

Xuất khẩu nông sản của Việt Nam: Thực trạng và những vấn đề đặt ra

Lê Thị Mai Hương *

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh

TỪ KHÓA

Nông sản,
Thực trạng,
Xuất khẩu,
Việt Nam.

TÓM TẮT

Bài viết dựa trên nguồn số liệu thứ cấp được thu thập từ các cơ quan ban ngành và sử dụng phương pháp phân tích, đánh giá nhằm đánh giá thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong những năm vừa qua. Kết quả nghiên cứu cho thấy quy mô giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam tăng kể từ năm 2015 trở lại đây, các mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam như rau, hoa, quả, hạt điều, gạo, cà phê, cao su đều có sự tăng trưởng đáng ghi nhận kể từ đầu năm 2022 trở lại đây khi nền kinh tế thế giới, khu vực và các quốc gia đã có sự hồi phục đáng kể kể từ khi đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả tích cực từ xuất khẩu hàng nông sản thì kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản vẫn còn chiếm tỷ trọng khá thấp trong tổng kim ngạch xuất khẩu của nước ta và hoạt động này vẫn còn phải đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức nhất định. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số kiến nghị góp phần gia tăng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong thời gian tới.

1. Đặt vấn đề

Việt Nam là quốc gia có nền nông nghiệp phát triển và đạt được mức tăng trưởng nhanh, ổn định trong hơn bốn thập kỷ qua. Cơ cấu chuyển dịch theo hướng hiệu quả hơn, đặc biệt từ khi Việt Nam chủ động hội nhập vào nền kinh tế thế giới với việc tham gia vào các tổ chức kinh tế lớn như WTO. Mặc dù bị ảnh hưởng của suy thoái kinh tế, và nhiều biến động khác của tình hình kinh tế vĩ mô trong ngoài nước, đặc biệt ngành nông nghiệp cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức của đại dịch Covid-19, nông nghiệp vẫn là ngành có kim ngạch xuất khẩu cao hơn nhập khẩu giai đoạn

2011-2022. Trong 10 mặt hàng đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD, bao gồm: gạo, cà phê, cao su, điều, tiêu, sắn, rau quả, tôm, cá tra, lâm sản thì chủ yếu vẫn là nông nghiệp cho thấy khi các ngành kinh tế khác còn đang chịu ảnh hưởng lớn của suy thoái kinh tế và tình hình đại dịch Covid-19 thì ngành nông nghiệp đã vượt qua nhiều khó khăn, đạt kết quả khá toàn diện, tăng trưởng ngành đạt tốc độ khá cao. Việt Nam trở thành một trong những quốc gia có sản lượng gạo xuất khẩu lớn nhất thế giới và một số mặt hàng nông sản cũng có lợi thế xuất khẩu. Tuy nhiên, trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế đang diễn ra với những biểu hiện mới về vai trò của thương mại quốc tế, nhất là việc

* Tác giả liên hệ. Email: huongltm@hcmute.edu.vn (Lê Thị Mai Hương)

<https://doi.org/10.61602/jdi.2024.75.01>

Ngày nhận: 11/12/2023; Ngày chỉnh sửa: 12/01/2024; Duyệt đăng: 19/01/2024

ISSN (print): 1859-428X, ISSN (online): 2815-6234

tham gia các FTA thế hệ mới với tiêu chuẩn cao và toàn diện như CPTPP và EVFTA không chỉ mang lại cơ hội mà còn kèm theo những rủi ro và thách thức, nhất là năng lực cạnh tranh để tác động tăng trưởng kinh tế, có thể rủi ro đối với doanh nghiệp trong nước; thách thức về hoàn thiện khuôn khổ pháp luật cũng như trong thực thi các cam kết trong những lĩnh vực mới chưa có trong các FTA trước đây, như lao động, công đoàn, môi trường. Quá trình này đã có tác động rất lớn đối với nền kinh tế thế giới và đặc biệt là tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại phát triển cả về chiều rộng lẫn chiều sâu cũng như đang đặt ra nhiều khó khăn và thách thức cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam, trong đó đáng chú ý là những biện pháp tận dụng những lợi thế vốn có của ngành, của quốc gia cũng như vượt qua những khó khăn, thách thức để nông sản xuất khẩu của Việt Nam ngày một gia tăng.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Dữ liệu nghiên cứu

Bài viết sử dụng nguồn dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các cơ quan ban ngành. Cụ thể, dữ liệu về giá trị kim ngạch xuất hàng nông sản và giá trị kim ngạch xuất khẩu của cả nước giai đoạn 2016-2022, một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam được thu thập từ Tổng Cục Thống kê; Dữ liệu về kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau, hoa, quả qua các thị trường năm 2022; Kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam giai đoạn 2013-2022; Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam qua các thị trường giai đoạn 2021-2022; Thị trường xuất khẩu nông sản của Việt Nam năm 2021-2022 được thu thập từ báo cáo hoạt động xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2022 của Bộ Công Thương.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để giải quyết các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra. Trên cơ sở phân tích và tổng hợp dữ liệu thứ cấp, tác giả đưa ra những nhận định và biện luận cho tính phù hợp của những nhận định này trong bối cảnh xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong thời gian vừa qua. Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng phương pháp thống kê mô tả nhằm đánh giá kết quả nghiên cứu và đưa ra những nhận định về thực trạng xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Đồng thời, thông qua tổng quan tài liệu và suy luận, bài viết phân tích những yêu cầu đặt ra và đề xuất một kiến nghị nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Quy mô kim ngạch xuất khẩu

