh đang được ưa chuộng tại EU, do người dân khu vực này đang có xu hướng tiêu dùng xanh và có nhu cầu cao với thực phẩm bổ dưỡng, có lợi cho sức khỏe, sản phẩm thực vật để thay thế sản phẩm động vật.

(iii) Cho đến thời điểm hiện tại, 39 bộ chỉ dẫn địa lý (Gis) trong đó có 20 chỉ dẫn địa lý rau quả được công nhận bảo hộ tự động tại EU mang lại cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp và người nông dân, quyền lợi của nông sản Việt Nam được đảm bảo và mở ra cơ hội đối với các sản phẩm nông sản khác khi tiếp cận thị trường này. Từ đó, cơ hội để rau quả Việt Nam có thể gia tăng giá trị xuất khẩu và mở rộng thị phần, là động lực để ngành nông nghiệp nâng cao năng lực sản xuất nội sinh, gia tăng sức cạnh tranh và có thể tiếp cận với thị trường khó tính.

(iv) EVFTA thúc đẩy mạnh mẽ thu hút đầu tư trực tiếp từ EU và chuyển giao công nghệ trong chế biến, góp phần nâng cao giá trị gia tăng và chất lượng nông sản Việt Nam nói chung và mặt hàng rau quả của Việt Nam nói riêng để có thể đáp ứng

được các tiêu chuẩn, quy định quốc tế. Đồng thời, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ đứng trước nhiều cơ hội để có thể hợp tác với các đối tác châu Âu để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

b. Những thách thức từ EVFTA mang lại

(i) Mặt hàng rau quả của Việt Nam vẫn còn gặp khó khăn trong việc tiếp cận thị trường EU do chưa hoàn toàn đáp ứng được các yêu cầu cao của EU đặt ra từ như: quy định SPS, TBT, tiêu chuẩn kỹ thuật, truy xuất nguồn gốc và các vấn đề môi trường, phát triển bền vững... Bên cạnh đó, các quy định của EU cũng liên tục được rà soát, điều chỉnh khiến các doanh nghiệp khó khăn trong việc nắm bắt, thích ứng. Ngoài ra, EU vẫn đang có xu hướng gia tăng áp dụng các biện pháp phi thuế quan, công cụ phòng vệ thương mại và hàng rào bảo hộ mới.

Trong khi đó, cơ sở hạ tầng hỗ trợ xuất khẩu trái cây còn nhiều hạn chế. Hạ tầng giao thông Việt Nam ở các vùng nông thôn, miền núi còn yếu kém nhưng đây lại là những vùng trồng trái cây lớn. Điều này dẫn đến tăng thời gian và chi phí vận chuyển, ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm vì trái cây là nhóm sản phẩm mau hỏng. Bên cạnh đó, khoa học công nghệ phục vụ thu hoạch bảo quản và chế biến trái cây xuất khẩu của Việt Nam còn hạn chế.

Ngoài ra, các phòng thí nghiệm cấp vùng và cấp tỉnh của Nhà nước bị hạn chế về thiết bị, chỉ phân tích được một số loại thuốc bảo vệ thực vật và tạp chất nhất định. Nên nhiều lô hàng Việt Nam xuất khẩu cập cảng EU bị từ chối trả về do vi phạm các tiêu chuẩn về thuốc bảo vệ thực vật và tạp chất. Các phòng thí nghiệm tư nhân phát triển ở Việt Nam nhưng chi phí dịch vụ thường cao, vượt mức chi trả của nhiều doanh nghiệp nhỏ. Bên cạnh đó, khi EVFTA có hiệu lực, quy tắc xuất xứ để hưởng ưu đãi thuế quan có thể không dễ đáp ứng và bản thân cam kết trong hiệp định không giúp gỡ bỏ hay giảm bớt các TBT, SPS.

(ii) Trong khi đó, về bản thân các doanh nghiệp, đặc biệt các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam năng lực cạnh tranh và khả năng tham gia thương mại quốc tế còn hạn chế, đồng thời chưa thực sự chú trọng xây dựng chiến lược kinh doanh bài bản, bền vững, từ đó ảnh hưởng đến việc tận dụng các cơ hội mà Hiệp định mang lại. Một thực trạng nữa là nhiều doanh nghiệp chưa thực sự chủ động tìm hiểu về thị trường và các ưu đãi FTA.

Hiện nay, cả người trồng, chế biến và xuất khẩu trái cây thiếu thông tin và hướng dẫn về quy định nhập khẩu của EU. Điều này xuất phát từ việc doanh nghiệp thiếu nhân lực có hiểu biết về pháp lý khi nghiên cứu thị trường và chưa có thói quen thuê dịch vụ tư vấn pháp lý. Cách tiếp cận thông tin chính thống gần nhất là Cổng thông tin của văn phòng TPT và SPS thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn nhưng nhiều quy định mới được đăng lại bằng tiếng Anh, thiếu tóm tắt, hướng dẫn bằng tiếng Việt. Những hội thảo phổ biến thông tin quy định thường tổ chức ở các thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh nên đối tượng liên quan trực tiếp là nông dân và doanh nghiệp chế biến vừa và nhỏ ít có cơ hội tham gia.

(iii) Việt Nam đang thiếu chiến lược tổng thể xuất khẩu rau quả sang thị trường EU khi nông dân tư duy mùa vụ, doanh nhân tư duy thương vụ và chính quyền tư duy nhiệm kỳ.

3.3.3. Hàng gạo

3.3.3.1 Trước khi tham gia Hiệp định

Xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU trong giai đoạn 2016 – 2020 nhìn chung có sự tăng trưởng tương đối mạnh cả về chất lượng và trị giá, tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 24,1%/năm về lượng và 30,4%/năm về trị giá trong giai đoạn 2016 – 2020. Mặc dù bị tác động bởi dịch Covid – 19, xuất khẩu gạo sang thị trường EU vẫn duy trì được mức tăng bình quân đạt 59,7 nghìn tấn gạo, trị giá 35,35 triệu USD, tương ứng với tăng 1,65% về lượng và 15% về kim ngạch so với năm 2019, chiếm tỷ trọng 1% trong tổng xuất khẩu gạo của Việt Nam.

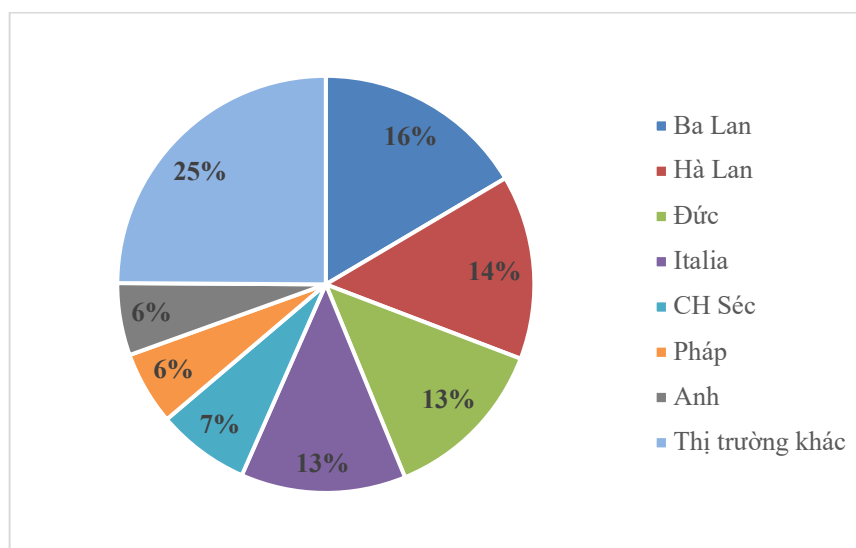


Hình 3.14: Lượng và trị giá xuất khẩu của Việt Nam sang EU giai đoạn 2016 - 2020

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Xuất khẩu gạo của Việt Nam sang hầu hết các quốc gia trong liên minh Châu Âu đều ghi nhận tăng trưởng bình quân cao trong giai đoạn từ năm 2016 đến năm 2020. Các quốc gia như Ba Lan, Hà Lan, Đức, Italia là các thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam trong khối EU với tỷ trọng lần lượt là: 16,5%; 14,3%, 13% và 12,8%.

Chủng loại gạo được Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang thị trường EU là gạo thơm (hơn 65%); tiếp theo là các loại gạo đặc biệt như: gạo lứt, gạo hữu cơ, gạo huyết rồng. Bên cạnh đó, thị phần gạo của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của EU từ thị trường ngoại khối đã có những cải thiện tương đối tích cực từ 2,3% năm 2015 đến 3,1% năm 2020 (Bộ Công Thương, 2020a). Việt Nam hiện đang đứng vị trí thứ 7 trong số những nhà cung ứng gạo ngoại khối lớn nhất cho thị trường EU, trong đó năm 2020, lượng nhập khẩu gạo của EU từ Việt Nam cao nhất trong nhiều năm qua, đạt 66,26 nghìn tấn tương ứng với trị giá 42,8 triệu USD, ghi nhận mức tăng trưởng bình quân đạt 24,1%/ năm giai đoạn 2015- 2020. So với các nước trong cùng khu vực ASEAN như Campuchia, với thị phần chiếm hơn 11%; Myanmar 13% thị phần và Thái Lan, 16% thị phần EU, thị phần gạo của Việt Nam còn khá khiêm tốn.



Hình 3.15: Cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Xét về trị giá trung bình trên 1 tấn gạo, giá trị gạo Việt Nam chỉ đạt 495,5 USD/tấn, thấp hơn nhiều so với giá trị gạo của Thái Lan lần Campuchia (lần lượt đạt 653 USD/tấn và 719 USD/tấn).

Bảng 3.17: Kim ngạch hàng gạo xuất khẩu của Việt Nam sang EU 27 giai đoạn 2015-2020 theo mã HS (xét theo chiều dài)

Mã HS \ Năm	2015	2016	2019	2020	Tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2015-2020 (%/năm)
Tổng cộng	28225	18652	29336	33283	3,4
100610 - Thóc	0	0	0	0	
100620 - Gạo lứt	2858	3075	7609	6174	16,7
100630 - Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ, đã hoặc chưa đánh bóng hạt hoặc hồ	25076	12893	21262	26830	1,4
100640 - Tầm	291	2684	465	279	-0.8

Đơn vị: Nghìn USD

Nguồn: Trademap.org

Tuy nhiên, kết quả xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường EU cho thấy, mặt hàng gạo đang dần tiếp cận và thâm nhập được thị trường EU và đã đáp ứng được điều kiện và thị hiếu tiêu dùng tại đây. Theo mã HS, xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU 27 tập trung vào mặt hàng mã 100630, chiếm tới 80,6% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo từ Việt Nam sang EU27 năm 2020.

3.3.3.2. Sau khi ký kết Hiệp định

Trước khi EVFTA có hiệu lực, xuất khẩu gạo của Việt Nam vào thị trường EU bị áp thuế 45%. Thậm chí, một số nước trong khối EU áp mức thuế nhập khẩu với gạo Việt Nam lên tới 100% hoặc cao hơn. Khi EVFTA có hiệu lực, EU dành cho

Việt Nam ưu đãi thuế suất 0% với 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).

Sau khi EVFTA chính thức đi vào hiệu lực, trong năm đầu tiên (8/2020 - 7/2021), xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường EU đạt 54,96 nghìn tấn, trị giá ước tính khoảng 36,37 triệu USD, giảm 6,9% về sản lượng nhưng tăng 12,5% về trị giá so với cùng giai đoạn (8/2019 - 7/2020). Mặc dù có sự điều chỉnh giảm về sản lượng nhưng trị giá xuất khẩu sang EU đã có sự tăng tốc khá mạnh nhờ giá xuất khẩu được nâng lên, bên cạnh đó chủng loại mặt hàng gạo cũng có sự chuyển dịch theo hướng tích cực. Kết quả tăng trưởng này là tín hiệu tương đối khả quan trong bối cảnh kinh tế thế giới còn gặp nhiều khó khăn và có những diễn biến phức tạp, đặc biệt dịch Covid - 19 vẫn chưa thực sự chấm dứt.

Trong số các thị trường thành viên EU, gạo Việt Nam được xuất chủ yếu sang các nước: Đức (đạt 10 triệu USD), Hà Lan (đạt 6 triệu USD), Italy (đạt 6 triệu USD) và Ba Lan (đạt 4 triệu USD). Gạo tuy không phải là thực phẩm chính tại EU, song thị trường này vẫn có nhu cầu nhất định với một số sản phẩm, đặc biệt là các loại gạo dinh dưỡng, tốt cho sức khỏe. Hơn nữa, xu thế sử dụng gạo tại EU gia tăng do sự phổ biến của thức ăn châu Á tại đây. EVFTA đang tạo lợi thế cạnh tranh rất lớn cho gạo Việt Nam so với các đối thủ cạnh tranh lớn vẫn chưa có FTA với EU như Thái Lan, Trung Quốc tại thị trường tiềm năng này.

Trong năm đầu thực thi Hiệp định, mặt hàng gạo của Việt Nam đã có mặt tại 23 thị trường thuộc Liên minh châu Âu, điển hình là Đức, Hà Lan, Italia, Thụy Điển là các quốc gia đều có mức tăng trưởng rất nhanh về khối lượng cũng như giá trị xuất khẩu. Một số thị trường ngách như Phần Lan, Ai Len và Slovenia cũng có mức tăng trưởng gấp 3 lần so với thời điểm trước khi EVFTA có hiệu lực.

Bên cạnh đó, mặc dù diện tích trồng lúa giảm nhưng giá trị xuất khẩu gạo tăng, nguyên nhân là do các lúa chất lượng cao, lúa đặc sản như ST24, ST25 ngày được trồng ngày càng nhiều.

Bảng 3.18: Gạo xuất khẩu của Việt Nam sang EU năm đầu tiên sau khi EVFTA có hiệu lực

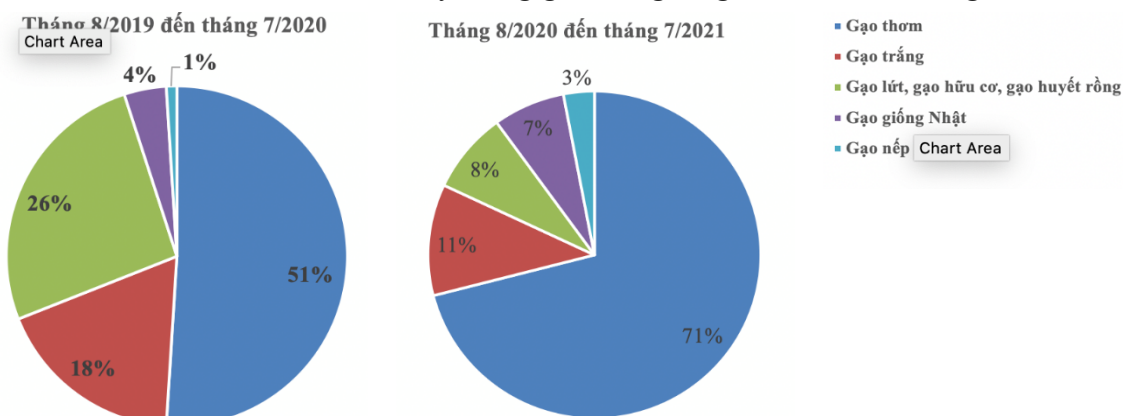
(Đơn vị tính: khối lượng: triệu tấn; trị giá: nghìn USD)

Thị trường	8/2020 – 7/2021		So với 8/2019 – 7/2020 (%)		7 tháng năm 2021		So với 7 tháng năm 2020 (%)	
	Khối lượng	Trị giá	Khối lượng	Trị giá	Khối lượng	Trị giá	Khối lượng	Trị giá
EU	54.958	36.369	- 6,9	12,5	31.316	21.604	- 4,4	16,7
Đức	11.520	8.544	72	109	7.416	5.601	101,5	141,3
Hà Lan	9.632	6.014	33,2	61,4	5.877	3.936	22,9	64,4
Italia	8.279	5.746	8,6	7,4	4.443	3.072	16,2	4,7
Ba Lan	7.788	4.637	- 24,3	- 12,4	3.779	2.394	- 35,4	- 19,3
CH Séc	3.345	1.970	2,70	15,9	1.475	934	- 38,9	- 26,3
T. Điển	2.984	1.971	29,5	44,7	1.563	1.027	47,9	55,6
Pháp	2.958	2.052	- 10,8	3,80	1.894	1.338	- 20,0	- 4,40
Bỉ	1.804	1.315	38,0	67,8	1.736	1.272	375,6	465
Hungary	1.523	922	- 12,8	- 3,00	110	77	- 89,0	- 85,9
Litva	1.462	882	- 75,6	- 65,8	987	587	- 51,3	- 38,0
Slovenia	876	533	403,4	428,4	550	339	343,5	369,6
BĐN	833	466	- 69,3	- 68,1	349	211	- 84,8	- 83,1
TBN	615	373	- 64,0	- 58,6	326	226	- 72,3	- 65,7
Đ. Mạch	411	277	- 25,2	- 11,9	188	132	- 22,7	- 7,7
Ai Len	161	126	95,2	138,2	144	115	74,7	116,4
Latvia	155	96	40,7	43,2	135	83	22,5	24,0
Áo	123	89	5,5	8,5	75	52	- 25,0	- 25,0
Hy Lạp	116	82	- 63,4	- 50,9	67	50	- 60,3	- 45,2
Bungari	108	79	- 63,5	- 47,6	54	39	8,00	41,0
Croatia	100	70	- 96,7	- 93,8	25	21	- 97,5	- 94,5
Ph. Lan	75	59	370,3	318,3	75	59	370,3	318,3
Rumani	72	53	- 42,2	- 8,2	47	38	-	-
Síp	17	12	- 33,7	- 18,4	-	-	-	-

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Ở khía cạnh khác, cơ cấu chủng loại gạo xuất khẩu sang EU sau 1 năm thực thi EVFTA cũng có sự chuyển dịch theo hướng tích cực đó là gia tăng gạo thơm và giảm gạo trắng thường. Cụ thể, gạo thơm xuất khẩu sang EU có kết quả tăng trưởng cao đạt 38,8 nghìn tấn; trị giá 25,8 triệu USD; tăng 27,8% về khối lượng và 44,5%

về giá trị so với cùng giai đoạn trước khi EVFTA có hiệu lực. Tương tự, lượng gạo giống Nhật và gạo nếp cũng tăng mạnh lần lượt là 59,1% và 356,9%; tỷ trọng cũng tăng từ 1% lên mức 3% và từ 4% lên 7% . Tỷ trọng gạo trắng đã giảm từ 18% xuống 11%.



Hình 3.16: Tỷ trọng gạo xuất khẩu sang thị trường EU trước và sau khi EVFTA có hiệu lực

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Bên cạnh việc chuyển dịch cơ cấu chủng loại gạo xuất khẩu sang thị trường EU, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này cũng tăng cao so với thời điểm trước khi EVFTA có hiệu lực.

Bảng 3.19: Hàng gạo xuất khẩu sang thị trường EU sau 1 năm Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU có hiệu lực (xét theo chiều rộng)

Chủng loại	8/2020 đến 7/2021			So với 8/2019 đến 7/2020 (%)		
	Khối lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Giá XK BQ (USD/tấn)	Khối lượng	Trị giá	Giá XK BQ
Gạo thơm	38.813	25.829	665	27,8	44,5	13,1
Gạo trắng	6.212	4.120	663	- 42,2	- 8,4	58,6
Gạo lứt, hữu cơ, huyết rồng	4.418	2.722	616	- 70,6	- 67,2	11,8
Gạo giống Nhật	3.772	2.480	658	59,1	83,7	15,5
Gạo nếp	1.743	1.217	698	356,9	330,1	- 5,9
Tổng	54.958	36.369	662	- 6,9	12,5	20,8

(Nguồn: Vụ thị trường Châu Âu – Châu Mỹ, Bộ Công Thương)

Ví dụ, giá gạo thơm xuất khẩu sang EU tăng 13,1%, đạt bình quân 665 USD/tấn từ tháng 8/2020 đến tháng 7/2021; gạo trắng tăng tới 58,6%, gạo Nhật tăng 15,5%, gạo thơm tăng 13,1% và các loại gạo khác (gạo lứt, gạo hữu cơ, gạo huyết rồng..) tăng 11,8%. Ở chiều ngược lại, gạo nếp giảm 5,9%. Tuy nhiên, xét trên bình diện chung mặt hàng gạo của Việt Nam tăng 20,8% về giá trị.

Bảng 3.20: Kim ngạch gạo xuất khẩu của Việt Nam vào EU-27 trong hai năm sau khi EVFTA có hiệu lực (từ 8/2020 đến 7/2022) phân theo thị trường

Đơn vị: USD

TT	Thị trường	Tháng 8/2020 - tháng 7/2021	Cơ cấu (%)	Tháng 8/2021 - tháng 7/2022	Cơ cấu (%)
	Tổng số	36,369,000		53,010,458	
1	Bỉ	1,272,329	3.50	1,312,239	2.48
2	Pháp	2,051,847	5.64	2,994,620	5.65
3	Hà Lan	6,014,444	16.54	8,046,409	15.18
4	Ba Lan	4,637,190	12.75	7,489,927	14.13
5	Tây Ban Nha	372,973	1.03	1,071,198	2.02
6	Các thị trường còn lại	22,020,217	60.55	32,096,065	60.55

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Năm thứ hai sau khi EVFTA có hiệu lực (8/2021-7/2022), mặt hàng gạo của Việt Nam xuất khẩu sang EU tiếp tục tăng mạnh về giá trị, ước đạt hơn 53 triệu USD. Chỉ 6 tháng đầu 2022, Việt Nam đã xuất khẩu hơn 50.000 tấn gạo sang thị trường EU với kim ngạch gần 37 triệu USD, tăng tới 84% về lượng và 96% so với cùng kỳ năm ngoái.

Điều này một phần do chất lượng gạo của Việt Nam được cải thiện, chủ yếu là các loại gạo thơm, đáp ứng đúng thị hiếu của người tiêu dùng châu Âu. Về chủng loại, gạo Việt Nam xuất khẩu sang EU vẫn chiếm gần một nửa là các loại gạo thơm (ST25, ST24, ST20, Đài Thơm 8, Jasmine...), còn lại là gạo trắng, gạo giống Nhật, gạo lứt, gạo hữu cơ...

Trong khi giá xuất khẩu gạo bình quân của cả nước giảm, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam sang EU vẫn ghi nhận mức tăng lên tới 729 USD/tấn, cao hơn mức trung bình 489 USD/tấn của cả nước. Giá gạo của Việt Nam sang thị trường EU cao hơn mức trung bình của cả nước do chủng loại gạo xuất khẩu vào thị trường này chủ yếu là gạo thơm có giá trị cao. Tuy nhiên, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam vào EU vẫn khá cạnh tranh so với các đối thủ cạnh tranh khác như Campuchia, Thái Lan và Ấn Độ... Như vậy, mặt hàng gạo đang tận dụng được tốt các ưu đãi mà EVFTA mang lại.

Bên cạnh đó, chuỗi cung ứng mặt hàng gạo xuất khẩu sang EU đã mạnh mẽ hình thành và tạo giá trị dưới tác động của EVFTA. Nhiều doanh nghiệp, vùng sản xuất đang nỗ lực xây dựng chuỗi cung ứng gạo bền vững cho xuất khẩu trong bối cảnh cơ hội từ EVFTA, từ nhà cung cấp đến nhà sản xuất nhà bán buôn và bán lẻ.

Hộp 3. Chuỗi cung ứng hàng gạo xuất khẩu Việt Nam bền vững (xét theo độ đặc)

Xác định gạo chất lượng cao, gạo thơm là con đường để nâng cao giá trị hạt gạo cũng như chinh phục các thị trường nên tỷ lệ gieo trồng giống lúa thơm, lúa chất lượng cao tăng, đáp ứng theo yêu cầu thị trường xuất khẩu gạo. Nhóm lúa thơm, đặc sản như Jasmine 85, ST, RVT, Tài nguyên và Nàng Hoa 9... chiếm tỷ lệ trên 33% tổng diện tích gieo cấy của Đồng bằng sông Cửu Long; nhóm lúa chất lượng cao như OM5451, Đài thơm 8, Hương Châu 6, OM18, OM9577, OM9582,

OM4900, OM7347, OM6976...): chiếm tỷ lệ gần 50%. Nhóm lúa chất lượng trung bình còn trên 7%.

Nhằm nâng cao giá trị nông sản nhằm tăng thu nhập cho người nông dân, tăng giá trị thu nhập trên một đơn vị diện tích, đạt hơn 250 triệu đồng/ha vào năm 2025, riêng về lúa gạo, tỉnh Sóc Trăng đưa ra mục tiêu sản lượng lúa đặc sản, chất lượng cao chiếm hơn 80% sản lượng lúa của tỉnh. Để đạt được mục tiêu này, Sóc Trăng đã đề ra kế hoạch phát triển thương hiệu và nâng cấp chuỗi giá trị lúa-gạo đặc sản của tỉnh. Theo đó, tỉnh sẽ tập trung các giống lúa đặc sản nhóm ST (ST24, ST25), lúa Tài nguyên mùa, thơm nhẹ theo hướng an toàn, thân thiện với môi trường, hướng đến phát triển nông nghiệp an toàn, bền vững.

Tại Trà Vinh, tỉnh thực hiện liên kết hỗ trợ nông dân sản xuất và tiêu thụ trên 1.650ha lúa chất lượng cao và lúa đạt các tiêu chuẩn lúa hữu cơ quốc tế như EU, USDA, JAS.

Với hướng phát triển sản phẩm hữu cơ, Công ty Trách nhiệm hữu hạn Thương mại-Du lịch Minh Trung và Hợp tác xã Nông nghiệp-Thương mại dịch vụ Châu Hưng ký kết hỗ trợ đầu tư và bao tiêu 348ha lúa hữu cơ. Đối với lúa chất lượng cao, từ 300ha lúa vụ Đông Xuân 2021-2022, Công ty Cổ phần Tập đoàn Lộc Trời tiếp tục liên kết hỗ trợ nông dân mở rộng diện tích 1.000ha vào vụ lúa Hè Thu năm 2022.

Bên cạnh hợp tác xây dựng vùng nguyên liệu và liên kết với các tổ chức nông dân sản xuất, tiêu thụ lúa gạo theo chuỗi giá trị, Tập đoàn Tân Long đã đưa vào hoạt động Nhà máy gạo Hạnh Phúc lớn nhất châu Á có công suất gạo thành phẩm đạt 1.000 tấn/ngày. Với hệ thống tiếp nhận, làm sạch và sấy, hệ thống silo chứa lúa... được nhập khẩu và theo tiêu chuẩn EU sẽ giúp đảm bảo hương vị và chất lượng lúa gạo. Phục vụ nhu cầu nhà máy, Tập đoàn liên kết tổ chức bao tiêu với các hợp tác xã tại An Giang trên diện tích 30.000ha và mở rộng quy mô sang các địa phương lân cận trong những năm tiếp theo; đặc biệt chú trọng vào phát triển các dòng lúa chất lượng cao phục vụ cho cả nhu cầu xuất khẩu và trong nước như Japonica, Jasmine, Đài thơm, ST21, ST24, ST25...

(Nguồn: <https://www.tinnhanhchungkhoan.vn/xay-dung-chuoi-cung-ung-xuat-khau-gao-viet-nam-ben-vung-post298214.html>)

3.3.3.3. Đánh giá chung

a. Những tác động tích cực do EVFTA mang lại

Sau khi hiệp định thương mại tự do có hiệu lực, xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường EU đã có những kết quả tăng trưởng khả quan trước bối cảnh dịch Covid - 19 đang còn diễn biến phức tạp cũng như chi phí logistics còn ở mức khá cao. Tuy khối lượng xuất khẩu chưa cao nhưng mức tăng trưởng và thị phần đều được cải thiện, đây là tín hiệu khả quan cho thấy mặt hàng gạo của Việt Nam đã dần khẳng định được chỗ đứng tại thị trường EU. Bên cạnh đó, doanh nghiệp Việt Nam cũng có thêm những kinh nghiệm trong việc đưa hàng hoá vào thị trường EU từ việc đáp ứng các yêu cầu của thị trường cũng như tiếp cận được hệ thống phân phối tại các quốc gia nhập khẩu. Từ những đánh giá trên cho thấy, xuất khẩu mặt hàng gạo của Việt Nam có những cơ hội sau:

(i) Tạo cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam: trên thực tế, sản lượng gạo xuất khẩu sang EU mới chiếm gần 1% trong tỷ trọng xuất khẩu gạo của Việt Nam, vì vậy EU là một thị trường còn rất nhiều tiềm năng cho xuất khẩu gạo, có cơ hội thâm nhập sâu và rộng hơn vào thị trường EU với mức giá bán cao hơn, từ đó giảm sự lệ thuộc vào thị trường Trung Quốc. Bên cạnh đó, đây cũng là cơ hội để ngành nông nghiệp của Việt Nam mở rộng quy mô sản xuất, tăng việc làm và tăng thu nhập cho người lao động.

(ii) Nâng cao lợi thế cạnh tranh cho mặt hàng gạo của Việt Nam: với hạn ngạch được EU dành cho Việt Nam lên tới 80.000 tấn gạo/năm cùng với mức thuế suất mặt hàng gạo của Việt Nam sẽ được đưa về 0% sau 3-5 năm đã tạo ra lợi thế cạnh tranh của mặt hàng này của Việt Nam so với Thái Lan, Ấn Độ và Campuchia khi xuất khẩu vào thị trường EU. Đặc biệt, với cam kết tự do hoàn toàn cho gạo tằm, Việt Nam có cơ hội xuất khẩu ước khoảng 100.000 tấn vào EU hàng năm.

(iii) Minh bạch hoá các thủ tục và hàng rào kỹ thuật cho mặt hàng gạo xuất khẩu của Việt Nam: việc tiến hành thực thi các nội dung trong EVFTA sẽ giúp các vấn đề liên quan đến thể chế, chính sách và pháp luật và môi trường kinh doanh, điều này giúp pháp luật Việt Nam sẽ có những thay đổi, cải thiện theo hướng minh bạch, thuận lợi và phù hợp với thông lệ quốc tế.

(iv) Nâng cao chất lượng sản phẩm mặt hàng gạo của Việt Nam: EU được đánh giá là một thị trường khó tính với yêu cầu chất lượng đối với sản phẩm nhập khẩu ở mức cao. Từ đó, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải thích ứng được tiêu chuẩn để xuất khẩu vào EU, điều này sẽ buộc các doanh nghiệp Việt Nam phải cải tiến quy trình sản xuất, hạn chế hoặc không sử dụng thuốc bảo vệ thực vật và phân bón hoá học, tránh được tình trạng lạm dụng vật tư nông nghiệp trong sản xuất lúa gạo nói riêng và nông sản nói chung. Từ đó, thay đổi được tư duy trong sản xuất nông nghiệp, hướng đến nền nông nghiệp sạch, giảm thiểu tác động bất lợi đến môi trường.

b. Những thách thức từ EVFTA mang lại

(i) Sự gia tăng các hàng rào kỹ thuật, quy tắc xuất xứ và các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và môi trường. Các quốc gia tham gia hiệp định khi đã xoá bỏ hàng rào thuế quan thông thường và sẽ tăng cường các hàng rào phi thuế quan, rào cản như TBT, SPS đối với gạo xuất khẩu của Việt Nam. Mặc dù được hưởng rất nhiều từ thuế quan nhưng các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam cũng sẽ phải nỗ lực rất lớn để nâng cao chất lượng sản phẩm (thông qua các yêu cầu bắt buộc về an toàn thực phẩm, dán nhãn và môi trường) để vượt qua được những rào cản này.

