



CHIẾN LƯỢC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ NGÀNH NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN ĐẾN NĂM 2030

BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN

BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN

**CHIẾN LƯỢC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ
NGÀNH NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN
ĐẾN NĂM 2030**

Ban hành theo Quyết định số 1684/QĐ-TTg ngày 30/09/2015
của Thủ tướng Chính phủ

Hà Nội, Tháng 9/2015

MỤC LỤC

CHIẾN LƯỢC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

I. ĐẶT VẤN ĐỀ	7
1. Bối cảnh quốc tế.....	7
2. Bối cảnh trong nước.....	8
3. Sự cần thiết của Chiến lược hội nhập kinh tế quốc tế.....	9
II. CĂN CỨ XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC	10
III. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO QUỐC TẾ, KHU VỰC VÀ SONG PHƯƠNG	12
1. Đánh giá tổng quan các Hiệp định thương mại tự do đã ký kết và đang đàm phán..	12
1.1 Tổng quan các Hiệp định thương mại tự do đã ký kết.....	12
1.1.1 Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA)(tên gọi cũ là AFTA/CEPT)...	12
1.1.2 Khu vực mậu dịch tự do ASEAN-Trung Quốc (ACFTA).....	13
1.1.3 Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN - Ấn Độ (AIFTA).....	13
1.1.4 Tổ chức thương mại thế giới (WTO).....	13
1.1.5 Hiệp định Thương mại hàng hoá ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA).....	14
1.1.6 Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện ASEAN-Nhật Bản (AJCEP).....	14
1.1.7 Hiệp định thương mại tự do ASEAN-Úc-New Zealand (AANZFTA).....	14
1.1.8 Hiệp định thương mại tự do Việt Nam -Chile.....	14
1.2 Các hiệp định thương mại tự do đang đàm phán.....	14
2. Tác động khi tham gia hội nhập kinh tế quốc tế và thực thi các Hiệp định mậu dịch tự do đã ký kết của ngành nông nghiệp và PTNT.....	15
2.1 Tác động tích cực.....	15
2.1.1 Tăng trưởng thương mại và đa dạng hóa thị trường, sản phẩm xuất khẩu tạo điều kiện phát triển sản xuất trong nước, tạo việc làm, tăng thu nhập cho nông dân	16

2.1.2 Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao năng suất chất lượng, khả năng cạnh tranh nông, lâm, thủy sản và tăng cường hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn vệ sinh thực phẩm.....	17
2.1.3 Thay đổi cơ cấu sản xuất và phát huy cao hơn lợi thế so sánh của các ngành hàng trong sản xuất nông, lâm, thủy sản.....	17
2.1.4 Thay đổi tư duy và hệ thống quản lý ngành.....	19
2.2 Tác động bất lợi.....	20
2.2.1 Gia tăng cạnh tranh và áp lực tới sản xuất, làm thu hẹp một số lĩnh vực sản xuất có khả năng cạnh tranh thấp.....	20
2.2.2 Phát sinh tranh chấp thương mại nhưng năng lực giải quyết còn thấp.....	21
2.2.3 Chậm điều chỉnh cơ cấu sản xuất để khai thác cơ hội thị trường và phát huy lợi thế so sánh của các vùng.....	21
2.2.4 Năng lực cạnh tranh thấp ở cấp quốc gia của doanh nghiệp và sản phẩm dẫn đến hiệu quả chưa cao, chưa bền vững.....	21
2.2.5 Thu hút đầu tư, tiếp thu công nghệ mới đạt mức thấp.....	22
2.3 Nguyên nhân.....	22
2.3.1 Nhận thức chưa đầy đủ về tầm quan trọng của công tác hội nhập kinh tế quốc tế và chưa quán triệt các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về công tác hội nhập ở các cấp.....	22
2.3.2 Môi trường chính sách còn thiếu đồng bộ, thiếu hệ thống và chưa bắt kịp sự phát triển của nền kinh tế.....	22
2.3.3 Hệ thống quản lý Nhà nước còn nhiều bất cập.....	23
2.3.4 Tổ chức thực hiện chưa hiệu quả.....	24
IV. QUAN ĐIỂM CHIẾN LƯỢC HỘI NHẬP	25
V. MỤC TIÊU	26
1. Mục tiêu chung.....	26
2. Mục tiêu cụ thể.....	26
VI. ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC	27
1. Định hướng tổng thể.....	27

2. Định hướng phát triển.....	27
2.1 Định hướng theo ngành hàng.....	27
2.1.1 Ngành hàng lúa gạo.....	27
2.1.2 Ngành hàng rau quả.....	28
2.1.3 Ngành hàng thủy sản.....	29
2.1.4 Ngành hàng cà phê.....	31
2.1.5 Ngành hàng chè.....	32
2.1.6 Ngành hàng cao su.....	34
2.1.7 Ngành hàng điều.....	36
2.1.8 Ngành hàng tiêu.....	37
2.1.9 Ngành hàng gỗ và các sản phẩm từ gỗ.....	37
2.1.10 Ngành chăn nuôi.....	40
2.2 Định hướng theo thị trường.....	41
2.2.1 Đông Nam Á.....	41
2.2.2 Châu Âu, Úc, New Zealand.....	41
2.2.3 Bắc Mỹ.....	42
2.2.4 Đông Bắc Á.....	43
2.2.5 Nga và các nước thuộc Liên Xô cũ, Mông Cổ.....	43
2.2.6 Trung Quốc.....	43
2.2.7 Các thị trường còn lại.....	44
VII. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN.....	46
1. Nghiên cứu, đánh giá, dự báo tác động hội nhập.....	46
2. Nâng cao năng lực cạnh tranh của nông sản.....	46
3. Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.....	47
4. Tổ chức xây dựng lực lượng tham gia các tổ chức, liên minh quốc tế.....	47
5. Cải cách thể chế, quản lý bộ máy nhà nước và tăng cường năng lực hội nhập của bộ máy quản lý nhà nước.....	47
6. Điều chỉnh pháp luật, cơ chế chính sách.....	48
7. Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về hội nhập, đặc biệt là hàng rào kỹ thuật.....	49
VIII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN.....	50

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

1. Bối cảnh quốc tế

Trong thập kỷ qua, tình hình thế giới đã có những biến đổi nhanh chóng, tác động không nhỏ tới phát triển kinh tế xã hội của các nước đang phát triển. Xu thế hội nhập quốc tế vừa là cơ hội vừa là thách thức rất lớn với sự phát triển kinh tế của các quốc gia đang phát triển mới thoát khỏi cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, đang bước vào thời kỳ phục hồi. Đây cũng là một trong những yếu tố làm tăng áp lực đối với các nền kinh tế còn yếu.

Sự phát triển của khoa học và công nghệ đã góp phần vào quá trình hình thành nền kinh tế tri thức: nghiên cứu và ứng dụng các công nghệ tiết kiệm nguyên liệu năng lượng, thân thiện với môi trường và phát triển kinh tế xanh. Đây là động lực chủ yếu làm thay đổi cơ cấu kinh tế và cơ cấu thị trường toàn cầu, thúc đẩy quá trình cải cách và tái cấu trúc kinh tế của từng nước cũng như sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế giữa các nước. Đón nhận quá trình này một cách tự nhiên hoặc chủ động lựa chọn tùy thuộc vào năng lực nội sinh và chính sách của mỗi nước.

Toàn cầu hóa và liên kết kinh tế ngày càng sâu rộng thúc đẩy quá trình quốc tế hóa sản xuất và phân công lao động, hình thành mạng sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu. Trong bối cảnh đó, cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt, vì vậy xây dựng một nền kinh tế độc lập tự chủ có tính cạnh tranh cao trở thành thách thức kinh tế lớn nhất đối với nước ta trong thập kỷ tới.

Vai trò ngày càng tăng của các nền kinh tế mới nổi như Brazil, Nga, Ấn Độ và Trung Quốc, trong đó đặc biệt là sự phát triển mạnh mẽ của Ấn Độ và Trung Quốc làm thay đổi cán cân quyền lực, kinh tế và chính trị trên thế giới. Mối quan hệ Á - Âu ngày càng phát triển. Châu Á cần tiếp thu những thành quả công nghệ tiến bộ của EU và EU cần thị trường để tiêu thụ sản phẩm và nhập hàng hoá của Châu Á. Sự hợp tác giữa hai khối nói trên sẽ đảm bảo cho sự ổn định và an ninh của khu vực. Các quốc gia Đông Nam Á đã thực hiện khu vực thương mại tự do nhằm mở rộng hợp tác phát triển kinh tế, bảo vệ hoà bình và sự ổn định trong khu vực, đồng thời mở rộng hợp tác thương mại với các nước có tiềm năng lớn ở Châu Á như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, v.v... Nhiều Hiệp định thương mại lớn đã và đang được đàm phán như Hiệp định đối tác thương mại xuyên Thái Bình Dương (TPP) nhằm liên kết các thị trường lớn toàn cầu. Thị trường nói chung bị chi phối nhiều bởi yếu tố kinh tế và chính trị, ngày càng khắt khe về chất lượng và chủng loại sản phẩm, điều đó tác động rất mạnh đến các nước sản xuất sản phẩm xuất khẩu.

Sau khủng hoảng, quá trình phục hồi kinh tế thế giới diễn ra chậm chạp và đầy mâu thuẫn; khủng hoảng nợ công lan rộng và nguy cơ của cuộc chiến tranh tiền tệ chưa phải đã được loại trừ. Trong bối cảnh đó, sự điều chỉnh chính sách của các nước, nhất là các nước lớn làm cho độ rủi ro và tính bất định tăng lên.

Song song với đó, tình trạng suy thoái môi trường, biến đổi khí hậu, nhất là nước biển dâng mà nước ta là một trong số ít các nước chịu tác động nặng nhất, có thể là biến số lớn trong tiến trình phát triển của đất nước.

Trong bối cảnh đó, Việt Nam vừa có thời cơ thuận lợi và triển vọng mở rộng hợp tác hội nhập với khu vực và thế giới, tạo ra sự phát triển cao, đồng thời cũng vừa đặt ra những thách thức lớn trong quá trình hội nhập vào thị trường khu vực và thế giới.

2. Bối cảnh trong nước

Hội nhập kinh tế quốc tế là nội dung trọng tâm xuyên suốt của công cuộc đổi mới đất nước. Thực hiện chủ trương, chính sách lớn của Đảng về hội nhập quốc tế, trong những năm qua, tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam đã đạt được những kết quả vững chắc. Sau 30 năm đổi mới, hội nhập đã giúp Việt Nam đạt được những thành tựu lớn như tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, nền kinh tế đạt tốc độ tăng trưởng cao, năng lực cạnh tranh quốc gia và các doanh nghiệp, ngành hàng được nâng lên, thương mại ngày càng mở rộng. Đầu tư trực tiếp nước ngoài và viện trợ phát triển không ngừng gia tăng.

Đối với ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn, quá trình hội nhập tạo ra nhiều cơ hội và đem lại nhiều kết quả tích cực. Nông nghiệp đã và đang tiếp tục đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc đảm bảo an ninh lương thực, tạo việc làm và thu nhập cho 70% dân cư, là nhân tố quyết định xóa đói giảm nghèo, góp phần phát triển kinh tế quốc dân và ổn định chính trị - xã hội. Nông nghiệp đã có những bước phát triển vượt bậc thể hiện ở sản lượng hàng hóa và giá trị sản xuất tăng liên tục trong một thời gian dài, xuất khẩu tăng trưởng với tốc độ cao hình ảnh Việt Nam ngày càng được nâng lên thông qua thị trường nông sản ngày càng mở rộng, thu nhập và đời sống của dân cư nông thôn ngày càng được cải thiện.