Nông sản là một trong những mặt hàng xuất khẩu truyền thống và quan trọng trong các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam, góp phần vào tăng trưởng giá trị kim ngạch xuất khẩu chung của nước trong những năm vừa qua. Theo số liệu công bố của Tổng cục Thống kê được trình bày ở bảng 1 cho thấy giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam có sự gia tăng đáng kể kể từ năm 2015 cho đến nay. Năm 2015 giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản đạt 14.810,7 triệu USD, chiếm tỷ trọng 9,1% so với tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Đến hết năm 2022, giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản đạt 17.842,7 triệu USD, chiếm tỷ trọng 4,8% so với tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Nhìn chung tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam có xu hướng giảm kể từ năm 2015 trở đây, từ mức 9,1% giảm xuống còn 4,8% so với tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Nguyên nhân là do tình hình kinh tế vĩ mô toàn cầu gặp nhiều khó khăn và bất ổn, ảnh hưởng của tình hình đại dịch Covid-19, ảnh hưởng từ xung

Bảng 1. Giá trị kim ngạch xuất hàng nông sản và giá trị kim ngạch xuất khẩu của cả nước giai đoạn 2015-2022 (Đơn vị tính: triệu USD)

Năm	2015	2018	2019	2020	2021	2022
KNXX cả nước	162.016,7	243.696,8	264.267,2	282.628,9	336.166,8	371.304,2
KNXX hàng nông sản	14.810,7	17.484,6	16.593,6	16.027,7	18.311,0	17.842,7
Tỷ trọng (%)	9,1	7,2	6,3	5,7	5,4	4,8

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2015-2022

Bảng 2. Một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam
(Đơn vị tính: triệu USD)

Mặt hàng	2021	2022	Tăng/Giảm	Tỷ lệ tăng/giảm (%)
Hàng rau, hoa, quả	3.545,30	3.364,60	-180,70	-5,10
Hạt điều nhân	3.645,00	3.086,70	-558,30	-15,32
Cà phê	3.072,70	4.055,80	983,10	31,99
Gạo	3.287,60	3.454,80	167,20	5,09
Cao su	3.278,60	3.315,90	37,30	1,14
Hạt tiêu	937,50	970,60	33,10	3,53
Chè	216,20	236,50	20,30	9,39

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2021-2022

Bảng 3. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau, hoa, quả qua các thị trường năm 2022

Thị trường	Kim ngạch xuất khẩu (triệu USD)	So với năm 2021 (%)	Tỷ trọng (%)
Trung Quốc	1530,0	-19,8	45,4
Hoa Kỳ	247,8	11,2	7,4
Hàn Quốc	180,8	14,8	6,2
Thái Lan	168,1	14,1	5,8
Nhật Bản	165,1	7,7	5,4

Nguồn: Bộ Công Thương, Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2022

đột quân sự Nga - Ukraine; lạm phát cao tại một số nước trên thế giới, trong đó có những thị trường nhập khẩu nông sản lớn của Việt Nam là Mỹ, châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc..., làm giảm nhu cầu tiêu dùng, nhu cầu nhập khẩu hàng nông sản.

3.2. Mặt hàng xuất khẩu

Nông sản là hàng hóa xuất khẩu truyền thống và chủ yếu của Việt Nam. Việt Nam xuất khẩu hàng nông sản chủ yếu như gạo, cao su, chè, rau quả, sản và các sản phẩm từ sản, cà phê, hạt điều, hồ tiêu... Trong các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam theo công bố của Tổng cục Thống kê thì nhiều mặt hàng nông sản là những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu từ trước tới nay như hàng rau, hoa, quả, hạt điều, gạo, cà phê, hạt tiêu, chè.

3.2.1. Xuất khẩu rau, hoa, quả

Rau, hoa, quả là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của hàng nông sản nước ta. Kim ngạch xuất khẩu rau, hoa, quả năm 2022 đạt 3.364,6 triệu USD, giảm 180,7 triệu USD so với năm 2021, tương ứng với

mức giảm 5,1%. Theo số liệu thống kê của báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2022 của Tổng cục Thống kê cho thấy Trung Quốc là thị trường tiêu thụ rau, hoa, quả lớn nhất của Việt Nam với giá trị kim ngạch đạt 1,53 tỷ USD, giảm 19,8% so với năm trước. Thị trường Trung Quốc chiếm 45,4% trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau, hoa, quả của cả nước. Hoa Kỳ là thị trường tiêu thụ thứ hai về mặt hàng rau, hoa, quả của Việt Nam với giá trị kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang Hoa Kỳ đạt 248,7 triệu USD, tăng 11,2% so với năm 2021 và thị trường Hoa Kỳ chiếm 7,4% trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau, hoa, quả của cả nước. Tiếp theo là Hàn Quốc với giá trị kim ngạch xuất khẩu rau, hoa, quả sang thị trường này đạt 180,8 triệu USD, tăng 14,8% so với năm 2022. Kim ngạch giá trị xuất khẩu rau, hoa, quả của Việt Nam sang Thái Lan đạt 168,1 triệu USD và kim ngạch xuất khẩu rau, hoa, quả sang thị trường Nhật Bản đạt 165,1 triệu USD, tăng 7,7% so với năm 2021. Mặt hàng rau, hoa, quả giảm giá trị xuất khẩu trong năm 2022 là do xuất khẩu mặt hàng này vào thị trường Trung Quốc gặp nhiều khó khăn do Trung Quốc thực hiện chính sách “Zero Covid” (sàng lọc

và quét sạch ca nhiễm trong cộng đồng) nên hạn chế nhập khẩu mặt hàng rau, hoa, quả.