Theo quy định của EVFTA, các điều kiện tiêu chuẩn mà EU áp cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có mặt hàng gạo, là rất cao. EU đang dành cho Việt Nam hạn ngạch gạo thơm là 30.000 tấn/năm với điều kiện phải có giấy chứng nhận chủng loại gạo thơm theo đúng danh mục giống gạo thơm đã được liệt kê trong Hiệp định, nếu không sẽ bỏ lỡ lượng hạn ngạch gạo mà EU ban hành. Theo Nghị định 103/2020/NĐ-CP của Chính phủ quy định về chứng nhận gạo thơm xuất khẩu sang Liên minh châu Âu, doanh nghiệp muốn xuất khẩu gạo thơm vào EU phải đáp ứng các yêu cầu về nguồn giống; có diện tích vùng trồng, địa điểm sản xuất đáp ứng

yêu cầu; có các biên bản kiểm tra đánh giá chất lượng từng lô hàng ở từng thời điểm kiểm tra để có thể xuất khẩu hàng hóa vào các thị trường này...

(ii) Nguy cơ về các biện pháp có liên quan đến phòng vệ thương mại: khi các rào cản thuế quan không còn được coi là công cụ đắc lực để có thể bảo vệ các doanh nghiệp thì thay vào đó các doanh nghiệp sẽ có xu hướng tăng cường các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp hay tự vệ để bảo vệ ngành sản xuất trong nước.

(iii) Cam kết mở cửa của Việt Nam buộc các doanh nghiệp Việt Nam phải thực chuyển mình, tái cấu trúc để phù hợp với yêu cầu của thực tế thông qua thay đổi phương thức quản trị, điều hành để từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh so với các doanh nghiệp đến từ các quốc gia khác.

(iv) Vấn đề về việc làm bị ảnh hưởng do các doanh nghiệp áp dụng khoa học và công nghệ hiện đại vào quá trình sản xuất. Việc áp dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất, chế biến và xuất khẩu gạo sẽ khiến cho một bộ phận không nhỏ người lao động, đặc biệt lao động ở khu vực nông thôn rơi vào tình trạng không có việc làm do không đáp ứng được yêu cầu của tiến bộ khoa học và kỹ thuật hiện đại. Đồng thời, khi năng suất lao động tăng lên sẽ làm dư thừa đáng kể lực lượng lao động.

(v) Nguy cơ cạn kiệt nguồn tài nguyên đất do chỉ tập trung vào tăng trưởng quy mô sản xuất để xuất khẩu dẫn tới cạn kiệt nguồn tài nguyên đất, nước và các tài nguyên khác do khai thác quá nhiều nếu như không tập trung vào tăng trưởng năng suất, cải tiến giống và chất lượng gạo.

(vi) Năm 2021, Việt Nam chỉ có thể xuất khẩu 60.000 tấn gạo sang thị trường EU. Như vậy, Việt Nam vẫn chưa thể tận dụng triệt để hạn ngạch xuất khẩu gạo 80.000 tấn/năm tới EU với mức thuế là 0% theo EVFTA. Điều này dẫn đến thách thức về sản lượng gạo, để đạt đến lợi thế về quy mô, do chưa đạt đến mức số lượng cần thiết cho các đơn đặt hàng lớn của các siêu thị tại EU.

3.4. Thực trạng tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đến một số mặt hàng nông sản cụ thể của Việt Nam bằng phương pháp nghiên cứu tình huống

3.4.1. 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, ứng 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.

3.4.2. Mặt hàng gạo thơm giống 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 Myanmar, 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.

Với 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%.

Hiệp hội lương thực Việt Nam (VFA) cũng nhận định, 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.

Ngày 22/9/2020, Tập đoàn Lộc Trời 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 quy cách 18 kg, vào thẳng hệ thống phân phối mà không phải qua các khâu trung gian để phân chia thành những túi nhỏ.

Để tận dụng lợi thế này, ngành nông nghiệp cần đẩy mạnh tái cơ cấu sản xuất nông nghiệp theo chuỗi, trong đó liên kết chặt chẽ giữa hợp tác xã (HTX), doanh nghiệp với bà con nông dân, hình thành quy trình khép kín từ tổ chức nguyên liệu cho đến khâu chế biến, đảm bảo truy xuất nguồn gốc, an toàn thực phẩm và chú ý đến bao bì, nhãn mác, có như vậy mới khai thác tốt thị trường EU.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần ý thức rõ việc hàng hóa muốn xuất khẩu vào các thị trường giống như EU cần đáp ứng những tiêu chuẩn rất cao về chất lượng. Với chiến lược tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu và năng lực sản xuất luôn đáp ứng các tiêu chuẩn cao cấp, các doanh nghiệp sẽ nỗ lực tận dụng hiệu quả những ưu đãi mà Nhà nước đã mang lại, đưa hạt gạo nói riêng và nông sản nói chung đến các thị trường trên khắp thế giới. Ngoài ra, về phía các doanh nghiệp cũng cần hiểu rằng không phải có Hiệp định là có khách hàng, có

thị trường, có lợi thế, mà muốn đẩy mạnh xuất khẩu thì doanh nghiệp cần một quá trình lâu dài tìm hiểu nhu cầu mà thị trường cần. Các doanh nghiệp Việt Nam muốn tận dụng và khai thác tốt thị trường gạo EU cần phải tập trung vào phát triển vùng nguyên liệu đạt chuẩn theo các quy định của EU. Mặt khác, các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần tập trung vào khai thác tốt hạn ngạch EU đã dành cho Việt Nam với thuế suất là 0% trong khuôn khổ của EVFTA.

Đón đầu các cơ hội xuất khẩu gạo chất lượng cao sau khi các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, 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.

Sản xuất lúa gạo chất lượng cao hướng tới mục tiêu xuất khẩu là hướng đi phù hợp với nhu cầu thị trường. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cho rằng để xây dựng được thương hiệu cho hạt gạo Việt Nam thì chỉ chuyển đổi giống theo phong trào là chưa đủ mà cần có quy hoạch cụ thể cho từng chủng loại gạo. Bên cạnh đó, phải nâng cao hiệu quả các mô hình liên kết.

Vì vậy, để phát triển chuỗi lúa gạo, chỉ liên kết doanh nghiệp-nông dân là chưa đủ mà nhất định phải có sự vào cuộc của ngân hàng. Hiện nay, ngân hàng chỉ mới cho các doanh nghiệp lúa gạo vay ngắn hạn để xuất khẩu gạo còn cho vay để thực hiện mô hình liên kết sản xuất theo chuỗi nhằm phát triển ngành hàng lúa gạo một cách bền vững thì hầu như chưa có ngân hàng nào làm. Tín hiệu tích cực là những năm gần đây Việt Nam đã sản xuất được các giống lúa chất lượng cao, được thế giới công nhận. Nhưng để phát huy giá trị các giống lúa đó thành thương hiệu cho ngành gạo Việt Nam cần có cơ chế liên kết sản xuất hiệu quả hơn. Ngược lại, nông dân sản xuất lúa gạo xuất khẩu cũng phải hình thành tư duy sản xuất hàng hóa theo nhu cầu thị trường. Nghĩa là, việc tổ chức sản xuất phải hội tụ đủ chất lượng giống tốt, ứng dụng cơ giới hóa đồng bộ và các kỹ thuật canh tác đạt chứng nhận quốc tế. Chất lượng lúa gạo được duy trì ổn định là nền tảng cơ bản để xây dựng thương hiệu riêng cho từng loại gạo Việt Nam. Khi đã có thương hiệu, giá trị hạt gạo bán ra thị trường tăng lên thì lợi nhuận của người trồng lúa cũng sẽ được nâng lên tương xứng.

3.4.3. Nhận xét chung

- EVFTA đã mở đường chính ngạch cho các mặt hàng nông sản 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.

- 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.

- EVFTA giúp các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải tái cấu trúc hoạt động xuất khẩu của mình thông qua việc nghiên cứu, tìm hiểu, thiết lập quy trình đưa mặt hàng 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.

3.5. Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU tới hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam

3.5.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động thương mại của EVFTA tới hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam

- *Phạm vi, mức độ và hình thức liên kết trong EVFTA.*

Về số lượng thành viên của EVFTA, gồm 28 nước thành viên EU và đến năm 2021 xuống còn 27 nước khi Brexit chính thức có hiệu lực, trong đó có 19 nước tham gia Khu vực đồng tiền chung châu Âu (Eurozone). Do vậy, Hiệp định này bao gồm 28 quốc gia của EU trước năm 2021 và 27 nước sau năm 2021 với Việt Nam. Đây là FTA có số lượng thành viên lớn nhất từ trước đến nay Việt Nam đã tham gia, ngay cả khi Anh ra khỏi EU. Như trên đã phân tích, số lượng các quốc gia thành viên trong một FTA càng nhiều thì FTA đó càng có khả năng tạo thị trường với quy mô lớn, làm giảm chệch hướng thương mại, tăng tác động tạo lập thương mại. Tuy nhiên, càng có nhiều thành viên, sự khác biệt giữa các quốc gia càng lớn, việc làm cho hài hòa hóa các chính sách sẽ trở nên khó khăn hơn.

- *Lợi thế so sánh và cơ cấu thương mại.*

Lợi thế so sánh của các nước thành viên trong FTA càng lớn thì cơ hội mở rộng thương mại giữa các nước và phúc lợi xã hội sẽ gia tăng tương ứng sau khi FTA được hình thành. Cơ cấu thương mại giữa các nước càng bổ sung lẫn nhau thì FTA có khả năng thúc đẩy gia tăng thương mại giữa các bên càng cao, tăng tạo lập thương mại.

3.5.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến tác động thúc đẩy của EVFTA tới hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam

- *Mối quan hệ kinh tế, thương mại giữa các nước thành viên trong EVFTA.* EVFTA được đánh giá là đã lưu ý đến chênh lệch về trình độ phát triển, đảm bảo cân bằng lợi ích cho cả Việt Nam và EU. Việt Nam nhận được những ưu đãi từ EU

như lộ trình cắt giảm thuế dài hơn EU, được EU trợ giúp kỹ thuật trong nhiều vấn đề quan trọng như cải cách doanh nghiệp, phát triển thương mại bền vững... Các ưu đãi này là những tiền đề quan trọng để Việt Nam không chỉ gia tăng xuất khẩu mà còn có thể thu nhận được các tác động động từ EVFTA như nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả của sản xuất nông nghiệp.

- Chính sách thương mại của các nước trong FTA.

EU là một trong những thị trường khó tính nhất trên thế giới do yêu cầu của EU buộc các doanh nghiệp phải tuân thủ nghiêm ngặt về lao động và môi trường. Sự khắt khe của thị trường EU với nhiều tiêu chuẩn mới, đòi hỏi cao hơn về kỹ thuật, môi trường, vệ sinh an toàn, bảo vệ quyền người lao động, cùng với chính sách bảo hộ nông nghiệp. Các chính sách quản lý nông sản của EU nghiêm ngặt, đặc biệt các rào cản kỹ thuật của EU với nông sản thực phẩm có xu hướng ngày càng khắt khe hơn (Bộ Công Thương, 2020). Ngoài ra, EU cũng yêu cầu hàng nông sản nhập khẩu phải có nguồn gốc xuất xứ đầy đủ.

Sức ép từ các yêu cầu cao của EU trong việc mở cửa thị trường và cải cách chính sách, thể chế. 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 sẽ rất chú trọng tới quy định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại.

- Bản chất của Hiệp định và các cam kết đối với xuất nhập khẩu nông sản giữa hai quốc gia/ đối tác được quy định trong Hiệp định.

+ Về cơ bản, EVFTA là hiệp định thương mại thế hệ mới. Khác với cách tiếp cận của các FTA trước, chỉ đơn thuần về các quy ước về tự do thương mại và đầu tư, các FTA thế hệ mới yêu cầu sự hợp tác giữa hai bên tham gia trong mọi lĩnh vực liên quan, bao gồm cả thể chế, luật pháp và chất lượng môi trường. Do đó, để đảm bảo cho việc tận dụng tối đa lợi ích từ Hiệp định thương mại, Việt Nam cần phải chỉnh sửa và bổ sung về mặt pháp lý nhằm đáp ứng các điều khoản trong EVFTA

EVFTA là một FTA hỗn hợp được ký kết giữa một liên kết khu vực với một quốc gia. Tuy nhiên, do EU đàm phán và thực hiện EVFTA với tư cách là một khối hơn là các quốc gia riêng rẽ nên EVFTA được coi là một FTA song phương đặc biệt. Bên cạnh đó, EVFTA được ký giữa một khu vực liên kết mức độ cao, phát triển cao và một quốc gia đang phát triển nên là một FTA Bắc - Nam. Là một FTA song phương đặc biệt, EVFTA có tác động tích cực đối với Việt Nam so với các đàm phán đa phương Việt Nam đã và đang tham gia ở hai điểm.

Trong đàm phán với EU, Việt Nam có thể lựa chọn các lĩnh vực đàm phán đa dạng và linh hoạt hơn các FTA đa phương, đáp ứng nhu cầu cụ thể Việt Nam về mở cửa thị trường cũng như yêu cầu EU mở cửa các lĩnh vực Việt Nam mong muốn. Việt Nam đã đạt được những kết quả trong việc yêu cầu EU mở cửa thị trường cho các sản phẩm nông sản của Việt Nam. Đây là tiền đề quan trọng để thúc đẩy Việt Nam tăng cường xuất khẩu nông sản sang thị trường EU khi EVFTA được thực hiện.

+ EVFTA được đánh giá là hiệp định thế hệ mới toàn diện, chất lượng cao, có phạm vi tự do hoá rộng. Lĩnh vực bao phủ của EVFTA không chỉ liên quan đến

(i) Thương mại hàng hóa mà còn đề cập đến nhiều vấn đề khác như (ii) Thương mại dịch vụ, Đầu tư, Thương mại điện tử; (iii) Di chuyển thể nhân; (iv) Chính sách cạnh tranh; (v) Doanh nghiệp nhà nước; (vi) Mua sắm của chính phủ; (vii) Sở hữu trí tuệ; (viii) Thương mại và Phát triển bền vững.

Trong EVFTA, ngoài mục tiêu xoá bỏ hàng rào thương mại, hai bên còn hướng tới tự do đầu tư và thương mại dịch vụ trong một số lĩnh vực như vận tải, viễn thông, giáo dục, tài chính, phân phối... Hai bên cũng có cam kết về di chuyển thể nhân trong dịch vụ kiến trúc, quy hoạch đô thị, tư vấn kỹ thuật, giáo dục bậc cao và môi trường. Việt Nam và EU còn đang phối hợp để đưa ra các khuyến nghị về hài hoà hoá các chính sách; công nhận lẫn nhau về bằng cấp, kinh nghiệm cũng như chấp nhận kết quả đánh giá sự phù hợp khi áp dụng TBTs và SPSs. EVFTA cũng quy định một thể chế để quản lý các hoạt động trong EVFTA. Tuy nhiên, Việt Nam và EU vẫn giữ chính sách thương mại độc lập với các nước bên ngoài.

Như vậy, EVFTA đã vượt qua hình thức Khu vực thương mại tự do, chưa đạt tới hình thức Liên minh thuế quan nhưng đã áp dụng một số biện pháp để hướng tới một Thị trường chung trên cơ sở di chuyển tự do vốn, lao động; hài hoà hoá một số chính sách và thiết lập một thể chế quản lý chung. Nói cách khác, EVFTA đang ở giữa cấp độ hội nhập thứ nhất và thứ hai trong thang hội nhập ba cấp độ.

Là một hiệp định thương mại tự do thế hệ mới có mức độ cam kết cao và tầm ảnh hưởng rộng, EVFTA cam kết xoá bỏ thuế quan ngay khi EVFTA có hiệu lực đối với hàng hóa của Việt Nam thuộc 85,6% số dòng thuế trong biểu thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Lộ trình tiếp theo được cam kết xoá bỏ tới 99,2% số dòng thuế trong biểu thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU sau 7 năm. Đây là mức cam kết cao nhất trong các hiệp định FTA mà Việt Nam từng đạt được với đối tác. Gần như 100% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang EU sẽ được xoá bỏ hoàn toàn thuế quan chỉ sau lộ trình 07 năm. Điều này đặc biệt có ý nghĩa với sự phát triển của các ngành xuất nhập khẩu Việt Nam, bởi vì EU vốn là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của nước ta.

Với phạm vi, cấp độ và hình thức hội nhập trên, EVFTA có những tác động tích cực điển hình của một khu vực thương mại tự do và thị trường chung, đó là: thúc đẩy thương mại song phương, sử dụng hiệu quả các nguồn lực gồm vốn và lao động do các nguồn lực được di chuyển tự do hơn giữa Việt Nam và các nước EU. Một thể chế quản lý chung cũng sẽ giúp đảm bảo việc thực thi các cam kết cũng như các hỗ trợ kỹ thuật cho Việt Nam trong khuôn khổ EVFTA, là yếu tố nền tảng để đẩy hội nhập trong EVFTA lên cấp độ cao hơn trong tương lai. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng sẽ đối đầu với những tác động tiêu cực của một Khu vực thương mại tự do xuất phát từ sự phân biệt đối xử của Việt Nam và EU với các nước ngoài EVFTA, đó là khả năng chệch hướng thương mại trong nông sản và hiện tượng xuất khẩu nông sản vòng của các nước ngoài khối sang Việt Nam hoặc EU để hưởng chênh lệch thuế. Đồng thời, yêu cầu hài hoà hoá chính sách trong một số lĩnh vực liên quan đến di chuyển lao động, SPS, TBTs cũng sẽ là thách thức lớn cho một nước đang phát triển như Việt Nam, làm nảy sinh các chi phí điều chỉnh cho các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản sang thị trường EU.

3.6. Đánh giá chung về tác động của hiệp định thương mại tự do tới hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam

3.6.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân

3.6.1.1. Tạo ra cơ hội tăng kim ngạch cho mặt hàng nông sản xuất khẩu sang thị trường EU

Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU đánh dấu những bước phát triển đầu tiên sau khi ký kết 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 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 khẩu 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%.

- Một số mặt hàng nông sản xuất khẩu thành công vào thị trường EU mang thương hiệu Việt. Xét theo từng nhóm hàng nông sản, do đặc thù về nhu cầu, thị hiếu mà EU nhập khẩu các loại nông sản từ Việt Nam có sự khác biệt khá lớn về tỷ trọng. Một số mặt hàng điển hình có sự khác biệt trong xuất khẩu sang EU từ khi EVFTA có hiệu lực bao gồm:

+ Hàng cà phê

Việt Nam luôn là quốc gia xuất khẩu cà phê lớn thứ 2 thế giới và đứng đầu thế giới về xuất khẩu cà phê Robusta, đạt kim ngạch xuất khẩu thường xuyên trên 3 tỷ USD/năm (chiếm 17,4% về lượng và 9,5% về giá trị xuất khẩu cà phê của thế giới. EU là thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất thế giới và đây được coi là một trong những thị trường tiềm năng cho Việt Nam trong việc xuất khẩu mặt hàng này. EU chiếm 47 - 49% tổng trị giá nhập khẩu cà phê toàn cầu trong giai đoạn 2017 - 2021 với tốc độ tăng trưởng bình quân 3,7%/năm, kim ngạch đạt 15,7 tỷ USD/năm. Đặc biệt, nhập khẩu cà phê của EU đang tăng lên, đạt 17,3 tỷ USD trong năm 2021 cao nhất kể từ năm 2011. Bên cạnh đó, Việt Nam giữ vị trí thứ 2 về xuất khẩu cà phê vào EU sau Brazil, nhưng thị phần cà phê của Việt Nam tại EU trong những năm gần đây giảm dần từ 9,7% trong năm 2017 xuống chỉ còn 6,2% trong năm 2021.

Ngày 16/9/2020, lô sản phẩm cà phê của Việt Nam sẽ được xuất khẩu sang một số nước Châu Âu theo Hiệp định EVFTA. Với việc thực thi Hiệp định EVFTA, EU đã xóa bỏ thuế cho toàn bộ cho các sản phẩm cà phê chưa rang hoặc đã rang (giảm từ 7 - 11% xuống 0%), các loại cà phê chế biến từ giảm 9 - 12% xuống còn 0% vào thời điểm hiệp định có hiệu lực. Đồng thời, trong số 39 chỉ dẫn địa lý của Việt Nam được EU cam kết bảo hộ có chỉ dẫn địa lý về cà phê của Buôn Ma Thuột. Đây là lợi thế cạnh tranh rất lớn cho mặt hàng cà phê của Việt Nam với các đối thủ tại thị trường EU.

Vì vậy, EVFTA đã mở ra cơ hội to lớn để giúp mặt hàng cà phê của Việt Nam có thể lấy lại thị phần tại EU trong những thời gian tiếp theo.

+ Hàng gạo:

Trong các mặt hàng, gạo không phải là thực phẩm chính tại EU. Tuy nhiên, thị trường EU vẫn có nhu cầu nhất định với một số sản phẩm, đặc biệt là các loại gạo dinh dưỡng, tốt cho sức khỏe.

Trước đây, một trong những nguyên nhân cản trở đà tăng trưởng xuất khẩu gạo Việt Nam sang thị trường EU là bởi thuế suất EU áp lên gạo nhập khẩu từ Việt Nam khá cao. Đồng thời, Việt Nam chưa được EU dành hạn ngạch thuế quan nên rất khó cạnh tranh với gạo của các nước khác như Thái Lan, Mỹ, Australia, Ấn Độ, Pakistan được phân bổ lượng hạn ngạch thuế quan và các nước như Lào, Campuchia, Myanmar được miễn thuế và không bị áp dụng hạn ngạch.

EVFTA tạo lợi thế cạnh tranh rất lớn cho gạo Việt Nam so với hiện nay và so với các đối thủ cạnh tranh lớn vẫn chưa có FTA với EU như Thái Lan, Trung Quốc. Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), kim ngạch nhập khẩu gạo của EU từ Việt Nam đã tăng lên mức 35,83 triệu USD trong năm 2019, tăng 96% so với năm 2018 và tăng 180% so với năm 2017. Tuy nhiên, xét theo tỷ trọng các nước nhập khẩu gạo từ Việt Nam, EU chỉ chiếm 1% trong tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam. Người tiêu dùng châu Âu sẵn sàng chấp nhận các mặt hàng gạo chất lượng cao, có giá trị cao. Nếu mặt hàng gạo của Việt Nam đáp ứng được tiêu chuẩn của thị trường EU và tận dụng được lợi thế từ EVFTA thì trong tương lai vị thế sẽ được nâng cao hơn trên thị trường quốc tế.

EVFTA tạo lợi thế cạnh tranh rất lớn cho gạo Việt Nam so với hiện nay và so với các đối thủ cạnh tranh lớn vẫn chưa có FTA với EU như Thái Lan, Trung Quốc. Cụ thể, lợi thế cạnh tranh của mặt hàng gạo thể hiện như sau:

Bảng 3.21: Lợi thế cạnh tranh của mặt hàng gạo Việt Nam

Trước khi EVFTA có hiệu lực	Sau khi EVFTA có hiệu lực
Xuất khẩu gạo của Việt Nam vào thị trường EU đang bị áp thuế rất cao, tới 45%. Thậm chí có một số nước trong khối EU áp mức thuế nhập khẩu với gạo Việt Nam lên tới 100% hoặc cao hơn. Nhiều loại gạo thơm thuộc dòng ST20, ST25 vừa đoạt giải gạo ngon nhất thế giới bán vào thị trường EU với giá 700 USD/tấn nhưng chịu thuế nhập khẩu 45%. Chính vì vậy, giá bán bị đội lên hơn 1.000 USD/tấn. Riêng một số nước áp thuế 100% thì giá gạo thơm lên tới 1.400 USD/tấn	EU dành cho Việt Nam ưu đãi thuế suất 0% sau 3- 5 năm với 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 tấm. Cam kết này giúp Việt Nam có thể xuất khẩu khoảng 100.000 tấn gạo tấm vào EU hàng năm. Đối với sản phẩm từ gạo, EU sẽ đưa thuế suất về 0% sau 3-5 năm

(Nguồn: NCS tổng hợp)

Đặc biệt, Việt Nam đã xuất khẩu được thành công lô gạo chất lượng cao sang Hà Lan, chia thành các túi nhỏ mang thương hiệu Việt Nam chứ không phải là những bao gạo lớn không có nhãn mác.

+ *Hàng rau quả*

Với quy mô đầu tư vào nông nghiệp ngày càng nhiều của các doanh nghiệp hiện nay, tập trung vào vận hành các khâu từ sản xuất - chế biến - tiêu thụ sản phẩm nông sản, ngoài ra doanh nghiệp còn đẩy mạnh, nhanh nhạy, linh hoạt trong xúc tiến thương mại, mở ra nhiều thị trường xuất khẩu mới như vải thiều tươi sang Nhật Bản, bưởi vào Chi Lê, chanh leo sang Hà Lan..., ngay khi nhận thấy sự sụt giảm xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc.

Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng rau quả của Việt Nam sang EU trong giai đoạn 2015-2020 tăng khoảng 11,7%/năm. Trong đó, mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là trái cây tươi và có chỉ số lợi thế cạnh tranh (RCA) đạt 3,66 điểm, lớn hơn trái cây tươi của Trung Quốc, Hoa Kỳ, Thái Lan, Indonexia. Nhiều trái cây tươi đã định vị cạnh tranh trên thị trường EU tuy nhiên các mặt hàng rau củ và chế biến có khả năng cạnh tranh còn thấp.

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

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 Chất 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).

- Doanh nghiệp sản xuất nông sản bước đầu thực hiện những biện pháp thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường châu Âu

Sau khi EVFTA có hiệu lực, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã mở văn phòng tại các nước châu Âu để thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường này. Đây là bước đi cần thiết để các khách hàng thuộc Liên minh châu Âu tiếp cận sản phẩm của Công ty được thuận tiện hơn.

Ngoài nghiên cứu những cam kết, lợi thế có được từ EVFTA, doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu tìm hiểu thị hiếu của người tiêu dùng EU. Theo đó, người dân EU ưa thích các sản phẩm tiện lợi, có thể sử dụng ngay. Do đó, doanh nghiệp Việt đang chuyển hướng tập trung vào các sản phẩm đã qua chế biến để phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng. Thậm chí trong 27 nước thành viên EU, khẩu vị của người tiêu dùng tại mỗi nước cũng có sự khác biệt. Ví dụ như tại Hà Lan ưa thích các loại trái cây có mùi vị và màu sắc rõ ràng. Những loại quả có mùi vị trung tính như thanh long sẽ ít được ưa chuộng, trong khi giá cả khi đưa tới tay người tiêu dùng lại rất cao. Những loại quả có vỏ dày như dưa, bưởi, còng kênh khi xuất khẩu dưới dạng quả tươi sẽ tốn rất nhiều chi phí, khiến giá thành cao, khó cạnh tranh.

- Bên cạnh đó, trước đây, do xuất khẩu hàng rau quả sang EU rất ít ỏi nên chuỗi cung ứng khá lỏng lẻo, các công ty chế biến xuất khẩu trái cây thường không có hợp đồng thu mua dài hạn với người trồng trái cây (phần lớn là các hộ gia đình hoặc trang trại nhỏ). Mỗi quan hệ lỏng lẻo này gây khó khăn khi doanh nghiệp không thể yêu cầu người trồng dùng loại thuốc bảo vệ thực vật nào và quy trình trồng thế nào để đảm bảo quy định của EU về giới hạn dư lượng các chất. Bên cạnh đó, còn có hiện tượng người nông dân chạy theo lợi ích mà mua thuốc bảo vệ thực vật không

đảm bảo trên thị trường với giá rẻ. Đến nay, dưới tác động của các cam kết trong EVFTA, đã manh nha hình thành chuỗi cung ứng hàng rau quả xuất khẩu sang EU một cách chặt chẽ và hiệu quả hơn.

3.6.1.2. Tạo ra cơ hội cho các mặt hàng nông sản của Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu

Hiệp định EVFTA tạo cú hích giúp cho Việt Nam có cơ hội tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu, nâng cao chất lượng các mặt hàng nông sản trong quá trình phân đấu để có thể đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm theo yêu cầu từ thị trường EU. Các rào cản kỹ thuật trong thương mại và các biện pháp kiểm dịch động thực vật, an toàn thực phẩm đã có tác động tích cực, làm thay đổi quan điểm và nhận thức của người sản xuất, chế biến các mặt hàng nông sản trong thời gian qua. Từ đó, buộc các doanh nghiệp thu mua – chế biến nông sản phải nâng cao công nghệ kỹ thuật trong quá trình sản xuất, bảo đảm các quy định an toàn thực phẩm nhằm thực hiện đầy đủ các cam kết.

Đồng thời, EVFTA cũng tạo ra điều kiện để ngành nông nghiệp Việt Nam có cơ hội tái cấu trúc, nâng cao khả năng cạnh tranh thông qua nhập khẩu công nghệ, máy móc, trang thiết bị hoặc nguyên phụ liệu và các giải pháp công nghệ mang tính đồng bộ phục vụ sản xuất nông nghiệp.