Thực hiện các cam kết tự do hóa thương mại, Việt Nam đã mở cửa thị trường nhập khẩu các nông sản hàng hóa mà mình không có thế mạnh, đồng thời tăng cường xuất khẩu các sản phẩm nông sản có lợi thế cạnh tranh, nhờ đó vừa cải thiện đời sống, tăng phúc lợi cho người tiêu dùng trong nước, tạo điều kiện cho họ tiếp cận với hàng hóa có chất lượng và giá bán tốt hơn, đồng thời phát triển mối quan hệ đa phương công bằng và hiệu quả. Chấp nhận cạnh tranh, mặc dù phải chịu nhiều rủi ro và các yếu tố bất định từ thương mại quốc tế nhưng người sản xuất Việt Nam đã từng bước làm quen, từng bước nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản, không ỷ lại vào trợ cấp và hàng rào bảo vệ thương mại của nhà

nước. Chính sách thương mại nông sản Việt Nam cũng đã đem lại những tác động tích cực để thúc đẩy quá trình thích ứng với toàn cầu hóa của sản xuất và kinh doanh nông nghiệp.

Hội nhập đã giúp Việt Nam đạt được những thành tựu lớn như tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hệ thống pháp luật ngày càng hoàn thiện, nâng cao chất lượng chính sách, phát triển thị trường, năng lực cạnh tranh quốc gia và các doanh nghiệp, ngành hàng được nâng lên, mở rộng thị trường, kim ngạch xuất, nhập khẩu và dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài và vốn viện trợ phát triển chính thức và không chính thức không ngừng gia tăng trong vòng 20 năm trở lại đây, các nguồn lực khác như khoa học công nghệ, tri thức đã góp phần tích cực vào quá trình phát triển và chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

3. Sự cần thiết của Chiến lược hội nhập kinh tế quốc tế

Hội nhập là phù hợp với xu thế toàn cầu. Hội nhập kinh tế quốc tế trong ngành nông nghiệp đã và đang mở ra các cơ hội lớn: cụ thể như giúp mở rộng thị trường nông sản để thúc đẩy thương mại và các quan hệ kinh tế quốc tế khác, từ đó góp phần thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế-xã hội; tạo động lực thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, từ đó nâng cao hiệu quả và năng lực cạnh tranh của các sản phẩm và doanh nghiệp, đồng thời, làm tăng khả năng thu hút đầu tư vào ngành; nâng cao trình độ của nguồn nhân lực và nền khoa học công nghệ quốc gia thông qua đầu tư trực tiếp nước ngoài và chuyển giao công nghệ từ các nước tiên tiến.

Trong những năm qua, bên cạnh việc thực hiện cam kết, trách nhiệm với cộng đồng quốc tế, Việt Nam đã đạt được nhiều thành công trong lĩnh vực ngoại giao nông nghiệp. Quá trình hội nhập cũng bước vào giai đoạn mới sâu sắc và toàn diện hơn để thu hút đầu tư có chất lượng cao, giá trị gia tăng cao nhằm đưa sản phẩm Việt Nam vào chuỗi giá trị toàn cầu, đưa nông sản Việt Nam vào những thị trường có đòi hỏi khắt khe hơn, đồng thời mở cửa thị trường trong nước, chấp nhận và đáp ứng khả năng cạnh tranh. Vì vậy, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tiến hành xây dựng Chiến lược hội nhập kinh tế quốc tế ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn để định hướng cho công tác hội nhập kinh tế quốc tế trong điều kiện mới.

Chiến lược tập trung vào rà soát và đánh giá tác động của quá trình thực thi các Hiệp định thương mại tự do quốc tế, khu vực và song phương tới phát triển nông nghiệp, nông thôn, đồng thời đưa ra mục tiêu, quan điểm và những định hướng, giải pháp nhằm phát huy lợi thế của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế giúp Việt Nam tham gia hiệu quả vào thị trường nông sản thế giới cả về số lượng và chất lượng, góp phần phát triển ngành nông nghiệp Việt Nam bền vững, hiệu quả, tạo việc làm và nâng cao thu nhập người dân.

II. CĂN CỨ XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC

- Nghị quyết số 08-NQ/TW Hội nghị lần thứ 4 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khoá X và Nghị quyết số 16/2007/NQ-CP của Chính phủ về việc ban hành Chương trình hành động của Chính phủ về một số chủ trương, chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững khi Việt Nam là thành viên của WTO;

- Nghị quyết 26-NQ/TW ngày 05 tháng 8 năm 2008, Hội nghị lần thứ bảy Ban chấp hành Trung ương khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn;

- Nghị quyết 24/2008/NQ-CP ngày 28/10/2008 ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện nghị quyết Hội nghị lần thứ bảy Ban chấp hành Trung ương khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn;

- Chiến lược Phát triển nông nghiệp nông thôn giai đoạn 2011-2020 theo Quyết định số 3310/BNN-KH ngày 12/10/2009 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn;

- Chỉ thị 01/CT-TTg ngày 9 tháng 1 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ về một số biện pháp triển khai chủ trương chủ động và tích cực hội nhập quốc tế;

- Quyết định số 124/QĐ-TTg ngày 02/02/2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển sản xuất ngành nông nghiệp đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030;

- Nghị quyết 22-NQ/TW ngày 10 tháng 4 năm 2013 của Bộ Chính trị về Hội nhập quốc tế và Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 22-NQ/TW ngày 10 tháng 4 năm 2013 của Bộ Chính trị về Hội nhập quốc tế

- Quyết định số 899/QĐ-TTg ngày 10 tháng 6 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững;

- Nghị định 199/2013/NĐ-CP của Chính phủ ngày 26 tháng 11 năm 2013 quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn;

- Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19/12/2013 của Chính phủ về Chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn;

- Nghị quyết 31/NQ-CP ngày 15/5/2014 của Chính phủ về việc ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 22 ngày 10/4/2013 của Bộ Chính trị, Ban chấp hành TW về hội nhập quốc tế;

- Nghị quyết 49/NQ-CP ngày 10/7/2014 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ tiếp tục thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 4 Ban chấp hành TW Đảng khóa X về một số chủ trương chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững khi Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới;

- Các thỏa thuận, hiệp định đã ký kết trong khuôn khổ WTO, ASEAN, APEC, ASEM và các Hiệp định khu vực mậu dịch tự do khu vực và song phương.

III. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO QUỐC TẾ, KHU VỰC VÀ SONG PHƯƠNG

1. Đánh giá tổng quan các Hiệp định thương mại tự do đã ký kết và đang đàm phán

1.1. Tổng quan các Hiệp định thương mại tự do đã ký kết

Quá trình chính thức hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu của Việt Nam được đánh dấu với sự kiện Việt Nam trở thành thành viên chính thức của ASEAN từ năm 1995. Kể từ thời điểm đó, Việt Nam liên tục tham gia đàm phán nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA) với các đối tác đa phương, khu vực và song phương. Tính tới thời điểm hiện tại, Việt Nam đã tham gia đàm phán, ký kết và đang triển khai thực hiện 8 FTA, gồm: Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA), FTA ASEAN-Trung Quốc, FTA ASEAN - Hàn Quốc, FTA ASEAN - Nhật Bản, FTA ASEAN - Ấn Độ, FTA ASEAN-Úc / New Zealand, WTO và FTAViệt Nam-Chile.

Hiện nay, Việt Nam đang tiếp tục đàm phán 6 FTA mới, gồm: Hiệp định đối tác thương mại xuyên Thái Bình Dương (TPP), FTA Việt Nam - EU, FTA Việt Nam với 4 nền kinh tế tự do Châu Âu (EFTA), FTA Việt Nam - Liên minh Kinh tế Á - Âu (EAEU), FTA Việt Nam - Hàn Quốc, Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực RCEP.

1.1.1. Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA) (tên gọi cũ là AFTA/CEPT)

Việt Nam bắt đầu thực hiện ATIGA từ 1999 và sẽ phải giảm thuế nhập khẩu cho hầu hết các dòng thuế xuống mức 0% vào 2015, có 7% số dòng thuế sẽ được linh hoạt đến 2018.

Theo quy định của ATIGA, nhóm hàng nông sản nhạy cảm là các mặt hàng nông sản chưa chế biến, gồm một số loại gạo, hoa quả, thực phẩm, đường. Những mặt hàng này không phải xóa bỏ thuế quan theo lộ trình nhưng phải giảm thuế xuống mức thuế suất cao nhất là 5% vào năm 2013 (trừ mặt hàng đường là 2010). Các mặt hàng đang áp dụng hạn ngạch thuế quan (TRQ) như đường, trứng, muối và lá thuốc lá sẽ phải bỏ TRQ trong ASEAN từ 2015 - 2018 và sẽ phải áp dụng mức thuế suất 0-5%.

Đến nay, về cơ bản Việt Nam đã thực hiện xong các cam kết về mở cửa thị trường nông sản trong ASEAN.

1.1.2. Khu vực mậu dịch tự do ASEAN-Trung Quốc (ACFTA)

Hiệp định khung về Hợp tác Kinh tế toàn diện ký tháng 11/2002 nhằm xây dựng ACFTA vào năm 2010 giữa Trung Quốc với Brunei, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore và Thái Lan và vào 2015 với Campuchia, Lào, Myanmar và Việt Nam. ACFTA cam kết giảm 90% dòng thuế về 0% vào năm 2018. Chương trình thu hoạch sớm trong ACFTA thực hiện giảm thuế từ năm 2004 và xoá bỏ thuế vào năm 2008 (gồm hầu hết các mặt hàng nông, thủy sản từ Chương 1 - 8 của Biểu thuế nhập khẩu như động vật, thủy sản tươi sống, rau củ quả, hạt). Việt Nam giảm thuế xuống 0% vào 2008, Trung Quốc và ASEAN 61% dòng thuế cắt giảm xuống 0% vào năm 2006. Danh mục thông thường, khoảng 80% số dòng thuế Việt Nam thực hiện cắt giảm xuống 0% từ năm 2006-2015, có một số nhóm mặt hàng được linh hoạt đến 2018.

Có thể thấy, ACFTA là một trong những hiệp định đầu tiên mà Việt Nam tham gia có Chương trình thu hoạch sớm, lộ trình và mức độ giảm thuế nhanh và sâu đối với hàng nông, thủy sản.

1.1.3. Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN - Ấn Độ (AIFTA)

Hiệp định Khung về Hợp tác kinh tế toàn diện ASEAN - Ấn Độ đã được ký kết ngày 8/10/2003 để thiết lập AIFTA vào năm 2011 với các nước ASEAN 5 (Brunei Darussalam, Indonesia, Malaysia, Singapore và Thái Lan) và năm 2016 đối với Campuchia, Lào, Myanmar, Philipin và Việt Nam. AIFTA cam kết đưa 78% dòng thuế về 0% vào năm 2020. AIFTA sẽ kết thúc giai đoạn 1 vào 31/12/2017, cắt giảm 71% dòng thuế về 0%.

1.1.4. Tổ chức thương mại thế giới (WTO)

Năm 2007 Việt Nam trở thành thành viên đầy đủ của WTO. Sự kiện này đánh dấu sự khởi đầu của một quá trình tham gia vào nền kinh tế toàn cầu bình đẳng với tất cả các thành viên khác của tổ chức thương mại lớn nhất hành tinh. Theo WTO, thuế trong lĩnh vực nông nghiệp ở mức cam kết bình quân là 23,5% vào thời điểm gia nhập và 20% sẽ là mức cắt giảm cuối cùng. Tổng số dòng thuế nông sản cam kết thực hiện cắt giảm là 1.118 dòng.