3.2.2. Xuất khẩu hạt điều nhân

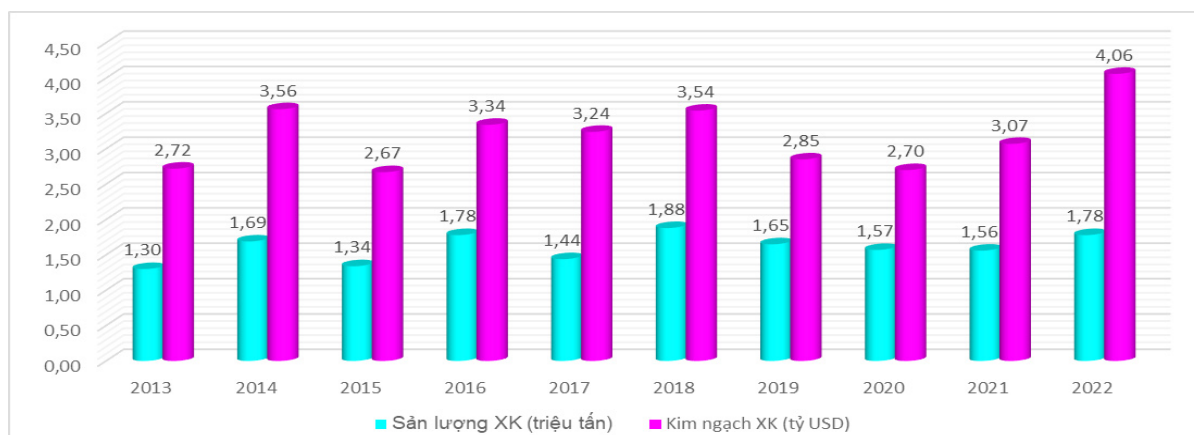
Hạt điều nhân là mặt hàng xuất khẩu đứng vị trí thứ hai trong số các mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Theo số liệu công bố của Tổng cục Thống kê được trình bày ở bảng 1 thì kim ngạch xuất khẩu hạt điều nhân năm 2022 đạt 3.086,70 triệu USD. So với năm 2021, xuất khẩu hạt điều nhân giảm 558,3 triệu USD, tương ứng với mức giảm 15,3%. Theo kết quả từ báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2022 thì “Xuất khẩu hạt điều năm 2022 của Việt Nam chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố: (i) Xung đột địa chính trị làm nhu cầu tiêu thụ hạt điều giảm; (ii) Lạm phát tăng cao khiến người tiêu dùng có xu hướng tăng tiết kiệm, giảm chi tiêu cho thực phẩm không thiết yếu trong đó có hạt điều; (iii) Thị trường nhập khẩu hạt điều lớn là Trung Quốc tiếp tục duy trì chính sách Zero-Covid trong cả năm 2022. Mặc dù xuất khẩu hạt điều của Việt Nam năm 2022 giảm so với năm 2021 nhưng Việt Nam tiếp tục giữ vững vị trí số một thế giới 16 năm liền về xuất khẩu điều nhân khi chiếm tới 80% tổng sản lượng toàn cầu”. Thị trường xuất khẩu hạt điều nhân chủ yếu của Việt Nam là Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hà Lan... Trong đó, Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường tiêu thụ hạt điều lớn nhất của Việt Nam, đạt 143,6 nghìn tấn, chiếm 27,6% tổng lượng xuất khẩu, giảm 18,5% so với năm 2021. Tiếp đó là Trung Quốc đạt 75,5 nghìn tấn, chiếm 14,5% tổng

lượng xuất khẩu, giảm 11,3% so với năm 2021. Đứng thứ 3 là Hà Lan với lượng xuất khẩu đạt 53,4 nghìn tấn, chiếm 10,3% tổng xuất khẩu, giảm 22,5% so với năm 2021.

3.2.3. Xuất khẩu cà phê

Việt Nam là một trong những quốc gia dẫn đầu thế giới về xuất khẩu mặt hàng cà phê. Năm 2022 Việt Nam đứng vị trí thứ hai về xuất khẩu cà phê, chỉ sau Brazil. Đây là mặt hàng xuất khẩu truyền thống và nổi tiếng trên thế giới của Việt Nam từ trước tới nay. Số liệu công bố của Tổng cục Thống kê cho thấy năm 2022 Việt Nam xuất khẩu cà phê đạt 4.055,80 triệu USD, tăng 983,1 triệu USD, tương ứng với tăng 32%.