3.6.1.3. Tạo ra cơ hội 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.

Bên cạnh đó, EVFTA còn có những tác động tích cực tới cơ chế, chính sách liên quan đến sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng nông sản, cụ thể là:

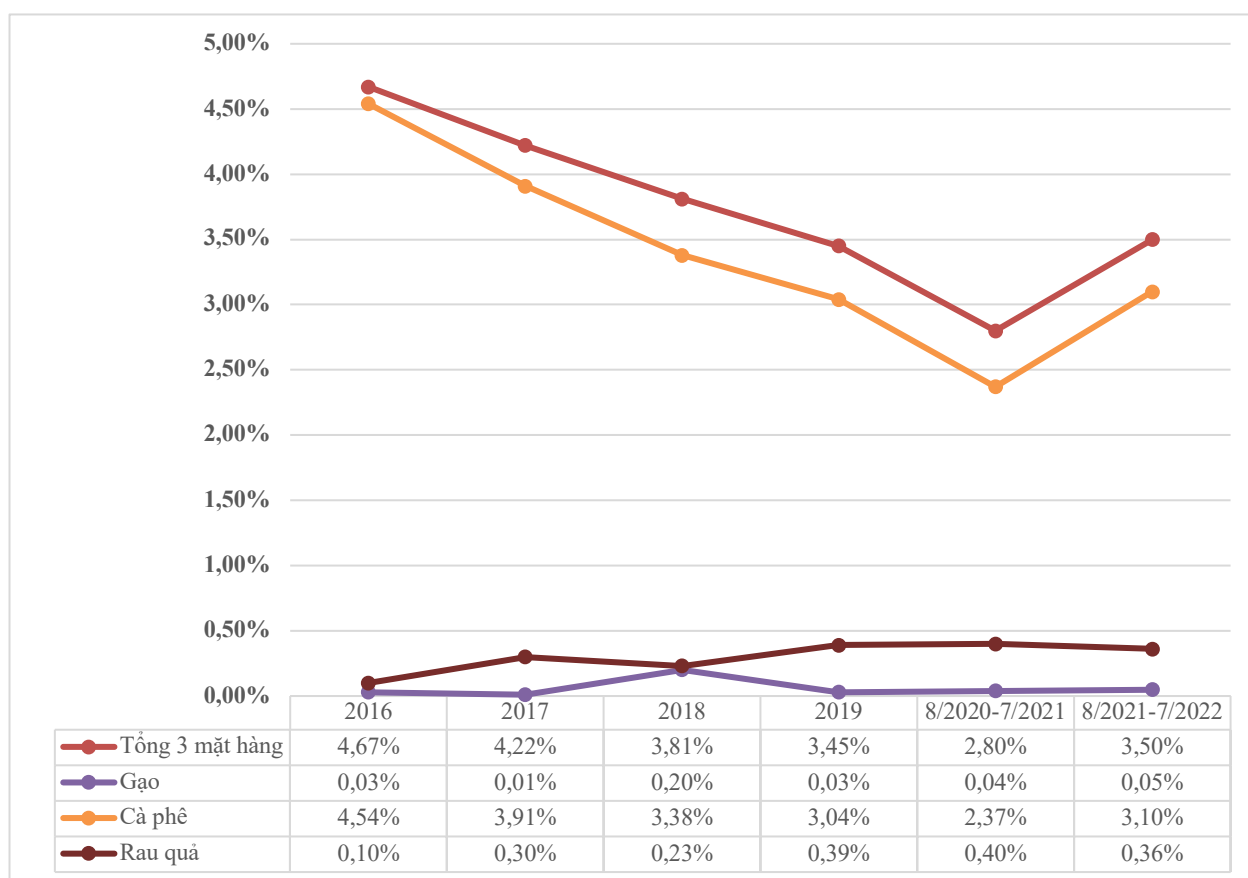
- Tác động tới chính sách và cách thức điều hành hoạt động xuất khẩu (nhận thức, cách làm, phương thức điều hành).
- Tác động tới cách tổ chức thị trường, tổ chức hoạt động sản xuất nông sản.
- Tác động tới cách tổ chức thị trường, tổ chức hoạt động sản xuất các mặt hàng nông sản.
- Tác động tới cách thức tìm kiếm bạn hàng (cả bạn hàng truyền thống và tiềm năng).
- Tác động tới cách thức xây dựng hệ thống phân phối (bao gồm cả thị trường nội địa và thị trường nước ngoài).

3.6.2. Những hạn chế và nguyên nhân

Việt Nam được đánh giá là một quốc gia có tiềm năng sản xuất nông nghiệp nhưng hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường EU còn tương đối khiêm tốn, chưa tương xứng với tiềm năng phát triển giữa hai bên, còn tồn tại khoảng cách

giữa cung- cầu xuất nhập khẩu hàng nông sản từ Việt Nam sang thị trường EU. Là một thị trường tiềm năng chưa được doanh nghiệp Việt Nam khai thác, tuy thời gian qua xuất khẩu nông sản Việt Nam đã có sự tăng trưởng nhất định nhưng hoạt động nhưng vẫn còn một số bất cập: thị phần còn thấp, cơ cấu mặt hàng và thị trường xuất khẩu còn bị mất cân đối lớn (Đỗ Thị Hoà Nhã, 2019).

Tỷ trọng về giá trị của 3 mặt hàng gạo, cà phê và rau quả xuất khẩu sang thị trường EU trong giai đoạn 2016-2022 rất khiêm tốn. Cụ thể: năm 2016 chiếm tỷ trọng 4,67% trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU; năm 2017 chiếm tỷ trọng 4,22%; năm 2018 chiếm tỷ trọng 3,81%; năm 2019 chiếm tỷ trọng 3,45%. Giai đoạn từ sau khi EVFTA được thực thi, từ 8/2020-7/2021 chiếm tỷ trọng 2,8%; từ 8/2021-7/2022 chiếm tỷ trọng 3,5%.



Hình 3.16: Tỷ trọng giá trị ba mặt hàng gạo, cà phê, rau quả xuất khẩu sang thị trường EU giai đoạn 2016-2022

Đơn vị tính: %

Nguồn: Tính toán của NCS

Thị phần tương đối của mặt hàng nông sản Việt Nam tại EU có sự khác biệt giữa các ngành hàng. Trong 3 mặt hàng gạo, cà phê và rau quả thì cà phê đang chiếm tỷ trọng xuất khẩu lớn nhất dao động từ 2,4% đến 4,5% trong cơ cấu xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong cả giai đoạn 2016-2022; mặt hàng rau quả dao động trong khoảng 0,1% đến 0,4%; cuối cùng là mặt hàng gạo chiếm tỷ trọng thấp nhất, dao động từ 0,01% đến 0,2%. Phần lớn rau quả mới chỉ được bán tại các cửa hàng của chủ doanh nghiệp gốc Á chứ chưa có mặt ở các hệ thống phân phối lớn tại các siêu thị EU. Bên cạnh đó, hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu dưới dạng thô,

cạnh tranh về giá ở phân khúc thấp. Ví dụ nhu cầu cà phê của EU rất lớn nhưng Việt Nam chỉ xuất khẩu được nguyên liệu hạt, không đưa được vào mặt hàng chế biến sâu. Mặt hàng cà phê nguyên liệu của Việt Nam vẫn cạnh tranh chủ yếu bằng giá và có giá trị thấp so với các đối thủ trên thị trường. Xét về chỉ số năng lực cạnh tranh (RCA), Việt Nam có lợi thế tương đối lớn đối với mặt hàng cà phê ($RCA > 1$), cao hơn hầu hết các quốc gia nội khối EU hay CPTPP. Tuy nhiên so với các cường quốc cà phê trên thế giới, năng lực cạnh tranh của Việt Nam chỉ ở mức trung bình. Các nhóm hàng nông sản xuất khẩu sang EU tập trung vào 3 nhóm cà phê, trái cây và hạt tiêu. Thực tế này cho thấy, Việt Nam chưa khai thác được tối ưu những lợi thế để xuất khẩu sang thị trường EU. Mặt khác, kim ngạch xuất khẩu nông sản có sự khác biệt giữa các quốc gia thành viên EU. Cụ thể các vấn đề còn tồn tại như sau:

3.6.2.1. Hạn chế và những nguyên nhân khách quan

- EU là thị trường khó tính, đòi hỏi cao trong tiêu chuẩn mặt hàng nhập khẩu

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. Hơn nữa, cơ chế đăng ký bảo hộ và quản lý chỉ dẫn địa lý của Việt Nam nhìn chung còn chưa tạo điều kiện thuận lợi, bản thân doanh nghiệp, các hợp tác xã và nông dân cũng chưa quan tâm thích đáng đến vấn đề này.

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.

- EU luôn cập nhật và gia tăng các biện pháp SPS

Các mặt hàng nông sản của Việt Nam cần phải được kiểm soát tốt mức dư lượng tối đa thuốc bảo vệ thực vật cho phép trong sản phẩm. Nếu các mặt hàng không đảm bảo yêu cầu thì có khả năng rất cao là EU sẽ tiếp tục đưa ra các biện pháp để kiểm soát bổ sung như: bổ sung chứng nhận an toàn thực phẩm bên cạnh chứng nhận kiểm dịch; tăng tần suất kiểm tra sản phẩm... Khi nhận thấy mức độ vi phạm có chiều hướng gia tăng, mặt hàng đó sẽ bị dừng xuất khẩu vào thị trường EU.

- EU bị ảnh hưởng nặng nề bởi Covid-19

Thị trường EU dường như là một trong những nền kinh tế bị ảnh hưởng nhiều nhất do đại dịch Covid-19 và nhu cầu ở đây sẽ phục hồi chậm. Ảnh hưởng của Covid, tăng trưởng kinh tế khu vực đồng tiền chung Châu Âu (Eurozone) cũng suy giảm 7,3%, ở mức rất thấp và chưa có dấu hiệu hồi phục. Điều này được thể hiện qua thực tế là tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang EU đạt khoảng

44,2 tỷ USD, giảm 4,9%, chiếm tỷ trọng 15,7% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

3.6.2.2. Hạn chế và những nguyên nhân chủ quan

- Chưa tạo dựng được chuỗi liên kết giá trị cho hàng nông sản của Việt Nam

Tại Việt Nam hiện nay, các khâu thu gom, chế biến, tiêu thụ nông sản chưa hoàn chỉnh phải thông qua nhiều cấp trung gian. Trong khâu tiêu thụ sản phẩm nông sản, nông dân chủ yếu bán nông sản cho các thương lái, đại lý thu mua, giá trị thu được thấp và không chủ động về đầu ra của sản phẩm, mối liên kết và hợp tác giữa các thành phần trong chuỗi giá trị còn lỏng lẻo. Có hiện tượng rất nhiều đại lý thu mua nông sản nhưng lại không thống nhất với nhau về phương thức tiêu thụ và giá cả dẫn đến tình trạng cạnh tranh lẫn nhau về giá mua, giá bán.

Các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu các nông sản ra nước ngoài đa phần phải gắn nhãn hiệu của các trung gian thương mại tại thị trường nước sở tại. Khách hàng của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam hiện nay chủ yếu là các trung gian là các doanh nghiệp nhập khẩu ở nước sở tại. Các mặt hàng nông sản của Việt Nam chưa xây dựng thương hiệu theo chuỗi giá trị, mặc dù chất lượng và sản lượng các mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam đã được thế giới biết đến tuy nhiên các thương hiệu các mặt hàng nông sản của Việt Nam vẫn còn mờ nhạt. Nguyên nhân là do các nhà sản xuất không tổ chức chế biến sâu và xuất khẩu trực tiếp, nông sản chế biến chủ yếu xuất hiện dưới tên của những thương hiệu nước ngoài. Ngoài ra, khó khăn còn phát sinh trong khâu thanh toán khi thu mua nguyên liệu, thực tế cho thấy các doanh nghiệp có tiền, có tài khoản nhưng không thanh toán được cho nông dân vì họ chưa quen với ngân hàng số, đại bộ phận người nông dân vẫn giữ thói quen và tâm lý muốn nhận tiền mặt ngay sau khi bán nông sản buộc các doanh nghiệp gặp phải những trở ngại nhất định.

Mặt khác, Việt Nam chưa xây dựng được thương hiệu quốc gia về nông sản, chưa đa dạng hóa các mặt hàng xuất khẩu, nhiều trường hợp xuất khẩu dưới dạng thô, giá trị thấp, xuất khẩu để làm nguyên liệu đầu vào cho quá trình chế biến tại nước sở tại. Những lý do trên dẫn đến người tiêu dùng nước ngoài có xu hướng tin tưởng sản phẩm của doanh nghiệp nhập khẩu trong nước hơn là mua hàng trực tiếp từ doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam.

- Tính manh mún của hoạt động sản xuất nông nghiệp làm giảm sức cạnh tranh của các mặt hàng nông sản trên thị trường quốc tế

Hầu hết các mặt hàng nông sản của Việt Nam được tổ chức sản xuất dưới dạng hộ gia đình phân tán, nhỏ lẻ và tương đối độc lập dẫn đến chi phí đầu tư tăng cao, sản phẩm làm ra không đồng đều, thiếu ổn định, mỗi hộ nông dân có cách sản xuất với một tiêu chí khác nhau, phần lớn các hàng nông sản của Việt Nam vẫn được canh tác theo phương pháp truyền thống, chưa thực hiện sản xuất theo chuỗi giá trị. Tính tuân thủ quy trình trong sản xuất của người nông dân cũng là vấn đề hạn chế, một số người nông dân chưa tuân thủ đồng đều các hướng dẫn nên có vườn đạt tiêu chuẩn, vườn chưa đạt tiêu chuẩn dẫn đến các rủi ro trong xuất khẩu nông sản sang các thị trường.

Ngoài ra, các yếu tố đầu vào vẫn còn yếu kém, lạc hậu, cơ cấu giống chưa

hợp lý, chưa có sự chọn lọc, tình trạng lạm dụng phân bón hoá học vẫn còn diễn ra khá phổ biến trong đại bộ phận người nông dân. Người nông dân khó tiếp cận được những tiến bộ khoa học công nghệ, thị trường cũng như các dịch vụ khác như dịch vụ tín dụng dẫn tới việc xây dựng thương hiệu cũng như chứng chỉ chất lượng hàng hoá khó thực hiện được.

Hoạt động chế biến, bảo quản các mặt hàng nông sản vẫn còn khá nhiều hạn chế. Các nông hộ không có đủ diện tích sân phơi, việc bảo quản, tạm trữ sản phẩm không đạt tiêu chuẩn làm ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng các mặt hàng. Mặt khác, các nhà máy chế biến nông sản thiếu gắn kết với vùng nguyên liệu dẫn tới chất lượng các mặt hàng nông sản thiếu tính ổn định, trong khi các nhà máy lại không khai thác được hết công suất hiện có. Hệ quả dẫn tới năng suất và sản lượng thấp, chất lượng nông sản thành phẩm không đồng đều (Đỗ Thị Hoà Nhã và cộng sự, 2018).

- Hoạt động xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu nhìn chung chưa bài bản và đồng bộ từ khâu tìm kiếm khách hàng, tiếp thị sản phẩm, thâm nhập thị trường và xây dựng quan hệ làm ăn lâu dài với các đối tác nhập khẩu.

Nông sản của Việt Nam, đặc biệt là rau quả, hiện mới đang bước đầu tiếp cận được trực tiếp một số hệ thống phân phối ở các nước EU. Đồng thời chịu sự cạnh tranh gay gắt về giá cả, hình thức mẫu mã từ các nước cung ứng khác trong khu vực châu Á như Thái Lan, Ấn Độ, Trung Quốc, Phillipines...

- Doanh nghiệp xuất khẩu hàng 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.

- Doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam chưa đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, đại bộ phận các doanh nghiệp vẫn còn tâm lý coi trọng về số lượng và chưa quan tâm đến chất lượng.

Mặc dù cam kết nổi bật tại EVFTA là xóa bỏ (theo lộ trình) hàng rào thuế quan, song hàng hoá xuất khẩu sang thị trường này muốn được hưởng ưu đãi thuế quan thì các doanh nghiệp cần đáp ứng các quy định về quy tắc xuất xứ hàng hoá. Về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, các doanh nghiệp sản xuất nông sản Việt Nam phần nhiều mới chỉ chú trọng tiêu chuẩn VietGAP (Vietnamese Good Agricultural Practices: chứng chỉ gồm tiêu chuẩn/quy phạm quy định về thực hành sản xuất nông nghiệp tốt cho các sản phẩm nông nghiệp ở Việt Nam). Trong khi đó, Nông sản xuất khẩu cần đáp ứng các yêu cầu chứng nhận tiêu chuẩn, ví dụ mặt hàng rau quả cần đáp ứng tiêu chuẩn GlobalGAP, chứng nhận hữu cơ, thương mại bình đẳng, HACCP, hay BRC, IFS. Tiêu chuẩn VietGAP hiện nay tại Việt Nam vẫn chưa tương ứng với GlobalGAP và do đó không đáp ứng được các yêu cầu của nhiều khách hàng Châu

Âu. Đối với phần lớn doanh nghiệp xuất khẩu quy mô vừa và nhỏ, chi phí chứng nhận là rào cản trong ngắn hạn và xây dựng bí quyết kỹ thuật để vượt qua các tiêu chuẩn nhằm đạt được chứng nhận là một rào cản dài hạn hơn để tạo nên thương hiệu bền vững.

Các doanh nghiệp Việt Nam cần hướng tới các yếu tố để phát triển bền vững vì người tiêu dùng tại thị trường EU đang ngày càng dành sự quan tâm đến cách mà sản phẩm được tạo ra có đáp ứng được các yêu cầu về bảo vệ môi trường hay bảo vệ quyền lợi người lao động.

Năng lực cung ứng xuất khẩu biểu hiện qua giá trị cung ứng, giá trị gia tăng xuất khẩu nhóm hàng chưa đủ lớn, chưa tương xứng với đầu tư phát triển các yếu tố nguồn lực trong sản xuất (sự phát triển của diện tích canh tác, giống và công nghệ nuôi trồng; công nghệ sơ chế và chế biến; ...) và trong cung ứng xuất khẩu (năng lực đáp ứng yêu cầu đa dạng về cơ cấu nâng cao chất lượng mặt hàng, phát triển thị trường và nâng cao giá trị cung ứng cho khách hàng), qua đây các doanh nghiệp của Việt Nam cần phải có sự liên kết và xây dựng các chuỗi giá trị nông sản xuất khẩu để có thể thích ứng với nội dung về quy tắc xuất xứ và rào cản kỹ thuật theo các cam kết tại EVFTA.

Tâm lý coi trọng số lượng hơn chất lượng của một bộ phận khá lớn các doanh nghiệp Việt Nam khiến cho các doanh nghiệp của chúng ta thường xuyên rơi vào tình trạng xuất khẩu cái mà mình có chứ không phải xuất khẩu cái mà thị trường cần. Bên cạnh đó, sau 2 năm Việt Nam ký EVFTA, theo khảo sát của VCCI công bố mới đây, có nhiều lý do khiến DN Việt Nam chưa tận dụng được ưu đãi thuế quan trong EVFTA. Trong đó, 33,3% DN cho biết hàng xuất khẩu của DN không đáp ứng được quy tắc xuất xứ, hơn 31% cho biết thuế MFN đã tốt bằng hoặc hơn EVFTA. Gần 19,5% DN nói đối tác EU không cung cấp chứng từ công nhận xuất xứ cho hàng nhập khẩu, gần 18% DN đã hưởng ưu đãi theo GSP, có gần 12% cho biết không đáp ứng các điều kiện khác để hưởng ưu đãi dù có chứng nhận xuất xứ.

- Kiến thức về pháp luật, đặc biệt là luật pháp quốc tế trong kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam còn chưa cao.

Để tận dụng các ưu đãi từ EVFTA, các doanh nghiệp cần tìm tòi, nghiên cứu những cam kết của EVFTA liên quan tới xuất khẩu và trực tiếp ảnh hưởng đến quyền lợi của doanh nghiệp như: thuế quan, phi thuế quan, quy tắc xuất xứ, chỉ dẫn địa lý, quyền sở hữu trí tuệ... Nhận thức, hiểu biết của doanh nghiệp Việt Nam về EVFTA cũng như các quy định được áp dụng tại châu Âu còn tương đối yếu. Sau 2 năm Việt Nam ký EVFTA, theo khảo sát của VCCI công bố mới đây, vẫn có 15% doanh nghiệp nói không biết có ưu đãi EVFTA.

- Chi phí vận chuyển cao, khâu đóng gói và thiết kế bao bì cho mặt hàng nông sản xuất khẩu chưa đáp ứng yêu cầu

Với đặc thù của sản phẩm nông sản, đòi hỏi về chi phí, thời gian bảo quản, đóng gói là một thách thức với doanh nghiệp Việt Nam, nhất là khi khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và châu Âu là một trở ngại lớn. Đối với sản phẩm tươi sống như rau quả, các dây chuyền bảo quản trong quá trình vận tải đường biển, đường hàng cân cần được chú trọng.

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 Châu Âu.

- *Việc áp dụng công nghệ, kỹ thuật canh tác đáp ứng yêu cầu của EU còn nhiều trở ngại.*

Hiện nay các phương thức canh tác hữu cơ nhằm chống lại dịch bệnh và diệt trừ sâu bọ đang được áp dụng trong các doanh nghiệp sản xuất nông sản phục vụ xuất khẩu. Tuy nhiên, canh tác hữu cơ nhưng vẫn ở quy mô nhỏ lẻ và hiện chỉ đang trong giai đoạn phát triển. Một số phương pháp chưa phát huy hiệu quả, ví dụ phương pháp đang được thử nghiệm như phương pháp hữu cơ để diệt trừ sâu bọ bằng cách sử dụng chiết xuất từ tỏi, ớt. Vẫn còn những lĩnh vực cần cải thiện, theo danh sách năm 2021 các sản phẩm tươi nhập khẩu từ Việt Nam và phải kiểm tra thuốc bảo vệ thực vật thường xuyên hơn tại biên giới EU.

CHƯƠNG 4

GIẢI PHÁP TẬN DỤNG CƠ HỘI, HẠN CHẾ THÁCH THỨC TỪ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM – EU ĐẾN HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG EU GIAI ĐOẠN ĐẾN NĂM 2030

4.1. Bối cảnh trong nước và quốc tế ảnh hưởng đến tác động từ EVFTA đến hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong giai đoạn đến năm 2030

4.1.1. Bối cảnh trong nước

- Tình hình kinh tế - xã hội đến 2030

Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội quốc gia giai đoạn 2021-2030 với mục tiêu chung là Phấn đấu đến năm 2030, là nước đang phát triển có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao; có thể chế quản lý hiện đại, cạnh tranh, hiệu lực, hiệu quả; kinh tế phát triển năng động, nhanh và bền vững, độc lập, tự chủ trên cơ sở khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo gắn với nâng cao hiệu quả trong hoạt động đối ngoại và hội nhập quốc tế; khơi dậy khát vọng phát triển đất nước, phát huy sức sáng tạo, ý chí và sức mạnh toàn dân tộc, xây dựng xã hội phồn vinh, dân chủ, công bằng, văn minh, trật tự, kỷ cương, an toàn, bảo đảm cuộc sống bình yên, hạnh phúc của nhân dân; không ngừng nâng cao đời sống mọi mặt của nhân dân; bảo vệ vững chắc Tổ quốc, môi trường hòa bình, ổn định để phát triển đất nước; nâng cao vị thế và uy tín của Việt Nam trên trường quốc tế. Phấn đấu đến năm 2045 trở thành nước phát triển, thu nhập cao.

Theo đó, các chỉ tiêu chủ yếu:

a) *Về kinh tế*: Tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm trong nước (GDP) bình quân khoảng 7%/năm; GDP bình quân đầu người theo giá hiện hành đến năm 2030 đạt khoảng 7.500 USD³; Tỷ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo đạt khoảng 30% GDP, kinh tế số đạt khoảng 30% GDP; Tỷ lệ đô thị hóa đạt trên 50%; Tổng đầu tư xã hội bình quân đạt 33 - 35% GDP; nợ công không quá 60% GDP; Đóng góp của năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) vào tăng trưởng đạt 50%; Tốc độ tăng năng suất lao động xã hội bình quân đạt trên 6,5%/năm; Giảm tiêu hao năng lượng tính trên đơn vị GDP ở mức 1 - 1,5%/năm.

b) *Về xã hội*: Chỉ số phát triển con người (HDI) duy trì trên 0,74; Tuổi thọ bình quân đạt 75 tuổi, trong đó thời gian sống khỏe mạnh đạt tối thiểu 68 năm; Tỷ lệ lao động qua đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ đạt 35 - 40%; Tỷ trọng lao động nông nghiệp trong tổng lao động xã hội giảm xuống dưới 20%.

c) *Về môi trường*: Tỷ lệ che phủ rừng ổn định ở mức 42%; Tỷ lệ xử lý và tái sử dụng nước thải ra môi trường lưu vực các sông đạt trên 70%; Giảm 9% lượng phát thải khí nhà kính; 100% các cơ sở sản xuất kinh doanh đạt quy chuẩn về môi trường; Tăng diện tích các khu bảo tồn biển, ven biển đạt 3 - 5% diện tích tự nhiên vùng biển quốc gia.

- Về sản xuất nông sản

Nông nghiệp Việt Nam đã chuyển mình mạnh mẽ để trở thành một trong những nhà cung cấp rau quả và gia vị hàng đầu trên toàn cầu. Việt Nam cũng đã chứng minh rằng là quê hương của một số sản phẩm chất lượng cao nhất. Ngày 25/02/2021, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 255/QĐ-TTg về việc phê duyệt kế hoạch cơ cấu lại ngành nông nghiệp giai đoạn 2021 – 2025.

Mục tiêu chung của kế hoạch là tiếp tục thực hiện cơ cấu lại ngành nông nghiệp theo hướng phát triển nông nghiệp bền vững, nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và khả năng cạnh tranh nông sản; bảo vệ môi trường, sinh thái; nâng cao thu nhập cho người dân ở khu vực nông thôn; đảm bảo an ninh lương thực và an ninh quốc phòng. Đẩy mạnh phát triển nền nông nghiệp hiện đại, nông nghiệp sạch, nông nghiệp hữu cơ, gắn với phát triển công nghiệp chế biến nông sản, thích ứng với biến đổi khí hậu và kết nối bền vững với chuỗi giá trị nông sản toàn cầu.

Mục tiêu cụ thể đến năm 2025, tốc độ tăng trưởng giá trị gia tăng ngành nông nghiệp đạt bình quân từ 2,5 đến 3,0%/năm. Tốc độ tăng năng suất lao động nông nghiệp đạt bình quân từ 7,0 đến 8,0%/năm.

Tỷ lệ giá trị sản phẩm nông, lâm nghiệp và thủy sản (nông sản) được sản xuất dưới các hình thức hợp tác và liên kết đạt trên 30%; tỷ lệ giá trị sản phẩm nông nghiệp được sản xuất theo các quy trình sản xuất tốt hoặc tương đương đạt trên 25%; tỷ lệ giá trị sản phẩm nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đạt trên 20%; tốc độ tăng giá trị gia tăng công nghiệp chế biến nông sản đạt trên 8,0%/năm; diện tích nhóm đất nông nghiệp sản xuất hữu cơ đạt khoảng 1,5 đến 2,0% tổng diện tích nhóm đất nông nghiệp; tốc độ tăng giá trị kim ngạch xuất khẩu nông sản đạt bình quân khoảng 5,0%/năm.

Tỷ trọng lao động nông nghiệp trong tổng lao động xã hội giảm còn khoảng 25%; tỷ lệ lao động nông nghiệp qua đào tạo đạt trên 55%; trên 80% hợp tác xã nông nghiệp hoạt động hiệu quả; thu nhập của cư dân nông thôn tăng ít nhất 1,5 lần so với năm 2020.

- Về chế biến nông sản

Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn đã phê duyệt “Đề án Tái cơ cấu ngành lúa gạo Việt Nam đến năm 2025 và 2030”. Theo đó, Việt Nam định hướng tái cơ cấu theo hướng đẩy mạnh giá trị, phát triển bền vững. Ngành lúa gạo cũng hướng tới mục tiêu nâng cao chất lượng và giá trị cho hạt gạo Việt. Từ đó, hình thành và nâng cao chuỗi giá trị ngành hàng, giúp thích ứng với sự thay đổi khí hậu và nâng cao thu nhập cho người nông dân cũng như nhu cầu được đáp ứng lúa gạo chất lượng cao của người tiêu dùng. Đề án đề ra các mục tiêu cụ thể với chỉ tiêu đến năm 2025 như sau: Giữ diện tích đất lúa 3,6 - 3,7 triệu ha, diện tích gieo trồng 7,0 - 7,2 triệu ha, sản lượng lúa 40 - 41 triệu tấn; Xuất khẩu khoảng 5 triệu tấn gạo; trong đó gạo thơm, đặc sản và gạo japonica chiếm 40%, gạo nếp 20%, gạo trắng phẩm chất cao 20%, gạo phẩm trung bình và thấp 15%, sản phẩm từ gạo 5%; tỷ lệ xuất khẩu có thương hiệu 20%; Tỷ lệ diện tích gieo trồng sử dụng hạt giống xác nhận trên 80%; sử dụng giống chất lượng cao trên 70%; giảm lượng giống gieo sạ; ứng dụng quy trình canh tác tiên tiến, thực hành tốt trên 60%; ứng dụng công nghệ cao 10%; Giảm lượng phân bón hóa học, lượng thuốc bảo vệ thực vật có nguồn gốc hóa học dùng

trong sản xuất lúa từ 30% trở lên; Tỷ lệ thất thoát sau thu hoạch dưới 8%; Tỷ lệ cơ giới hóa trong sản xuất lúa bình quân 70%, riêng đồng bằng sông Cửu Long đạt trên 90%; Tỷ lệ diện tích gieo trồng có liên kết sản xuất – tiêu thụ trên 30%; Lợi nhuận cho người trồng lúa trên 30%; Giảm phát thải khí nhà kính trong sản xuất lúa 5%.

- Về xuất khẩu nông sản

Ngày 19/4/2022, Chính phủ đã ban hành Quyết định số 493/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030 với mục tiêu xuất nhập khẩu phát triển bền vững với cơ cấu cân đối, hài hoà, phát huy lợi thế cạnh tranh, lợi thế so sánh, phát triển thương hiệu hàng hoá Việt Nam, nâng cao vị thế quốc gia trong chuỗi giá trị toàn cầu, là động lực của tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững.

Với mục tiêu phát triển xuất nhập khẩu bền vững với cơ cấu cân đối, hài hoà, phát huy lợi thế cạnh tranh, lợi thế so sánh, phát triển thương hiệu hàng hoá Việt Nam, nâng cao vị thế quốc gia trong chuỗi giá trị toàn cầu, là động lực của tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững, Chính phủ đề ra nhiều mục tiêu cụ thể như:

- Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa bình quân 6-7%/năm trong thời kỳ 2021-2030, trong đó giai đoạn 2021-2025 tăng trưởng xuất khẩu bình quân 8-9%/năm; giai đoạn 2026-2030 tăng trưởng bình quân 5-6%/năm.

- Tốc độ tăng trưởng nhập khẩu hàng hóa bình quân 5-6%/năm trong thời kỳ 2021-2030, trong đó giai đoạn 2021-2025 tăng trưởng nhập khẩu bình quân 7-8%/năm; giai đoạn 2026-2030 tăng trưởng bình quân 4-5%/năm.

- Tăng tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến, chế tạo xuất khẩu lên 88% tổng kim ngạch xuất khẩu vào năm 2025 và 90% vào năm 2030; trong đó, tỷ trọng xuất khẩu hàng công nghệ trung bình và cao đạt khoảng 65% vào năm 2025 và 70% vào năm 2030.

- Tăng tỷ trọng thị trường xuất khẩu khu vực châu Âu lên 16-17% tổng kim ngạch xuất khẩu vào năm 2025 và 18-19% vào năm 2030; khu vực châu Mỹ lên 32-33% tổng kim ngạch xuất khẩu vào năm 2025 và 33-34% vào năm 2030; tỷ trọng thị trường xuất khẩu khu vực châu Á vào khoảng 49-50% vào năm 2025 và 46-47% vào năm 2030.

- Tăng tỷ trọng thị trường nhập khẩu từ khu vực châu Âu lên 8-9% tổng kim ngạch nhập khẩu vào năm 2025 và 10-11% vào năm 2030; khu vực châu Mỹ lên 8-9% tổng kim ngạch nhập khẩu vào năm 2025 và 10-11% vào năm 2030; giảm tỷ trọng thị trường nhập khẩu từ khu vực châu Á xuống khoảng 78% tổng kim ngạch nhập khẩu vào năm 2025 và 75% vào năm 2030.