Mức cắt giảm thuế đối với các hàng hóa lâm sản thấp nhất là 10% (thuộc nhóm mặt hàng gỗ nguyên liệu) và cao nhất 50% (thuộc nhóm sản phẩm gỗ thủ công mỹ nghệ) so với mức thuế tại thời điểm cam kết. Thuế bình quân thủy sản sẽ giảm từ 32,2% (mức thuế tại thời điểm gia nhập) xuống còn 20,1%. Thời gian điều chỉnh thuế từ 5 - 7 năm kể từ khi gia nhập WTO.

Đối với các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch động thực vật (SPS), Việt Nam cam kết đảm bảo quyền lợi và thực hiện toàn bộ nghĩa vụ của Hiệp định SPS ngay khi gia nhập WTO.

Mặc dù cam kết WTO là cam kết quan trọng nhất của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, nhưng WTO có mức cam kết cắt giảm không sâu và lộ trình kéo dài. Do vậy, cam kết cắt giảm thuế nhập khẩu tại WTO được xác định là cơ sở để thực hiện lộ trình cắt giảm các FTA khác.

1.1.5. Hiệp định Thương mại hàng hoá ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA)

Hiệp định được ký năm 2005 và được sửa đổi và ký lại vào tháng 8/2006, thực hiện cắt giảm thuế quan từ năm 2007. Theo AKFTA, 90% số dòng thuế được thực hiện giảm từ 2007 và xoá bỏ thuế quan vào 2016, với một số dòng thuế sẽ được linh hoạt đến 2018. Cụ thể, Việt Nam phải thực hiện cắt giảm 50% mặt hàng trong danh mục thông thường (GL) xuống 0-5% vào 1/1/2013, 90% mặt hàng vào 1/1/2015, 95% mặt hàng vào 1/1/2016 và 100% mặt hàng vào 1/1/2018.

1.1.6. Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện ASEAN-Nhật Bản (AJCEP)

AJCEP được ký kết vào năm 2008. AJCEP là một Hiệp định kinh tế toàn diện cả về thương mại hàng hóa, dịch vụ, đầu tư và hợp tác kinh tế. AJCEP cam kết đưa 90% dòng thuế về 0% vào quý II/2024 và kết thúc giai đoạn 1 vào 31/3/2020, cắt giảm 76,2% dòng thuế về 0%.

1.1.7. Hiệp định thương mại tự do ASEAN-Úc-New Zealand (AANZFTA)

AANZFTA được ký kết vào tháng 2/2009, cam kết đưa 91% dòng thuế về 0% vào năm 2020. AANZFTA sẽ kết thúc giai đoạn 1 vào 1/1/2018, cắt giảm 85% dòng thuế về 0%.

1.1.8. Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Chile

Hiệp định được ký kết tháng 11/2011 và chính thức có hiệu lực ngày 1/1/2014. Theo Hiệp định, Việt Nam và Chile kết thúc giai đoạn 1 vào 1/1/2024, cắt giảm 41% dòng thuế về 0%.

1.2. Các Hiệp định thương mại tự do đang đàm phán

Sáu FTA đang đàm phán, gồm: Hiệp định TPP, FTA Việt Nam - EU, FTA Việt Nam - EFTA, FTA Việt Nam – Liên minh Kinh tế Á - Âu, FTA Việt Nam - Hàn Quốc, Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực RCEP. Hiệp định TPP (với sự tham gia của các đối tác hàng đầu thế giới như Hoa Kỳ, Canada, Nhật Bản) và Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU được coi là hai Hiệp định quan trọng bậc nhất đối với Việt Nam, có ý nghĩa lớn cả về mặt kinh tế và chính trị.

Việc tham gia đàm phán xây dựng sáu Hiệp định này là bước đi tiếp nối

trong quá trình chủ động và tích cực hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới nhằm tiếp cận với những thị trường xuất khẩu lớn nhất thế giới và thị trường nhập khẩu hàng hóa có chất lượng cao nhất thế giới, định hướng lại quan hệ thương mại, giảm sự lệ thuộc vào một số thị trường, khai thác hiệu quả hơn thế mạnh của nền kinh tế. Đây cũng là những Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới bao trùm nhiều lĩnh vực kinh tế, bên cạnh cắt giảm thuế quan và các rào cản phi quan thuế, các FTAs thế hệ mới đưa vào đàm phán các lĩnh vực khác như lao động, môi trường, phát triển bền vững.

Việc Việt Nam tham gia đàm phán sáu Hiệp định FTA mới này được kỳ vọng sẽ giúp khơi nguồn đầu tư tài chính, kỹ thuật, công nghệ lớn, năng động và tiến bộ nhất thế giới, thiết lập nguồn vốn đầu tư quan trọng cho tăng trưởng bền vững của nền kinh tế-xã hội trong giai đoạn phát triển mới khi thu nhập bình quân đầu người Việt Nam đã thoát khỏi danh mục các quốc gia có mức thu nhập thấp.

Xét về dài hạn, việc thực thi cam kết cùng cải cách sẽ tạo dựng môi trường đầu tư minh bạch và cạnh tranh, qua đó không chỉ hấp dẫn nhà đầu tư mà còn tạo nền tảng phân bổ các nguồn đầu tư hiệu quả, dù đó là vốn trong nước hay nước ngoài.

2. Tác động khi tham gia hội nhập kinh tế quốc tế và thực thi các Hiệp định mậu dịch tự do đã ký kết của ngành nông nghiệp và PTNT

2.1. Tác động tích cực

2.1.1. Tăng trưởng thương mại, đa dạng hóa thị trường và sản phẩm xuất khẩu, tạo điều kiện phát triển sản xuất trong nước, tạo việc làm và tăng thu nhập cho nông dân

Tăng trưởng thương mại: Kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản năm 2007 đạt 10,7 tỷ USD, xếp thứ 50 trong các quốc gia xuất khẩu trên thế giới. Năm 2013, kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản đạt mức 27,5 tỷ USD, tăng 2,57 lần so với năm 2007, chiếm trên 20% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Tỷ trọng xuất khẩu nông sản trong xuất khẩu hàng hóa của nước ta trong giai đoạn 2007 – 2013 ổn định ở mức cao, đạt 26%-27%.

Trong giai đoạn suy thoái kinh tế toàn cầu, ngành nông nghiệp Việt Nam (bao gồm nông, lâm, ngư nghiệp) vẫn duy trì tăng trưởng xuất khẩu ổn định, làm chỗ dựa cho nền kinh tế quốc dân. Mặc dù tốc độ tăng GDP nông nghiệp và tỷ trọng nông nghiệp trong tổng GDP quốc gia có xu hướng giảm (tốc độ tăng GDP nông nghiệp đạt 3,83% trong giai đoạn 2001 – 2005, 3,3% trong giai đoạn 2006-2010 và 2,67% trong năm 2013; tỷ trọng nông nghiệp trong tổng GDP cả nước giảm dần từ 24,5% năm 2000 xuống còn 20,58% năm 2010 và 18,4% năm 2013), nông

ng nghiệp vẫn đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân, tạo thu nhập và việc làm ổn định cho 25 triệu lao động nông nghiệp (trong tổng số 34 triệu lao động nông thôn). Nông lâm ngư nghiệp là ngành duy nhất xuất siêu ra thị trường thế giới với mức xuất siêu là 8 tỷ USD vào năm 2012 và 8,5 tỷ USD vào năm 2013.

Hội nhập đã giúp Việt Nam bước đầu vượt qua rào cản thuế quan đối với một số nông sản mà Việt Nam có thế mạnh xuất khẩu như gạo, thủy sản, tham gia vào cơ chế đấu thầu hạn ngạch quốc tế. Việc gia nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới cũng giúp Việt Nam tiếp cận với nguồn nguyên liệu ổn định hơn cho sản xuất, có chất lượng tốt và giá cả cạnh tranh, thúc đẩy nhập khẩu hàng hóa phục vụ sản xuất để xuất khẩu.

Đa dạng hóa thị trường và sản phẩm xuất khẩu: Kể từ khi tham gia vào nền kinh tế khu vực và thế giới, Việt Nam đã có quan hệ thương mại ổn định với hơn 160 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, tăng gấp 3 lần so với thời kỳ trước đó. Các nước nhập khẩu nông sản Việt Nam ngày càng mở rộng từ Bắc Mỹ, châu Âu, Đông Bắc Á, châu Úc sang Nam Mỹ, châu Phi và Tây Á. Các thị trường nông sản chủ lực của Việt Nam là Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, ASEAN, EU, Hà Lan, Anh, Úc, vv...

Năm 2013, có tới 16 thị trường Việt Nam xuất siêu trên 1 tỷ USD trong khi số thị trường nhập siêu chỉ là 6 thị trường. Trong số các thị trường trên 1 tỷ USD, có 3 thị trường xuất khẩu trên 10 tỷ USD (chiếm tỷ trọng 38% trong tổng kim ngạch xuất khẩu) là Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc và 3 thị trường nhập khẩu trên 10 tỷ USD (chiếm tỷ trọng 52% trong tổng kim ngạch nhập khẩu) là Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản.

Cũng trong năm 2013, mặc dù có một số mặt hàng sụt giảm giá trị xuất khẩu do tác động của giá cả và các diễn biến khác của thị trường thế giới, ngành nông nghiệp Việt Nam vẫn có 8 nhóm mặt hàng xuất khẩu trên 1 tỉ USD gồm: thủy sản (6,72 tỉ), gạo (2,925 tỉ), hạt điều (1,65 tỉ), cà phê (2,72 tỉ), sắn (1,1 tỉ), rau quả (1,1 tỉ), cao su (2,49 tỉ) và gỗ (5,5 tỉ). Năm 2013, Việt Nam chiếm vị trí thứ nhất trong số các quốc gia xuất khẩu hồ tiêu, điều; thứ hai đối với cà phê; thứ ba đối với xuất khẩu gạo và cao su; thứ tư thế giới đối với xuất khẩu thủy sản; thứ sáu đối với chè.

Việc gia nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới cũng giúp Việt Nam tiếp cận với nguồn nguyên liệu ổn định hơn cho sản xuất, có chất lượng tốt và giá cả cạnh tranh, thúc đẩy nhập khẩu hàng hóa phục vụ sản xuất để xuất khẩu. Tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa nông thủy sản và nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất nông nghiệp năm 2013 là 11,84 tỉ USD. Trong đó, các mặt hàng nhập khẩu chính gồm thức ăn chăn nuôi (3,08 tỉ), phân bón (1,71 tỉ), thuốc trừ sâu (778 triệu), sữa và sản phẩm sữa (1,1 tỉ), thủy sản (721 triệu), hạt điều (601 triệu), lúa mì, rau quả, ngô, đậu tương và dầu mỡ động thực vật.

2.1.2. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao năng suất chất lượng, khả năng cạnh tranh nông, lâm, thủy sản và tăng cường hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn vệ sinh thực phẩm

Sự gia tăng cạnh tranh với hàng hóa nhập khẩu và doanh nghiệp nước ngoài đã tạo sức ép tích cực lên doanh nghiệp và các nhà sản xuất. Việc cải tiến khoa học công nghệ, đầu tư phát triển sản phẩm được coi là yếu tố quan trọng hàng đầu trong sản xuất, giúp nâng cao chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm, nâng cao năng suất, đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng và tiêu chuẩn chất lượng của các thị trường tiêu dùng khó tính. Nhiều kỹ thuật tiên tiến và các tiêu chuẩn kỹ thuật như VIETGAP, ISO, HACCP, v.v... trong lĩnh vực sản xuất giống cây trồng, vật nuôi, nuôi trồng và chế biến thủy sản đã và đang được áp dụng tại Việt Nam. Các tiêu chuẩn quốc gia về an toàn thực phẩm và kiểm dịch động, thực vật của Việt Nam có tỷ lệ hài hòa hóa với tiêu chuẩn quốc tế tham chiếu (OIE, CODEX, IPPC) ngày càng tăng.