Việt Nam xuất khẩu cà phê qua các thị trường lớn như EU, Nhật Bản, Anh, Hàn Quốc. Trong đó, EU là thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam, chiếm 40% tổng lượng cà phê xuất khẩu trong năm 2022 với giá trị kim ngạch xuất khẩu đạt 1,49 tỷ USD, tăng 45% so với năm 2021. Ngoài ra, xuất khẩu cà phê của Việt Nam tăng mạnh qua các thị trường Bỉ tăng 130,5% so với năm 2021, Tây Ban Nha tăng 90,9%; sang Hà Lan tăng 170,9%; sang Pháp tăng 104,6%; Bồ Đào Nha tăng 43,5%, Nhật Bản tăng 22,6%, Hoa Kỳ tăng 11,6%. Ngoài ra, một số thị trường khác tuy có trị giá chưa đáng kể nhưng Việt Nam cũng đã xuất khẩu sản lượng cà phê tăng mạnh qua các thị trường như Nga đạt 93 nghìn tấn, tăng 26,6%, Anh đạt 40,4 nghìn tấn, tăng 51,2%, Hàn Quốc đạt 35,1 nghìn tấn, tăng



Hình 1. Sản lượng và kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam giai đoạn 2013-2022

Nguồn: Bộ Công Thương, Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2022

Bảng 4. Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam qua các thị trường giai đoạn 2021-2022
(Đơn vị tính: triệu tấn)

Thị trường	2021	2022	Tăng/Giảm	Tỷ lệ tăng/giảm (%)	Tỷ trọng (%)
Châu Á	4,294	4,960	0,666	15,5	71,0
Châu Phi	1,225	1,250	0,025	0,2	17,8
Châu Âu	0,090	0,171	0,081	90,7	2,45
Philippines	3,118	3,180	0,200	19,0	45,2
Trung Quốc	1,060	0,834	-0,110	-21,3	11,8
Bờ Biển Ngà	0,487	0,657	0,076	35,0	8,5

Nguồn: Bộ Công Thương, Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2022

2,7%. Nhìn chung năm 2022 kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam đạt giá trị cao nhất trong vòng 10 năm qua. Nguyên nhân là do (1) giá cà phê năm 2022 tăng mạnh, (2) nhu cầu tiêu thụ cà phê tăng mạnh ở các thị trường EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Bắc Mỹ, Châu Âu, Hàn Quốc, Trung Quốc và (3) Cà phê robusta có nhiều lợi thế, Việt Nam xuất khẩu cà phê robusta chiếm 38% sản lượng robusta toàn cầu và là nước xuất khẩu cà phê hòa tan lớn thứ ba thế giới.

3.2.4. Xuất khẩu gạo

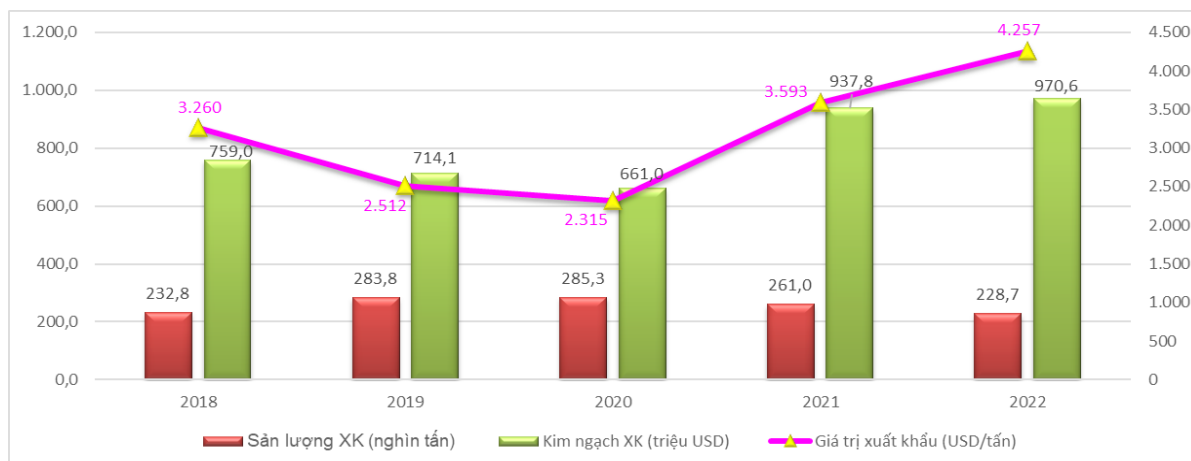
Việt Nam xếp vị trí thứ hai trên thế giới về xuất khẩu gạo, đứng sau Ấn Độ với giá trị kim ngạch xuất khẩu năm 2022 đạt 3454,8 triệu USD, tăng 167,2 triệu USD, tương ứng với mức tăng 5,08%. Về thị trường xuất khẩu gạo thì Việt Nam xuất khẩu chủ yếu qua các thị trường Châu Á, Châu Phi và Châu Âu. Châu Á là thị trường xuất khẩu gạo chủ yếu của Việt Nam với sản lượng xuất khẩu năm 2022 đạt 4,96 triệu tấn, tăng 0,666 triệu tấn so với năm 2021 và chiếm tỷ trọng 71% trong tổng sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam. Châu Phi là thị trường tiêu thụ gạo lớn thứ hai của Việt Nam với sản lượng tiêu thụ năm 2022 đạt 1,25 triệu tấn gạo, tăng 0,025 triệu tấn và chiếm tỷ trọng 17,8% trong tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam. Châu Âu là thị trường tiêu thụ gạo tương đối nhỏ và chiếm tỷ trọng không đáng kể, chỉ chiếm 2,45% trong tổng sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam nhưng đáng chú ý năm 2022 thị trường Châu Âu đã tiêu thụ sản lượng gạo tăng 90,7% so với năm 2021. Trong các thị trường tiêu thụ gạo của Việt Nam thì Philippines là quốc gia tiêu thụ gạo lớn nhất với sản lượng gạo tiêu thụ năm 2022 đạt 3,18 triệu tấn, chiếm tỷ trọng 45,2% trong tổng sản lượng gạo xuất khẩu của nước ta và

kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường này đạt 1,49 tỷ USD, Trung Quốc là quốc gia tiêu thụ gạo lớn thứ hai của Việt Nam với sản lượng tiêu thụ năm 2022 đạt 834 nghìn tấn gạo, chiếm tỷ trọng 11,8% tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam và đạt kim ngạch 432,3 triệu USD. Bờ Biển Ngà cũng là quốc gia tiêu thụ lượng gạo đáng kể của Việt Nam với sản lượng tiêu thụ năm 2022 đạt 657 nghìn tấn với kim ngạch trị giá 294,6 triệu USD, chiếm tỷ trọng 8,5% trong tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam.

Do ảnh hưởng của tình hình đại dịch Covid – 19 cũng như tình hình thương mại lương thực toàn cầu diễn biến phức tạp, khó lường do tác động bởi nhiều yếu tố như lệnh cấm xuất khẩu gạo tại một số quốc gia như Ấn Độ, UAE, Nga; hiện tượng El Nino gây ảnh hưởng tiêu cực đến sản xuất lương thực, ngũ cốc tại nhiều khu vực; diễn biến địa chính trị còn phức tạp và nhiều biến động của tình hình kinh tế vĩ mô như lạm phát chưa được cải thiện ở nhiều quốc gia nên đã tác động mạnh đến nguồn cung cầu sản lượng gạo toàn cầu, cũng như sự lo ngại của các quốc gia về các vấn đề an ninh lương thực. Điều này tác động lớn đến mặt hàng gạo xuất khẩu của nước ta.

3.2.5. Xuất khẩu cao su

Cao su cũng là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong những năm vừa qua. Năm 2022 kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam đạt 3315,9 triệu USD, tăng 37,3 triệu USD so với năm 2021, tương ứng với mức tăng 1,13%. Việt Nam xuất khẩu cao su chủ yếu qua thị trường Trung Quốc với mức sản lượng xuất khẩu năm 2022 đạt 1,6 triệu tấn, trị giá 2,4 tỷ USD, tăng 4,3% so với năm 2021. Ấn Độ tiếp tục là thị trường tiêu thụ cao su lớn thứ hai của Việt Nam



Hình 2. Sản lượng, kim ngạch và giá trị xuất khẩu hồ tiêu Việt Nam

Nguồn: Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2018-2022 của Bộ Công Thương, Trích theo Phan Thị Xuân Huệ, 2023

với sản lượng tiêu thụ 117.822 tấn, trị giá 200 triệu USD. Do ảnh hưởng của tình hình đại dịch covid-19 từ cuối năm 2019 nên tình hình xuất khẩu cao su qua các thị trường gặp nhiều khó khăn, đến đầu năm 2022 trở lại đây xuất khẩu cao su của Việt Nam có nhiều chuyển biến tích cực do nhu cầu cao su của thế giới tiếp tục tăng, giá dầu cao đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ cao su tăng. Tuy nhiên, xuất khẩu cao su của Việt Nam vẫn còn gặp nhiều khó khăn do tình hình bất ổn chính trị và kinh tế vĩ mô toàn cầu, Trung Quốc vẫn đang thực hiện chính sách “zero covid.”

3.2.6. Xuất khẩu hạt tiêu

“Việt Nam là một trong những quốc gia xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất thế giới trong những năm vừa qua với sản lượng hạt tiêu xuất khẩu vào cuối năm 2022 chiếm 60% sản lượng hạt tiêu xuất khẩu của toàn thế giới với nhiều sản phẩm phong phú như tiêu đen, tiêu xanh, tiêu trắng, tiêu bột, tiêu ngâm dấm” (Phan Thị Xuân Huệ, 2023). Việt Nam xuất khẩu mặt hàng hồ tiêu đạt kim ngạch 970,6 triệu USD vào năm 2022, tăng 33,1 triệu USD so với năm 2021, tương ứng với mức tăng 3,5%. Việt Nam xuất khẩu hồ tiêu nhiều nhất qua thị trường Hoa Kỳ với sản lượng đạt 57,8 nghìn tấn, trị giá 282,2 triệu USD, tăng 23,2% so với năm 2021. UAE là thị trường tiêu thụ hạt tiêu lớn thứ 2 của Việt Nam với mức sản lượng tiêu thụ năm 2022 đạt 15,2 nghìn tấn, trị giá 61,9 triệu USD, tăng 10,4 % so với năm 2021. Tiêu thụ hạt tiêu qua thị trường Ấn Độ đứng vị trí thứ 3 với mức sản lượng tiêu

thụ đạt 12,2 nghìn tấn, trị giá 53,4 triệu USD, tăng 21,9% so với năm 2021 và tiếp theo thị trường Đức tiêu thụ lượng lớn cả phê của Việt Nam với mức sản lượng tiêu thụ năm 2022 đạt 9,9 nghìn tấn, trị giá 50,3 triệu USD, giảm 3,4% so với năm 2021. Ngoài ra, Việt Nam còn tiêu thụ hồ tiêu qua các thị trường khác như Pakistan, Pháp, Ai Cập, Thổ Nhĩ Kỳ, Ả Rập Xê Út, Nhật, Canada...