4.1.2. Bối cảnh quốc tế

- Tình hình kinh tế - xã hội toàn cầu

Hòa bình, hợp tác, liên kết và phát triển vẫn là xu thế lớn nhưng cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn rất phức tạp, gay gắt; cục diện đa cực ngày càng rõ nét. Toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế tiếp tục tiến triển nhưng gặp nhiều trở ngại, thách thức; chủ nghĩa dân túy, bảo hộ có xu hướng tăng lên; sự điều chỉnh chính sách, quan hệ đối ngoại của các nước lớn trong khu vực và trên thế giới diễn biến khó lường. Tăng trưởng kinh tế thế giới và thương mại, đầu tư quốc tế có xu hướng giảm; nợ công toàn cầu tăng, rủi ro trên thị trường tài chính, tiền tệ quốc tế gia tăng. Đặc

biệt, đại dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, khó kiểm soát, gây ra suy thoái trầm trọng và khủng hoảng kinh tế toàn cầu, có khả năng kéo dài sang đầu thập niên 20; làm thay đổi sâu sắc trật tự, cấu trúc kinh tế, phương thức quản trị toàn cầu, cách thức hoạt động kinh tế và tổ chức đời sống xã hội của thế giới.

Phát triển bền vững trở thành xu thế bao trùm trên thế giới; kinh tế số, kinh tế tuần hoàn, tăng trưởng xanh đang là mô hình phát triển được nhiều quốc gia lựa chọn. Chương trình nghị sự 2030 vì sự phát triển bền vững của Liên hợp quốc có ảnh hưởng lớn đến phương thức tăng trưởng, hợp tác kinh tế, thương mại, đầu tư trên thế giới. Chuyển dịch sang năng lượng tái tạo, năng lượng xanh sẽ là xu thế rõ nét hơn trong thời kỳ tới.

Khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn biến rất nhanh, đột phá, tác động sâu rộng và đa chiều trên phạm vi toàn cầu. Khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo ngày càng trở thành nhân tố quyết định đối với năng lực cạnh tranh của mỗi quốc gia. Công nghệ số sẽ thúc đẩy phát triển kinh tế số, xã hội số, làm thay đổi phương thức quản lý nhà nước, mô hình sản xuất kinh doanh, tiêu dùng và đời sống văn hóa, xã hội.

Xu thế đô thị hóa và phát triển đô thị thông minh ngày càng gia tăng. Cạnh tranh giữa các nước trong việc trở thành các trung tâm tài chính, đổi mới sáng tạo ngày càng lớn. Những vấn đề an ninh phi truyền thống ngày càng đa dạng, phức tạp, tác động mạnh mẽ; thiên tai, dịch bệnh, biến đổi khí hậu gia tăng, sử dụng nguồn nước xuyên biên giới, nhất là nguồn nước sông Mê Kông, đặt ra nhiều thách thức lớn chưa từng có cho phát triển bền vững.

Khu vực châu Á - Thái Bình Dương có vị trí trọng yếu trên thế giới, tiếp tục là động lực quan trọng của kinh tế toàn cầu, song tiềm ẩn những nhân tố gây mất ổn định do cạnh tranh chiến lược, tranh chấp lãnh thổ, tài nguyên. Tình hình Biển Đông diễn biến ngày càng phức tạp, khó lường, đe dọa nghiêm trọng đến hòa bình, ổn định của khu vực và môi trường đầu tư phát triển.

- Dự báo nhu cầu về nông sản của EU với nông sản của Việt Nam

Các mặt hàng như cà phê, hạt điều, cao su, rau quả, hạt tiêu, gạo và chè tiếp tục sẽ là những mặt hàng đóng góp lớn vào KNXK hàng nông sản sang thị trường EU. Về thị trường, Đức, Ý, Tây Ban Nha và Bỉ tiếp tục là các thị trường xuất khẩu chính, có tiềm năng tăng trưởng.

Nhu cầu đối với mặt hàng cà phê

EU hiện nay là thị trường với lượng tiêu thụ cà phê Việt Nam nhiều nhất, chiếm 40% tổng lượng và 38% tổng giá trị xuất khẩu (đạt 1,2 - 1,4 tỷ USD/năm). Cộng thêm việc miễn giảm thuế từ 15% xuống 0% nhờ EVFTA, thị trường này càng trở nên hấp dẫn. Về nhu cầu tiêu dùng của EU, theo dự báo mới đây của Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA), nhập khẩu cà phê của EU trong niên vụ 2021-2022 sẽ tăng hơn 1,1 triệu bao so với vụ 2020-2021, lên mức 45 triệu bao. Đồng thời, con số này dự kiến tiếp tục tăng thêm 1 triệu bao trong vụ 2022-2023 lên 46 triệu bao và chiếm 40% lượng cà phê nhân nhập khẩu của thế giới. USDA cũng dự báo tiêu thụ cà phê của EU trong vụ 2022-2023 đạt 42,9 triệu bao, tăng 0,6 triệu bao so với niên vụ trước và là mức cao nhất trong nhiều năm gần đây.

Bên cạnh đó, nhu cầu tiêu thụ sản phẩm chế biến như cà phê hòa tan, rang xay gia tăng. Số lượng tiêu thụ cà phê chất lượng cao được bán ra tại siêu thị tăng gần 40% từ năm 2019. Dựa theo tình hình này, phân khúc sản phẩm cà phê pha sẵn và đóng gói để uống một lần được dự báo sẽ tiếp tục gia tăng bên cạnh phân khúc cà phê đặc sản và cà phê được chứng nhận. Thương mại trực tiếp giữa các nhà rang xay nhỏ và các nhà sản xuất cũng được dự báo gia tăng. Lạm phát khiến người tiêu dùng chuyển hướng sang các loại cà phê robusta có giá rẻ hơn arabica, đây là chủng loại xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam. Ngoài ra, nguồn cung cà phê toàn cầu sụt giảm trong năm 2022, đặc biệt là tại Brazil, Colombia, Peru... vốn là những đối thủ cạnh tranh với Việt Nam cũng mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê của Việt Nam lấy lại thị phần tại EU.

Nhu cầu đối với mặt hàng gạo: EU không tự túc được hoàn toàn gạo, điển hình như Thụy Điển, Đan Mạch, và Na Uy. Sản xuất trong khu vực chỉ đáp ứng 60% nhu cầu tiêu thụ gạo của EU, do vậy EU phải nhập khẩu 1,8 triệu tấn gạo xay xát. Bộ Công Thương cho rằng nhu cầu nhập khẩu gạo của EU sẽ tăng trưởng mạnh trong giai đoạn 2020 – 2030, khoảng 250.000 tấn.

Về chủng loại, hiện nay, thị trường Bắc Âu đang chủ yếu nhập khẩu gạo xát (trắng) và gạo xát vỏ (nâu) là những loại gạo quan trọng nhất để nhập khẩu vào Bắc Âu, kể cả khi nói đến các loại gạo đặc sản. Ngoài ra, người tiêu dùng ở Bắc Âu ngày càng nhận thức được sự cần thiết của một chế độ ăn uống lành mạnh. Do vậy, thị trường này cũng rất quan tâm đến các loại gạo hữu cơ, gạo lứt, gạo đen...

- Tiêu chuẩn của thị trường EU với nông sản nhập khẩu

Theo thời gian, EU sẽ thắt chặt hơn việc sử dụng các tiêu chuẩn thực hành sản xuất có trách nhiệm với xã hội và môi trường đối với thủy sản nhập khẩu vào EU. Nếu như trước đây, tính bền vững của thủy sản trước đây chỉ được quan tâm trong lĩnh vực bán lẻ nhưng hiện tại điều này đang dần thay đổi. Người tiêu dùng chú trọng hơn đến sức khỏe và ngày càng quan tâm đến nguồn gốc thực phẩm. Do đó, các cơ chế đảm bảo về quy trình sản xuất và xuất xứ của hàng nông sản ngày càng trở nên quan trọng.

Trong những năm tới, xu hướng nhiều người mua sẽ yêu cầu người bán phải đáp ứng nhiều hơn các vấn đề liên quan tới truy xuất nguồn gốc nguyên liệu; sử dụng nhiều vật liệu tái chế hoặc tái sinh hơn; giảm lượng khí thải carbon và việc sử dụng hóa chất của sản phẩm; đo lường tác động môi trường của quá trình sản xuất, và đảm bảo mức lương đủ sống và môi trường làm việc an toàn cho nhân viên của nhà máy.

Bên cạnh đó, những tiêu chuẩn khác như điều kiện lao động, cấm lao động trẻ em, an toàn cho người tiêu dùng, bảo vệ môi trường, tiêu chuẩn nhà máy, và cơ sở sản xuất... nhằm thỏa mãn kỳ vọng của người tiêu dùng đối với quy tắc “đạo đức”. Doanh nghiệp Việt Nam cần phải chuẩn bị và cải thiện các điều kiện, quy định sản xuất của mình, cải thiện sản phẩm, hợp lý hóa quy trình để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng EU, cũng như tăng sức hấp dẫn trên thị trường toàn cầu. Với các sản phẩm thực phẩm, nông sản, dù chưa có nhiều thay đổi quy định, tuy nhiên một số dự báo cho rằng thị trường này sẽ sớm yêu cầu đáp ứng các tiêu chuẩn mới về sức khỏe và môi trường theo hướng thắt chặt hơn.

- Tình hình của các đối tác cạnh tranh với Việt Nam trong xuất khẩu nông sản vào thị trường EU. Ngoài Việt Nam và Singapore là hai quốc gia trong khu vực Đông Nam Á đã ký kết FTA, hiện tại EU cũng đang đàm phán FTA với các quốc gia khác trong khu vực như Thái Lan, Malaysia, Philippine và Indonesia. Đây đều là các quốc gia cạnh tranh trực tiếp với Việt Nam trong việc xuất khẩu hàng hóa sang khu vực EU. Đặc biệt là một số mặt hàng liên quan đến linh kiện, thiết bị điện tử, dệt may và hoa quả nhiệt đới.

Việt Nam đang là nước dẫn đầu trong thương mại hai chiều với EU, có thể coi như một cửa ngõ của EU vào Đông Nam Á và Trung Quốc. Tuy nhiên, nếu như Việt Nam không tận dụng được cơ hội là người đi trước trong quan hệ thương mại với EU thì trong tương lai sẽ phải đối mặt với nguy cơ cạnh tranh đến từ các quốc gia láng giềng trong khu vực Đông Nam Á khi EU ký các hiệp định thương mại tự do với các nước này.

4.2. Cơ hội, thách thức đối với hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU trong thời gian tới

4.2.1. Cơ hội

- Giai đoạn từ nay đến năm 2030, chính phủ Việt Nam sẽ ban hành và thực thi nhiều quyết sách quan trọng liên quan đến kinh tế - xã hội nói chung và xuất khẩu, nông nghiệp nói riêng, kỳ vọng mang lại những thành quả lớn cho xuất khẩu nông sản.

- Xuất khẩu nông sản của Việt Nam đang hưởng lợi từ EVFTA và Việt Nam đang đi trên đường cao tốc, với gia tốc chính là nông sản chủ lực và mục tiêu chung là nâng cao giá trị gia tăng cho các mặt hàng nông sản.

- Nhận thức và đầu tư của doanh nghiệp, người nông dân trong sản xuất, phân phối nông sản đã có nhiều chuyển biến theo hướng tích cực.

4.2.2. Thách thức

Nhìn chung, EVFTA là một trong những FTA thế hệ mới mà Việt Nam đã ký kết, mang lại lợi ích chiến lược cho Việt Nam thông qua sự phát triển quan hệ thương mại-đầu tư đầy tiềm năng. Hệ thống pháp luật Việt Nam đang từng bước chuyển biến tích cực nhằm đáp ứng những yêu cầu của EVFTA. Tuy nhiên, Việt Nam đang đi theo chiến lược “dễ làm trước, khó làm sau” nên có thể dự báo tốc độ thay đổi (cải cách) luật pháp ở Việt Nam sẽ chậm dần so với yêu cầu của EVFTA.

- Xu hướng tiêu dùng xanh được dự báo sẽ bùng nổ trong thời gian tới. Điều này đặt ra yêu cầu doanh nghiệp sản xuất phải nhanh chóng thay đổi sản xuất gắn với bảo vệ môi trường, giúp nắm bắt cơ hội không chỉ ở thị trường xuất khẩu mà ngay ở thị trường nội địa.

- Doanh nghiệp cần tuân thủ các quy định bắt buộc của thị trường cũng như đáp ứng các nhu cầu bổ sung. Cùng đó, doanh nghiệp phải dán nhãn với các thông tin chính xác và xây dựng thương hiệu, kể chuyện về sản phẩm đi kèm với nghiên cứu phát triển sản phẩm theo xu hướng tiêu dùng.

Các chuyên gia cũng cho rằng, doanh nghiệp trong nước cần nâng cao nhận thức sản xuất, kinh doanh một cách có trách nhiệm, là tiền đề để Việt Nam và quốc gia trong liên minh châu Âu thúc đẩy giao thương hơn nữa trong thời gian tới.

4.3. Nhu cầu thị trường và tiềm năng nhập khẩu hàng nông sản của EU

4.3.1. Nhu cầu về số lượng

Với 27 nước thành viên và dân số khoảng 516 triệu người, Liên minh châu Âu có nhu cầu nhập khẩu số lượng lớn hàng hóa, nhất là nông sản từ khắp các nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Trong bảng xếp hạng của EU về những đối tác thương mại nông sản, Việt Nam xếp thứ 12 với khả năng cung ứng 2,2% nhu cầu tiêu thụ nông sản của thị trường EU. Tuy nhiên, với 2,2% thị phần cho thấy giá trị và kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang EU vẫn ở mức thấp so với tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam, cũng như nhu cầu nhập khẩu của EU. Đặc biệt, cơ cấu xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và EU là tính bổ sung rất lớn, ít mang tính cạnh tranh đối đầu trực tiếp.

Thị trường EU có nhu cầu đa dạng và khác biệt về hành vi tiêu dùng và chủng loại nông sản.

Đối với mặt hàng rau quả, tổng lượng tiêu thụ rau quả bình quân năm khá lớn: rau từ 115-130 triệu tấn/năm; trái cây từ 70-85 triệu tấn/năm. Nhập khẩu rau quả từ các nước ngoài EU chỉ chiếm 2,7% tổng lượng nhập khẩu, trong đó khoảng 40% kim ngạch nhập khẩu rau quả từ các thị trường ngoài EU là các loại rau quả tươi (60% là cam, quýt), còn lại 60% là các loại rau quả chế biến. Italia và Tây Ban Nha là các nước tiêu thụ rau quả tươi lớn nhất EU, chủ yếu do Italia và Tây Ban Nha đứng đầu về sản xuất nho, cam và cà chua ở khu vực này. Trong khi đó, mức tiêu thụ rau quả chế biến tính bình quân đầu người đang giảm dần do sự gia tăng tiêu thụ các loại rau quả tươi và tiêu thụ ít hơn một số loại rau quả chế biến như nước ép trái cây.

EU chiếm 47 - 49% tổng trị giá nhập khẩu cà phê toàn cầu trong giai đoạn 2017 – 2021 với tốc độ tăng trưởng bình quân 3,7%/năm, kim ngạch đạt 15,7 tỷ USD/năm. Đặc biệt, nhập khẩu cà phê của EU đang tăng lên, đạt 17,3 tỷ USD trong năm 2021 cao nhất kể từ năm 2011.

Số liệu từ Eurostat cho thấy, EU nhập khẩu 3-4 triệu tấn gạo một năm. Năm 2021, EU nhập khẩu 3,6 triệu tấn, trong đó 1,6 triệu tấn giao dịch nội khối và 2 triệu tấn nhập khẩu từ các nước bên ngoài EU. Xu thế sử dụng gạo tại EU gia tăng do sự phổ biến của thức ăn châu Á tại đây. EU đóng vai trò khá nhỏ trong tiêu thụ gạo toàn cầu (0,6%) do gạo cũng không phải là thực phẩm phổ biến ở khu vực này, tiêu thụ gạo bình quân đầu người ở EU dao động trong khoảng 5 - 6kg/năm. Các thị trường tiêu thụ chính là Italia, Pháp, Anh, Đức và Bồ Đào Nha, chiếm khoảng 2/3 lượng gạo tiêu thụ trên thị trường EU. Tiêu thụ gạo ở EU bao gồm dùng cho người (85%), thức ăn gia súc (7%), trong công nghiệp và giống cây trồng (mỗi loại 4%). Gạo dùng làm lương thực ngày càng tăng, nhưng dùng cho gia súc có xu hướng giảm mạnh do có nhiều loại thực phẩm thay thế rẻ và tốt hơn. Loại gạo tiêu thụ nhiều nhất trên thị trường bán lẻ là gạo hạt dài, giống Indica.

4.3.2. Yêu cầu về chất lượng, an toàn thực phẩm tại thị trường EU

Các nước thuộc EU đều là những nền kinh tế phát triển do vậy người dân các nước EU có mức thu nhập cao và có sự tương đồng về sở thích. Người tiêu dùng EU đòi hỏi cao về nguồn gốc xuất xứ, chất lượng, vệ sinh ATTP đối với sức khỏe người tiêu dùng và bảo vệ môi trường; ưa thích sử dụng sự đa dạng về chủng loại, nhãn

hiệu có uy tín, rau quả đặc sản của nước xuất khẩu; quan tâm đến tương quan chất lượng – giá và trách nhiệm xã hội của nhà sản xuất, nhà xuất khẩu.. Người tiêu dùng châu Âu thường có thói quen sử dụng các nông phẩm có nhãn hiệu nổi tiếng thế giới vì họ cho rằng những nhãn hiệu nổi tiếng này gắn với chất lượng sản phẩm và có uy tín cho nên sẽ đảm bảo chất lượng và an toàn cho người sử dụng.

Người tiêu dùng ở các nước EU ngày càng quan tâm đến các vấn đề sức khỏe và các loại thực phẩm hữu cơ vì an toàn thực phẩm là ưu tiên hàng đầu trong tất cả các ngành thực phẩm của EU. Người tiêu dùng tại thị trường EU rất chú trọng đến các khía cạnh môi trường và xã hội liên quan đến sản xuất hàng hóa, do vậy thị phần hàng thực phẩm thân thiện với môi trường trên cả hai phương diện là giảm lượng hóa chất trong thực phẩm và không gây ô nhiễm môi trường đã tăng lên nhanh chóng thời gian qua.

Bên cạnh đó, người tiêu dùng EU khá khắt khe trong việc lựa chọn hàng hóa xuất phát từ quan điểm đạo đức. Hàng hóa được sản xuất với sự phân chia thu nhập công bằng cho người lao động, trong những điều kiện lao động phù hợp, không lạm dụng trẻ em... cũng là mối quan tâm lớn của thị trường. Đối với thực phẩm, CSR - trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - đóng vai trò ngày càng quan trọng, cũng như phải đảm bảo minh bạch hóa chuỗi cung ứng và chia sẻ thông tin. Vì vậy, các nhà nhập khẩu EU luôn mong muốn tìm kiếm được các đối tác có khả năng đảm bảo chất lượng và nguồn cung cấp sản phẩm.

4.3.3. Khả năng cung ứng nội khối EU

Hầu hết các nước EU là những nước trồng nhiều rau quả. Để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ nhiều chủng loại rau quả và trái cây, nguồn cung những sản phẩm này chủ yếu là từ những người gieo trồng thường xuyên và một số là từ sản lượng theo mùa vụ của những người châu Âu trồng tại nhà, trong đó phương thức trồng rau quả trong nhà kính là phổ biến, với những mặt hàng được trồng chủ yếu là khoai tây, cà chua, cà rốt, hành, dưa leo, táo, nho, lê...

Ngành trồng rau là ngành sản xuất trọng điểm của EU trong lĩnh vực nông nghiệp, chiếm 13,6% tổng sản lượng nông nghiệp của EU. Hà Lan (17,8%), Tây Ban Nha (16,7%) và Italia (16,5%) là những nước sản xuất rau lớn nhất của EU trong nhiều năm qua. Các loại rau củ như cà chua, cà rốt và hành tây là những loại rau được sản xuất nhiều nhất, trong đó cà chua được trồng nhiều ở Italia và Tây Ban Nha; cà rốt được trồng nhiều ở Ba Lan và Anh; trong khi Hà Lan và Tây Ban Nha là những nước sản xuất hành tây chính của EU. Sản xuất trái cây cũng là ngành sản xuất quan trọng trong nền nông nghiệp, chiếm 6,7% tổng sản lượng nông nghiệp của EU. Các loại trái cây chủ yếu là táo, cam và đào, trong đó táo được sản xuất ở hầu hết các nước thành viên EU, cam được trồng hạn chế hơn ở các nước EU do điều kiện khí hậu không thuận lợi, chủ yếu tập trung tại Tây Ban Nha (52%) và Italia (28%).

Khí hậu của EU không phù hợp để trồng cà phê, do vậy nguồn cà phê trên thị trường EU hoàn toàn phụ thuộc vào nguồn nhập khẩu với mức tăng tiêu thụ bình quân khoảng 0,8%/năm trong những năm qua. Nhập khẩu cà phê của EU chiếm gần 50% tổng nhập khẩu cà phê toàn cầu. Đức là nước tiêu thụ cà phê lớn nhất, chiếm trên 20% tổng tiêu dùng cà phê của EU, tiếp theo là Italia (14%), Tây Ban Nha (9%),

Anh (7%) và Ba Lan (4%). Đức là nước nhập khẩu cà phê lớn nhất, chiếm 37% tổng lượng cà phê nhân nhập khẩu từ các nước đang phát triển. Đức có ngành công nghiệp chế biến cà phê rất phát triển, do đó, hạt cà phê chủ yếu nhập khẩu qua cảng Hamburg, là điểm chuyển tiếp lớn nhất cho cà phê ở châu Âu. Các nước nhập khẩu cà phê lớn khác là Italy, Bỉ, Tây Ban Nha và Pháp. Các nhà nhập khẩu nhỏ nhưng vẫn chiếm thị phần quan trọng là Anh, Thụy Sĩ, Thụy Điển và Phần Lan.

4.3.4. Mức độ cạnh tranh của thị trường EU

Đối với mặt hàng rau, các nước EU nhập khẩu chủ yếu từ Trung Quốc và những quốc gia lân cận EU với khí hậu và điều kiện thời tiết tốt, có cơ hội tốt nhất để bổ sung nguồn cung cấp rau tươi cho khu vực này như Thổ Nhĩ Kỳ, Ma rốc, Ixraen và Ai Cập. Các sản phẩm nhập khẩu chủ yếu từ bên ngoài EU là cà chua (20 - 25%), khoai tây và hành tây (cùng chiếm khoảng 10 - 15%), ớt ngọt và đậu (cùng chiếm khoảng 10%).

Đối với mặt hàng quả, các nước EU nhập khẩu trực tiếp quả tươi các loại chủ yếu từ khu vực Bắc Mỹ (Hoa Kỳ, Canada, Mexico) - chiếm hơn 13% lượng nhập khẩu, với các mặt hàng chuối, táo, lê, quả có múi, nho, dưa, dưa, bơ...; các nước Nam Mỹ (Braxin, Chilê, Pêru, Colombia và Ecuador) và Trung Mỹ (Costa Rica); Thổ Nhĩ Kỳ và các nước châu Phi cận Sahara (chiếm 1,7% lượng nhập khẩu, trong đó 92% là từ Nam Phi với mặt hàng quả có múi, nho, táo...). Nhập khẩu rau quả chế biến từ các nước đang phát triển bao gồm 5 nhóm hàng chính: Nước ép trái cây và rau quả (khoảng 35%); trái cây và rau quả đóng hộp (25 - 30%); rau và trái cây sấy khô (khoảng 20%); trái cây và rau đông lạnh (khoảng 15%); bột nghiền trái cây, thạch (chưa đến 3%).

Ngoài ra, các nước đang phát triển khu vực Đông Nam Á (Thái Lan, Indonesia) có vị trí khá vững chắc trên thị trường EU, với các loại quả như chuối, hoa quả có múi (cam, quýt) và hoa quả nhiệt đới (dưa, xoài, nho, chà là, chanh leo, táo, đào, mận, dưa, quả bơ..., với thị phần hơn 50%). Những loại quả khác tuy mới xuất hiện nhưng đã trở nên khá phổ biến trên thị trường EU là quả hồng, ổi, đu đủ, khế, hồng xiêm, măng cầu, tầm bóp, me, lựu, vải, chôm chôm, quả vả..., do đây là những loại quả có tính đặc trưng dân tộc và được người tiêu dùng EU ngày càng ưa chuộng. Đức, Anh, Pháp và Hà Lan là các nhà nhập khẩu lớn nhất rau quả tươi từ các nước đang phát triển, trong đó, Hà Lan là một trung tâm thương mại lớn đối với các sản phẩm rau quả tươi từ các nước đang phát triển và xuất khẩu đến các thị trường châu Âu khác.

Khoảng 90% lượng cà phê nhập khẩu của EU được nhập khẩu từ các nước đang phát triển. Nhập khẩu từ các nước đang phát triển chủ yếu là hạt cà phê nhân xanh, hầu hết lượng nhập khẩu sau đó được rang tại địa phương. Braxin là nước xuất khẩu cà phê rang lớn nhất sang thị trường EU nhờ vị thế vững chắc của các nhà chế biến mang thương hiệu châu Âu tại Braxin. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, các nước sản xuất cà phê khác đã cố gắng tiếp cận thị trường cà phê rang xay của châu Âu nhằm tăng giá trị xuất khẩu. Braxin là nước xuất khẩu lớn nhất, chiếm 32% thị phần trong tổng nhập khẩu cà phê xanh của EU và Việt Nam đứng thứ hai với thị

phần 24%. Các nhà cung cấp cà phê xanh quan trọng khác cho châu Âu bao gồm Colombia, Honduras và Ấn Độ.

4.4. Giải pháp nhằm tận dụng các tác động tích cực, hạn chế các tác động không tích cực từ EVFTA để tăng cường xuất khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU

4.4.1. Giải pháp đối với doanh nghiệp

4.4.1.1. Đối với doanh nghiệp xuất khẩu nông sản

Nhìn chung, doanh nghiệp xuất khẩu nông sản cần thực hiện các biện pháp ổn định nguồn hàng, tập trung đầu tư, lựa chọn doanh nghiệp thu mua chế biến nông sản có quy mô lớn, áp dụng công nghệ cao trong bảo quản nông sản và thay đổi nhãn mác để hấp dẫn, 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 nghiệp. 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.

Các doanh nghiệp nên quan tâm tới việc mở văn phòng đại diện hoặc có người đại diện tại EU để thuận lợi hơn trong việc giới thiệu hàng hóa và ký kết hợp đồng. Các doanh nghiệp cũng có thể tìm công ty tại EU để liên doanh, liên kết thay vì trực tiếp thực hiện giao dịch cũng là một cách để gia tăng độ tin cậy cho các khách hàng tại EU, thuận tiện cho việc trao đổi thông tin, soạn thảo và ký kết hợp đồng xuất khẩu.

Để hàng nông sản Việt Nam có thể thâm nhập sâu vào thị trường EU, vấn đề đặt ra là một mặt Việt Nam cần phát triển sản xuất hàng nông sản xuất khẩu chú trọng gắn liền với tiêu chuẩn về chất lượng, vệ sinh an toàn thực theo tiêu chuẩn khắt khe của EU. Người nông dân và doanh nghiệp phải đưa công nghệ truy xuất nguồn gốc vào từng khâu trong quá trình sản xuất hàng nông sản xuất khẩu. Mặt khác, cải tổ và tăng cường năng lực điều hành cũng như giám sát đối với SPS Việt Nam là cần thiết nhằm hạn chế các vi phạm các quy định về an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật tại các nước nhập khẩu.

Doanh nghiệp chủ động tìm hiểu thông tin hữu ích về quy định áp dụng tại EU bao gồm:

(i) Những quy định chung: Kiểm soát dư lượng thuốc bảo vệ thực vật: EU đã thiết lập mức độ dư lượng tối đa (MRL) cho thuốc bảo vệ thực vật và các hóa chất khác đối với các sản phẩm thực phẩm; Kiểm soát chất gây ô nhiễm trong sản phẩm; Kiểm soát thức ăn chăn nuôi có nguồn gốc phi động vật; Quy định về hạt nảy mầm; Quy định về kiểm dịch thực vật; Kiểm soát đối với thực phẩm biến đổi gen (GMO); Ghi nhãn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc, tuân thủ và trách nhiệm trong thực phẩm.

(ii) Những quy định của EU về đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, bao gồm: Quy định EC số 178/2002, ngày 28/01/2002 Luật chung về an toàn thực phẩm đối với tất cả các giai đoạn sản xuất và phân phối; Quy định EC số 853/2004 của Nghị viện và Hội đồng châu Âu ngày 29/4/2004 về vệ sinh thực phẩm; Tuân thủ hệ thống

quản lý an toàn thực phẩm như ISO 9001, ISO 22000 và các nguyên tắc phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn (HACCP). HACCP thường là bước đầu tiên hướng tới các chương trình an toàn thực phẩm nghiêm ngặt hơn như FSSC22000 hoặc BRC. Các nhà nhập khẩu do đó bắt buộc phải xem xét kỹ lưỡng hơn về các nỗ lực bảo vệ môi trường và việc thực thi các trách nhiệm xã hội của tất cả các công ty trong chuỗi cung ứng. Một phần liên quan tới xu hướng này là sự mở rộng thị trường đối với các loại trái cây được trồng nội địa như táo, lê, nho, đào, dâu...

Doanh nghiệp Việt Nam cần nghiên cứu để sản phẩm nông sản xuất khẩu phù hợp với thị hiếu của các nước EU, các cơ hội và thách thức đối với các mặt hàng nông sản khi xuất khẩu sang thị trường EU. 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; nNho 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.

Doanh nghiệp xuất khẩu với vai trò là cầu nối giữa cầu nông sản của EU và cung nông sản của Việt Nam. Việc thúc đẩy năng lực của doanh nghiệp xuất khẩu nông sản là tiền đề cho sự phát triển của một nền nông nghiệp minh bạch, trách nhiệm, dùng chuyển đổi số để minh bạch quá trình sản xuất, chế biến nông sản của Việt Nam. Doanh nghiệp xuất khẩu là chủ thể quan trọng trong việc phát triển thị trường, đưa sản phẩm và hình ảnh nông sản Việt Nam sang thị trường EU.

4.4.1.2. Đối với doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản

a) Đổi mới công nghệ để nâng cao chất lượng mặt hàng 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.

Cơ sở sản xuất chế biến và xuất khẩu phải tuân thủ triệt để các chỉ tiêu về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, thuốc thú y và các chất gây ô nhiễm, hóa chất theo quy định của EU đối với từng nhóm nông sản. Chẳng hạn, để được phép xuất khẩu vào EU, nông sản Việt Nam phải đảm bảo quy định EC số 1881/2006, ngày 19/12/2006 về thiết lập nồng độ tối đa cho các chất gây ô nhiễm nhất định trong thực phẩm. Các quy định về nồng độ độc tố, kim loại nặng, melamine... được xác định theo từng mặt hàng và mùa vụ. Kiểm soát dư lượng thuốc trừ sâu EU quy định mức dư lượng tối đa (MRLs) cho thuốc trừ sâu trong và trên các sản phẩm thực phẩm. Ví dụ, sản phẩm cà phê hữu cơ được EU quy định mức dư lượng thuốc trừ sâu phải bằng 0. Các sản

phẩm có chức mức thuốc trừ sâu vượt quá mức cho phép sẽ bị thu hồi khỏi thị trường châu Âu.