Năng lực kiểm soát an toàn vệ sinh thực phẩm của Việt Nam đã có nhiều cải thiện đáng kể, hàng nông lâm thủy sản Việt Nam ngày càng có uy tín trên thị trường quốc tế không chỉ với giá thành cạnh tranh, sản phẩm đặc thù mà còn có chất lượng đạt tiêu chuẩn của những thị trường nhập khẩu khó tính nhất như Nhật Bản, EU, Hoa Kỳ.

Ứng dụng khoa học công nghệ trong sản xuất nông nghiệp đã nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường thế giới và tạo sự bứt phá đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực như lúa gạo, thủy sản, cà phê, hạt tiêu, hạt điều, chè, sắn, mật ong, một số mặt hàng rau củ quả và một số mặt hàng lâm sản. Ngành trồng trọt và chăn nuôi thời gian qua đã chú trọng đến việc áp dụng khoa học công nghệ tiên tiến về gen, tăng cường sử dụng giống mới trong sản xuất nhằm kiểm soát dịch bệnh, tăng cường năng suất và chất lượng sản phẩm. Ngành thủy sản tiên phong áp dụng khoa học công nghệ trong sản xuất giống, sử dụng công nghệ nuôi trồng tiên tiến, công nghệ chế biến hiện đại làm tăng sản lượng, nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm, đưa Việt Nam trở thành nước xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới. Trong ngành lâm nghiệp, Việt Nam hiện đã áp dụng 60% giống mới trong trồng rừng kinh tế, tỉ lệ thành rừng được cải thiện lên đến 80%, nhiều nơi năng suất rừng trồng đạt 15-20m³/ha/năm.

2.1.3. Thay đổi cơ cấu sản xuất và phát huy cao hơn lợi thế so sánh của các ngành hàng trong sản xuất nông, lâm, thủy sản

Trong quá trình mở cửa và trước áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng, cơ cấu sản xuất nông, lâm, thủy sản đã chuyển dịch theo hướng nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả gắn với nhu cầu thị trường. Trong nông nghiệp, tỷ trọng ngành thủy sản tăng từ 16,2% năm 2000 lên 21% năm 2010 và 30% năm 2013; tỷ

trọng ngành trồng trọt giảm từ 61,8% xuống 56,4% năm 2010 và 52% năm 2013, tỷ trọng chăn nuôi tăng từ 15,25% lên 18,7% năm 2010 và 20% năm 2012 trong tổng giá trị sản xuất của toàn ngành.

Trong nội bộ các ngành cũng có chuyển biến cơ cấu tích cực: Diện tích gieo trồng lúa giảm, diện tích các cây công nghiệp lâu năm và cây ăn quả có giá trị hàng hóa tăng nhanh; trong chăn nuôi, hình thức chăn nuôi trang trại, gia trại thay thế dần mô hình chăn nuôi tận dụng nhỏ lẻ ở gia đình; tỷ trọng giá trị thủy sản nuôi trồng tăng từ 44,5% năm 2000 lên 57,6% năm 2010; kinh tế nông thôn cũng chuyển biến tích cực, từ một nền kinh tế thuần nông, đến năm 2010, tỷ trọng giá trị sản xuất công nghiệp ở nông thôn đã tăng từ 17,3% năm 2001 lên trên 20% năm 2010.

Giá trị sản xuất của khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản năm 2007 ước tính đạt gần 200 nghìn tỷ đồng, đến năm 2013 giá trị sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản năm 2013 ước tính đạt 801,2 nghìn tỷ đồng, bao gồm nông nghiệp đạt 602,3 nghìn tỷ đồng, lâm nghiệp đạt 22,4 nghìn tỷ đồng, thủy sản đạt 176,5 nghìn tỷ đồng. Số lượng doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp tăng từ 2.296 doanh nghiệp năm 2005 lên 3.517 doanh nghiệp vào năm 2012, trong đó có 1.561 doanh nghiệp nông nghiệp và dịch vụ nông nghiệp, 648 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực lâm nghiệp và 1.308 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thủy sản.

Trong lĩnh vực trồng trọt, Việt Nam tập trung vốn, khoa học công nghệ và lao động để phát huy lợi thế so sánh về điều kiện tự nhiên, thổ nhưỡng, nguồn gen, nguồn nước, v.v... trong sản xuất lúa gạo, cà phê, hạt tiêu, chè và một số rau hoa củ quả nhiệt đới, vươn lên trở thành nước đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu gạo và cà phê, đứng thứ năm thế giới về xuất khẩu chè và đứng đầu thế giới về xuất khẩu hạt tiêu.

Trong lĩnh vực chăn nuôi, nắm bắt các xu thế tiêu dùng thịt và sản phẩm thịt trong nước và trên thế giới, kết hợp với điều kiện đất đai, khí hậu và lao động nông thôn của Việt Nam, doanh nghiệp chăn nuôi của Việt Nam đã tập trung đầu tư phát triển vào các lĩnh vực chăn nuôi có khả năng quay vòng vốn nhanh chóng, có biểu đồ giá cả tương đối ổn định như lợn, gà-gia cầm, sữa, một số sản phẩm chế biến từ thịt và sữa.

Trong lĩnh vực thủy sản, tận dụng điều kiện tự nhiên và địa lý của Việt Nam thuận lợi cho việc phát triển nuôi trồng thủy sản khắp mọi miền đất nước và các mùa trong năm, doanh nghiệp và người sản xuất đã tập trung đầu tư mọi nguồn vốn, đầu tư sản xuất thủy sản, tập trung vào một số mặt hàng thủy sản, tạo thế mạnh và chiếm giữ vị trí thứ hai trên thị trường thế giới. Sản xuất thủy sản cơ bản tập trung vào các mặt hàng surimi, tươi sống, ướp lạnh, đông lạnh và một số sản

phẩm đóng hộp và chế biến khác của các loại: cá tra, cá ngừ, cá thu, cá kiếm tôm, nhuyễn thể, nhuyễn thể hai mảnh vỏ, v.v...

Tất cả những điểm nêu trên cho thấy tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế đã tạo thay đổi trong cơ cấu sản xuất, tập trung vào các mặt hàng Việt Nam có lợi thế và có năng lực cạnh tranh quốc tế. Thành tựu đạt được trong những năm qua của toàn ngành nông, lâm nghiệp và thủy sản đã khẳng định tác động tích cực của hội nhập thương mại quốc tế đối với cơ cấu sản xuất trong nước, hướng tới xuất khẩu, gia tăng giá trị sản phẩm và phát triển bền vững.

2.1.4. Thay đổi tư duy và hệ thống quản lý ngành

Việt Nam nói chung và ngành nông nghiệp nói riêng đã hội nhập tương đối sâu vào nền kinh tế thế giới nên thị trường bị tác động giá cả đầu vào và đầu ra lớn. Khi tham gia đàm phán và thực hiện các Hiệp định tự do hóa thương mại, Việt Nam cần thực hiện nhiều cam kết cắt giảm thuế, gỡ bỏ hàng rào phi thuế, mở cửa thị trường hàng hóa, dịch vụ và đầu tư, thay đổi thể chế và chính sách phù hợp để thực hiện các cam kết đa phương, khu vực và song phương. Để thực hiện các cam kết này, Đảng và Chính phủ Việt Nam cũng như toàn bộ hệ thống quản lý ngành nông nghiệp và PTNT có quyết tâm chính trị cao, đổi mới tư duy, tạo hành lang pháp lý thông thoáng và phân cấp phân quyền cho các thành phần kinh tế để họ tự chủ trong các quyết định kinh doanh, sản xuất và thương mại của mình.

Mở cửa thị trường và chấp nhận cạnh tranh: Một trong những thách thức lớn nhất đối với Việt Nam hiện nay trong hội nhập kinh tế quốc tế là phải chấp nhận cạnh tranh trên cả thị trường trong nước và quốc tế. Nông nghiệp Việt Nam, mặc dù quy mô sản xuất nhỏ, phân tán nhưng trong bối cảnh hầu hết nông dân đều tham gia vào sản xuất hàng hóa nên việc mở rộng thương mại quốc tế đem lại hiệu quả lan tỏa sâu rộng trong việc tạo việc làm và thu nhập của đông đảo người lao động nông thôn. Thực hiện nguyên tắc tự do hóa thương mại, Việt Nam chấp nhận mở cửa thị trường nhập khẩu các nông sản hàng hóa mà mình không có thế mạnh nhờ đó vừa cải thiện đời sống, tăng phúc lợi cho người tiêu dùng trong nước, tạo điều kiện cho họ tiếp cận với hàng hóa có chất lượng và giá bán tốt hơn, đồng thời phát triển mối quan hệ đa phương công bằng và hiệu quả. Chấp nhận cạnh tranh, mặc dù phải chịu nhiều rủi ro và các yếu tố bất định từ thương mại quốc tế nhưng người sản xuất Việt Nam đã từng bước làm quen, nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản. Chính sách thương mại nông sản của Việt Nam cũng đang đem lại những tác động tích cực để thúc đẩy quá trình thích ứng với toàn cầu hóa trong sản xuất và kinh doanh nông nghiệp. Hiện nay đã có nhiều ngành hàng chiếm tỷ trọng cao trong xuất khẩu, vươn lên tầm khu vực và thế giới như hạt tiêu, điều, cà phê, gạo, thủy sản, v.v...

Thay đổi hệ thống luật pháp, tiêu chuẩn chất lượng: Để đáp ứng các cam kết

và yêu cầu mới của quá trình hội nhập, nhiều văn bản pháp luật và văn bản dưới luật đã được Chính phủ, Bộ Nông nghiệp và PTNT phối hợp với các Bộ, ngành liên quan ban hành như Luật Đầu tư nước ngoài, Luật Cạnh tranh, Luật An toàn thực phẩm, Luật Bảo vệ và Kiểm dịch Thực vật, Pháp lệnh Thú y, v.v..., đã tạo hành lang pháp lý minh bạch và ổn định, tạo môi trường đầu tư và kinh doanh thông thoáng để các nhà đầu tư, doanh nghiệp thực hiện các dự án sản xuất, chế biến và xuất khẩu. Đồng thời, thông qua các quy định pháp luật, các cơ quan quản lý Nhà nước có thể tăng cường quản lý các hoạt động sản xuất, chế biến, kinh doanh và đầu tư phục vụ phát triển bền vững ngành.

Trước sức ép của thị trường, các cơ quan nhà nước, nhà sản xuất cũng như doanh nghiệp Việt Nam phải thay đổi cả về hệ thống luật lệ và tiêu chuẩn kỹ thuật áp dụng cho sản xuất và kinh doanh. Nhiều tiêu chuẩn kỹ thuật đã được xây dựng và áp dụng trong sản xuất như VietGAP, ISO, HACCP..., nhiều tiêu chuẩn được hài hòa hóa với các tiêu chuẩn quốc tế để đáp ứng yêu cầu của nước nhập khẩu như ASEAN GAP, EuroGAP, GlobalGAP, Chứng chỉ rừng bền vững SFC...