3.2.7. Xuất khẩu chè

Chè là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Theo số liệu công bố của Tổng Cục Thống kê được trình bày ở bảng 1 cho thấy với kim ngạch xuất khẩu chè năm 2022 đạt 236,5 triệu USD, tăng 20,3 triệu USD so với năm 2021, tương ứng với mức tăng 9,4%. Việt Nam hiện có 260 doanh nghiệp và cá nhân tham gia xuất khẩu mặt hàng chè, trong đó có 10 đơn vị xuất khẩu từ 3.000 tấn chè trở lên, 8 đơn vị xuất khẩu từ 2.000-3.000 tấn và 22 đơn vị xuất khẩu từ 1000-2000 tấn chè. Pakistan là thị trường tiêu thụ chè lớn nhất của Việt Nam với sản lượng tiêu thụ năm 2022 đạt 5 nghìn tấn, trị giá 102,9 triệu USD, tăng 20% so với năm 2021. Đài Loan tiêu thụ chè lớn thứ hai của Việt Nam với sản lượng tiêu thụ năm 2022 đạt 19,2 nghìn tấn, trị giá 36 triệu USD, tăng 25,3% so với năm 2021. Xuất khẩu chè sang Trung Quốc xếp vị trí thứ 3 với sản lượng xuất khẩu đạt 10,35 nghìn tấn, trị giá 18 triệu USD, tăng 27% so với năm 2021. Tiếp theo là xuất khẩu qua thị trường Nga đạt 10 nghìn tấn, trị giá 16,76 triệu USD, giảm 14,6% so với năm 2021. Hiện nay, xuất

Bảng 5. Thị trường xuất khẩu nông sản của Việt Nam năm 2021-2022

Thị trường	2021 (Tỷ USD)	2022 (Tỷ USD)	Tăng/giảm (Tỷ USD)	Tỷ lệ tăng/giảm (%)	Tỷ trọng (%)
Trung Quốc	6,23	7,8	1,57	25,3	25,0
Hoa Kỳ	3,18	3,9	0,72	22,7	12,6
Châu Âu	3,25	3,8	0,55	16,8	12,2
ASEAN	2,98	3,6	0,62	20,9	11,4

Nguồn: Bộ Công thương, Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2022

khẩu sản phẩm chè của Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn do bối cảnh kinh tế chính trị toàn cầu có nhiều biến động, Trung Quốc vẫn đan thực thi chính sách “zero covid”, giá cước vận tải tăng do giá xăng dầu tăng và các quy định khắt khe từ các hàng rào kỹ thuật của các nước áp dụng đối với mặt hàng chè.

3.3. Thị trường xuất khẩu

Kể từ đầu năm 2022 trở lại đây, nền kinh tế thế giới, khu vực và các quốc gia đã có sự hồi phục đáng kể kể từ khi đại dịch covid-19 bùng phát vào cuối năm 2019 gây nhiều khó khăn và thách thức cho các nước, trong đó kể cả Việt Nam. Sự phục hồi kinh tế của các nước đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ hàng nông sản của Việt Nam và tính đến hết năm 2022 xuất khẩu nông sản của Việt Nam tăng trưởng hầu hết ở tất cả các thị trường. Trung Quốc là thị trường tiêu thụ nông sản lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch tiêu thụ năm 2022 đạt 7,8 tỷ USD, tăng 25,3% so với năm 2021 và chiếm tỷ trọng 25% trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Hoa Kỳ là thị trường tiêu thụ nông sản lớn thứ 2 của Việt Nam với kim ngạch tiêu thụ đạt 3,9 tỷ USD vào năm 2022, tăng 22,7% so với năm 2021 và chiếm tỷ trọng 12,6% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam. Châu Âu là thị trường tiêu thụ mặt hàng nông sản lớn thứ 3 của Việt Nam với kim ngạch đạt 3,8 tỷ USD, tăng 0,55 tỷ USD so với năm 2021 và chiếm tỷ trọng 12,2% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam. ASEAN cũng là thị trường tiêu thụ truyền thống mặt hàng nông sản của Việt Nam với kim ngạch tiêu thụ đạt 3,6 tỷ USD, tăng 0,62 tỷ USD so với năm 2021, chiếm tỷ trọng 11,4% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam.