Việc sử dụng cây, con giống cần đảm bảo đạt chất lượng và hiệu quả kinh tế cao có khả năng kháng sâu bệnh tốt để hạn chế sử dụng các hóa chất nông nghiệp... Để nâng cao đầu tư và áp dụng các tiến bộ khoa học và công nghệ, trước mắt cũng như lâu dài cần tập trung cho công tác nghiên cứu lai tạo giống, tạo ra những giống có năng suất, chất lượng cao, đảm bảo an toàn và chất lượng thực phẩm, khuyến khích các sản phẩm hữu cơ và sản phẩm sản xuất theo tiêu chuẩn EU. Điều này sẽ định hướng trở lại vấn đề đầu tư cả chiều rộng và sâu trong quá trình sản xuất. Đặc biệt, các biện pháp kiểm dịch, an toàn thực phẩm của EU rất chặt chẽ, liên quan đến tất cả các công đoạn của cả chuỗi giá trị, không chỉ trong chế biến mà cả khâu nuôi trồng. Vì vậy, sự kiểm soát toàn diện về chất lượng từ đầu đến cuối chuỗi giá trị là điều cần thiết để giúp nông sản xuất khẩu của Việt Nam được thị trường EU đón nhận.

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

Trước những cơ hội lớn mang lại từ 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. Ví dụ khâu chế biến rau quả trong nhóm hàng rau quả, cả nước hiện có trên 100 cơ sở chế biến rau quả quy mô công nghiệp với tổng công suất 300 nghìn tấn sản phẩm/năm. Ngoài ra còn có hàng ngàn cơ sở chế biến quy mô nhỏ như sấy vải, nhãn, muối dưa chuột... Hiện tại, năng suất lúa của Việt Nam đang cao nhất Đông - Nam Á, đạt 5,6 tấn/ha, gần gấp đôi so với Thái Lan và 1,5 lần so với Ấn Độ; trở thành quốc gia có chỉ số bền vững an ninh lương thực cao hơn phần lớn các quốc gia đang phát triển ở châu Á.

Năm 2020, mặc dù phải gánh chịu thời tiết bất thường, thiên tai, dịch bệnh (dịch tả lợn châu Phi, dịch Covid-19...), nhưng nhờ đẩy mạnh áp dụng khoa học kỹ thuật, tái cơ cấu sản xuất, ngăn ngừa kiểm soát dịch bệnh, dự kiến diện tích, sản lượng các loại nông sản hàng hóa vẫn ổn định và tăng so với năm 2019, bảo đảm an ninh lương thực trong bất cứ hoàn cảnh nào. Tuy nhiên, hầu hết các cơ sở chế biến rau quả không đủ nguyên liệu sản xuất, công suất thực tế trung bình chỉ đạt khoảng 30%. Rau quả chế biến sâu chỉ chiếm khoảng 10% và chủ yếu gồm các loại như đóng hộp, đông lạnh, cô đặc, nước ép quả... (Mutrap, 2016).

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.

Do đó, bên cạnh giải pháp của Chính phủ, bản thân các cơ sở sản xuất nông sản xuất khẩu cần tập trung nâng cao chất lượng các nguồn lực đầu vào. Trước hết, việc lựa chọn địa điểm canh tác nên là những vùng có cơ sở hạ tầng kỹ thuật quan trọng cho quá trình khai thác, phát huy và chuyển hóa các lợi thế như: Điện năng, giao thông, lao động kỹ thuật. Là sản phẩm có thời gian bảo quản ngắn, nên khâu chế biến, bảo quản là cực kỳ quan trọng để nâng cao chất lượng nông sản xuất khẩu. Sự đồng bộ của các vùng sản xuất nông sản tập trung và vùng nguyên liệu có chất lượng cao phục vụ cho thu mua, chế biến và xuất khẩu nông sản cũng là yếu tố cần được các cơ sở sản xuất nông sản quan tâm. Điều này giúp các cơ sở sản xuất nông sản tiết giảm chi phí sản xuất.

Trên cơ sở nắm vững đặc điểm và khả năng từng loại nông sản, đồng thời nghiên cứu nhu cầu, thị hiếu của thị trường EU, các doanh nghiệp nên nghiên cứu để chuyển hướng sang sản xuất hữu cơ các mặt hàng nông sản. Sau đại dịch Covid-19, người tiêu dùng ở các quốc gia tại EU có xu hướng cần tìm những sản phẩm tốt cho sức khỏe, họ quan tâm nhiều đến vấn đề phát triển bền vững cũng như là các sản phẩm xanh. Vậy nên, sản xuất theo hướng hữu cơ không sử dụng chất bảo quản thì khả năng xuất khẩu sang thị trường EU sẽ có nhiều cơ hội hơn nữa. Đồng thời, các cơ sở sản xuất nông sản xuất khẩu nên đầu tư tạo dựng những sản phẩm và ngành hàng chủ lực phù hợp với thị trường châu Âu, ưu tiên mở rộng diện tích sản xuất nông nghiệp được chứng nhận tiêu chuẩn hữu cơ, thực hành sản xuất nông nghiệp tốt, nâng cao tỷ lệ sản phẩm chế biến trong cơ cấu xuất khẩu. Những nông sản truyền thống có giá trị cao như cà phê, hạt điều, hồ tiêu, rau quả cũng như các loại trái cây đặc sản của Việt Nam như vải, chanh leo, ca cao... là nhóm nông sản được ưu tiên. Mặc dù đây là thị trường có yêu cầu khắt khe về chất lượng sản phẩm, tuy nhiên là thị trường có tiềm năng và nhu cầu lớn, nếu có thể tiếp cận, duy trì, tận dụng lợi thế của EVFTA, EU sẽ là thị trường tiềm năng trong gia tăng giá trị xuất khẩu trong hiện tại và thúc đẩy nâng cao giá trị nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

4.4.2. Giải pháp nhằm nâng cao giá trị cho mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam

Hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu sang EU vẫn chủ yếu dưới dạng nông sản thô, giá trị gia tăng thấp và chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng nhu cầu nhập khẩu của thị trường EU. Nhiều doanh nghiệp kinh doanh nông sản chưa tận dụng đầy đủ được các lợi ích thuế quan do chưa hiểu rõ các cam kết trong EVFTA, thủ tục cấp giấy chứng nhận xuất xứ còn phức tạp, đặc biệt là phần lớn các doanh nghiệp chưa đáp ứng được các điều kiện về nguyên tắc xuất xứ. Nếu không khắc phục được những rào cản này, nông sản Việt Nam khó có thể tận dụng lợi thế về thuế quan và xuất khẩu thành công vào thị trường EU cũng như trong dài hạn có thể khai thác thị trường tiềm năng EU một cách bền vững. Thêm vào đó, ảnh hưởng của dịch Covid-19 khiến điều kiện xuất khẩu thắt chặt hơn và chi phí logistics tăng cao khiến hàng xuất khẩu giảm giá trị, số lượng đơn hàng giảm, chi phí sản xuất gia tăng.

4.4.2.1. Giải pháp chung

Tiếp tục hoàn thiện chính sách thương mại hàng nông sản phù hợp với điều kiện trong nước và không gây xung đột với các cam kết trong Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU mà Việt Nam đã tham gia theo hướng khai thác hiệu quả các ưu đãi để đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản, tận dụng cơ hội đa dạng hóa thị trường xuất khẩu nông sản để chia sẻ rủi ro do sự tập trung quá lớn vào một số thị trường, đồng thời xây dựng các quy định, tiêu chuẩn đối với hàng xuất khẩu cùng lộ trình hạn chế xuất khẩu nông sản thô, ban hành quy định tiêu chuẩn doanh nghiệp được xuất khẩu một số mặt hàng gắn với việc tạo ra liên kết lâu dài và ổn định giữa nhà xuất khẩu và nhà sản xuất, chế biến, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đưa hàng nông sản của Việt Nam bán trong hệ thống phân phối và các siêu thị ở nước ngoài.

Nghiên cứu xây dựng các biện pháp phòng vệ thương mại thích hợp để chủ động đối phó với các tranh chấp thương mại (thuế chống bán phá giá, chống trợ cấp, đối kháng) và rào cản kỹ thuật (chất lượng, môi trường, bảo hộ sản phẩm chế biến...), giúp các sản phẩm chủ lực, nhất là các sản phẩm nông sản chế biến có giá trị gia tăng nâng cao khả năng cạnh tranh và thâm nhập sâu vào thị trường quốc tế. Đồng thời, ban hành và thực thi các quy định xử lý nghiêm và công bố công khai các hành vi gian lận thương mại, vi phạm các quy định về chất lượng, an toàn thực phẩm, cạnh tranh không lành mạnh làm mất uy tín sản phẩm nông sản của Việt Nam trên trường quốc tế.

Hoàn thiện cơ chế, chính sách thu hút đầu tư hiệu quả trong lĩnh vực nông nghiệp, trong đó chính sách ưu đãi đầu tư cần tập trung nhiều hơn cho lĩnh vực có khả năng tăng năng lực cạnh tranh và tạo sự lan tỏa như công nghiệp chế biến nông sản có giá trị gia tăng cao, từ đó nâng cao hàm lượng chế biến và giá trị gia tăng xuất khẩu, khuyến khích thu hút các dự án đầu tư ứng dụng công nghệ chế biến hiện đại, công nghệ sinh học trong nông nghiệp, phát triển nông nghiệp hữu cơ và các sản phẩm nông nghiệp xanh.

Tăng cường cơ chế trao đổi thông tin cấp Chính phủ, xử lý các rào cản thương mại và các vấn đề vướng mắc trong quan hệ thương mại hàng nông sản với các nước, bằng cách định kỳ hàng năm tiến hành rà soát, thúc đẩy việc triển khai kết quả các kỳ họp Ủy ban liên Chính phủ, Ủy ban hỗn hợp, Tiểu ban hỗn hợp để nắm được thông tin, từ đó kịp thời xử lý các vướng mắc, rào cản thương mại và các vấn đề nổi cộm lớn đã, đang và sẽ phát sinh, đặc biệt là nguy cơ dẫn đến các vụ điều tra phòng vệ thương mại, vụ kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp trong thương mại hàng nông sản, cũng như các vấn đề về kiểm dịch động thực vật, vệ sinh an toàn thực phẩm tại các thị trường có yêu cầu khắt khe về điều kiện nhập khẩu hàng nông sản.

Tăng cường vai trò, trách nhiệm của các tham tán thương mại tại các nước theo hướng hỗ trợ tích cực hơn cho các doanh nghiệp xuất khẩu thông qua cơ chế phối hợp giữa các Hiệp hội ngành hàng và các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài. Hợp tác với các doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài để trực tiếp đưa hàng Việt Nam vào các siêu thị, chuỗi phân phối lớn tại nước nhập khẩu...

4.4.2.2. Giải pháp đối với từng mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam

a. Hàng cà phê

Để tăng cường khả năng xuất khẩu cà phê sang thị trường EU, ngành cà phê cần:

- Thay đổi mạnh mẽ phương thức sản xuất để có thể tiến sâu hơn nữa vào thị trường EU thông qua:

+ Tăng diện tích trồng cà phê sạch và loại bỏ cách làm truyền thống, lạc hậu khiến năng suất thu hoạch thấp và còn có những tác động không tốt đến môi trường.

+ Gia tăng hàm lượng chế biến sâu mặt hàng cà phê thay vì xuất khẩu thô như hiện nay. Đồng thời, phải đa dạng hoá sản phẩm cà phê để phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng ở từng quốc gia trong thị trường EU.

+ Xây dựng thương hiệu mặt hàng cà phê theo chuỗi giá trị thay vì thu gom thông qua hệ thống đại lý như hiện nay,

- Xúc tiến kêu gọi đầu tư vào công nghiệp chế biến, kết nối chế biến với tiêu thụ qua hình thức liên doanh liên kết, đảm bảo kết nối kênh tiêu thụ thông qua tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng cà phê trên thị trường EU.

- Đẩy mạnh việc áp dụng các tiến bộ khoa học, kỹ thuật trong trồng, chăm sóc, thu hoạch, sơ chế bảo quản các sản phẩm cà phê; chuyển đổi bộ giống cà phê theo hướng nâng cao chất lượng, đảm bảo quy tắc xuất xứ khi xuất khẩu cà phê vào thị trường EU (Trần Nho Quyết và cộng sự, 2022).

- Xúc tiến các chương trình hợp tác quảng bá thương hiệu và văn hóa cà phê Việt trên thị trường EU.

- Xây dựng hệ thống thông tin về sản phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật, kết nối thông tin từ vùng sản xuất (được chứng nhận xuất xứ theo tiêu chuẩn quốc tế như 4C, Rainforest Alliance, UTZ Certificated...) đến thị trường các quốc gia tiêu thụ cuối cùng (bao bì, đóng gói...).

b. Hàng rau quả

Hiện tại, biến đổi khí hậu, biến động thị trường, biến chuyển xu thế tiêu dùng thế giới (tiêu dùng xanh) đang là những yếu tố dẫn dắt thị trường xuất khẩu. Do đó, cần chiến lược tổng thể xuất khẩu rau quả sang thị trường EU. Trong đó, cần sự vào cuộc của các bộ ngành trung ương, các địa phương, các cơ quan thương vụ nước ngoài và các doanh nghiệp xuất khẩu và cả người nông dân. Hướng tới xây dựng thương hiệu nông sản Việt không chỉ tuân thủ quy chuẩn kỹ thuật mà còn đáp ứng các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội, tiêu chuẩn môi trường, tiêu dùng xanh. Từ đó, tiến tới thực hiện mục tiêu xuất khẩu bền vững.

Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ để có thể tăng cường sự hiện diện của các mặt hàng rau quả, gia vị của Việt Nam tại thị trường châu Âu, thông qua việc tăng cường năng lực xuất khẩu vào thị trường EU cho các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả, từ đó, góp phần nâng cao vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu. Hỗ trợ thông qua các hình thức như: (i) hỗ trợ kỹ thuật chuyên sâu về quản lý chất lượng, quản lý chuỗi cung ứng và phát triển thị trường hướng đến xuất khẩu vào EU; (ii) hỗ trợ thúc đẩy kết nối kinh doanh giữa doanh nghiệp với khách hàng tiềm năng từ châu Âu (trực tiếp và trực tuyến); (iii) Hỗ trợ về thông tin như xây dựng một nền

tăng số chuyên biệt sẽ được xây dựng để doanh nghiệp có thể tiếp cận thuận lợi nhất các thông tin về thị trường và khách hàng EU, các kiến thức về tiêu chuẩn chất lượng và quy định của EVFTA đặc thù cho từng ngành hàng; (iv) hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số trong quản lý chuỗi cung ứng, quản trị doanh nghiệp, tiếp thị, thương mại.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần lưu ý và tuân thủ chặt chẽ các quy định của thị trường EU, trong đó chú trọng đáp ứng yêu cầu về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm (chứng nhận của Global GAP, VietGAP, GFSI), không gây hại đến sức khỏe người tiêu dùng. Doanh nghiệp Việt Nam cần tăng cường phát triển mặt hàng rau quả chế biến xuất khẩu sang các thị trường các quốc gia EU. Theo đó, cần đầu tư công nghệ bảo quản sau thu hoạch, thực hiện các phương pháp như diệt khuẩn bằng chiếu xạ, xử lý nhiệt, đẩy mạnh đầu tư và mở rộng quy mô ứng dụng công nghệ CAS (Cells Alive System) - công nghệ đông lạnh nhanh kết hợp từ trường - giúp bảo quản rau quả giữ nguyên chất lượng sau một năm thu hái, trạng thái, hương vị, màu sắc tới 80-90% so với ban đầu để có thể vận chuyển, tiêu thụ nông phẩm sang thị trường EU.

c. Hàng gạo

Thị trường các quốc gia trong EU là những thị trường có nhu cầu về gạo cao cấp với yêu cầu rất khắt khe từ chất lượng sản phẩm tới các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường, uy tín của doanh nghiệp, quy trình sản xuất... Vì vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam cần:

- Xây dựng thương hiệu gạo Việt, chế biến các mặt hàng gạo chất lượng cao, bảo đảm đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm và các quy định của thị trường nhập khẩu.

- Phối hợp, thiết lập hệ thống thông tin thị trường cụ thể, minh bạch, kịp thời, đặc biệt là những thông tin về tiêu chuẩn chất lượng và kỹ thuật của thị trường nhập khẩu.

- Tăng cường liên kết đầu tư sản xuất tại các vùng chuyên canh ở Việt Nam để đa dạng hóa sản phẩm, đáp ứng nhu cầu của từng thị trường và đảm bảo lợi ích của các bên.

- Thúc đẩy liên kết doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam với doanh nghiệp của các nước nhập khẩu để xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp với nơi tiêu thụ; tạo điều kiện để tiếp cận các nhà bán lẻ lớn.

- Các cơ quan Nhà nước cần xây dựng và triển khai chiến lược, quy hoạch cụ thể đối với quỹ đất nông nghiệp, dành một diện tích cần thiết để phát triển lúa gạo chất lượng cao, có chính sách hợp lý để chuyển đổi, cải tạo giống nhằm đạt được sản lượng cao và chất lượng tốt.

- Doanh nghiệp cũng cần phải có diện tích canh tác đảm bảo đúng giống, chất lượng. Việc triển khai vùng trồng, giống, đánh giá đồng ruộng, xác nhận giống, thu hoạch, kiểm tra chất lượng... phải đảm bảo đúng theo quy định để có được xác nhận về giống lúa sản xuất.

4.4.3. Giải pháp khác

4.4.3.1. Tạo lập và tăng cường liên kết các thành viên trong chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu

Với mục tiêu hình thành các chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản phục vụ xuất khẩu và để các chuỗi cung ứng này có thể tồn tại, vận hành và phát triển bền vững thì cần có sự liên kết của các thành viên trong chuỗi. Cụ thể là:

Thứ nhất, nâng cao nhận thức về chuỗi cung ứng và lợi ích của các thành viên khi tham gia vào chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu. Nhìn chung các thành viên trong chuỗi cung ứng hiện nay còn nhiều hạn chế do việc thiếu sự chia sẻ thông tin. Vì vậy, để tăng cường liên kết trước hết cần phải tuyên truyền, phổ biến và nâng cao nhận thức của các thành viên trong chuỗi cung ứng, làm cho họ thấy được lợi ích khi tham gia chuỗi cung ứng. Trong đó, cần đặc biệt quan tâm đến nhận thức của người nông dân, doanh nghiệp thu mua chế biến và doanh nghiệp xuất khẩu trong việc đảm bảo sự phát triển bền vững và nâng cao uy tín, chất lượng cũng như thương hiệu của các mặt hàng nông sản. Nếu làm tốt được điều này, các thành viên trong chuỗi cung ứng mới tự nguyện liên kết cùng nhau hợp tác và đầu tư khoa học, công nghệ cho các hoạt động trồng trọt, chế biến và chế biến sâu.

Thứ hai, tăng cường mức độ hợp tác giữa các thành viên và xác định đầy đủ và cân đối được lợi ích của tất cả các thành viên tham gia chuỗi cung ứng. Có một thực tế cho thấy, do quy mô nhỏ lẻ, manh mún, thiếu sự liên kết, thiếu và yếu kỹ thuật cũng như thiếu các thông tin về thị trường nên sự liên kết vấp phải những khó khăn, rào cản lớn, đặc biệt nhận thức của người nông dân trong chuỗi cung ứng lại rất hạn chế. Do vậy, để tạo dựng được liên kết cần có sự minh bạch về thông tin, xác định rõ lợi ích cũng như hài hoà được lợi ích của các thành viên trong chuỗi cung ứng, đây là vấn đề quan trọng để các thành viên trong chuỗi có thể liên kết chặt chẽ với nhau. Cần phải đảm bảo lợi nhuận cuối cùng tạo ra từ sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản phải được phân phối hợp lý tương ứng với mức độ đóng góp của mỗi thành viên trong chuỗi, trong đó cần quan tâm đến lợi ích của người nông dân (Đình Văn Sơn, 2019).

Thứ ba, tạo lập và duy trì các hợp đồng cung ứng và tiêu thụ sản phẩm nông sản sang thị trường EU. Hợp đồng cung ứng là một trong những nền tảng pháp lý đảm bảo cho các thành viên trong chuỗi cung ứng có thể liên kết thành công. Để thực hiện được điều này, các doanh nghiệp thu mua chế biến nông sản cần tiến hành chủ động tiếp cận và ký kết các biên bản ghi nhớ, sau đó tiến tới ký kết hợp đồng với các hộ sản xuất trong các vùng nguyên liệu đã được quy hoạch, hợp đồng mua bán nông sản giữa doanh nghiệp xuất khẩu và các nhà nhập khẩu nông sản tại EU.

4.4.3.2. Thiết lập hệ thống chia sẻ thông tin chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu

Các doanh nghiệp thu mua, chế biến cũng như các thành viên khác trong chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu cần nâng cao nhận thức hơn nữa về tầm quan trọng của việc xây dựng và vận hành hệ thống thông tin trong từng chủ thể cũng như có sự kết nối chặt chẽ với hệ thống thông tin của các thành viên khác trong chuỗi cung ứng. Sự chia sẻ và kết nối hiệu quả sẽ góp phần cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác và kịp thời cho các thành viên trong chuỗi, giúp cân đối công tác thu mua,

dự trữ, vận chuyển, góp phần giảm thiểu những tác động từ yếu tố thị trường. Các thông tin cần được chia sẻ bao gồm: thông tin về thị trường xuất khẩu, diễn biến giá cả, yêu cầu về chất lượng, chủng loại, số lượng.

Thông tin có thể được chia sẻ trực tiếp giữa các thành viên trong chuỗi, qua đó các thành viên có liên quan trực tiếp với nhau có thể chia sẻ như sau: người nông dân với doanh nghiệp thu mua, chế biến; doanh nghiệp thu mua, chế biến với doanh nghiệp xuất khẩu; doanh nghiệp xuất khẩu với nhà nhập khẩu tại thị trường EU. Bên cạnh đó, thông tin có thể chia sẻ thông qua một đơn vị đầu mối. Các thành viên trong chuỗi cung ứng sẽ cung cấp thông tin cho một đầu mối tích hợp dữ liệu chung cho cả chuỗi cung ứng. Dữ liệu này sẽ được cung cấp cho tất cả các thành viên trong chuỗi trên cơ sở ứng dụng công nghệ thông tin. Theo cách thức chia sẻ này, thông tin sẽ được kiểm chứng giữa các thành viên nên tính chính xác của thông tin sẽ được nâng cao hơn tuy nhiên đòi hỏi phải có sự đồng bộ về hệ thống trang thiết bị cũng như trình độ giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng.

4.4.3.3. Xúc tiến thương mại, phát triển thị trường nông sản xuất khẩu với thị trường EU

Có thể nói, trong thời gian qua, công tác xúc tiến thương mại, phát triển thị trường nói chung, với Liên minh châu Âu và mặt hàng nông sản xuất khẩu nói riêng đã được Bộ Công Thương chú trọng thực hiện và triển khai đạt nhiều kết quả tích cực. Sản phẩm nông sản của Việt Nam đã được tiếp cận, thâm nhập và một số mặt hàng xuất khẩu tốt vào thị trường này. Tuy nhiên, với một thị trường EU đòi hỏi tiêu chuẩn cao, có nhiều biến đổi trong nội bộ, trong bối cảnh thực thi các cam kết của EVFTA với nhiều thách thức, và tình hình thế giới nhiều bất ổn, đòi hỏi công tác xúc tiến thương mại, phát triển thị trường trong thời gian tới phải có những chính sách giải pháp đột phá, hiệu quả và phù hợp hơn nữa.

Thứ nhất, vấn đề đầu tiên để tạo lập được nền tảng cho việc đưa nông sản Việt Nam vào EU là các cơ quan chức năng, hệ thống doanh nghiệp và người sản xuất phải nắm được các cam kết giữa Việt Nam và các nước đối tác; hiểu về nghĩa vụ, trách nhiệm của người cung ứng hàng hóa... Tức là, từ nhà quản lý đến các doanh nghiệp phải hiểu được mình phải làm gì để có thể chiếm được chỗ đứng ở thị trường quan trọng này.

Bộ Công Thương đã xây dựng dự thảo chương trình hành động tổng thể, toàn diện, tập trung vào công tác cung cấp thông tin cho các cơ quan liên quan, doanh nghiệp và người dân, giúp mọi thành phần của nền kinh tế nắm bắt các nội dung, cam kết, trách nhiệm và đặc biệt là tập trung làm rõ các cơ hội, thách thức trong EVFTA. Đối với công tác tuyên truyền, phổ biến thông tin về EVFTA và thị trường của các nước EU, cần triển khai các biện pháp truyền thông đa kênh, bao trùm, đưa thông tin đầy đủ, rộng rãi đến các đối tượng liên quan.

Trong đó, một số hoạt động cụ thể cần thực hiện nhằm tuyên truyền, phổ biến thông tin về EVFTA và thị trường của các nước đối tác EVFTA là:

- Truyền thông, đưa thông tin về FTA và EVFTA trên các phương tiện thông tin từ cổng thông tin điện tử, đến truyền thanh, truyền hình, báo chí, đến mạng xã hội:

- + Xây dựng và vận hành cổng thông tin điện tử về FTA (FTA Portal) trong đó có EVFTA, CPTPP

+ Xây dựng và duy trì chương trình truyền hình/truyền thanh chuyên sâu về EVFTA:

(i) Xây dựng và phát sóng chương trình truyền hình/truyền thanh chuyên sâu định kỳ về EVFTA nói chung và từng chủ đề cụ thể như thương mại hàng hóa, quy tắc xuất xứ cho từng ngành hàng...;

(ii) Kết hợp tổ chức tọa đàm, chia sẻ và tranh luận trực tiếp với các chuyên gia kinh tế và đại diện các doanh nghiệp lớn trong từng lĩnh vực về các nội dung cam kết, vướng mắc của doanh nghiệp, từ đó giúp họ hiểu rõ và tận dụng được các cơ hội của Hiệp định trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh của mình;

(iii) Xây dựng và phát sóng Chương trình phóng sự định kỳ cập nhật tình hình thực thi Hiệp định tại Việt Nam và EU, kinh nghiệm và bài học triển khai tận dụng ưu đãi cũng như kết nối doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực, ngành hàng có thế mạnh xuất khẩu với thị trường EU, trong đó có mặt hàng nông sản.

+ Xây dựng và duy trì chuyên mục báo chí chuyên đề về EVFTA

+ Xuất bản sách, ấn phẩm về nội dung EVFTA; cẩm nang hướng dẫn doanh nghiệp về các cam kết của Việt Nam.

+ Xây dựng và duy trì một tài khoản riêng về EVFTA trên các trang mạng xã hội như Facebook v.v. trong đó cập nhật các thông tin chính thức về Hiệp định này, lập các nội dung tranh luận để thảo luận, cập nhật và phân tích về từng chuyên đề cụ thể trong EVFTA để nâng cao nhận thức của cộng đồng MXH, đặc biệt là các doanh nghiệp

- Để doanh nghiệp có cái nhìn toàn diện, đúng bản chất về thị trường EU thì các cơ quan chức năng cần công bố, cập nhật thường xuyên những quy định, quy tắc, yêu cầu đối với từng dòng hàng của các thị trường, doanh nghiệp nhập khẩu. Đồng thời, đưa ra dự báo, khuyến cáo để cộng đồng doanh nghiệp kịp thời có sự điều chỉnh trong đầu tư, sản xuất.

Tăng cường tổ chức các buổi hội thảo, khóa đào tạo, bồi dưỡng nhằm cung cấp đầy đủ thông tin về các cam kết trong EVFTA nói chung và hàng nông sản nói riêng cho các doanh nghiệp. Thông tin cung cấp cần cụ thể, dễ hiểu và dễ dàng tiếp cận được đối với doanh nghiệp nhằm giúp doanh nghiệp có thể tận dụng tốt các cơ hội và vượt qua các thách thức từ FTA VN - EU;

Tổ chức hội thảo, hội nghị cho các cán bộ quản lý nhà nước tại địa phương, cộng đồng doanh nghiệp, báo chí địa phương v.v..giới thiệu về EVFTA và các cam kết chính của Việt Nam tại các tỉnh, thành trên toàn quốc chuyển tải các nội dung cần tuyên truyền, tập trung vào các nội dung như:

(i) Ý nghĩa chiến lược của EVFTA.

(ii) Các cam kết của Việt Nam trong các lĩnh vực như cắt giảm thuế quan, quy tắc xuất xứ, dịch vụ & đầu tư, lao động, sở hữu trí tuệ...

(iii) Về cơ hội tiềm năng theo từng nhóm thị trường các nước thành viên EU khi tham gia EVFTA.

(iv) Các khóa đào tạo chuyên sâu cho doanh nghiệp, các cơ quan quản lý để hiểu rõ EVFTA.

- Nhà nước đứng ra xây dựng hệ thống tìm hiểu thông tin thị trường tại các nước, huy động hệ thống tham tán thương mại, kết nối với các tổ chức chuyên nghiên cứu thị trường ở các nước xuất khẩu. Doanh nghiệp muốn sử dụng thông tin phải đóng phí để đảm bảo hệ thống có thể tự vận hành, đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp mà không tạo gánh nặng cho ngân sách.

Bên cạnh đó, tăng cường hỗ trợ tiếp cận, thâm nhập thị trường EU trên nền tảng số. Nâng cao vai trò của các thương vụ, trung tâm thông tin, trung tâm xúc tiến thương mại trong cung cấp thông tin cho DN về các yêu cầu kỹ thuật, quy định, thực tiễn quản lý XNK hàng hóa nói chung và nông sản nói riêng vào EU.

Thứ hai, nghiên cứu và triển khai các chính sách xúc tiến thương mại theo từng thị trường trong cả trung và dài hạn. Xây dựng các chương trình phát triển thị trường cho các mặt hàng nông sản xuất khẩu có tiềm năng và lợi thế của Việt Nam vào các nước thành viên EU. Tiếp tục đẩy mạnh và chủ động hợp tác với các đối tác nước ngoài, tham gia vào dây chuyền sản xuất cung ứng toàn cầu.

Các hoạt động xúc tiến thương mại ở nước ngoài, tạo kênh kết nối giữa doanh nghiệp trong nước với đối tác nước ngoài cần phải được đẩy mạnh... Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại đối với hàng nông sản trên thị trường EU thông qua các sự kiện “Tuần hàng Việt Nam tại EU”, xúc tiến thương mại quốc gia, thiết lập các buổi gặp mặt nhằm kết nối trực tiếp các doanh nghiệp Việt Nam với các hãng phân phối lớn tại EU nhằm giúp doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam có cơ hội giới thiệu năng lực, quảng bá mặt hàng, tìm kiếm cơ hội xuất khẩu trực tiếp với các hãng phân phối lớn của EU.