Tăng cường năng lực: Một thách thức quan trọng nữa là yếu tố nguồn lực con người, bao gồm cả trình độ quản lý, sản xuất, kinh doanh. Trong bối cảnh hội nhập, yêu cầu về trình độ của các cấp, các ngành, các thành phần đều phải nâng cao nhằm thích ứng với đòi hỏi mới. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực vừa là yêu cầu vừa là nhiệm vụ, giải pháp để góp phần thực hiện có hiệu quả quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của toàn ngành nông, lâm, thủy sản. Trong hai thập kỷ qua, việc gia nhập các tổ chức quốc tế và khu vực như WTO, APEC, ASEM và ASEAN, đồng thời với việc tăng cường các mối quan hệ hợp tác song phương, mỗi năm Bộ Nông nghiệp và PTNT có cơ hội cử hàng trăm lượt cán bộ đi đào tạo ngắn hạn và dài hạn ở nước ngoài, qua đó góp phần tăng cường năng lực của đội ngũ cán bộ, công chức của ngành từ Trung ương tới địa phương.

2.2. Tác động bất lợi

2.2.1. Gia tăng cạnh tranh và áp lực tới sản xuất, làm thu hẹp một số lĩnh vực sản xuất có khả năng cạnh tranh thấp

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế với sự cắt giảm rào cản thuế quan, gỡ bỏ rào cản kỹ thuật và hành chính đã tạo ra tăng trưởng sức ép cạnh giữa hàng hóa nhập khẩu và sản xuất trong nước. Sự hạn chế về vốn, công nghệ, năng lực sản xuất và trình độ quản lý khiến các nhà sản xuất và doanh nghiệp trong nước phải đối mặt với nguy cơ bị các tập đoàn toàn cầu và các doanh nghiệp lớn thôn tính. Thực tế sau hơn một thập kỷ hội nhập cho thấy trong khi một số ngành hàng tận dụng được các lợi thế do mở cửa mang lại như lúa, cao su, cà phê, thủy sản, sản phẩm gỗ, trong khi một số ngành phải thu hẹp sản xuất do phải đối mặt với nguy cơ cạnh tranh cao như đậu tương, bông...

2.2.2. Phát sinh tranh chấp thương mại nhưng năng lực giải quyết còn thấp

Khi Việt Nam hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới, hàng hoá nông lâm thủy sản của ta có xu thế đối mặt với nhiều rào cản thương mại được các nước nhập khẩu đặt ra để bảo hộ sản xuất trong nước. Với các yêu cầu ngày càng khắt khe về chất lượng và an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc, các yêu cầu về bảo vệ môi trường, các vụ kiện chống trợ cấp, chống bán phá giá và tranh chấp thương mại là thực tế mà các doanh nghiệp và cơ quan quản lý của Việt Nam sẽ phải đối mặt. Các vụ tranh chấp thương mại nông lâm thủy sản diễn ra trong thời gian qua cùng hàng loạt các biện pháp áp đặt về kỹ thuật, hành chính như Hoa Kỳ áp thuế chống bán phá giá với cá tra, tôm và áp thuế chống trợ cấp với tôm của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ, gây cản trở và thiệt hại cho các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam.

Đây là một trong những thách thức lớn đối với Việt Nam. Hiện nay, nhận thức về luật pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp của các doanh nghiệp và hiệp hội doanh nghiệp chưa đầy đủ. Các hoạt động vận động hành lang còn chưa được chú trọng đúng mức; chưa có nhiều kinh nghiệm đối phó và thường rơi vào thế bị động khi tham gia giải quyết tranh chấp; doanh nghiệp và các hiệp hội doanh nghiệp trong điều kiện này phải dựa chủ yếu vào các công ty luật và luật sư nước ngoài với mức chi phí khá cao; ý thức tự bảo vệ và chủ động tham gia kháng kiện không thật sự mạnh mẽ và chưa có kế hoạch đầu tư thích đáng vào lĩnh vực này.

2.2.3. Chậm điều chỉnh cơ cấu sản xuất để khai thác cơ hội thị trường và phát huy lợi thế so sánh của các vùng

Cơ cấu sản xuất vẫn nặng về các sản phẩm truyền thống có giá trị thấp nên chưa tận dụng được hết các cơ hội thị trường các sản phẩm mới có giá trị cao hơn. Tăng trưởng sản xuất chủ yếu dựa vào các yếu tố đầu vào, chậm chuyển sang phát triển theo chiều sâu trên cơ sở áp dụng khoa học kỹ thuật và công nghệ mới. Thiếu các quy hoạch vùng và các chính sách đầu tư phù hợp vào ngành nghề cụ thể mà thị trường trong nước, thế giới có nhu cầu cao và Việt Nam có thế mạnh sản xuất, có khả năng cạnh tranh.

2.2.4. Năng lực cạnh tranh thấp ở cấp quốc gia của doanh nghiệp và sản phẩm dẫn đến hiệu quả chưa cao, chưa bền vững

Năng lực cạnh tranh quốc gia và doanh nghiệp bị hạn chế do vốn đầu tư thấp, thiếu khoa học công nghệ tiên bộ, thiếu nguồn nhân lực lao động và quản lý chất lượng cao, hạ tầng chưa đồng bộ, hệ thống quản lý tiêu chuẩn và phát triển thị trường chưa đảm bảo, chưa tạo đủ thuận lợi cho nông sản Việt Nam tiếp cận với thị trường thế giới. Tổ chức sản xuất nông, lâm, thủy sản còn phân tán, thể hiện ở kết cấu hạ tầng tại các vùng sản xuất tập trung chưa phát triển; quy mô đất đai

còn nhỏ bé; các hợp tác xã và tổ chức kinh tế hợp tác chưa phát triển được nhiều hoạt động dịch vụ; hoạt động của các doanh nghiệp Nhà nước ở lĩnh vực nông nghiệp còn yếu kém, trong khi các doanh nghiệp tư nhân lại chưa phát triển, tính liên kết trong sản xuất chế biến và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp còn hạn chế.

Khả năng cạnh tranh của sản phẩm thấp tiêu chuẩn chất lượng chưa cao, chậm bắt kịp với các xu thế tiêu dùng mới, kiểu dáng công nghiệp và công nghệ quảng bá chưa gây được hiệu ứng cho người tiêu dùng. Cho tới nay, chỉ có rất ít thương hiệu và chỉ dẫn địa lý gắn với nông sản Việt Nam.

2.2.5. Thu hút đầu tư, tiếp thu công nghệ mới đạt mức thấp

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào ngành nông nghiệp cũng rất hạn chế do tính rủi ro cao khi đầu tư vào ngành như ảnh hưởng trực tiếp của điều kiện tự nhiên, thời tiết khí hậu, bệnh dịch đối với cây trồng và vật nuôi, giá cả thị trường nông sản biến động và bấp bênh. Tính đến tháng 8/2014, tổng số dự án lũy kế còn hiệu lực trong lĩnh vực nông lâm ngư nghiệp là 512 với tổng số vốn đăng ký trên 3,43 tỷ USD, chỉ chiếm 3,06% tổng số dự án FDI và 1,35% tổng số vốn đăng ký của các dự án FDI trong cả nước.

Bên cạnh đó, hoạt động chuyển giao công nghệ trong các dự án FDI vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu của thực tiễn và nhu cầu đổi mới công nghệ của doanh nghiệp trong ngành. Vẫn còn có một số tồn tại cần sớm khắc phục như: Định hướng thu hút công nghệ cao, công nghệ, khuyến khích đầu tư chưa đạt mục tiêu đặt ra; công nghệ đưa vào qua kênh FDI hầu hết có trình độ bằng hoặc cao hơn công nghệ sẵn có ở Việt Nam một chút, nhưng mới chỉ đạt mức trung bình hoặc trung bình tiên tiến so với các nước trong khu vực. Những công nghệ được chuyển giao theo các dự án FDI thường là công nghệ được đưa vào theo lợi ích của nhà đầu tư, mà thường không phải theo nhu cầu đổi mới công nghệ do phía Việt Nam chủ động đưa ra.

2.3. Nguyên nhân

2.3.1. Nhận thức chưa đầy đủ về tầm quan trọng của công tác hội nhập kinh tế quốc tế và chưa quán triệt các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về công tác hội nhập ở các cấp

Nhận thức và hiểu biết của các cơ quan quản lý, doanh nghiệp và người dân về hội nhập kinh tế quốc tế còn nhiều hạn chế. Một mặt là do công tác tuyên truyền, phổ biến chính sách và pháp luật mới chỉ dừng lại ở việc tuyên truyền các văn bản pháp luật như luật, pháp lệnh, nghị định, thông tư, chưa thực sự lồng ghép và đưa nội dung chính sách về hội nhập kinh tế quốc tế vào trong kế hoạch phát triển kinh tế xã hội của địa phương, chiến lược phát triển kinh tế xã hội, các chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất định hướng thị trường. Mặt khác, các hình thức tuyên truyền, phổ biến chưa phong phú, chưa nêu bật được các lợi ích mang

lại từ việc thực thi các Hiệp định thương mại tự do đa phương, khu vực và song phương khiến cho doanh nghiệp, người sản xuất chưa nhận thức đầy đủ về thách thức trong sản xuất, chế biến và kinh doanh phải đổi diện và có chiến lược phát triển phù hợp.

Các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về công tác hội nhập kinh tế quốc tế chưa được phổ biến sâu, rộng tới mọi đối tượng, đặc biệt là ở các địa phương.

2.3.2. Môi trường chính sách còn thiếu đồng bộ, thiếu hệ thống và chưa bắt kịp sự phát triển của nền kinh tế

Hệ thống chính sách ngành nông nghiệp trong giai đoạn vừa qua đã có nhiều đổi mới, thể hiện sự quan tâm và nỗ lực của Chính phủ để duy trì và thúc đẩy sản xuất nông nghiệp nhằm hạn chế tác động tiêu cực cũng như tận dụng tốt nhất những cơ hội mang lại từ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Hệ thống chính sách này đã có những tác động tích cực song vẫn còn một số tồn tại cần khắc phục.

Các chính sách mới trong thời gian qua chủ yếu tập trung vào tạo động lực cho các thành phần kinh tế tự huy động nội lực, đầu tư của nhà nước còn hạn chế vào hỗ trợ các khâu then chốt mà người sản xuất kinh doanh không đủ khả năng làm như nghiên cứu thị trường, phòng chống rủi ro, phát triển thương mại, v.v... nên tăng trưởng thời gian qua chủ yếu theo chiều rộng, khai thác tài nguyên tự nhiên. Hàm lượng khoa học công nghệ còn thấp trong các sản phẩm nông nghiệp nên sức cạnh tranh yếu.

Các đổi mới thời gian qua chủ yếu là về chính sách, thiếu các giải pháp đột phá quan trọng về tổ chức, thể chế. Do vậy hình thức tổ chức sản xuất chính tại nông thôn vẫn bị bó hẹp trong các hộ nông dân sản xuất nhỏ. Kinh tế hợp tác và trang trại còn gặp nhiều khó khăn, sự liên kết giữa nông dân với doanh nghiệp lỏng lẻo. Trong nhiều trường hợp các doanh nghiệp cạnh tranh không lành mạnh với nhau khiến tất cả đều chịu thiệt hại, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập với sự liên kết mạnh, tinh vi và chuyên nghiệp của các doanh nghiệp nước ngoài.

2.3.3. Hệ thống quản lý Nhà nước còn nhiều bất cập

Vai trò quản lý của Nhà nước trong hội nhập quốc tế trong lĩnh vực nông nghiệp còn mờ nhạt, chưa thực sự hiệu quả, thể hiện qua những điểm sau:

- Quy hoạch phân bổ tài nguyên (đất, nguồn nước...) phục vụ phát triển nông nghiệp chưa hợp lý, chưa hướng tới thúc đẩy nâng cao năng lực cạnh tranh của các sản phẩm nông, lâm, thủy sản.