Nhìn chung, đến hết năm 2022 xuất khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam khá tích cực với 7/9

mặt hàng xuất khẩu chủ yếu tăng trưởng so với các năm trước, trong đó phải kể đến là các mặt hàng gạo, cà phê, cao su, hạt điều, rau hoa quả, chè... Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được như đã phân tích nêu trên thì xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vẫn còn phải đối mặt với nhiều khó khăn, hạn chế nhất định và hoạt động này đang phải đối mặt với những vấn đề đặt ra như sau:

Giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam còn thấp và có xu hướng giảm tỷ trọng giá trị xuất khẩu so với cả nước. Theo số liệu công bố của Tổng cục Thống kê được trình bày ở bảng 1 cho thấy, kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam chiếm tỷ trọng dao động 4,8%-9,1% so với tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước và có xu hướng giảm từ 9,8% năm 2015 xuống còn 4,8% vào năm. Nguyên nhân là do nông sản xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là các mặt hàng thô, sơ chế nên giá trị thấp. Điều này được thể hiện rõ ở các mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam đứng vị trí số 1, số 2 thế giới như gạo, cà phê v.v. nhưng giá trị xuất khẩu lại rất nhỏ so với kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Và nguyên nhân nữa là do công nghệ chế biến mặt hàng nông sản còn lạc hậu, chưa đảm bảo chất lượng theo yêu cầu tiêu dùng khó tính như Nhật Bản, EU, Mỹ nên giá trị xuất khẩu chưa cao (Phạm Thị Xuân Thọ, 2010).

Xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam còn phụ thuộc vào một số thị trường xuất khẩu như Trung Quốc, Hoa Kỳ, Châu Âu. Trong đó, đáng chú ý là thị trường Trung Quốc, Việt Nam xuất khẩu mặt hàng nông sản qua thị trường này chiếm tỷ trọng 25% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của cả nước. Tuy nhiên, xuất khẩu hàng nông sản qua thị trường này cũng gặp không ít rủi ro, thiếu tính bền vững khi Trung Quốc tiếp tục có những hoạt động siết chặt quản lý hàng nhập khẩu nhằm kiểm soát các loại dịch bệnh; Những năm trở lại đây, Trung Quốc liên tục thay đổi những quy định về chính sách về nhập khẩu nông sản, thực

phẩm. Một số tiêu chuẩn chất lượng đối với nông sản thực phẩm nhập khẩu đã ngang bằng, thậm chí có quy định về đăng ký cấp phép, thủ tục kiểm nghiệm, kiểm dịch thông quan còn chặt chẽ hơn cả những thị trường khó tính như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản. Bên cạnh đó, các thị trường châu Mỹ, châu Phi cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro trong giao dịch vì các hoạt động gian lận thương mại đã và đang diễn ra thường xuyên. Ngoài ra, Việt Nam phải chịu sự cạnh tranh gay gắt về xuất khẩu mặt hàng nông sản qua các thị trường cao cấp (EU, Úc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ...) với các đối thủ cạnh tranh lớn như Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia.

Doanh nghiệp Việt Nam ngày càng chủ động tìm kiếm thị trường, đổi tác nhằm gia tăng thị trường xuất khẩu hàng nông sản. Tuy nhiên hiện nay hơn 90% các doanh nghiệp Việt Nam nói chung là các doanh nghiệp nhỏ và vừa nên sẽ còn những hạn chế khi xuất khẩu hàng nông sản do “(i) ít vốn đầu tư nên khó đổi mới khoa học kỹ thuật, đầu tư máy móc, áp dụng sản xuất công nghệ cao, (ii) hạn chế về việc tiếp cận các thông tin thị trường nước ngoài; (iii) còn nhiều doanh nghiệp có tư tưởng “ăn xổi”, chưa kiên nhẫn đáp ứng các yêu cầu kỹ lưỡng của khách hàng “khó tính” hoặc có tư tưởng xuất khẩu được một vài lô hàng rồi, các lô hàng sau lại lơ là việc giám sát chất lượng; (iv) phần lớn doanh nghiệp còn thu mua nông sản trên thị trường, chưa có vùng nguyên liệu riêng để đảm bảo sản lượng, chất lượng, giám sát được dịch bệnh và việc sử dụng thuốc BVTV; (v) doanh nghiệp không có đất (vùng sản xuất) thuộc quyền sử dụng của doanh nghiệp mà phải đi ký hợp đồng thuê đất 5-10 năm với rất nhiều hộ dân, nên doanh nghiệp phải đối mặt với rủi ro bị phá vỡ hợp đồng từ phía người dân hoặc khi hết thời hạn thuê đất, không ký tiếp được thì lại phải xin cấp lại mã số vùng trồng khác gây tốn chi phí và thời gian” (Nguyễn Trọng Khương, 2017).