Thứ ba, đổi mới cách thức làm xúc tiến thương mại, tạo điều kiện để các doanh nghiệp đầu tàu có kế hoạch dài hơi thâm nhập một thị trường mới, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và bảo vệ thương hiệu (sở hữu trí tuệ). Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân tham gia trực tiếp vào việc tìm kiếm thị trường, khách hàng và tổ chức sự phối hợp hành động giữa các chủ thể ấy trong việc xử lý các tình huống khác nhau trên cùng một thị trường và cùng một loại hàng hoá. Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá và giới thiệu các sản phẩm nông sản, thủy sản Việt Nam tại thị trường EU. Đồng thời, kết nối để hỗ trợ doanh nghiệp trong nước tìm kiếm bạn hàng xuất khẩu. Đặc biệt dành kinh phí tham dự các Hội chợ lớn của EU về thực phẩm, đồ uống, nông thủy sản như: Hội chợ thủy sản Brussels, Hội chợ Biofach Đức về nông nghiệp hữu cơ, Hội chợ quốc tế Công nghiệp thực phẩm Anuga- Đức, các hội chợ nông sản thực phẩm Rangis Pháp và Sial Pháp, các Hội chợ thực phẩm quốc tế tại Tây Ban Nha, Ba Lan, Hà Lan, ..., Qua đó, tập trung tiếp cận với các hệ thống phân phối tại các nước châu Âu giới thiệu các sản phẩm có thể mạnh của Việt Nam.

4.4.3.4. Thúc đẩy chuyển đổi số trong nông nghiệp nhằm khắc phục sản xuất manh mún, nhỏ lẻ

Chuyển đổi số trong nông nghiệp là quá trình ứng dụng các công nghệ kỹ thuật số từ sản xuất đến chế biến, phân phối và tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp. Điểm khác biệt mang tính cơ bản nhất giữa nông nghiệp số và nông nghiệp truyền thống là việc áp dụng các công nghệ kỹ thuật số như điện toán đám mây, dữ liệu

lớn, internet vạn vật... vào toàn bộ hoạt động, từ đó làm thay đổi cách thức quản lý, sản xuất và tiêu thụ sản phẩm từ truyền thống sang hiện đại và thông minh. Việc sử dụng Internet sẽ giúp đơn giản hoá và hợp lý hoá việc thu thập các khâu kiểm tra phân phối tổng thể tài nguyên nông nghiệp; sử dụng các phần mềm, phân tích dữ liệu về môi trường, giai đoạn sinh trưởng của cây và cho phép duy trì, theo dõi các thông số này theo thời gian thực, qua đó người nông dân sẽ có những quyết định đúng đắn hơn như lượng phân bón, thời gian canh tác.... Một số công nghệ hiện đại có thể áp dụng trong canh tác nông nghiệp đó là: IoT và cảm biến cánh đồng, học máy và phân tích, máy bay không người lái giám sát cây trồng.

Có thể khẳng định, chuyển đổi số giúp nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp có thể nâng cao được năng suất, chất lượng, tối ưu hoá hoạt động sản xuất, giảm chi phí, gia tăng lợi nhuận, hiệu quả sản xuất cao hơn và giúp hàng nông sản của Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị. Chuyển đổi số là giải pháp hữu hiệu để khắc phục điểm yếu cố hữu trong nông nghiệp là sản xuất manh mún, nhỏ lẻ và thiếu liên kết, qua đó góp phần thúc đẩy tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông thôn.

4.4.3.5. Tăng cường các biện pháp khuyến khích đầu tư sản xuất mặt hàng 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.

4.4.3.6. Xây dựng và thực hiện các tiêu chuẩn chất lượng đối với mặt hàng nông sản xuất khẩu

Để các doanh nghiệp áp dụng công nghệ cao vào nền nông nghiệp truyền thống thúc đẩy phát triển ngành nông nghiệp trong thời gian tới, cần tập trung vào các giải pháp như:

Thứ nhất, Nhà nước cần đẩy nhanh quá trình tích tụ và tập trung ruộng đất để thu hút các nguồn lực tài chính ngoài ngân sách Nhà nước, trong đó đặc biệt là nguồn lực từ khu vực tư nhân đầu tư vào nông nghiệp, phát triển mô hình chuỗi giá trị nông

nghiệp khép kín, mang tính bền vững; đơn giản thủ tục thuê, chuyển nhượng đất đai; đánh giá, dự báo và cảnh báo về nhu cầu thị trường đối với sản phẩm nông nghiệp công nghệ cao làm cơ sở định hướng phát triển nông nghiệp công nghệ cao.

Thứ hai, tăng cường hơn nữa nguồn vốn tín dụng nông nghiệp, đặc biệt là tín dụng cho vay theo chuỗi giá trị nông sản, thông qua thực hiện các biện pháp đơn giản hóa thủ tục cho vay, phát triển dịch vụ tư vấn hỗ trợ vay vốn và sử dụng vốn vay; bố trí nguồn ngân sách thỏa đáng để thực hiện các chính sách ưu đãi nhằm khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp công nghệ cao.

Thứ ba, nghiên cứu phương án lập các quỹ đầu tư mạo hiểm để thúc đẩy các doanh nghiệp đầu tư, nghiên cứu, phát triển công nghệ cao từ đó tìm ra các phương pháp ứng dụng công nghệ cao vào sản xuất nông nghiệp có hiệu quả và phù hợp. Đồng thời, xây dựng chính sách hỗ trợ phí bảo lãnh cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp, thúc đẩy thêm các doanh nghiệp tham gia vào ngành nghề nhiều rủi ro này.

Thứ tư, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thị trường cho sản phẩm nông sản công nghệ cao. Thay đổi tư duy sản xuất hướng tới sự phù hợp với điều kiện của địa phương và người sản xuất, người đầu tư. Bên cạnh đó, nông nghiệp công nghệ cao cần được định danh cụ thể, có tiêu chuẩn phù hợp với địa phương, với người nông dân. Nhân rộng mô hình trung tâm/vườn ươm tạo doanh nghiệp nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao để hỗ trợ doanh nghiệp biến những ý tưởng công nghệ khả thi thành sản phẩm định hình.

Thứ năm, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức và khuyến khích, doanh nghiệp mở rộng việc ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật, các chương trình quản lý dịch hại tổng hợp (IPM), chương trình quản lý cây trồng tổng hợp (ICM) và chương trình canh tác lúa cải tiến vào sản xuất nông nghiệp; đẩy mạnh chương trình khuyến nông, sản xuất cây trồng an toàn theo quy trình VietGAP...; tăng cường thúc đẩy các hoạt động xúc tiến thương mại hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm.

4.5. Kiến nghị vĩ mô

4.5.1. Đối với Chính phủ

4.5.1.1. Rà soát và đánh giá thể chế, chính sách

Chính phủ tiến hành đánh giá những điểm khác biệt về pháp lý theo EVFTA cho thấy phần lớn các quy định pháp luật trong nước của Việt Nam tuân thủ các nghĩa vụ theo EVFTA và Việt Nam đã sẵn sàng thực hiện hiệp định. Có một vài luật và quy định cần được giải quyết và những vấn đề này đã được xác định rõ ràng trong đánh giá những khác biệt về pháp lý để Chính phủ sửa đổi. Việt Nam đã được hưởng lợi từ quá trình phê chuẩn CPTPP và sửa đổi những quy định trong nước vì hầu hết các quy định của EVFTA đều tương thích với CPTPP. Tuy nhiên, có một số mức cam kết rộng hơn và cao hơn các FTA khác mà Việt Nam đã ký kết, bao gồm WTO và ASEAN.

Trọng tâm chính của các hoạt động phát triển ngành hàng cần hướng tới các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) tại Việt Nam. Hơn nữa, kiến thức từ các nhà sản xuất và xuất khẩu rau quả nước ngoài sẽ có giá trị giúp thúc đẩy các liên doanh. Vai

trò của chính phủ hết sức quan trọng, từ cung cấp thông tin, nâng cao nhận thức, xây dựng thương hiệu quốc gia và ngành hàng, hỗ trợ hợp tác liên ngành và nhiều sự hỗ trợ khác.

Chính phủ Việt Nam cần phải đầu tư nhiều hơn nữa trong việc cải thiện các tiêu chuẩn và quy trình sản xuất. Xây dựng tiêu chuẩn phân loại hàng hóa đối với một số mặt hàng nông sản chủ lực nhằm giúp cho việc thu thập thông tin thị trường thuận lợi hơn và thông tin thu được có tính so sánh giữa các thị trường. Đồng thời, tài trợ kinh phí ban đầu cho chứng nhận cũng là điều cần thiết dù trong trung và dài hạn các nhà sản xuất cần phải tự chủ tài chính để trở thành ngành công nghiệp bền vững. Các chứng nhận đặc biệt quan trọng đối với các sản phẩm tươi, nhưng cũng không nên đánh giá thấp tầm quan trọng của nó đối với các sản phẩm chế biến.

Việt Nam cần nâng cao năng lực của các cơ sở đào tạo, các trung tâm thử nghiệm và các tổ chức chứng nhận đạt tiêu chuẩn; cần có các quy định về nhãn hiệu hàng hóa thân thiện với môi trường; xây dựng và áp dụng các chính sách về tiêu chuẩn môi trường và vệ sinh an toàn thực phẩm phù hợp với điều kiện trong nước và tiêu chuẩn quốc tế.

Chính phủ triển khai có hiệu quả cơ chế một cửa quốc gia, cung cấp đầy đủ các thông tin, dữ liệu cần biết về thị trường EU, những quy định có ảnh hưởng của EVFTA. Ngoài ra, đề xuất phương án thành lập Cục Ứng dụng công nghệ thông tin tại Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn để đáp ứng yêu cầu quản lý Nhà nước và vận hành hệ thống. Đồng thời xây dựng quy trình hoạt động của hệ thống, quy trình thu thập, giám sát và phổ biến thông tin thị trường nông sản và công khai quy trình này trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Chính phủ hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực phát triển sản phẩm, đáp ứng các tiêu chí để đạt chứng nhận quốc tế cho sản phẩm như EuroGAP, VietGAP, GlobalGAP....; kết nối chuyên gia thiết kế và marketing trong và ngoài nước để cùng doanh nghiệp nghiên cứu, cải tiến mẫu mã, bao bì sản phẩm, nhận diện thương hiệu, thông điệp truyền thông thương hiệu giúp gia tăng giá trị sản phẩm xuất khẩu. Cùng đó, tiếp tục phối hợp với các địa phương tăng cường các sự kiện xúc tiến đầu tư hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh hợp tác, liên kết sản xuất từ khâu đầu vào đến chế biến với các doanh nghiệp, đối tác EU đầu tư tại Việt Nam để dễ dàng đáp ứng được các quy tắc của EU.

Đồng thời, Chính phủ cần có những biện pháp nhằm tháo gỡ khó khăn từ phía thị trường EU, cụ thể như sau:

Để tháo gỡ những khó khăn từ phía EU, những giải pháp trước tiên từ phía Chính phủ. Chính phủ cần tiếp tục đàm phán để tháo gỡ rào cản thương mại và rào cản kỹ thuật của các nước đối với hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam; Kịp thời cảnh báo các quy định về rào cản và những vấn đề phát sinh đối với nông sản xuất khẩu; Thúc đẩy việc công nhận lẫn nhau về kết quả đánh giá sự phù hợp với EU đối với các sản phẩm nông nghiệp; Tiếp tục thúc đẩy quan hệ thương mại, đàm phán để tránh việc bị EU áp các rào cản kỹ thuật không hợp lý.

Về phía các doanh nghiệp Việt Nam, Chính phủ hướng dẫn doanh nghiệp Việt Nam cách xử lý, thực hiện và rà soát về mặt kỹ thuật khi có yêu cầu về kiểm tra, xác minh xuất xứ từ phía EU, đặc biệt, áp dụng quản lý dựa trên rủi ro tuân thủ tự nguyện

và chuyển sang kiểm tra sau thông quan. Ngược lại, doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu, cập nhật và đáp ứng các thay đổi trong chính sách thương mại của EU; thường xuyên theo dõi xu hướng về các biện pháp phi thuế quan, đồng thời lưu ý các tiêu chuẩn riêng của nhà nhập khẩu. Mặt khác, chủ động xây dựng kế hoạch nâng cao năng lực xuất khẩu, đặc biệt là khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, biện pháp vệ sinh dịch tễ vào thị trường EU. Cơ sở sản xuất nông sản và doanh nghiệp xuất khẩu tiếp tục nâng cấp hạ tầng kỹ thuật phục vụ triển khai chứng nhận xuất xứ, nhằm tạo thuận lợi cho quá trình tận dụng ưu đãi của EVFTA.

Doanh nghiệp Việt Nam áp dụng công nghệ thông tin khi kiểm tra hàng hóa xuất nhập khẩu và quá cảnh, đảm bảo kết nối thông tin thống nhất giữa các cơ quan quản lý nhà nước (các đơn vị kiểm tra chuyên ngành và Tổng cục Hải quan; Thúc đẩy tính minh bạch tại tất cả các cơ quan kiểm tra chuyên ngành bằng việc ban hành danh mục các mặt hàng (kèm theo mã HS) đã được cắt giảm kiểm tra chuyên ngành. Để giảm lượng thuốc bảo vệ thực vật, doanh nghiệp có thể áp dụng Chương trình quản lý dịch hại tổng hợp (IPM) để kiểm soát dịch hại nông nghiệp sử dụng các thực tiễn kiểm soát tự nhiên như nhập các loại đối thủ tự nhiên của loài dịch bệnh gây hại. Thêm vào đó, doanh nghiệp cũng cần quản lý việc phun hóa chất, lựa chọn loại hóa chất theo tiêu chuẩn EU. Cơ sở sản xuất nông sản Việt Nam càng ít sử dụng hóa chất, sản phẩm nông sản của Việt Nam sẽ càng có vị thế cao trên thị trường xuất khẩu nói chung và EU nói riêng. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng cần kiểm tra lại với các khách hàng về những quy định bổ sung của họ đối với MRLs và sử dụng thuốc bảo vệ thực vật. Để đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm và tránh gây hại cho môi trường, EU hạn chế sử dụng một số loại hóa chất nhất định (MRLs), được quy định trong một số hướng dẫn của EU.

Việc giảm chi phí logistics thông qua giảm phí cầu đường và số hóa việc thu phí, hợp lý hóa cơ sở hạ tầng vận tải và logistics liên quan đến thương mại là cơ sở để kết nối tốt hơn các chuỗi giá trị và thúc đẩy vận tải đa phương thức. Việt Nam cần có một cơ chế hiệu quả để xử lý và giám sát việc thực hiện các chính sách liên quan được xây dựng để tăng cường phối hợp liên ngành nhằm tạo thuận lợi thương mại và hội nhập toàn cầu

Việt Nam cần thực hiện cơ chế để công nhận một số chỉ dẫn địa lý, đặc biệt liên quan đến những mặt hàng nông sản của chúng ta như chè, cà phê. Rất nhiều doanh nghiệp sẽ được lợi từ việc EU bảo hộ cho những chỉ dẫn địa lý này. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ có cơ hội hình thành, xây dựng những thương hiệu, tên tuổi mới để khai thác thị trường EU. Cơ hội là bình đẳng, còn việc doanh nghiệp có khả năng chuẩn bị như thế nào thì phụ thuộc vào điều kiện cụ thể của doanh nghiệp. Một trong những cách thức nhà nước có thể hỗ trợ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam vượt qua các thách thức khi ký kết EVFTA có thể là nhà nước cung cấp thông tin, hỗ trợ và khuyến khích doanh nghiệp đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý đối với sản phẩm của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, nhà nước có thể tăng cường, tổ chức nhiều hội thảo, khóa đào tạo nhằm cung cấp thêm các thông tin về các hiệp định thương mại tự do cho các doanh nghiệp. Để từ đó với từng lĩnh vực, từng cơ quan, sản phẩm cụ thể sẽ có những chuẩn bị tốt nhất để vượt qua các thách thức mà EVFTA đặt ra cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Đối với nhà nhập khẩu các sản phẩm rau quả tươi, truy xuất nguồn gốc là một yêu cầu bắt buộc. Để đáp ứng quy định này, nhà nhập khẩu EU sẽ yêu cầu doanh nghiệp xuất khẩu cung cấp bằng chứng về xuất xứ của tất cả các loại rau quả tươi. Doanh nghiệp cần phải hiểu rõ các quy định và thủ tục của thị trường EU. Nếu không tuân thủ theo các thủ tục có thể sẽ gây ra việc trì hoãn hoặc giảm đơn hàng, tăng chi phí và dẫn đến việc các cơ quan chức năng của EU áp dụng các hình thức kiểm soát. Với sản phẩm rau quả tươi, doanh nghiệp cần đảm bảo rằng các tài liệu đi kèm (như vận đơn) phải tương ứng với sản phẩm thực phẩm trong kiện hàng và có chỉ rõ số lượng, loại và kích cỡ, số pallet hoặc thùng, tên của người trồng và khối lượng.

Cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng cần phối hợp chặt chẽ trên nhiều khía cạnh. Theo đó, các doanh nghiệp Việt Nam tuyệt đối tuân thủ việc đăng ký, cấp chứng nhận từ cơ quan có thẩm quyền. Ba đầu mối đăng ký là Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Công Thương và Bộ Y tế; còn đầu mối thông tin duy nhất là Văn phòng SPS Việt Nam. Bên cạnh đó, cần giám sát chặt chẽ mức dư lượng trong sản phẩm. Những vấn đề như lao động, môi trường, tổ chức sản xuất... phải tuân thủ, bám sát theo các điều khoản trong EVFTA. Đồng thời, cần thường xuyên kiểm tra, rà soát chuỗi liên kết sản xuất, từ vùng trồng, cơ sở sơ chế, chế biến, đến khâu đóng gói, vận chuyển, phân phối.

4.5.1.2. Hoàn thiện thể chế, chính sách

Có thể thấy, cải cách của Việt Nam nhằm đáp ứng đòi hỏi của EVFTA sẽ ngày càng khó và chậm hơn, trong khi đó, lợi thế tương đối của Hiệp định này cho Việt Nam đối với các nước trong khu vực sẽ ngày càng giảm đi nhanh hơn. Việc tận dụng lợi thế của người đi trước trong quan hệ thương mại với EU là vô cùng quan trọng. Bởi lợi thế này sẽ không còn khi EU hoàn tất việc đàm phán và ký kết FTA với các quốc gia khác trong khu vực Đông Nam Á. Để có thể đạt được những lợi ích lâu dài và bền vững từ EVFTA, thay vì những lợi ích trước mắt từ tăng trưởng xuất khẩu, nhập khẩu hay dịch vụ, Việt Nam cần thay đổi chiến lược “hái táo” như đã phân tích ở trên. Để tận dụng cơ hội của EVFTA để xuất khẩu nông sản của Việt Nam vào thị trường Châu Âu, Chính phủ Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện thể chế, chính sách, pháp luật nhằm tạo môi trường pháp lý cho xuất khẩu nông sản sang thị trường EU. EVFTA như những gợi ý, chuẩn mực làm cơ sở để điều chỉnh luật pháp Việt Nam.

Các chính sách, pháp luật cụ thể cần tiếp tục hoàn thiện, bổ sung như sau:

- *Về cơ chế phối hợp*: Tại cấp Trung ương, để tránh sự chồng chéo và lãng phí nguồn lực trong việc thu thập giá nông sản trong nước, quốc tế hiện nay, cần phải xây dựng một văn bản chính sách quy định về cơ chế phối hợp, chia sẻ thông tin giữa các Bộ/Ngành bao gồm Bộ công thương, Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Bộ Khoa học và Công nghệ cũng như chia sẻ thông tin giữa các đơn vị độc lập có liên quan đến xuất khẩu nông sản trong nội bộ Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn. Quy định chức năng nhiệm vụ cụ thể bao gồm: đơn vị đầu mối quản lý thông tin thị trường nông sản là Trung tâm Tin học và Thống kê thuộc Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn; đơn vị đầu mối trong công tác nghiên cứu, phân tích dự báo tại Trung tâm và Viện Chiến lược và Chính sách Nông nghiệp nông thôn.

- *Về việc xóa bỏ thẻ vàng IUU*: Hiệp hội ngành thủy hải sản cần đưa ra những biện pháp phù hợp để nhanh chóng gỡ thẻ vàng, điều đầu tiên là cần siết chặt chế tài, giám sát tàu cá, điều cần làm là các công ty chế biến, xuất khẩu thủy sản phải nói 'không' với hải sản đánh bắt trái phép.

- *Về quản lý chuyên ngành với hàng hóa xuất khẩu*: Bộ Tài chính cần rà soát, hoàn thiện dự thảo sửa đổi Nghị định 08/2015/NĐ-CP liên quan đến nội dung quản lý chuyên ngành đối với hàng hóa xuất nhập khẩu và áp dụng các phương pháp quản lý hiện đại trong kiểm tra thực tế hàng hóa. Đây là một trong những cơ sở đảm bảo việc tuân thủ đúng các cam kết trong Hiệp định và tận dụng triệt để các lợi ích từ EVFTA.

Các Bộ, ngành, địa phương và doanh nghiệp cần phối hợp xây dựng một chiến lược tổng thể và kế hoạch hành động để đẩy mạnh xuất khẩu nông sản sang thị trường EU. Các bộ, ngành liên quan thường xuyên cập nhật thông tin về quy định, nhu cầu, chi phí cũng như thị hiếu của người tiêu dùng tại các nước EU, xây dựng chiến lược quảng bá quốc gia cho một số mặt hàng thế mạnh và xem xét khả năng thành lập các hiệp hội doanh nghiệp xuất khẩu nông sản sang thị trường EU. Các Đại sứ Việt Nam tại EU, các bộ, ngành, địa phương và doanh nghiệp nhất trí tăng cường phối hợp để nâng cao hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại, đa dạng hóa sản phẩm, đặc biệt là các sản phẩm rau quả chế biến. Chiến lược xây dựng theo lộ trình thực hiện EVFTA, xem xét các yếu tố liên quan đến biến đổi khí hậu, biến động thị trường và biến chuyển trong xu thế tiêu dùng, trong đó thế giới đang mạnh mẽ chuyển sang sản xuất và tiêu dùng xanh. Do vậy, chiến lược thúc đẩy xuất khẩu nông sản Việt Nam sang EU cần được xây dựng tổng thể và toàn diện, tiến tới định vị thương hiệu mới của nông nghiệp Việt Nam là minh bạch, trách nhiệm và bền vững.

Ngoài ra, Chính phủ tăng cường đầu tư và thu hút vốn vào ngành nông nghiệp, nâng cao chất lượng nguồn lao động, giảm chi phí vận chuyển hàng hóa, tích cực ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông sản xuất khẩu. Các vấn đề khác như xây dựng chuỗi phân phối, thương hiệu gắn với xây dựng và phát triển vùng nguyên liệu, quản lý chất lượng, nguồn gốc xuất xứ nguyên liệu tốt, quảng bá thông tin và đối tác đầu tư trong chế biến... đều cần thực hiện một cách bài bản, có hệ thống.

- *Về sở hữu trí tuệ*: cần sửa đổi, bổ sung một số Điều của Luật sở hữu trí tuệ năm 2019 để phù hợp với Hiệp định như: Sửa đổi Điều 130 về việc giới hạn chủ thể hành vi vi phạm cạnh tranh không lành mạnh; sửa đổi các Điều 20 (về quyền tác giả), Điều 29 (quyền của người biểu diễn), Điều 30 (quyền của nhà sản xuất) và Điều 31 (quyền hưởng thù lao) trong Luật sở hữu trí tuệ 2019 theo hướng chi tiết hơn giống như cam kết trong Hiệp định.

4.5.2. Đối với các Bộ, ban ngành

4.5.2.1. Đối với Bộ Công Thương

Bộ Công Thương cần xây dựng chiến lược cho từng ngành hàng dựa trên những cam kết trong EVFTA trên cơ sở tận dụng tối đa những lợi thế và đáp ứng các yêu cầu phía EU bao gồm cả việc lập kế hoạch thực hiện cụ thể đối với các ngành nhỏ, cụ thể hóa hành động với trách nhiệm được phân bổ cụ thể cùng với khung thời gian dự kiến đối với mỗi ngành nhỏ đó. Các yêu cầu hỗ trợ như hậu cần, cơ sở hạ

tăng, tiếp cận tài chính và phát triển trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp cần được xem xét đầy đủ trong chiến lược tổng thể.

Bên cạnh đó, Bộ Công Thương cần tham mưu Chính phủ nhằm đề xuất các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin thương mại thông qua phát triển hệ thống thông tin thị trường, xúc tiến thương mại, tăng cường công tác phân tích, dự báo thị trường và chính sách tạo thuận lợi cho doanh nghiệp tổ chức thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại và phát triển thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng lưới sản xuất và phân phối ở ngoài nước.

Đồng thời, với vai trò quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại, Bộ Công Thương cần hoàn thiện các chính sách hỗ trợ xuất khẩu được phép, bao gồm:

a. Pháp luật về chính sách xuất khẩu nông sản

Pháp luật về Chính sách xuất khẩu nông sản bao gồm nhiều luật, nghị định, thông tư khác nhau, trong nhiều lĩnh vực: đất đai, tài chính tín dụng, hội nhập quốc tế. Cần phải rà soát, phân loại, đánh giá lại việc thực hiện pháp luật để có những định hướng sửa đổi bổ sung. Hoàn thiện Luật Quản lý ngoại thương trên một số điểm sau: cần có những quy định chặt chẽ về hoạt động và những chế tài xử lý hiệu quả vấn đề thương nhân nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam, núp bóng thương lái người Việt Nam thao túng thị trường nông sản, gây thiệt hại cho nông dân trong thời gian qua. Xem xét giảm các loại Giấy phép để phù hợp với định hướng giảm, đơn giản hóa thủ tục hành chính, ngăn chặn cơ chế xin cho, phát sinh tiêu cực; xem xét phân cấp cho địa phương trong vấn đề cấp Giấy phép để thuận lợi cho doanh nghiệp.

Về hạn ngạch xuất khẩu, cần quy định rõ điều kiện, loại sản phẩm áp dụng để không làm cản trở sự tự do hóa thương mại theo tín hiệu thị trường Pháp luật về thủ tục hải quan: hoàn thiện việc sửa đổi Luật Hải quan phù hợp với yêu cầu HNQT sâu rộng, tạo hành lang pháp lý cho hiện đại hóa hoạt động hải quan, áp dụng rộng rãi và phổ biến hải quan điện tử, đáp ứng yêu cầu của cải cách hành chính, cải cách thủ tục hải quan nhằm mục đích công khai, minh bạch, hiệu quả.

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 nghiệp chuyển từ việc chạy theo số lượng với giá cả, chất lượng thấp sang chú trọng xây dựng thương hiệu, nâng cao giá trị hàng NSXK. 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 KNXK cao, ảnh hưởng lớn tới sản xuất nông nghiệp, có tiềm năng cần phải xây dựng chiến lược phát triển.

c. Hoàn thiện các chính sách xuất khẩu nông sản

c1) Đối với chính sách thị trường

Nâng cao vai trò chủ động của doanh nghiệp và trách nhiệm của Chính phủ, các cơ quan bộ, ngành (trước hết là bộ Công Thương) trong việc tổ chức và hỗ trợ các doanh nghiệp tìm kiếm, thâm nhập thị trường, bảo vệ và mở rộng thị phần hiện có, phát triển thị trường mới. Chính sách thị trường cần hướng tới phân chia thị trường XKNS của Việt Nam theo 3 nhóm sau: Nhóm 1 là thị trường các nước đang nhập khẩu hàng nông sản của Việt Nam với số lượng lớn. Đối với các nước thuộc nhóm này, cần phải tiếp tục củng cố thị phần, quan tâm đến việc phát triển thêm mặt hàng mới, đó là các thị trường Trung Quốc, các nước Trung Đông, Hàn Quốc, các nước ASEAN. Thị trường các nước này có nhu cầu sản phẩm nông sản lớn và đa dạng, từ những sản phẩm chất lượng trung bình đến chất lượng cao, do đó yêu cầu chất lượng sản phẩm ở thị trường này như các yêu cầu chung được nêu trong các quy định của WTO, không mang những quy chuẩn cao như các thị trường của các nước phát triển. Cơ cấu hàng NSXK có sự tương đồng, phạm vi thị trường rộng, thương mại nội bộ khu vực thị trường này lớn làm cho việc cạnh tranh giữa các nước rất quyết liệt. Mục tiêu của chính sách thị trường đối với các thị trường này là tiếp tục củng cố mối quan hệ thương mại, đẩy mạnh việc đa dạng hóa mặt hàng, tiến tới phát triển theo hướng nâng cao giá trị xuất khẩu, không chạy theo việc gia tăng khối lượng. Nhóm 2 là thị trường mới bắt đầu nhập khẩu hàng nông sản của Việt Nam nhưng số lượng, kim ngạch chưa nhiều, cần phải tích cực mở rộng thị phần cũng như mở rộng mặt hàng xuất khẩu. Thuộc nhóm này chủ yếu là thị trường của các nước phát triển như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU. Đối với thị trường này, hàng Việt Nam có những thuận lợi và khó khăn riêng. Về mặt thuận lợi, đây là thị trường có nhu cầu đa dạng về hàng nông sản, từ nông sản thô, nguyên liệu đến nông sản chế biến tinh, đặc biệt là hàng nông sản nhiệt đới và khả năng thanh toán cao.

Để đẩy mạnh việc tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, Nhà nước phải tìm hiểu chính sách thương mại các nước đối tác cùng tham gia vào chuỗi cung ứng để từ đó xây dựng các tiêu chuẩn về sản phẩm, về quy trình sản xuất; về các tiêu chuẩn quốc gia phải phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế hoặc cho phép tạo ra các sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế. Hiện nay, Việt Nam chủ yếu duy trì lợi thế so sánh trong các ngành hàng có hàm lượng lao động cao và mặt hàng sơ chế. Vì vậy, cần nghiên cứu tăng tỷ lệ GTGT trong các mặt hàng NSXK thông qua đầu tư vào con người, công nghệ, đặc biệt là trong bối cảnh hậu gia nhập WTO.

Bộ Công Thương cần phối hợp chặt chẽ với Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn; các địa phương trong việc tham gia thống kê, điều tiết sản xuất, dự báo thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp và hộ nông dân nhằm ứng phó trước những biến động của thị trường thế giới.

Bộ Công Thương cần nâng cao hơn nữa vai trò và trách nhiệm của các Thương vụ và chi nhánh Thương vụ tại nước ngoài để làm tốt hơn nữa vai trò là cầu nối thông tin hai chiều trong và ngoài nước; góp phần trong việc đưa ra các giải pháp để

phát triển thị trường là các đối tác của Việt Nam tại các FTA nói chung và các thành viên trong khối EU nói riêng, nghiên cứu tìm ra những giải pháp để đưa hàng Việt Nam đến được các thị trường lớn, nhất là những thị trường có khả năng hấp thụ lớn hàng hoá của Việt Nam.

c2) Đối với chính sách xúc tiến thương mại

Một là, quảng bá nông sản của Việt Nam ra nước ngoài. Phối hợp tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại ở trong và ngoài nước; hỗ trợ xây dựng các trung tâm tiếp thị nông sản ở các tỉnh có sản xuất hàng hoá nông sản lớn và tập trung; thường xuyên củng cố, xây mới và trang bị thêm các trang thiết bị hiện đại cho các trung tâm kiểm định chất lượng nông sản; tổ chức tốt việc cập nhật và phổ biến các thông tin về thị trường, giá cả, các chính sách mới liên quan đến sản xuất kinh doanh nông sản; đào tạo và nâng cao năng lực của cán bộ làm công tác xúc tiến thương mại.