- Bộ máy quản lý vẫn thiên về chỉ đạo sản xuất. Trong khi đó, các cơ quan quản lý phần sau thu hoạch, đem lại giá trị gia tăng cao (chế biến, bảo quản, tiêu

chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn, phát triển thị trường,...) chưa được quan tâm. Thiếu đội ngũ cán bộ am hiểu về phân tích và dự báo thị trường nông sản quốc tế, phát triển thị trường nông sản, tham gia đàm phán và xử lý tranh chấp thương mại quốc tế, xây dựng và quản lý các tiêu chuẩn thị trường...

- Mức đầu tư vào nông nghiệp thời gian qua thấp, không tương xứng với vai trò của ngành đối với phát triển kinh tế, cũng như chưa đáp ứng được yêu cầu của sản xuất nông nghiệp hiện đại, chỉ đáp ứng được 40-50% nhu cầu của toàn ngành. Trong bối cảnh đó, đầu tư cho các hoạt động nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành trong hội nhập quốc tế, xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư cho nông nghiệp cũng bị hạn chế.

2.3.4. Tổ chức thực hiện chưa hiệu quả

Với 14 FTA đã và sắp ký kết, Chính phủ Việt Nam cam kết mở cửa thị trường phù hợp với xu hướng toàn cầu hóa. Hàng loạt các chính sách đã được điều chỉnh để hài hòa hóa các quy định khu vực, quốc tế và các cam kết đã thực hiện như chính sách cắt giảm thuế, mở cửa thị trường dịch vụ và đầu tư, cam kết bảo vệ môi trường, v.v... Tuy nhiên, việc triển khai thực hiện triệt để các cam kết và chính sách hội nhập, tận dụng các cơ hội do quá trình hội nhập mang lại còn hạn chế ở các cấp từ Trung ương tới địa phương.

Hạn chế trong việc tổ chức thực hiện các cam kết hội nhập thể hiện ở nhiều góc độ như các cơ quan quản lý, doanh nghiệp và người sản xuất chưa được phổ biến chi tiết các cam kết hội nhập và tác động của quá trình mở cửa tới từng ngành sản xuất; nhiều doanh nghiệp và người sản xuất chưa thực sự quan tâm tới việc đầu tư và tăng cường năng lực cạnh tranh. Ở góc độ quản lý, năng lực của các cơ quan chuyên môn còn chưa đáp ứng được yêu cầu kỹ thuật của các đối tác quốc tế và chưa có được các hướng dẫn kịp thời tới các doanh nghiệp.

IV. QUAN ĐIỂM CHIẾN LƯỢC HỘI NHẬP

Hội nhập kinh tế quốc tế gắn với quá trình tái cơ cấu, thay đổi mô hình tăng trưởng của đất nước và của ngành trên cơ sở phát huy nội lực; hoàn thiện thể chế, nâng cao chất lượng nhân lực, hiện đại hóa kết cấu hạ tầng, nâng cao năng lực cạnh tranh; tăng liên kết vùng trong nước.

Tuân thủ các cam kết quốc tế đi đôi với chủ động xây dựng và vận dụng các quy tắc, luật lệ quốc tế và tham gia tích cực vào các hoạt động của cộng đồng khu vực và quốc tế;

Hội nhập nhằm đảm bảo các lợi ích về kinh tế, xã hội môi trường, quốc phòng, chính trị, ngoại giao, phát huy tối đa lợi thế so sánh của các bên, làm sâu sắc hơn quan hệ với các đối tác, nhất là các đối tác chiến lược, tạo sự đan xen gắn kết lợi ích để khai thác tối đa cơ hội, khắc phục hạn chế, phòng tránh rủi ro.

V. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Phát huy toàn diện vai trò hội nhập kinh tế quốc tế để tạo môi trường thuận lợi, tăng nguồn lực, mở rộng thị trường nhằm phát triển ngành nông nghiệp Việt Nam bền vững, hiệu quả, tạo nhiều việc làm và nâng cao thu nhập người dân.

2. Mục tiêu cụ thể

Phát triển nền nông nghiệp Việt Nam bền vững và hiệu quả dựa trên lợi thế và khả năng cạnh tranh, hạn chế tác động bất lợi của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Phát triển các thị trường có giá trị cao và bền vững cho nông sản xuất khẩu của Việt Nam ở cả địa bàn truyền thống và địa bàn mới, tăng cường tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng, thúc đẩy đổi mới tư duy, khoa học công nghệ, đổi mới thể chế chính sách nhằm xây dựng nội lực nền nông nghiệp mạnh, nâng cao sức cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường thế giới

Phát triển doanh nghiệp và thu hút đầu tư để khai thác thế mạnh của nông nghiệp, góp phần tăng giá trị cho sản xuất nông nghiệp, tăng thu nhập cho nông dân.

VI. ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC

1. Định hướng tổng thể

Chủ động tham gia các cam kết và tăng cường tiếp cận các thị trường nông sản quan trọng mang tính chiến lược của khu vực và thế giới.

Ưu tiên tăng cường hợp tác với các đối tác lớn về sản xuất, kinh doanh nông nghiệp.

Đối với các Hiệp định thương mại tự do (FTA) đang đàm phán sẽ theo những định hướng hội nhập sau:

- Tăng thị phần, thị trường xuất khẩu nông lâm thủy sản vào các đối tác trong FTAs thông qua xóa bỏ thuế quan, hạn chế các hàng rào kỹ thuật đối với hàng nông lâm thủy sản, đàm phán công nhận lẫn nhau về các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch động thực vật (SPS).

- Đẩy mạnh hợp tác kinh tế, kỹ thuật, sở hữu trí tuệ và giải quyết tranh chấp.

- Giảm nhẹ các biện pháp phòng vệ thương mại, xâm nhập sâu hơn vào thị trường thông qua cơ hội liên kết với các tập đoàn bán lẻ.

- Bảo vệ một số ngành sản xuất trong nước còn nhiều yếu kém nhưng có triển vọng tăng cường khả năng cạnh tranh trong tương lai.

- Tăng cường hợp tác quốc tế trong các nỗ lực chống khai thác và thương mại bất hợp pháp động thực vật hoang dã và bảo vệ nguồn lợi tự nhiên.

Hội nhập trên cơ sở tuân thủ và phát huy cơ chế thị trường, đồng thời thể hiện ưu thế và khắc phục điểm yếu của nền sản xuất nông nghiệp Việt Nam, khai thác ưu điểm của đối tác, chủ động đề phòng các tác động tiêu cực có thể xảy ra, trên cơ sở công bằng, các bên cùng có lợi một cách bền vững.

2. Định hướng phát triển

2.1. Định hướng theo ngành hàng

2.1.1. Ngành hàng lúa gạo

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, lúa gạo luôn giữ vai trò quan trọng và là

ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, chiếm 17,8% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản. Các thị trường xuất khẩu gạo chính là các thị trường truyền thống ASEAN (Philippines, Indonesia, và Malaysia) chiếm 40,24% kim ngạch với sản phẩm chủ yếu là gạo trắng thường và gạo nếp; thị trường Trung Quốc chiếm tới 50% (cả chính ngạch và tiểu ngạch); thị trường châu Phi (Côte d'Ivoire, Ghana, Senegal, Angola) chiếm 15,53% kim ngạch xuất khẩu với sản phẩm chính là gạo tấm thơm, gạo thơm, gạo đỏ; thị trường Bắc Mỹ, Đông Bắc Á, châu Âu.

Các giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường lúa gạo:

- Đàm phán để hạ thấp hàng rào thuế quan;
- 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;
- 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;

Các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường lúa gạo:

Trung Quốc: Thống nhất kiểm soát buôn bán tiểu ngạch, minh bạch hóa thông tin giữa 2 bên, đơn giản hóa thủ tục, chuyển dần buôn bán tiểu ngạch sang chính ngạch.

ASEAN: Đàm phán để xây dựng quan hệ kinh doanh theo cơ chế thị trường [chuyển dần hợp đồng Chính phủ (G2G) sang hợp đồng thương mại với sự tham gia của các doanh nghiệp thuộc nhiều thành phần kinh tế. Tăng cường sự tin cậy giữa các bên và ổn định của thị trường lúa gạo khu vực, tránh các cuộc khủng hoảng về giá.

Châu Phi: Thiết lập quan hệ chặt chẽ với các tổ chức quốc tế để có thể chuyển từ xuất khẩu trực tiếp sang xuất khẩu thông qua các tổ chức viện trợ; Đàm phán, phối hợp với các tổ chức tài chính quốc tế để có phương thức thanh toán đảm bảo khi thực hiện hợp đồng xuất khẩu.

Châu Âu, Bắc Mỹ, Đông Bắc Á: Phối hợp và thu hút đầu tư để phát triển gạo chất lượng cao và những loại gạo chuyên biệt phục vụ từng thị trường.

2.1.2. Ngành hàng rau, quả

Rau và quả là ngành hàng nông sản có kim ngạch xuất khẩu nhỏ, chưa tới

200 triệu USD (dưới 1% tổng kim ngạch xuất khẩu ngành nông nghiệp) nhưng có gia tăng trong thời gian qua và có triển vọng trong tương lai.

Các thị trường rau, quả chính của Việt Nam gồm: Hoa Kỳ và Canada – là thị trường lớn và thị phần lớn nhất trong thời gian gần đây, hiện chiếm khoảng 23% kim ngạch xuất khẩu, chủ yếu là trái cây tươi như thanh long, nhãn, chôm chôm; Đông Bắc Á, Nga và Mông Cổ - là thị trường giàu tiềm năng, thị phần tăng nhanh trong thời gian qua, hiện chiếm 18% với các sản phẩm rau các loại, quả tươi và rau gia vị; Trung Quốc - là thị trường tiềm năng song không ổn định, các mặt hàng xuất khẩu chủ lực là thanh long (chiếm 60% kim ngạch xuất khẩu thanh long), vải (90%), dưa hấu (trên 90%).

Các giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường rau quả:

- 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;

- Đẩy mạnh đàm phán, đấu tranh về vấn đề rào cản kỹ thuật để đảm bảo tiêu chuẩn ở mức độ hợp lý, tạo điều kiện phát triển thương mại công bằng;

- Tăng cường hợp tác trong lĩnh vực thương mại, đẩy mạnh tiếp cận các tập đoàn xuyên quốc gia, chuỗi siêu thị lớn, hệ thống bán lẻ để kết nối trực tiếp với các thị trường này;

- Phối hợp, liên kết, thu hút đầu tư để phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng và dịch vụ hậu cần, chế biến, vận chuyển, v.v... nhằm gia tăng giá trị, giảm chi phí vận chuyển.

Các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường rau quả:

Viễn Đông của Nga và Mông Cổ: Phối hợp tổ chức hệ thống phân phối, vận chuyển và giải quyết vấn đề thanh toán để thúc đẩy thương mại; Đàm phán và xử lý dứt điểm các vấn đề có liên quan như thủ tục hải quan, thủ tục thanh toán tiến tới hài hòa hóa, minh bạch, nhất quán để thúc đẩy thương mại.

Trung Quốc: Xây dựng quan hệ đối tác hoặc liên kết đầu tư dài hạn, tin cậy với người tiêu dùng cuối cùng (cơ sở chế biến, siêu thị, chuỗi bán lẻ...) thay vì qua nhiều khâu trung gian; Liên kết đầu tư giữa doanh nghiệp 2 bên để sản xuất theo vùng chuyên canh, có tiêu chuẩn chất lượng, có hợp đồng dài hạn, có kênh phân phối tại Việt Nam; Quản lý hiệu quả, chính thức hóa thương mại qua biên giới, tập trung vào cửa khẩu chính ngạch, quy mô lớn để kiểm soát tốt thương mại, bảo vệ sản xuất trong nước, kiểm soát chất lượng nông sản.