4. Kết luận và kiến nghị

Xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam đã có sự gia tăng đáng ghi nhận về quy mô giá trị kim ngạch xuất khẩu và chất lượng sản phẩm xuất khẩu trong những năm vừa qua. Bên cạnh đó, thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam ngày càng được mở rộng qua các thị trường truyền thống và những thị trường khát khe như Nhật Bản, Mỹ, EU. Mặt hàng nông sản xuất khẩu đã và đang khẳng định

vị thế quan trọng của ngành nông nghiệp và đóng góp tích cực vào kim ngạch xuất khẩu hàng hóa chung của cả nước với tỷ trọng đóng góp 4,8% vào tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Mặc dù đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận nhưng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế và mang tính thiếu bền vững đã được phân tích ở nội dung bên trên. Ngoài ra, còn nhiều vấn đề đặt ra đối với hoạt động xuất khẩu nông sản như công nghệ chế biến nông sản vẫn còn lạc hậu, doanh nghiệp không có vùng đất chuyên canh sản xuất nông nghiệp, nguồn vốn đầu tư đổi mới khoa học kỹ thuật nông nghiệp còn hạn hẹp v.v. Chính từ những vấn đề đặt ra đối với xuất khẩu hàng nông sản nêu trên, bài viết đề xuất một số kiến nghị góp phần thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam trong thời gian sắp tới như sau:

Chính phủ hỗ trợ xuất khẩu bền vững hàng nông sản Việt Nam thông qua các chính sách hỗ trợ xây dựng cơ sở hạ tầng các dịch vụ hỗ trợ để thúc đẩy xuất khẩu bền vững, đầu tư xây dựng các khu công nghiệp chế biến chế tạo quy mô lớn và hiện đại; hoàn thiện quy hoạch phát triển nông nghiệp, khuyến khích doanh nghiệp đầu tư sản xuất; có chính sách hỗ trợ sản xuất nông nghiệp, phát triển theo hướng liên kết các lực lượng. Tích cực áp dụng các biện pháp, đối sách phù hợp với các chính sách bảo hộ thương mại tương ứng.

Chính phủ tiếp tục hoàn thiện và đồng bộ hóa các chính sách, quy định và luật pháp. Cần sớm hoàn thiện toàn diện các nghị quyết, chính sách liên quan đến hoạt động xuất khẩu, xử lý kịp thời các vướng mắc phát sinh, hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu.

Doanh nghiệp chú trọng đầu tư máy móc thiết bị công nghệ hiện đại, áp dụng quy trình chế biến hàng nông sản hiện đại và theo tiêu chuẩn, yêu cầu của người tiêu dùng để chế biến sản phẩm tinh có chất lượng cao, mang lại giá trị xuất khẩu cao.

Doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản cần tiếp tục sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng nông sản có giá trị cao và quy mô lớn, hàng hóa có chất lượng tốt, đáp ứng được yêu cầu đa dạng của đối tác trên toàn cầu.

Doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản tiếp tục đẩy mạnh và khai thác tối đa lợi thế của hình thức xuất khẩu nông sản trực tuyến nhằm gia tăng khả năng tiếp cận, marketing tới khách hàng, rút ngắn thời gian giao hàng và gia tăng lợi nhuận cho nhà xuất khẩu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bộ Công Thương (2023). *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2022*. Truy cập tại <https://trungtamwto.vn/file/22356/bao-cao-xuat-nhap-khau-viet-nam-nam-2022.pdf>
- Phan Thị Xuân Huệ (2023). Cơ hội và thách thức trong xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam ra thị trường thế giới. *Tạp chí Công Thương*, số 5.
- Nguyễn Trọng Khương (2017). Thực trạng và giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp*, số 14 (342).
- Phạm Thị Minh Phương (2023). Giải pháp phát triển thị trường nông sản Việt Nam. *Tạp chí Tài chính*. Truy cập tại <https://tapchitaichinh.vn/giai-phap-phat-trien-thi-truong-nong-san-viet-nam.html>
- Phạm Thị Xuân Thọ (2010). Nông sản xuất khẩu của Việt Nam

trong thời kỳ hội nhập: thực trạng và giải pháp phát triển. *Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm TP.HCM*, số 23, 66-72.

Tổng Cục Thống kê (2023). *Giá trị kim ngạch xuất hàng nông sản và giá trị kim ngạch xuất khẩu của cả nước giai đoạn 2015-2022*. Truy cập tại: <https://www.gso.gov.vn/px-web-2/?pxid=V0810&theme=Th%C6%B0%C6%A1ng%20m%E1%BA%A1i%2C%20gi%C3%A1%20c%E1%BA%A3>. Ngày truy cập: 08/9/2023.

Tổng Cục Thống kê (2021-2022). *Một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam*. Truy cập tại: <https://www.gso.gov.vn/px-web-2?pxid=V0812&theme=Th%C6%B0%C6%A1ng%20m%E1%BA%A1i%2C%20gi%C3%A1%20c%E1%BA%A3>

Vietnam's agricultural products export: Current situation and problems raised

Le Thi Mai Huong
Ho Chi Minh City University of Technology and Education

Abstract

Article is based on secondary data sources collected from agencies and sectors and uses analysis and evaluation methods to assess the current status of Vietnam's agricultural product exports in recent years. Research results show that the scale of Vietnam's agricultural export turnover has increased since 2015, with Vietnam's main export agricultural products such as vegetables, flowers, fruits, and cashew nuts, rice, coffee, and rubber have all had remarkable growth since the beginning of 2022 when the world, regional and national economies have recovered significantly since the Covid-19 pandemic. However, besides the positive results from agricultural export, agricultural export turnover still accounts for a relatively low proportion of our country's total export turnover and this activity still faces many difficulties. certain difficulties and challenges. On that basis, the article proposes a number of recommendations to contribute to increasing Vietnam's export turnover of agricultural products in the coming time.

Keywords: Agricultural products, current situation, exports, Vietnam.