Hai là, xây dựng thương hiệu mặt hàng nông sản xuất khẩu bằng nhiều cách:

- Lập kế hoạch hành động quốc gia xây dựng thương hiệu với các nội dung cụ thể và có nguồn tài chính phân bổ rõ ràng, gắn với các mặt hàng nông sản chủ lực.

- Hướng dẫn và khuyến khích các doanh nghiệp đăng kí thương hiệu cho sản phẩm hàng hoá nhằm khẳng định uy tín và vị thế trên thị trường. Bên cạnh đó, cần phải đăng kí bảo hộ chỉ dẫn địa lý đối với các mặt hàng nông sản để tránh trường hợp các chỉ dẫn địa lý của Việt Nam rơi vào tay các doanh nghiệp nước ngoài.

- Tiếp tục bổ sung và hoàn thiện các chính sách hỗ trợ về tài chính và hỗ trợ về phát triển nhân lực, về sử dụng công nghệ trong xây dựng thương hiệu NSXK chủ lực của Việt Nam.

- Đối với những mặt hàng đã có thương hiệu quốc gia như cao su cần lập kế hoạch đến năm 2030, thông qua việc nhượng quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Cao su Việt Nam/Viet Nam Rubber” đến tất cả các hội viên của Hiệp hội Cao su Việt Nam và mở rộng đến 30% doanh nghiệp ngoài hội viên.

4.5.2.2. Đối với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Để thuận tiện trong quản lý, hỗ trợ doanh nghiệp, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tiến hành xây dựng cơ sở dữ liệu trung tâm về mã số vùng trồng và phối hợp với địa phương để thường xuyên cập nhật thông tin, quản lý chặt chẽ. Các cơ sở đóng gói và chủ động kiểm tra, giám sát chặt chẽ sau khi được cấp mã số; cơ quan chức năng thực hiện thanh tra để phát hiện sớm các hành vi gian lận trong sử dụng mã số; xử lý nghiêm đối với các doanh nghiệp sử dụng mã số vùng trồng không đúng hoặc mượn mã số vùng trồng. Mặt khác, để cơ sở sản xuất có căn cứ đầy đủ trong việc đáp ứng yêu cầu về chất lượng sản phẩm, Bộ nông nghiệp xây dựng danh mục thuốc bảo vệ thực vật được phép sử dụng và các loại thuốc bảo vệ thực vật bị cấm sử dụng phù hợp với thị trường EU, quản lý chặt chẽ thị trường hoá chất dùng trong nông nghiệp, đặc biệt kiểm soát việc lưu thông thuốc bảo vệ thực vật và hoá chất cấm sử dụng lưu hành trên thị trường.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cần tham mưu Chính phủ để tiếp tục hoàn thiện chính sách khuyến khích đầu tư, sản xuất nông sản xuất khẩu bao gồm:

(1) Chính sách đất đai theo hướng khuyến khích tích tụ đất đai để sản xuất với quy mô lớn. Trong đó, hoàn thiện các quy định về hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận đất đai để tổ chức sản xuất và chế biến nông sản xuất khẩu, đặc biệt là các dự án đầu tư vào chế biến sâu sản phẩm, cụm liên hoàn sản xuất - sơ chế - bảo quản - chế biến nông sản;

(2) Chính sách thu hút đầu tư đổi mới và nâng cao chất lượng máy móc, thiết bị, công nghệ sản xuất theo hướng sản xuất nông sản sạch, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế;

(3) Hoàn thiện chính sách thúc đẩy phát triển các mối liên kết giữa người sản xuất - vận chuyển - chế biến - tiêu thụ; giữa doanh nghiệp cung ứng nguyên phụ liệu với doanh nghiệp sản xuất sản phẩm cuối; giữa nhà nông - nhà nước - nhà khoa học - doanh nghiệp nông nghiệp;

(4) Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cần tiếp tục phối hợp chặt chẽ với các địa phương trong cả nước để triển khai hình thành vùng nguyên liệu đạt tiêu chuẩn để phục vụ xuất khẩu với tổng diện tích 166.800 ha, gồm: cây ăn quả vùng miền núi phía Bắc; gỗ rừng trồng chứng chỉ bền vững vùng Duyên hải miền Trung; cà phê vùng Tây Nguyên; lúa gạo vùng Tứ Giác Long Xuyên; trái cây vùng Đồng Tháp Mười. Từ đó, hình thành các chuỗi liên kết sản xuất, chế biến tiêu thụ sản phẩm giữa các doanh nghiệp, hợp tác xã và nông dân trong các vùng nguyên liệu; phấn đấu mục tiêu giảm chi phí đầu vào trong sản xuất từ 5-10% cho các thành viên hợp tác xã và nông dân; giảm tổn thất sau thu hoạch 5-10% và tăng giá trị từ 10-20%.

Ngoài ra, việc truy xuất được nguồn gốc của sản phẩm rất quan trọng, là điều kiện để tiếp cận các thị trường khó tính nên Nhà nước và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cần đưa truy xuất nguồn gốc thành quy định bắt buộc và chuẩn hóa. Nhà nước cần xây dựng và hoàn thiện bộ tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật và tăng cường khả năng đàm phán, thương thảo với các thị trường xuất khẩu để có những tiêu chuẩn kỹ thuật phù hợp. Ban hành các chính sách hỗ trợ nông dân, doanh nghiệp trong việc rút ngắn thời gian, chi phí thực hiện các thủ tục kiểm tra chuyên ngành, kiểm dịch thực vật, khuyến khích nông dân, doanh nghiệp hợp tác liên kết sản xuất theo chuỗi để kiểm soát chất lượng nông sản hiệu quả.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp với các bộ ngành có liên quan và các địa phương xây dựng các chương trình mang tính dài hạn nhằm mục tiêu đẩy mạnh công tác tuyên truyền, đào tạo, hướng dẫn người nông dân trong việc thay đổi tập quán sản xuất nông nghiệp theo hướng áp dụng kỹ thuật sản xuất nông sản sạch, an toàn theo tiêu chuẩn quốc tế, tăng cường áp dụng khoa học kỹ thuật và đổi mới khoa học công nghệ.

4.5.2.3. Đối với Bộ Khoa học và Công nghệ

Bộ Khoa học và Công nghệ cần tham mưu Chính phủ đề xuất các biện pháp nhằm nâng cao công tác quản lý liên quan đến sở hữu trí tuệ đối với nông sản xuất khẩu. Sự phát triển của thị trường nông sản Việt Nam trong giai đoạn vừa qua đã cho thấy vị trí, vai trò và tiềm năng rất lớn của các sản phẩm nông nghiệp với sự hỗ trợ của các thương hiệu cộng đồng trong việc đáp ứng các nhu cầu của người tiêu dùng trong nước cũng như hội nhập kinh tế quốc tế. Có thể thấy, đối với các sản phẩm đặc sản địa phương, ngoài những lợi thế về chất lượng, yếu tố sản xuất, tiêu

dùng mang tính văn hóa, truyền thống... thì hướng phát triển gắn với thương hiệu cộng đồng là một hướng đi phù hợp, trở thành công cụ hiệu quả trong phát triển bền vững sản xuất và thị trường, đưa nông sản Việt Nam tiến xa hơn ra thế giới. Tuy vậy, trước bối cảnh sự phát triển các thương hiệu cộng đồng còn gặp nhiều khó khăn, cần những giải pháp để thúc đẩy hoạt động xây dựng và quản lý trong thời gian tới.

Ngoài ra, Bộ Khoa học và Công nghệ cần tham mưu Chính phủ để xây dựng các chính sách nhằm thúc đẩy áp dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất và chế biến hàng nông sản, cần có những chính sách ưu tiên để phát triển công nghệ kỹ thuật trong sản xuất, bảo quản và chế biến nông sản góp phần thúc đẩy sản xuất có năng suất, chất lượng và đạt hiệu quả.

KẾT LUẬN

Hiệp định thương mại tự do EVFTA là cơ hội, đồng thời là thách thức đối với hàng hoá xuất khẩu nói chung và hàng nông sản xuất khẩu nói riêng của Việt Nam. Những cam kết mạnh mẽ về cắt giảm thuế quan từ phía EU là cơ hội lớn nhất giúp Việt Nam dễ dàng tiếp cận hơn với thị trường EU. Ngược lại, cam kết cắt giảm thuế quan của Việt Nam là điều kiện để Việt Nam thu hút đầu tư và mua máy móc, công nghệ phục vụ sản xuất nông nghiệp từ EU. Tuy nhiên, EU là một thị trường rộng lớn, quy chuẩn về an toàn thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ, sở hữu trí tuệ, bảo vệ môi trường đều nghiêm ngặt, nhu cầu của khách hàng đa dạng và đòi hỏi cao từ chất lượng sản phẩm đến bao bì, nhãn mác và sự tiện dụng trong sử dụng. Với mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu đặt ra, luận án đã tập trung làm rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn sau đây:

Về lý luận, luận án đã góp phần tổng hợp và hệ thống hoá cơ sở lý luận về tác động của hiệp định thương mại tự do đến hàng nông sản xuất khẩu của một quốc gia. Trong đó, hệ thống cơ sở lý luận của luận án được tổng hợp từ (i) lý thuyết về tự do hoá thương mại và hiệp định thương mại tự do; (ii) lý thuyết marketing về mặt hàng nông sản xuất khẩu và chuỗi cung ứng mặt hàng nông sản xuất khẩu. Luận án đã chỉ ra, tự do hoá thương mại và việc thực thi các hiệp định thương mại tự do là cơ hội thuận lợi (điều kiện cần) để hàng hoá nói chung và mặt hàng nông sản xuất khẩu nói riêng có những lợi thế tại thị trường quốc gia nhập khẩu, tuy nhiên, để có thể khai thác được những cơ hội do hiệp định thương mại tự do mang lại, các mặt hàng nông sản xuất khẩu cần phải thoả mãn được yêu cầu cụ thể của thị trường (điều kiện đủ) và phải cung ứng được giá trị gia tăng cho thị trường, khách hàng.

Về thực tiễn, luận án góp phần mô tả khái quát thực trạng sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường EU trong bối cảnh trước và sau khi hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU được thực thi. Luận án đã phân tích, đánh giá đa chiều về tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU đến mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam, trong đó, đi sâu vào phân tích cà phê, rau quả và gạo. Trên cơ sở đó, đề xuất các nhóm giải pháp có cơ sở khoa học nhằm tăng cường khả năng khai thác các cơ hội do hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU mang lại đối với mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam bao gồm 3 nhóm giải pháp cụ thể là: (i) Nhóm giải pháp đối với doanh nghiệp; (ii) Nhóm giải pháp nhằm nâng cao giá trị cho mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam; (iii) Nhóm giải pháp khác. Bên cạnh đó, những kiến nghị cũng được đề xuất đến các cơ quan như Chính phủ, Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Khoa học và Công nghệ.

Mặc dù luận án đã cố gắng đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU đến một số hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam là: gạo, cà phê và rau quả. Tuy nhiên, kết quả đánh giá tác động sẽ có sức thuyết phục hơn nếu như luận án đánh giá được các mặt hàng tương ứng với từng thị trường cụ thể và sử dụng mô hình phân tích định lượng. Nguyên nhân của những hạn chế là do khó khăn trong việc tiếp cận, thu thập các số liệu, nguồn kinh phí cũng như các nguồn lực khác có giới hạn, đây là vấn đề gợi mở sẽ được nghiên cứu sinh hoàn thiện ở các công trình nghiên cứu tiếp theo.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ
LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN**

1. **Trịnh Văn Thảo** (2022), Tác động của EVFTA đến xuất khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam – Thực trạng và giải pháp, Tạp chí Nghiên cứu Công nghiệp và Thương mại, Đã được chấp nhận và đang chờ đăng.
2. **Trịnh Văn Thảo** (2022), Thực trạng tác động của EVFTA đối với mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam, Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương; số 616; tháng 8/2022.
3. **Trịnh Văn Thảo & Dinh Cong Hoang** (2022), Exporting Vietnam's Halal- Certified Agricultural Products to the Middle East – Africa: Situation and Policy Recommendations, Kỷ yếu Hội thảo quốc tế: “Định hướng chiến lược, chính sách xuất nhập khẩu hàng hóa phục vụ mục tiêu phát triển bền vững ở Việt Nam đến năm 2030”, 3/2022, ISBN: 978-604-311-864-3.
4. **Trịnh Văn Thảo** (2016), Xuất khẩu gạo trong xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang các nước thành viên TPP, Tạp chí Nghiên cứu Thương mại, số 22 & 23; tháng 8- 10/2016.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tài liệu Tiếng Việt

1. Hoàng Thị Vân Anh (2017), Nghiên cứu đề xuất giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu trong điều kiện thực hiện Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA), Đề tài KHCN cấp Bộ.
2. Trương Thị Phương Anh (2021), Ảnh hưởng của EVFTA đến xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU, Tạp chí Kinh tế và Dự báo.
3. Trần Tuấn Anh (2018), Luận cứ khoa học phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam trong bối cảnh thực hiện các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, Đề tài Khoa học và công nghệ cấp Nhà nước, Mã số: ĐTĐL.XH.07/16.
4. 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 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.
5. Bộ Công Thương (2020a), Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2020
6. Bộ Công Thương (2020b), Xuất nhập khẩu của Việt Nam trong bối cảnh tự do hoá và bảo hộ thương mại, NXB Công Thương.
7. Bộ Công Thương (2021a), Thông tin xuất khẩu vào thị trường EU: mặt hàng cà phê.
8. Bộ Công Thương (2021b), Thông tin xuất khẩu vào thị trường EU: mặt hàng rau quả.
9. Bộ Công Thương (2021c), Thông tin xuất khẩu vào thị trường EU: mặt hàng gạo.
10. Doãn Kế Bốn (2016), Đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU sau khi Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU được ký kết, Hội thảo khoa học quốc gia “Phát triển Thương mại Việt Nam giai đoạn 2016 -2025”, Viện Nghiên cứu Thương mại.
11. Huỳnh Ngọc Chương và các tác giả (2021), Lợi thế so sánh và cấu trúc xuất khẩu nông sản của Việt Nam dưới bối cảnh hội nhập thương mại quốc tế, Tạp chí Phát triển khoa học và công nghệ, số 5, năm 2021.
12. Nguyễn Đình Cung, Trần Toàn Thắng (2017), Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU: Tác động thể chế và điều chỉnh chính sách ở Việt Nam, NXB Thế giới.
13. Phan Thế Công, Nguyễn Đoan Trang (2020), Mô hình đánh giá tác động của thuế quan đến xuất và nhập khẩu hàng hoá, 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.
14. Hoa Hữu Cường (2016), Nâng cao khả năng xuất khẩu hàng hóa chủ lực của Việt Nam vào thị trường EU trong giai đoạn 2011-2020, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam.

15. 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.
16. 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.
17. Hoàng Minh Chiến (2020), Nghiên cứu đề xuất giải pháp xúc tiến xuất khẩu hàng hoá sang EU trong điều kiện thực thi EVFTA, Đề tài NCKH cấp Bộ, Bộ Công Thương.
18. Nguyễn Ngọc Dương (2020), Vượt rào cản phi thuế quan trong EVFTA của nông sản 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.
19. Vũ Bạch Diệp, Nguyễn Thị Phương Thảo, Ngô Hoài Thu (2018), Phân tích các yếu tố tác động đến xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường EU bằng mô hình trọng lực, Tạp chí Kinh tế và Quản trị kinh doanh.
20. Phạm Công Đoàn, Phạm Thị Thanh Hà (2020), Xuất khẩu hàng hoá sang EU trong bối cảnh thực thi EVFTA: Thách thức về rào cản và giải pháp, 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.
21. Trần Thanh Hải (2013), Nghiên cứu đưa ra một số giải pháp nhằm đa dạng hoá thị trường xuất khẩu để nâng cao hiệu quả xuất khẩu nhóm hàng nông sản của Việt Nam, Đề tài nghiên cứu cấp Bộ, Bộ Công thương, Hà Nội.
22. Nguyễn Tiến Hoàng và Mai Lâm Trúc Linh (2021), Tác động của EVFTA đến xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ của Việt Nam sang thị trường EU, Tạp chí Khoa học kinh tế, số 09 (01).
23. Lê Thị Hoài (2020), Hiệp định thương mại tự do EU-Việt Nam (EVFTA) – cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá qua kênh thương mại điện tử cho các doanh nghiệp 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.
24. Nguyễn Thị Thúy Hồng (2014), Chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường EU trong điều kiện tham gia vào WTO, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
25. Vũ Thị Thanh Huyền, Nguyễn Thị Thu Hiền (2020), Xuất khẩu bền vững nông sản Việt Nam trong bối cảnh tham gia hiệp định thương mại tự do thế hệ mới Việt Nam – EU, 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.
26. 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.
27. Vũ Thị Thu Hương (2020), Phân tích lợi thế so sánh của nông sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 145.
28. Vũ Thị Thu Hương, Nguyễn Thị Quỳnh Trâm (2020), Xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường EU và những cơ hội, thách thức đến từ 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.
29. Vũ Thanh Hương, Nguyễn Thị Minh Phương (2016), Đánh giá tác động theo ngành của Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU: Sử dụng các chỉ số thương mại, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh, tập 32, số 6.
 30. Nguyễn Bách Khoa và Nguyễn Hoàng Long (2005), Giáo trình Marketing thương mại, NXB Thống kê.
 31. Phạm Văn Kiệm, Nguyễn Thị Quỳnh Trang (2020), Nghiên cứu tác động của giám sát nông sản nhập khẩu vào Liên minh châu Âu đến doanh nghiệp 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.
 32. Thanh Kim và Trần Thị Hoàng Hà (2022), Phát triển bền vững xuất khẩu nông sản Việt Nam – nghiên cứu điển hình mặt hàng cà phê, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 166, tháng 6/2022.
 33. Đặng Kim Khôi và ctg (2018), Cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu trái cây Việt Nam khi tham gia Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu, Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Kỳ 1- tháng 3.
 34. Phạm Hoàng Linh (2019), Phân tích tiềm năng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu, Đề tài KHCN cấp Đại học, Đại học Thái Nguyên, Mã số: ĐH2017-TN08-07.
 35. 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.
 36. Ngô Thị Tuyết Mai (2007), Nâng cao khả năng cạnh tranh hàng nông sản của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Trường đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
 37. Phạm Nguyên Minh (2019), Nghiên cứu đề xuất giải pháp phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Đề tài KHCN cấp bộ, Bộ Công Thương.
 38. 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.
 39. 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, Đại học Thái Nguyên.
 40. Ngô Thị Mỹ, Phạm Minh Đạt và Đinh Sao Linh (2021), trong nghiên cứu Tác động từ hiệp định thương mại tự do giữa liên minh châu Âu và Việt Nam (EVFTA) đến xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 157, tháng 9/2021.
 41. Mutrap (2010), Đánh giá tác động của các hiệp định thương mại tự do đối với kinh tế Việt Nam

42. Mutrap (2011), Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU: Dự báo tác động tới nền kinh tế Việt Nam
43. Mutrap (2011), Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu: Đánh giá tác động định lượng và định tính
44. Mutrap (2014), Đánh giá tác động dài hạn của Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và EU.
45. Đỗ Thị Hoà Nhã và Ma Thị Huyền Nga (2016), Khai thác các lợi thế của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vào thị trường EU.
46. Đỗ Thị Hoà Nhã (2017), Các yếu tố tác động đến nông sản xuất khẩu vào thị trường EU – Cách tiếp cận từ mô hình trọng lực, đề tài nghiên cứu khoa học cấp Đại học, Đại học Thái Nguyên, Thái Nguyên
47. Đỗ Thị Hoà Nhã, Nguyễn Thị Bích Liên và Đồng Văn Tuấn (2018), Đẩy mạnh xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào thị trường EU, Tạp chí Công Thương, số 11, tháng 8/2018.
48. Đỗ Thị Hoà Nhã, Nguyễn Thị Oanh, Ngô Hoài Thu (2019), Phân tích tình hình xuất khẩu các nhóm hàng hoá của Việt Nam sang thị trường EU, Tạp chí Khoa học và công nghệ Đại học Thái Nguyên.
49. Nguyễn Văn Ngọc (2012), Từ điển Kinh tế học, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
50. An Thị Thanh Nhân và các cộng sự (2018), Giáo trình Logistics kinh doanh, NXB Thống kê.
51. An Thị Thanh Nhân (2021), Giáo trình Quản trị chuỗi cung ứng, NXB Thống kê.
52. Lê Thị Việt Nga, Phạm Minh Đạt (2019), Thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản của Việt Nam dưới tác động cách mạng công nghiệp 4.0, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 126.
53. Lê Thị Việt Nga, Doãn Nguyên Minh và Bùi Thị Thu (2021), Tác động của các biện pháp kỹ thuật và vệ sinh dịch tễ đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường EU, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 153, tháng 5/2021.
54. Trần Thị Thu Nguyệt (2020), Thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh thực hiện Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU.
55. Phạm Nguyên Minh (2019), Nghiên cứu đề xuất giải pháp phát triển xuất khẩu bền vững mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Liên minh Châu Âu đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Đề tài khoa học công nghệ cấp Bộ, Cơ quan chủ trì: Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương.
56. Nguyễn Đức Thành và ctg (2021), Báo cáo đánh giá một năm thực hiện EVFTA: tác động đến kinh tế Việt Nam và sự thay đổi chính sách.
57. 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 ở Việt Nam, Đề tài cấp nhà nước, mã số: KX.01.16/06-10, Chương trình Khoa học và Công nghệ trọng điểm cấp nhà nước KX.01/06-10 “Những vấn đề cơ bản của phát triển kinh tế Việt Nam đến năm 2020”, Cơ quan chủ trì: Viện Nghiên cứu Thương mại.

58. Nguyễn Thông Thái và An Thị Thanh Nhân (2011), Giáo trình Quản trị logistics kinh doanh, NXB Thống kê
59. Nguyễn Bích Thủy (2020), Tác động của rào cản phi thuế quan đối với xuất khẩu hàng hoá 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.
60. Bùi Quý Thuần (2020), Lý thuyết và phương pháp đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do đến thương mại, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 3, tháng 01/2020.
61. Vũ Anh Tuấn (2020), Vượt rào cản kỹ thuật để xuất khẩu trái cây Việt Nam sang EU trong bối cảnh EVFTA, 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.
62. Đào Ngọc Tiến (2010), Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam trong xu thế tự do hoá thương mại, Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Ngoại thương.
63. Phan Thu Trang (2020a), Kiểm soát rủi ro trong xuất khẩu nông sản của các doanh nghiệp Việt Nam, Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Thương mại.
64. Phan Thu Trang (2020b), Mô hình phân tích về ảnh hưởng của FTA thế hệ mới Việt Nam – EU, 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.
65. Trần Thị Trang và Đỗ Thị Mai Thanh (2019), Những tác động nổi bật của FTA thế hệ mới đối với tăng trưởng kinh tế Việt Nam, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Kinh tế Việt Nam năm 2018 và triển vọng năm 2019: Hướng tới chính sách tài khoá bền vững và hỗ trợ tăng trưởng” năm 2019.
66. Nguyễn Thu Quỳnh (2013), Phát triển chiến lược thị trường xuất khẩu nông sản của các doanh nghiệp Việt Nam, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Đại học Thương Mại Hà Nội.
67. Nguyễn Ngọc Quỳnh (2020), Tác động của Hiệp định thương mại tự do EVFTA đến vấn đề việc làm và năng suất lao động ở 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.
68. Nguyễn Quyết (2021), Tác động của đại dịch Covid – 19 đến kim ngạch xuất khẩu gạo tại Việt Nam, Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng, số 235, tháng 12-2021.
69. Trần Nho Quyết, Guang Ji Tong và Nguyễn Thị Thanh Hiền (2022), Lợi thế thương mại xuất khẩu cà phê Việt Nam sang EU, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp, số 2, tháng 3-2022.
70. Hà Văn Sự (2016), Tăng cường năng lực và hiệu quả tham gia chuỗi giá trị toàn cầu cho hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam, Hội thảo khoa học quốc gia Phát triển Thương mại Việt Nam giai đoạn 2016 -2025, Viện Nghiên cứu Thương mại.
71. Nguyễn Minh Sơn (2010), Các giải pháp kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, Luận

án Tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

72. Đinh Văn Sơn (2019), Nghiên cứu chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu của các tỉnh khu vực Tây Bắc, NXB Thống kê.
73. Đinh Văn Sơn (2021), Phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại, Đề tài khoa học và công nghệ cấp Nhà nước, Mã số: 02/20-ĐTĐL.XH-XNT.

B. Tài liệu Tiếng Anh

74. Atici C., Armagan G., Cinar G. (2011), Does Turkey's Integration into European Union boost its agriculture exports?, *Agribusiness* 27(3), pp. 280-291.
75. Bitan Mondal, B. M., Smita Sirohi, S. S., & Vishal Thorat, V. T. (2012). Impact of ASEAN-India Free Trade Agreement on Indian Dairy Trade: A Quantitative Approach. MPRA Paper No. 40790.
76. Walter Goode (2003), *Dictionary of Trade Policy Terms*, Cambridge University Press, 4th edition
77. Roger và cộng sự (2006), The influence of internal and external firm factors on international product adaptation strategy and export performance: A three-country comparison.
78. Lehman và cộng sự (2007) The impact of a custom union between Turkey and the EU on Turkey's Export to the EU
79. Stefano Inama và các cộng sự (2011), Đánh giá tác động của quy tắc xuất xứ trong các hiệp định thương mại tự do của Việt Nam.
80. P. A. T. Truong and L. T. Nguyen (2021). Using the Gravity model to evaluate determinants of Vietnam's imports, *Vietnam trade and industry review*, 6, 124-129.
81. D. T. Nguyen (2011). Impacts of ASEAN - South Korea free trade agreement on Vietnam trade, *VNU Journal of Science: Economics and Business*, 27, 19-231
82. D. T. Tran, V. T. Bui, N. M. Vu, T. S. Pham, H. M. Truong, T. T. Dang, and T. V. Trinh (2021). Impact of EVFTA on Trade flows of fruits between Vietnam and the EU, *Journal of Asian Finance, Economics and Business* , 8(5), 607-616 .

PHỤ LỤC

PL1. Số trang trại phân theo lĩnh vực hoạt động và theo năm

Loại trang trại Năm	Trang trại trồng trọt	Trang trại chăn nuôi	Trang trại nuôi trồng thủy sản	Trang trại khác (*)
2015	31.23%	51.27%	14.21%	3.29%
2019	26.06%	62.85%	7.20%	3.88%
2020	27.91%	58.12%	11.45%	2.51%
2021	27,40%	57,83%	11,83%	2.94%

Nguồn: Tổng cục Thống kê

PL2. Diện tích các loại cây trồng phân theo nhóm cây

Đơn vị tính: Nghìn ha

Năm	Tổng số	Diện tích gieo trồng cây hàng năm			Diện tích hiện có cây lâu năm		
		Cây hàng năm	Trong đó		Cây lâu năm	Trong đó	
			Cây lương thực có hạt	Cây CN hàng năm		Cây CN lâu năm	Cây ăn quả
2010	14.061,1	11.214,3	8.615,9	797,8	2.846,8	2.010,5	779,7
2015	14.945,3	11.700,0	9.008,8	676,8	3.245,3	2.154,5	824,4
2019	14.703,2	11.156,8	8.458,7	516,0	3.546,4	2.188,4	1.067,2
2020	14.487,4	10.871,1	8.222,6	457,8	3.616,3	2.185,8	1.135,2
2021 (sơ bộ)	14.441,7	10.756,9	8.142,8	425,9	3.684,8	2.208,3	1.171,5

Nguồn: Tổng cục Thống kê

PL3. Sản lượng một số cây lâu năm chia theo loại cây và Năm*Đơn vị tính: Nghìn tấn;*

Năm Loại cây	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (sơ bộ)
Cây ăn quả:	..	..	..	..	..	..	-
Chuối	1.981,00			2.095,60	2.194,20	2.267,50	2.346,50
Xoài	702,90	728,10	745,50	791,80	839,00	894,80	999,60
Cam, quýt	727,40	806,90	957,90	1.075,00	1.220,00	1.371,60	1.784,70
Nhãn	513,00	503,00	499,30	543,70	528,00	568,20	607,30
Vải, chôm chôm	715,10	648,40	562,90	731,80	617,80	636,60	679,00
Bưởi	471,90			653,70	818,90	932,00	1.034,70
Cây công nghiệp lâu năm:	..	..	..	..	..	..	-
Điều	348,50	305,30	215,80	266,30	283,3	348,50	399,30
Cao su (Mủ khô)	1.013,30	1.035,30	1.094,50	1.138,30	1.185,20	1.226,10	1.271,90
Cà phê (Nhân)	1.473,40	1.460,80	1.577,20	1.616,30	1.684,00	1.763,50	1.845,00
Chè (Búp tươi)	967,80	1.033,60	972,00	993,80	1.017,60	1.065,00	1.073,00
Hồ tiêu	202,20	216,40	252,60	264,40	264,90	270,20	288,20

Nguồn: Tổng cục Thống kê

PL4. Tổng KNXK của Việt Nam sang EU và KNXK cà phê, gạo, rau quả giai đoạn trước và sau khi EVFTA có hiệu lực

Đơn vị: USD

Năm	2016	2017	2018	2019	tháng 1 - 7 năm 2020	tháng 8/2020- tháng 12/2020	tháng 8/2020 - tháng 7/2021	tháng 8/2021 - tháng 7/2022
Số tuyệt đối (USD)								
Tổng KNXK	29,104,110,3 62	32,906,494,2 04	36,206,708,4 38	35,779,937,2 04	19,520,058,6 95	15,628,131,8 49	38,478,369,2 34	45,074,432,0 62
Gạo	8,006,205	3,928,614	72,672,388	10,887,743	7,643,820	5,182,099	14,348,783	20,914,393
Cà phê	1,321,750,37 4	1,286,350,49 4	1,222,768,71 9	1,086,227,18 3	675,868,234	306,857,149	912,541,055	1,396,011,72 5
Rau quả	29,883,992	99,942,075	83,399,555	138,408,299	82,534,143	63,920,989	152,298,133	160,882,936
Tỷ trọng (%)								
Gạo	0.03%	0.01%	0.20%	0.03%	0.04%	0.03%	0.04%	0.05%
Cà phê	4.54%	3.91%	3.38%	3.04%	3.46%	1.96%	2.37%	3.10%
Rau quả	0.10%	0.30%	0.23%	0.39%	0.42%	0.41%	0.40%	0.36%

PL5. Cam kết cắt giảm thuế quan của EU đối với mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam tại EVFTA

- Xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực đối với 17 dòng thuế rau quả và chế phẩm rau quả (tương đương 5,94%); xóa bỏ tất cả các dòng thuế thuộc nhóm sản phẩm này trong vòng từ 6-8 năm; không duy trì bất kỳ biện pháp hạn ngạch nào với nhóm sản phẩm này. 6 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu rau quả sang EU đạt 63,8 triệu USD tăng 12,5% so với cùng kỳ năm 2020.