2.1.3. Ngành hàng thủy sản

Việt Nam hiện là nhà sản xuất và xuất khẩu thủy hải sản lớn thứ 5 của thế

giới. Giá trị xuất khẩu thủy sản năm 2013 đạt 6,7 tỷ USD (chiếm 24,4% KNXXK toàn ngành NLTS). Các loại thủy sản xuất khẩu chính hiện nay gồm: tôm, cá tra, cá ngừ, cá minh thái, nhuyễn thể và cua (chiếm 86,8% giá trị XK thủy sản). Các thị trường nhập khẩu chính là: Hoa Kỳ (22%), EU (17%), Nhật Bản (17%), Trung Quốc (8%), Hàn Quốc (7%), ASEAN (6%). Thị trường các nước nhập khẩu thủy sản của Việt nam có thể chia thành hai nhóm chính: (1) Nhóm các nước Hoa Kỳ, Nhật, EU và các nước phát triển có yêu cầu vệ sinh ATTP và kỹ thuật khắt khe; và (2) Trung Quốc. Mỗi nhóm các thị trường nhập khẩu có những nét khác biệt tương đối rõ nét nên định hướng chiến lược hội nhập kinh tế cho mỗi nhóm thị trường này cũng khác nhau.

Hoa Kỳ, Nhật, EU và các nước phát triển:

- Tiếp tục đẩy mạnh quá trình đa dạng hóa sản phẩm, gia tăng giá trị cho sản phẩm thủy sản.

- Tập trung xử lý các vấn đề rào cản thuế, phi thuế, kỹ thuật, công nhận lẫn nhau thông qua đàm phán song phương và đa phương dưới bất kỳ hình thức thích hợp nào; đấu tranh chống mọi hành vi bóp méo thương mại và gây cản trở thương mại đối với sản phẩm thủy sản.

- Tăng cường hợp tác quốc tế và đẩy mạnh tham gia các thể chế nghề cá khu vực để tận dụng tối đa lợi ích mà các thể chế này mang lại, tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu thủy sản.

- Chú trọng công tác nghiên cứu thị trường ngoài nước, thị trường trong nước, đánh giá trữ lượng, đánh giá năng lực sản xuất, nghiên cứu và đánh giá thị trường và các thông tin cần thiết khác để đảm bảo tính minh bạch và để dự đoán của thị trường.

- Đẩy mạnh tham gia các hội chợ thương mại, trao đổi kỹ thuật, v.v... để quảng bá các tiêu chuẩn sản xuất tiên tiến của Việt Nam và hàng Việt Nam chất lượng cao.

- Củng cố vai trò kết nối và hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp của các hiệp hội hoạt động trong lĩnh vực thủy hải sản; tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước, giữa doanh nghiệp trong nước với doanh nghiệp xuất nhập khẩu nước ngoài, các hiệp hội ngành hàng nước ngoài.

- Xây dựng lực lượng cán bộ chuyên nghiệp và mạng lưới hợp tác trong giải quyết tranh chấp thương mại, nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm, v.v...

Trung Quốc: Yêu cầu về tiêu chuẩn vệ sinh ATTP và kỹ thuật của thị trường Trung Quốc đơn giản hơn, nhất là đối với mặt hàng tôm tươi sống. Tuy nhiên, Trung Quốc có chính sách biên mậu rất linh động, hay thay đổi và mức cầu luôn

biến động. Vì vậy để phát triển quan hệ thương mại giữa 2 nước trong lĩnh vực thương mại thủy sản, cần tập trung một số vấn đề sau:

- Đàm phán để kiểm soát buôn bán tiểu ngạch về lượng, chất lượng và giá cả, minh bạch hóa thông tin giữa 2 bên, chuyển dần buôn bán tiểu ngạch sang buôn bán chính ngạch; tiến đến xóa bỏ buôn bán tiểu ngạch.

- Phối hợp, thiết lập hệ thống thông tin, nghiên cứu thị trường cụ thể, minh bạch, kịp thời đặc biệt là những thông tin về nhu cầu và chính sách biên mậu.

- Thúc đẩy liên kết đầu tư, liên kết giữa doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam với doanh nghiệp nhập khẩu của Trung Quốc để xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp với nơi tiêu thụ.

Bên cạnh các đàm phán tăng cường tiếp cận thị trường quốc tế, Việt Nam cần giải quyết một số vấn đề trong nước như sau:

- Thực hiện hỗ trợ, khuyến khích đi tới bắt buộc xây dựng các vùng sản xuất theo tiêu chuẩn tiên tiến của Việt Nam và quốc tế, đảm bảo các tiêu chuẩn vệ sinh ATTP và truy xuất nguồn gốc, an sinh xã hội và an toàn môi trường sinh thái.

- Xem xét giảm hoặc miễn thuế nhập khẩu một số nguyên, vật liệu và chất phụ gia chưa sản xuất được trong nước để hạ giá thành sản xuất thức ăn thủy sản và các sản phẩm chế biến xuất khẩu thủy sản, tạo điều kiện nâng cao khả năng cạnh tranh về giá cho mặt hàng thủy sản.

- Thực hiện quy định có điều kiện về năng lực chế biến và vùng nguyên liệu đối với các doanh nghiệp được chế biến xuất khẩu thủy sản.

- Có chính sách đầu tư công bằng, tạo điều kiện tốt nhất để khuyến khích các doanh nghiệp Việt Nam chủ động sản xuất được các nguyên liệu, vật tư đầu vào, hạ giá thành sản phẩm, không phụ thuộc một cách bị động vào nước ngoài.

2.1.4. Ngành hàng cà phê

Việt Nam là nước xuất khẩu cà phê lớn thứ 2 thế giới nói chung và đứng thứ nhất về xuất khẩu cà phê Robusta. Ngành hàng cà phê có đóng góp lớn trong kim ngạch xuất khẩu của nông sản Việt Nam, chiếm tới 10,63% tổng giá trị xuất khẩu của toàn ngành nông lâm nghiệp và thủy sản (năm 2013). Cà phê của Việt Nam xuất khẩu sang một số thị trường chính như EU, Hoa Kỳ, các nước Đông Bắc Á (Nhật Bản và Hàn Quốc) và ASEAN.

Các giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường cà phê:

- 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 tại các thị trường này.

- Thu hút đầu tư, liên doanh, liên kết phát triển chế biến cà phê tại Việt Nam nhằm đáp ứng nhu cầu thị hiếu tiêu dùng của nước nhập khẩu.

- Xúc tiến các chương trình hợp tác quảng bá thương hiệu và văn hóa cà phê Việt, tham gia các chuỗi cung ứng tại các quốc gia này.:

Các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường cà phê:

EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản và Hàn Quốc: Là các thị trường truyền thống của Việt Nam, chiếm tới 1/2 tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu cà phê trong những năm gần đây (EU chiếm 38,91% và Hoa Kỳ chiếm 11,09% năm 2013). Là những thị trường tiêu dùng cà phê lớn và ổn định (EU chiếm 38,91%, Hoa Kỳ chiếm 11,09%, Nhật Bản và Hàn Quốc chiếm tới gần 9% trong tổng giá trị xuất khẩu cà phê năm 2013) nhưng lại yêu cầu khá khắt khe về tiêu chuẩn và chất lượng sản phẩm. Để củng cố thị trường tiêu thụ truyền thống này, cần tập trung vào 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, v.v...) đến thị trường tiêu thụ cuối cùng (bao bì, đóng gói, v.v...).

ASEAN và Trung Quốc: Là các thị trường nhập khẩu tiềm năng của nước ta trong chiến lược đa dạng hóa thị trường. Cần tập trung một số hoạt động mở rộng thị trường như:

- Thiết lập quan hệ giữa các doanh nghiệp (B2B), xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp sản xuất - tiêu thụ;

- Xúc tiến đàm phán xây dựng các hệ thống bán lẻ cho cà phê Việt Nam tại các quốc gia này.

2.1.5. Ngành hàng chè:

Chè là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu quan trọng của Việt Nam. Xuất khẩu chè năm 2013 đạt 141.434 tấn, trị giá 229,7 triệu USD. Trong tổng sản phẩm chè biến biến của Việt Nam khoảng 50% là chè đen, 47% là chè xanh và 3% là chè khác. Đến nay, một lượng lớn chè vẫn được xuất khẩu dưới dạng nguyên liệu cho các công ty chế biến của nước ngoài. Tỷ trọng xuất khẩu thô còn cao, các mặt hàng chè chế biến chưa đa dạng cả về chủng loại và mẫu mã. Chè của Việt Nam được xuất khẩu tới hơn 100 nước và vùng lãnh thổ với các thị trường xuất khẩu chính là Pakistan, Afganistan, Đài Loan, Iran và Trung Quốc, trong đó riêng 3 thị trường Pakistan, Đài Loan và Nga chiếm gần 50% kim ngạch xuất khẩu.

Các giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường chè:

- Nâng cao năng lực áp dụng các tiêu chuẩn trong sản xuất chè nguyên liệu;

gắn các vùng nguyên liệu với các nhà máy chế biến; chú trọng thâm canh tăng năng suất và chăm bón tốt cho cây chè.

- Không mở rộng số lượng nhà máy mà nên tập trung vào kiểm soát chất lượng, quy trình sản xuất theo các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, GMP của các nhà máy chế biến.

- Xây dựng các chương trình hỗ trợ thay thế các giống chè cũ bằng những giống mới năng suất chất lượng cao.

Các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường chè:

Pakistan và Afganistan: Pakistan là thị trường nhập khẩu chè lớn nhất của Việt Nam, chiếm trên 28% về kim ngạch và 26% về lượng chè xuất khẩu của Việt Nam. Afganistan là thị trường nhiều tiềm năng. Để đẩy mạnh xuất khẩu sang hai thị trường này cần lưu ý một số nội dung sau:

- Xuất khẩu các sản phẩm chè có thương hiệu và chất lượng cao hơn so với hiện nay; đầu tư nhiều hơn cho công nghệ đóng gói.

- Thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại cấp quốc gia và hỗ trợ các doanh nghiệp thiết lập quan hệ đối tác với các nhà nhập khẩu lớn của Pakistan để có các đơn hàng lớn, giá xuất khẩu cao hơn.

Nga và các thị trường trong Liên minh thuế quan: Nga là thị trường tiêu thụ chè đen truyền thống và lớn thứ 2 của Việt Nam chiếm 6,52% về kim ngạch và 8% về lượng xuất khẩu. Giá chè xuất khẩu sang Nga không cao nhưng yêu cầu của Nga về tiêu chuẩn chất lượng đối với mặt hàng chè nhập khẩu ngày càng cao, đang dần tiếp cận đến tiêu chuẩn của EU. Cạnh tranh trên thị trường chè của Nga cũng ngày càng gay gắt, do đó để giữ vững và phát triển thị phần tại thị trường này cần:

- Xây dựng các kênh phân phối tiêu thụ chè có chất lượng, có thương hiệu; quan hệ đối tác bền vững với các nhà nhập khẩu lớn của Nga.

- Xây dựng chiến lược thâm nhập các thị trường trong Liên minh thuế quan.

EU, Hoa Kỳ: Là hai thị trường xuất khẩu tiềm năng, chủ yếu tiêu thụ chè đen và các loại chè có giá trị gia tăng, Hoa Kỳ hiện chiếm 7,4% về lượng và 4% về kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam. Để phát triển thị trường này, một số giải pháp cần thực hiện:

- Xây dựng vùng nguyên liệu đạt tiêu chuẩn chất lượng của EU, Hoa Kỳ, có phương án quản lý việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật để đảm bảo dư lượng thuốc tồn dư cho phép theo tiêu chuẩn EU.