- Các mặt hàng chủ lực khác của Việt Nam như cà phê, hạt tiêu, hạt điều đều có thuế suất 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Cà phê xuất khẩu sang EU sẽ có 93% dòng thuế về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực [Bộ công thương, 2020]. Cà phê xuất khẩu sang EU trước khi EVFTA có hiệu lực phải chịu thuế 7,5-11,5%, nhưng đã đạt 1,09 tỷ USD năm 2019 (chiếm 37,9% giá trị xuất khẩu cà phê Việt Nam). Ngay sau khi EVFTA có hiệu lực, thuế nhập khẩu cà phê từ Việt Nam vào EU sẽ được xóa bỏ hoàn toàn. Đây là cơ hội lớn để Việt Nam tăng sức cạnh tranh, đẩy mạnh xuất khẩu cà phê vào thị trường rất quan trọng này.

- Đối với mặt hàng gạo, EU sẽ giành cho Việt Nam hạn ngạch 80.000 tấn gạo (thuế 0%) đối với gạo xay xát và gạo thơm, đồng thời xóa bỏ thuế đối với gạo tấm trong 5 năm. Năm 2019, Việt Nam chỉ xuất khẩu được sang EU với giá trị khiêm tốn là 10,7 triệu USD, bởi thuế suất mà EU đang áp lên gạo nhập khẩu từ Việt Nam khá cao, cụ thể là thuế tuyệt đối 175 EUR/tấn với gạo xay xát, 65 EUR/tấn với gạo tấm, 211 EUR/tấn với lúa. 6 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu gạo đạt 5,2 triệu USD tăng 3,73% so với cùng kỳ năm 2020. Các sản phẩm từ gạo được áp dụng bỏ thuế trong vòng 7 năm.

Nhìn chung, EU duy trì hạn ngạch thuế quan đối với một số mặt hàng, chủ yếu là hàng nông nghiệp vì chính sách bảo hộ đối với ngành sản xuất nội địa. Thủ tục cấp hạn ngạch tại EU được xác định riêng, chia thành 2 nhóm là mặt hàng gạo và các mặt hàng còn lại. Mặt hàng gạo được tách hạn ngạch thành các dòng khác nhau với quy định lần đầu tiên xuất hiện đối với gạo thơm cần có chứng nhận chủng loại gạo. Đáp ứng được yêu cầu này, các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng được tối đa mức hạn ngạch của EU, đem lại lợi thế để đạt được kim ngạch xuất khẩu cao trong EVFTA.

PL6. Phiếu khảo sát doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản**Câu 1:** Anh/chị vui lòng cho biết một số thông tin về doanh nghiệp

Tên doanh nghiệp:.....

Địa chỉ:.....

Năm thành lập doanh nghiệp:.....

Câu 2: Loại hình doanh nghiệp?☐ DN nhà nước☐ DN có vốn đầu tư nước ngoài☐ DN cổ phần☐ DN liên doanh☐ DN tư nhân☐ Loại hình khác**Câu 3:** Tổng số lao động trong doanh nghiệp?người**Câu 4:** Anh/chị cho biết doanh thu năm trước của DN nằm trong khoảng nào sau đây?☐ < 5 tỷ đồng☐ 31-50 tỷ đồng☐ 5-10 tỷ đồng☐ 51-100 tỷ đồng☐ 11-30 tỷ đồng☐ > 100 tỷ đồng**Câu 5:** Sản phẩm mà doanh nghiệp anh/chị thu mua và chế biến là gì?☐ Cà phê☐ Gạo☐ Rau quả☐ Chè☐ Hạt điều☐ Khác**Câu 6:** Khả năng đáp ứng các yêu cầu về nông sản xuất khẩu trong quá trình chế biến của doanh nghiệp (*1 = Không thể đáp ứng; 2 = Đáp ứng hạn chế; 3 = Đáp ứng; 4 = Đáp ứng tốt; 5 = Đáp ứng rất tốt*)

TT	Tiêu chí	Mức độ đánh giá				
		1	2	3	4	5
1	Tiêu chuẩn chất lượng nông sản xuất khẩu					
2	Truy xuất nguồn gốc xuất xứ					
3	Yêu cầu về mẫu mã, bao bì					
4	Điều kiện bảo quản nông sản xuất khẩu					
5	Đảm bảo yêu cầu môi trường trong quá trình chế biến					

Câu 7: Sự quan tâm của doanh nghiệp anh/chị đối với hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU☐ Không, lần đầu nghe nói☐ Có nghe nhưng chưa tìm hiểu gì☐ Đã tìm hiểu một số thông tin☐ Đã tìm hiểu tương đối kỹ**Câu 8:** Anh/chị đánh giá như thế nào về mức độ tác động của các biện pháp kỹ thuật và các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch động thực vật của thị trường xuất khẩu đến

hoạt động thu mua, chế biến của doanh nghiệp mình theo các tiêu chí sau? (1 = ít tác động nhất; 5 = tác động nhiều nhất)

TT	Các tiêu chí	Mức độ đánh giá				
		1	2	3	4	5
1	Hoạt động thương mại chung của DN					
2	Sản lượng thu mua					
3	Giá nguyên liệu đầu vào					
4	Chi phí thương mại					
5	Chi phí thông tin					
6	Chi phí đánh giá sự phù hợp (liên quan đến chứng nhận, kiểm tra)					
7	Chất lượng sản phẩm					
8	Phương thức/ quy trình kinh doanh					
9	Nhận thức của doanh nghiệp					

Câu 9: Đánh giá mức độ hiệu quả của chính sách nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp thu mua và chế biến nông sản

TT	Đề xuất hỗ trợ	Hiệu quả	Bất cập, chậm triển khai
1	Chính sách hỗ trợ hoạt động đầu tư, sản xuất		
2	Chính sách tín dụng đầu tư, hỗ trợ vay vốn		
3	Chính sách thuế thu nhập doanh nghiệp		
4	Chính sách tiếp cận đất đai		
5	Chính sách hỗ trợ đầu tư khoa học và công nghệ		
6	Chính sách đào tạo, huấn luyện cho các doanh nghiệp		

Câu 10: Trong những hỗ trợ sau đây, doanh nghiệp anh/chị cần hỗ trợ nội dung nào để nâng cao hoạt động thu mua và chế biến nông sản

TT	Đề xuất hỗ trợ	Đồng ý	Không đồng ý
1	Tăng cường đào tạo và huấn luyện các chương trình tập huấn, nâng cao năng lực sản xuất		
2	Hỗ trợ cung cấp thông tin về thị trường		
3	Hỗ trợ thuế thu nhập doanh nghiệp		
4	Hỗ trợ vay vốn với lãi suất ưu đãi		

PL7. Phiếu khảo sát doanh nghiệp xuất khẩu nông sản**Câu 1:** Anh/chị vui lòng cho biết một số thông tin về doanh nghiệp

Tên doanh nghiệp:.....

Địa chỉ:.....

Năm thành lập doanh nghiệp:.....

Câu 2: Loại hình doanh nghiệp?☐ DN nhà nước☐ DN có vốn đầu tư nước ngoài☐ DN cổ phần☐ DN liên doanh☐ DN tư nhân☐ Loại hình khác**Câu 3:** Tổng số lao động trong doanh nghiệp?người**Câu 4:** Anh/chị cho biết doanh thu năm trước của DN nằm trong khoảng nào sau đây?☐ < 5 tỷ đồng☐ 31-50 tỷ đồng☐ 5-10 tỷ đồng☐ 51-100 tỷ đồng☐ 11-30 tỷ đồng☐ > 100 tỷ đồng**Câu 5:** Sản phẩm mà doanh nghiệp anh/chị xuất khẩu là gì?☐ Cà phê☐ Gạo☐ Rau quả☐ Chè☐ Hạt điều☐ Khác**Câu 6:** Hiện nay, doanh nghiệp của anh/chị xuất khẩu sang những thị trường nào?☐ Mỹ☐ Nhật Bản☐ EU☐ Hàn Quốc☐ Trung Quốc☐ Thị trường khác**Câu 7:** Sự quan tâm của doanh nghiệp anh/chị đối với hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU☐ Không, lần đầu nghe nói☐ Có nghe nhưng chưa tìm hiểu gì☐ Đã tìm hiểu một số thông tin☐ Đã tìm hiểu tương đối kỹ**Câu 8:** Những khó khăn của doanh nghiệp anh/chị khi thực thi hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU☐ Thiếu thông tin về cam kết và cách thực hiện☐ Năng lực cạnh tranh thấp so với đối thủ☐ Quy tắc xuất xứ quá khó☐ Cam kết bất lợi☐ Bất cập trong tổ chức thực thi của cơ quan nhà nước

Câu 9: Đánh giá của anh/ chị về mức độ nhận thức của doanh nghiệp với các biện pháp bảo hộ tại thị trường EU

(1 = không biết; 2 = mơ hồ; 3 = biết nhưng chưa đáp ứng; 4 = biết nhưng đáp ứng hạn chế; 5 = hiểu và có thể chủ động đáp ứng tốt)

TT	Các hàng rào bảo hộ	Mức độ đánh giá				
		1	2	3	4	5
1	Thuế quan					
2	Hàng rào kỹ thuật					
3	Vệ sinh dịch tễ					
4	Chống bán phá giá					
5	Chống trợ cấp					
6	Tự vệ thương mại					
7	Hạn chế số lượng					

Câu 10: Đánh giá của anh/chị về tác động của các rào cản thương mại của thị trường EU đến hoạt động xuất khẩu nông sản của doanh nghiệp

(1 = ít tác động nhất; 5 = tác động nhiều nhất)

TT	Các hàng rào bảo hộ	Mức độ đánh giá				
		1	2	3	4	5
1	Thuế quan					
2	Hàng rào kỹ thuật					
3	Vệ sinh dịch tễ					
4	Chống bán phá giá					
5	Chống trợ cấp					
6	Tự vệ thương mại					
7	Hạn chế số lượng					

Câu 11: Đánh giá của anh/chị về mức độ tác động của thuế quan và các biện pháp phi thuế quan đến các hoạt động cụ thể của doanh nghiệp

(1 = ít tác động nhất; 5 = tác động nhiều nhất)

TT	Các hàng rào bảo hộ	Mức độ đánh giá				
		1	2	3	4	5
1	Thuế quan					
	- Hoạt động xuất khẩu chung của DN					
	- Giá trị xuất khẩu					
	- Kim ngạch xuất khẩu					
	- Chi phí thông tin					

	- Chi phí đánh giá sự phù hợp (liên quan đến chứng nhận, kiểm tra)					
	- Chất lượng sản phẩm					
	- Phương thức/ quy trình kinh doanh					
	- Nhận thức của doanh nghiệp					
2	Các biện pháp phi thuế quan					
	- Hoạt động xuất khẩu chung của DN					
	- Giá trị xuất khẩu					
	- Kim ngạch xuất khẩu					
	- Chi phí thông tin					
	- Chi phí đánh giá sự phù hợp (liên quan đến chứng nhận, kiểm tra)					
	- Chất lượng sản phẩm					
	- Phương thức/ quy trình kinh doanh					
	- Nhận thức của doanh nghiệp					

Câu 12: Mức độ đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật trong xuất khẩu nông sản

TT	Đề xuất hỗ trợ	Chưa đáp ứng	Đã đáp ứng
1	Tiêu chuẩn bao bì		
2	Dư lượng bảo vệ thực vật		
3	Dư lượng hoá chất		
4	Truy xuất nguồn gốc		
5	Quy định kiểm dịch		

Câu 13: Đánh giá mức độ hiệu quả của chính sách nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu nông sản

TT	Đề xuất hỗ trợ	Hiệu quả	Bất cập, chậm triển khai
1	Chính sách hỗ trợ hoạt động đầu tư, sản xuất		
2	Chính sách tín dụng đầu tư, hỗ trợ vay vốn		
3	Chính sách thuế thu nhập doanh nghiệp		
4	Chính sách thuế xuất khẩu cho hoạt động xuất khẩu		
5	Chính sách xúc tiến thương mại		
6	Chính sách đào tạo, huấn luyện cho các doanh nghiệp		

Câu 14: Trong những hỗ trợ sau đây, doanh nghiệp anh/chị cần hỗ trợ nội dung nào để nâng cao hoạt động xuất khẩu

TT	Đề xuất hỗ trợ	Đồng ý	Không đồng ý
1	Tăng cường đào tạo và huấn luyện các chương trình tập huấn, nâng cao năng lực xuất khẩu		
2	Hỗ trợ cung cấp thông tin về thị trường xuất khẩu		
3	Hỗ trợ thuế xuất khẩu cho hoạt động xuất khẩu		
4	Hỗ trợ thuế thu nhập doanh nghiệp		
5	Hỗ trợ vay vốn với lãi suất ưu đãi		

PL8. Danh sách các doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản tham gia khảo sát

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ
1.	Công ty TNHH thương mại xuất nhập khẩu Sao Khuê	Số 135/17/63 Đường Nguyễn Hữu Cánh, P. 22, Q. Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh
2.	Công ty TNHH sản xuất kinh doanh Thịnh Phát	136/22 Đường TCH10, Tổ 5, Khu Phố 9, Phường Tân Chánh Hiệp, Quận 12, TP. Hồ Chí Minh
3.	Công ty TNHH SX TM DV xuất nhập khẩu Nguyên Vy	Đường Số 3, Cụm Công Nghiệp Liên Hưng, Ấp Bình Tiên 2, X. Đức Hòa Hạ, H. Đức Hoà, Long An
4.	Công ty TNHH TMDV Liên Trục	Đường 37, Thôn Quảng Thành, Xã Nghĩa Thành, Huyện Châu Đức, Bà Rịa – Vũng Tàu
5.	Công ty TNHH SUNRISE INS	Số 54 Galleria Villa, 18A Nguyễn Hữu Thọ, Phước Kiển, Nhà Bè, TP. Hồ Chí Minh
6.	Công ty TNHH New Century Vision	383/8/10 Lê Đức Thọ, P. 17, Q. Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh
7.	Công ty cổ phần thực phẩm quốc tế C&C	Đường TS7, KCN Tiên Sơn, P. Tương Giang, TP. Từ Sơn, Bắc Ninh
8.	Công ty TNHH thực phẩm sạch Trần Hùng	Đại Độ, Võng La, Đông Anh, Hà Nội
9.	Công ty TNHH thương mại sản xuất Nguyễn Gia	KP. 5, P. Long Phước, TX. Phước Long, Bình Phước
10.	Công ty TNHH Bavina	Số 98 Ngô Thị Thu Minh, P. 2, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
11.	Công ty cổ phần công nghệ nông nghiệp hữu cơ Kim Hằng Lục Ngạn	Km Số 5, Quốc Lộ 31 Ngã Tư Thôn Trại I, Xã Phượng Sơn, Huyện Lục Ngạn, Bắc Giang
12.	Công ty TNHH chế biến và thương mại A.V	Tổ 6, Phường Nghĩa Thành, TX. Gia Nghĩa, Đắk Nông
13.	Công ty TNHH MTV Nông Lâm Sản Thành Nam	168/42 DX006, KP8, P. Phú Mỹ, Thủ Dầu Một, Bình Dương
14.	Công ty TNHH FAS Việt Nam	Số 18 Ngõ 152, tổ 26 phố Thúy Lĩnh, P. Lĩnh Nam, Q. Hoàng Mai, Hà Nội
15.	Công ty cổ phần Funny Group	Số 90 Ngõ 167 Tây Sơn, P. Trung Liệt, Q. Đống Đa, Hà Nội

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ
16.	Công ty TNHH MTV Cánh Đồng Xanh	Kiốt Số 2, Chợ Hàng Bông Phú Hòa, P. Phú Hòa, TP. Thủ Dầu Một, Bình Dương
17.	Công ty TNHH Thực Phẩm Ecofood Việt Nam	TDP. Quan Cù, P. Phan Đình Phùng, TX. Mỹ Hào, Hưng Yên
18.	Công ty TNHH chế biến nông sản Vạn Phát	Thôn 8, Huyện Đức Cơ, tỉnh Gia Lai
19.	Công ty TNHH ALoHome	Tầng 4 Tòa Nhà Chung Cư Plaza, 207 Lê Hồng Phong, Phường 8, Thành Phố Vũng Tàu, Bà Rịa – Vũng Tàu
20.	Công ty TNHH Nam Vạn Long	Số 29/15, Đường Số 2, KP. Đông, P. Vĩnh Phú, TP. Thuận An, Bình Dương
21.	Công ty cổ phần HDAGRIFOOD	Số 103C, Ngõ Chí Quốc, KP. 2, P. Bình Chiểu, Q. Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh
22.	Công ty cổ phần Tập Đoàn Hanfimex Việt Nam	Tầng 19, Tòa Nhà VTC Online, Số 18 Tam Trinh, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội
23.	Công ty TNHH Nam Vạn Long	Số 29/15, Đường Số 2, KP. Đông, P. Vĩnh Phú, TP. Thuận An, Bình Dương
24.	Công ty cổ phần Vilaconic	Vilaconic Hồ Chí Minh, G1-02.09, Toà Nhà Galaxy 9, Số 9, Nguyễn Khoái, P.1, Q. 4, TP. Hồ Chí Minh
25.	Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Trần Duy Hưng	25/3 Gia Yên Gia Tân 3, H. Thống Nhất, Đồng Nai
26.	Công ty TNHH Thái Thịnh	Thôn 8, Xã Đắc Ha, Huyện Đắc Glong, Tỉnh Đắc Nông
27.	Công ty cổ phần cuộc sống tốt lành	Lô 1G, Khu Nông Nghiệp Công Nghệ Cao Tp. Hồ Chí Minh, Ấp 1, X. Phạm Văn Cội, H. Củ Chi, TP. Hồ Chí Minh
28.	Công ty TNHH Agricare Việt Nam	Tòa Nhà Lilama 10, Đường Tố Hữu, P. Trung Văn, Q. Nam Từ Liêm, Hà Nội
29.	Công ty cổ phần Tập Đoàn Visimex	Tòa nhà NIC GROUP, Số 108 Lò Đúc, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội
30.	Công ty TNHH Nông Sản Hải Vinh	Số 5, Đường 33M, Xã Điện Thắng Trung, TX. Điện Bàn, Quảng Nam
31.	Công ty cổ phần Gentraco	Số 121, Nguyễn Thái Học, P. Thốt Nốt, H. Thốt Nốt, Cần Thơ

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ
32.	Công ty TNHH thương mại dịch vụ chế biến nông sản Thành Phát	Số 27D Dương Công Khi, X. Xuân Thới Sơn, H. Hóc Môn, TP. Hồ Chí Minh
33.	Tổng công ty lương thực miền Bắc	Số 6, Ngô Quyền, P. Lý Thái Tổ, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội
34.	Công ty TNHH Thanh An	Tòa Nhà Plaschem, 562 Nguyễn Văn Cừ, P. Gia Thụy, Q. Long Biên, Hà Nội
35.	Công ty cổ phần Vinamit	Số 81/3, KP 1, P. Tân Định, TX. Bến Cát, Bình Dương
36.	Công ty TNHH Sao Việt Tuyên Quang	Thôn Ao Xanh, X. Đức Ninh, H. Hàm Yên, Tuyên Quang
37.	Công ty cổ phần Vilaconic	Xóm 2, X. Nghi Phú, TP. Vinh, Nghệ An
38.	Công ty TNHH Sản Xuất & Thương Mại Nông Sản Cao Vũ	Số 48 Đường Hàm Nghi, TT. Liên Nghĩa, H. Đức Trọng, Lâm Đồng
39.	Công ty TNHH Thảo Nguyên	Khu Phố Thị Vải, P. Mỹ Xuân, TX. Phú Mỹ, Bà Rịa – Vũng Tàu
40.	Công ty TNHH MTV XNK nông lâm hải sản	176 Hai Bà Trưng, P. Đa Kao, Q. 1, TP. Hồ Chí Minh
41.	Công ty cổ phần Đại Hữu	Tầng 22, LICOI13 TOWER, Số 164 Khuất Duy Tiến, P. Nhân Chính, Q. Thanh Xuân, Hà Nội
42.	Tổng công ty thương mại Quảng Trị	Số 1, Phan Bội Châu, Tp. Đông Hà, Quảng Trị
43.	Công ty TNHH Thế Giới Dinh Dưỡng	Số 20 Hồ Thị Hương, Khu C, ấp Xuân Thiện, X. Xuân Thiện, H. Thống Nhất, Đồng Nai
44.	Công ty cổ phần Chế Biến Thực Phẩm Đà Lạt Tự Nhiên	Thôn Phú Trung, Xã Phú Hội, H. Đức Trọng, Lâm Đồng
45.	Công ty TNHH MTV XNK Nông Lâm Hải Sản	176 Hai Bà Trưng, P. Đa Kao, Q. 1, TP. Hồ Chí Minh
46.	Công ty cổ phần chế biến nông sản Minh Anh	Xóm 2, X. Nghi Phú, TP. Vinh, Nghệ An
47.	Công ty cổ phần thương mại Thành Thành Công	Số 7, Đại Lộ Độc Lập, Lô D, KCN Sóng Thần 1, TP. Dĩ An, Bình Dương

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ
48.	Công ty TNHH MTV thực phẩm Tấn Tài	1517 Phạm Thế Hiển, P. 6, Q. 8, TP. Hồ Chí Minh
49.	Công ty cổ phần rau quả thực phẩm An Giang	155/9 Đinh Bộ Lĩnh, P. 26, Q. Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh
50.	Công ty cổ phần xuất nhập khẩu Vnplus	Số 53, Liền kề 6B, Làng Việt Kiều Châu Âu, KĐT Mỗ Lao, Phường Mộ Lao, Quận Hà Đông, Hà Nội
51.	Công ty cổ phần chế biến nông sản BHL Sơn La	Khu công nghiệp Mai Sơn, xã Mường Bằng, huyện Mai Sơn, Sơn La
52.	Công ty cổ phần chế biến nông sản Long Biên	11 Phố Tư Đình, quận Long Biên, Hà Nội
53.	Công ty TNHH chế biến nông sản Minh Ngọc Anh	11 Ngõ 169, phố Ngũ Nhạc, Lĩnh Nam, Hoàng Mai, Hà Nội
54.	Công ty cổ phần thương mại và chế biến nông sản Nam Bắc	Phú Thị, Gia Lâm, Hà Nội
55.	Công ty TNHH thương mại xuất nhập khẩu và chế biến nông sản Vũ Nông	155 Trung Văn, Nam Từ Liêm, Hà Nội
56.	Công ty TNHH chế biến nông sản Long Phát	Thông Thượng Thụy, Đức Thượng, Hoài Đức, Hà Nội

PL9. Danh sách các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản tham gia khảo sát

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ
1	Công ty TNHH FAS Việt Nam	Số 18 Ngõ 152, tổ 26 phố Thúy Lĩnh, P. Lĩnh Nam, Q. Hoàng Mai, Hà Nội.
2	Công ty TNHH Galaxy Agro	Số 14/16, Đường 990, Khu Phố 4, Phường Phú Hữu, Quận 9, Tp. Hồ Chí Minh.
3	Công ty TNHH thương mại Gạo Hoa Lúa	84 Sương Nguyệt Ánh, P. Bến Thành, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh.
4	Công ty cổ phần Vilaconic	Vilaconic Hồ Chí Minh, G1-02.09, Tòa Nhà Galaxy 9, Số 9, Nguyễn Khoái, P.1, Q. 4, Tp. Hồ Chí Minh.
5	Công ty cổ phần Tập Đoàn Intimex	61 Nguyễn Văn Giai, P. Đa Kao, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh.
6	Công ty cổ phần Tập Đoàn Visimex	Tòa nhà NIC GROUP, Số 108 Lò Đúc, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội.
7	Công ty cổ phần thực phẩm G.C	Lô V-2E, Đường Số 11, KCN Hồ Nai, X. Hồ Nai 3, H. Trảng Bom, Đồng Nai.
8	Công ty TNHH Thảo Nguyên	Khu Phố Thị Vải, P. Mỹ Xuân, TX. Phú Mỹ, Bà Rịa-Vũng Tàu.
9	Công ty cổ phần XNK Hạt Điều Và Hàng Nông Sản Thực Phẩm Thành Phố Hồ Chí Minh	458B Nguyễn Tất Thành, P. 18, Q. 4, Tp. Hồ Chí Minh.
10	Công ty cổ phần Mascopex	38B Nguyễn Biểu, P. Vĩnh Hải, TP. Nha Trang, Khánh Hòa.
11	Công ty cổ phần Tập Đoàn Hanfimec Việt Nam	Tầng 19, Tòa Nhà VTC Online, Số 18 Tam Trinh, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội.
12	Công ty cổ phần sản xuất Thương mại xuất nhập khẩu Sơn Thành	292 Lê Quý Đôn, P. Tân Thiện, TX. Đồng Xoài, Bình Phước.
13	Công ty TNHH xuất nhập khẩu Bigitexco	Tầng 1, Tòa Nhà Packsimex, 52 Đông Du, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh.
14	Công ty TNHH XNK Nhà Nông	Số 135 Tân Bình, Tân Phú, Châu Thành, Đồng Tháp.

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ
15	Công ty TNHH Nam Vạn Long	Số 29/15 Khu Phố Đông, Phường Vĩnh Phú, Thị Xã Thuận An, Bình Dương.
16	Công ty TNHH MTV nông sản DK	228 ấp Phước Hưng 2, X. Phước Lâm, H. Cần Giuộc, Long An
17	Công ty TNHH MTV nông sản Hòa Dương	382/15 Phan Văn Trị, P. 5, Q. Gò Vấp, Tp. Hồ Chí Minh.
18	Công ty cổ phần xuất nhập khẩu Imtex Việt Nam	Tầng 9, Tòa Nhà Hoàng Sâm, Số 260 Phố Bà Triệu, P. Lê Đại Hành, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội.
19	Công ty TNHH xuất nhập khẩu King Kong	Tầng 10, Tòa nhà Pax Sky, 51 Nguyễn Cư Trinh, P. Nguyễn Cư Trinh, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh.
20	Công ty TNHH thương mại tổng hợp Nghệ An	Số nhà 34, Ngõ 36, Đường Kim Đồng, P. Hưng Bình, TP. Vinh, Nghệ An.
21	Công ty cổ phần NATYFOOD Việt Nam	140 Đường Nguyễn Văn Thủ, P. Đa Kao, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh.
22	Công ty TNHH xuất nhập khẩu Trần Duy Hưng	25/3 Gia Yên Gia Tân 3, H. Thống Nhất, Đồng Nai.
23	Công ty cổ phần xuất nhập khẩu Phúc Sinh	Số 61 Đường 41, P. 6, Q. 4, Tp. Hồ Chí Minh.
24	Công ty TNHH MTV Tường Luyến	KP. Phước Sơn, P. Phước Bình, TX. Phước Long, Bình Phước.
25	Công ty TNHH trái cây ngon Vina	20 Châu Thành, DãRu, huyện DãRLấp, Đăk Nông.
26	Công ty TNHH thương mại dịch vụ Tấn Hưng Thịnh Phát	64/1 Khu Phố Bình Phước A, P. Bình Chuẩn, TX. Thuận An, Bình Dương
27	Công ty cổ phần BSB Việt Nam	53/4 đường 40, KP8, P. Hiệp Bình Chánh, Q. Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh.
28	Công ty đầu tư và xuất nhập khẩu Hoàng Long	Tầng 4, 76 Yên Lãng, Trung Liệt, Đống Đa, Hà Nội.
29	Công ty TNHH sản xuất và thương mại Trường Xuân	Số nhà 136, Phố Trần Thái Tông, P. Bồ Xuyên, TP. Thái Bình, Thái Bình.
30	Công ty cổ phần xuất khẩu nông sản Thành Đạt	Số 120/3, Đường Trần Bình Trọng, P. 2, Q. 5, Tp. Hồ Chí Minh.

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ
31	Công ty TNHH Quốc Tế Vinapas Việt Nam	Tầng 5, Số 100 Vũ Trọng Phụng, Thanh Xuân, Hà Nội.
32	Công ty TNHH MTV thương mại xuất nhập khẩu Quang Anh Phát	Số 97 Thôn 8, X. Long Hà, H. Phú Riêng, Bình Phước.
33	Công ty TNHH MTV Kim Hạnh Việt	Số 18, Đường Số 3, P. Bình An, Q. 2, Tp. Hồ Chí Minh.
34	Công ty TNHH thương mại và xuất nhập khẩu Á Châu	83/37/14 Đường 27, P. 12, Q. Gò Vấp, Tp. Hồ Chí Minh.
35	Công ty TNHH Sala	Thôn Bom Bo, X. Bình Minh, H. Bù Đăng, Bình Phước.
36	Công ty Bazanland	133 Nguyễn Hồng Đào, P. 14, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh.
37	Công ty TNHH sản xuất thương mại xuất nhập khẩu BLV	122/8/1 Đường Số 11, KP. 9, P. Trường Thọ, Tp. Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh.
38	Công ty CP Á Châu Tài Nguyên	R.02.02E, Tòa Nhà PRIME, 37 Hoàng Văn Thụ, P. 15, Q. Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh.
39	Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Và Đầu Tư Thương Mại Vinawei	Số 52, Đường Văn Yên, P. Văn Quán, Q. Hà Đông, Hà Nội.
40	Công ty TNHH Thanh Việt Khang	Số 210, Đường Hoàng Văn Thụ, Tổ 40, Thị trấn Liên Nghĩa, Huyện Đức Trọng, Lâm Đồng.
41	Công ty TNHH thương mại dịch vụ Dũ Thành	91 Đường 75, Khu Định Cư Tân Quy Đông, P. Tân Phong, Q. 7, Tp. Hồ Chí Minh.
42	Công ty TNHH Golden Green Việt Nam	Số 12, Ngõ 114, Phố Yên Phụ, Q. Tây Hồ, Hà Nội.
43	Công ty cổ phần thương mại dịch vụ XNK Vigreen	Thôn 9, X. Nhân Cơ, H. Đắk Rlấp, Đắk Nông.
44	Công ty cổ phần nông nghiệp và thực phẩm Hà Nội - Kinh Bắc	Số 8, Lô TT03, KĐT Hải Đăng City, Ngõ 2, Đ. Hàm Nghi, P. Mỹ Đình 2, Q. Nam Từ Liêm, Hà Nội.
45	Công ty cổ phần Việt Bách	Lầu 2, Tòa Nhà Galaxy, 09 Đường Nguyễn Khoái, P. 1, Q. 4, Tp. Hồ Chí Minh.

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ
46	Công ty đầu tư và phát triển Oriental Sun	Tầng 11A, Tòa Nhà Deli Office, 70 Phạm Ngọc Thạch, Phường 6, Quận 3, Tp. Hồ Chí Minh.
47	Công ty TNHH TMDV xuất nhập khẩu đầu tư Số Một	Số 109 Tân Trang, P9, Quận Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
48	Công ty TNHH xuất nhập khẩu và đầu tư nông sản Việt Nam	7/104 Phương Liệt, Q. Thanh Xuân, Hà Nội.
49	Công ty TNHH 2 TV Thực Phẩm Nes	23 Nguyễn Thái Bình, P. 4, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
50	Công ty cổ phần xuất khẩu nông sản phía Nam	Thôn 6, Xã Nam Dong, Huyện Cư Jút, Đắk Nông.