- Xây dựng hệ thống thông tin tiêu chuẩn chất lượng, kết nối thông tin sản

xuất với các thông tin thị trường tiêu thụ

- Đầu tư cho công nghệ đóng gói để xuất khẩu chè sử dụng các loại bao gói thân thiện với môi trường

- Xây dựng thương hiệu chè xanh Việt Nam và hợp tác với các đối tác quảng bá thương hiệu (hội chợ, phòng trưng bày và giới thiệu sản phẩm), văn hóa chè Việt và tham gia các chuỗi cung ứng tại các quốc gia này.

Đài Loan: Là thị trường xuất khẩu chè thứ hai của Việt Nam, chiếm 17,5% về lượng và 10,5% về giá trị, nhưng chủ yếu nhập khẩu chè nguyên liệu từ Việt Nam để chế biến nên giá trị gia tăng của chè xuất khẩu thấp. Do Đài Loan cũng là nước có ngành chè rất phát triển, đặc biệt là chè chất lượng cao, nên sản phẩm chè Việt Nam khó thâm nhập phân khúc thị trường chè chế biến vốn là thế mạnh của Đài Loan. Để thâm nhập phân khúc thị trường này, cần đẩy mạnh thu hút đầu tư hoặc từ Đài Loan để sản xuất và chế biến chè tại Việt Nam, xuất khẩu thành phẩm sang Đài Loan.

Trung Quốc: Trung Quốc là thị trường xuất khẩu chè lớn của Việt Nam, chiếm 9,73% về lượng và 6% về kim ngạch xuất khẩu chè của cả nước. Xuất khẩu chè sang Trung Quốc thường qua đường tiểu ngạch, rủi ro lớn cả về giá và thanh toán. Do đó cần hạn chế xuất khẩu chè tiểu ngạch sang Trung Quốc, chuyển sang xuất khẩu chính ngạch, cần đẩy mạnh kí kết các hợp đồng chính thức với các đối tác; xây dựng thương hiệu chè của Việt Nam và chuỗi giá trị xuyên biên giới với các kênh phân phối uy tín, ổn định vào sâu trong lục địa Trung Quốc.

2.1.6. Ngành hàng cao su

Ngành hàng cao su là một trong những mặt hàng có giá trị xuất khẩu cao, đạt 2,5 tỷ USD năm 2013, chiếm 9,72% tổng giá trị xuất khẩu ngành nông lâm nghiệp và thủy sản. Cao su của Việt Nam xuất khẩu sang một số thị trường chính như Trung Quốc, ASEAN, Ấn Độ, Đông Bắc Á và EU.

Để tăng cường hiệu quả của ngành hàng này trong định hướng về hội nhập với từng nhóm thị trường cụ thể như sau:

Trung Quốc: Là thị trường xuất khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam, chiếm tới ½ tổng giá trị xuất khẩu cao su hàng năm (45,7% năm 2013). Xuất khẩu cao su sang thị trường Trung Quốc chủ yếu thông qua hình thức tiểu ngạch. Một số giải pháp để ổn định thị trường này như sau: Thống nhất kiểm soát buôn bán tiểu ngạch, minh bạch hóa thông tin, đơn giản hóa thủ tục, chuyển dần từ xuất khẩu tiểu ngạch sang chính ngạch, tiến tới xóa bỏ buôn bán tiểu ngạch; Xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp giữa các doanh nghiệp (B2B), hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu về pháp lý, thông tin, tổ chức, kỹ thuật tiếp cận doanh nghiệp chế biến / sử dụng cao su tại Trung Quốc.

Đông Bắc Á (Nhật Bản và Hàn Quốc): Có nhu cầu nhập khẩu cao su tự nhiên

của Việt Nam để phát triển các ngành công nghiệp thế mạnh như ô tô, là cơ hội tốt cho ngành hàng cao su của nước ta. Với các quốc gia này, chiến lược mở rộng thị trường của ngành cao su tập trung vào một số nội dung sau: Xúc tiến đầu tư, liên doanh, liên kết phát triển chế biến cao su đáp ứng tiêu chuẩn sản phẩm theo yêu cầu của thị trường nhập khẩu; Hỗ trợ xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp sản xuất – tiêu thụ.

ASEAN và Ấn Độ: Là các thị trường truyền thống của cao su Việt Nam. ASEAN với 2 nhà nhập khẩu chính là Malaysia và Indonesia chiếm 21,87% tổng giá trị xuất khẩu ngành hàng này (năm 2013) và Ấn Độ chiếm 8,46%. Đây được xác định là các thị trường tiềm năng, có sức tiêu thụ lớn và cũng là cơ hội nhằm đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Để đạt mục tiêu này, cần tập trung vào một số biện pháp như xúc tiến kêu gọi đầu tư trong lĩnh vực trồng và chế biến cao su tại Việt Nam với các đối tác khu vực thông qua hình thức liên doanh trồng và chế biến cao su nhằm ổn định nguồn cung nguyên liệu phục vụ công nghiệp chế biến của các đối tác. Việc mở rộng thị trường Ấn Độ đòi hỏi phải nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại (hội chợ, phòng trưng bày và giới thiệu sản phẩm), tìm kiếm đối tác liên doanh liên kết trong đầu tư công nghệ chế biến, v.v...

2.1.7. Ngành hàng điều

Điều là một trong những ngành hàng xuất khẩu chủ lực, Việt Nam hiện đang là nước chế biến và xuất khẩu điều nhân lớn nhất thế giới, với 95% sản lượng dùng cho xuất khẩu, đạt kim ngạch xuất khẩu 1,8 tỷ USD năm 2013 (2,2 tỷ USD nếu tính cả xuất khẩu các sản phẩm phụ như dầu vỏ hạt điều). Thị trường xuất khẩu điều chính của Việt Nam là Hoa Kỳ, EU và Trung Quốc. Một số giải pháp tăng cường xuất khẩu điều ra thị trường thế giới theo các nhóm thị trường, như sau:

Hoa Kỳ và EU: Là những thị trường nhập khẩu điều lớn nhất của Việt Nam (xuất khẩu hạt điều vào thị trường Hoa Kỳ chiếm 30% và vào EU chiếm 21,49% trong tổng kim ngạch xuất khẩu điều năm 2013). Nhìn chung, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ và EU không gặp cản ngại gì lớn về cả thuế quan và các biện pháp kỹ thuật. Một số giải pháp để mở rộng thị trường mặt hàng điều của Việt Nam xuất khẩu vào Hoa Kỳ và EU là:

- Phối hợp, thiết lập hệ thống thông tin thị trường cụ thể, minh bạch, kịp thời; nhất là những thông tin về tiêu chuẩn chất lượng ban hành mới của Hoa Kỳ và EU, và thông tin về mức độ tuân thủ tiêu chuẩn kỹ thuật của các nhà máy chế biến điều tại Việt Nam;

- Tổ chức Chương trình hợp tác xúc tiến thương mại giữa Việt Nam với Hoa Kỳ và EU, tăng cường trao đổi đoàn doanh nghiệp giữa các bên để tạo điều kiện cho các doanh nhân gặp gỡ, tiếp xúc và ký kết hợp đồng, đẩy mạnh tiếp cận các

tập đoàn xuyên quốc gia, chuỗi siêu thị lớn, hệ thống bán lẻ để kết nối trực tiếp với thị trường này.

- Phối hợp, liên kết, thu hút đầu tư để phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng và dịch vụ hậu cần, chế biến, vận chuyển, v.v... nhằm tăng giá trị gia tăng, giảm chi phí vận chuyển.

Trung Quốc: Là thị trường nhập khẩu điều lớn thứ ba của Việt Nam, xuất khẩu hạt điều vào thị trường này chiếm 17 % trong tổng kim ngạch xuất khẩu điều năm 2013. Xuất khẩu điều của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc chủ yếu là các mặt hàng chế biến sâu, xuất khẩu điều nhân chủ yếu thông qua tiểu ngạch và cạnh tranh về giá. Khó khăn khi thâm nhập vào thị trường Trung Quốc đây là thị trường lớn và có triển vọng nhưng không ổn định; thiếu thông tin tiếp cận thị trường và xuất khẩu chủ yếu bằng hình thức tiểu ngạch. Giải pháp tháo gỡ cụ thể như sau:

- Hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu điều của Việt Nam tiếp cận hệ thống bán lẻ tại Trung Quốc về pháp lý, thông tin, tổ chức, kỹ thuật;

- Phối hợp thực hiện nghiên cứu thị trường và thiết lập kênh thông tin thường xuyên;

- Thống nhất kiểm soát buôn bán tiểu ngạch, minh bạch hóa thông tin, đơn giản hóa thủ tục, chuyển dần từ tiểu ngạch sang chính ngạch.

Để phục vụ ngành công nghiệp chế biến hạt điều, hàng năm ngành điều nhập khẩu 500 - 600.000 tấn điều thô chủ yếu từ Châu Phi để gia công, chế biến và tái xuất khẩu. Khó khăn khi giao dịch nhập khẩu là trong thanh toán tiền hàng và tiếp cận trực tiếp với doanh nghiệp xuất khẩu điều nguyên liệu; các doanh nghiệp Việt Nam thường nhập khẩu điều các nước trung gian là Ấn Độ và Singapore. Để tiếp cận thị trường điều nguyên liệu châu Phi tốt hơn, cần giải quyết các vấn đề sau:

- Thiết lập quan hệ hợp tác trong hệ thống ngân hàng giữa ngân hàng Việt Nam và ngân hàng nước nhập khẩu để xây dựng cơ chế, phương thức thanh toán nhanh chóng, an toàn;

- Tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam liên doanh liên kết, mở văn phòng đại diện để giao dịch trực tiếp với đối tác tại các nước châu Phi;

- Xây dựng các chương trình trao đổi thông tin, xúc tiến thương mại giữa Việt Nam với các nước xuất khẩu điều thô nguyên liệu; hỗ trợ doanh nghiệp khảo sát thị trường, tham dự hội chợ - triển lãm nhằm tiếp cận đối tác;

- Xây dựng cơ sở pháp lý để xử lý tranh chấp về thương mại giữa doanh nghiệp 2 nước.

2.1.8. Ngành hàng tiêu

Hồ tiêu là ngành hàng xuất khẩu chủ lực, Việt Nam liên tục là nước dẫn đầu về xuất khẩu hạt tiêu trên thị trường thế giới. Khoảng 95% sản lượng hạt tiêu trong nước đã xuất khẩu tới 100 quốc gia và vùng lãnh thổ, chiếm tới 50% sản lượng hạt tiêu xuất khẩu của toàn thế giới. Năm 2013, Việt Nam đã đạt kỷ lục về xuất khẩu hạt tiêu với kim ngạch xuất khẩu đạt 889 triệu USD, chiếm 4% tổng kim ngạch nông sản xuất khẩu. EU, Hoa Kỳ và Trung Đông là những thị trường xuất khẩu hàng đầu của ngành hàng tiêu Việt Nam.

EU và Hoa Kỳ: Là thị trường nhập khẩu hạt tiêu lớn nhất của Việt Nam (xuất khẩu hạt tiêu vào EU chiếm 32,42% và vào Hoa Kỳ chiếm 20,6% trong tổng kim ngạch xuất khẩu tiêu năm 2013). Nhìn chung, về thuế quan, hạt tiêu Việt Nam xuất khẩu vào EU và Hoa Kỳ đều được hưởng chế độ thuế quan ưu đãi (0% đối với hạt tiêu nhân và 1-5% đối với sản phẩm tiêu đã qua chế biến hoặc đã trộn với gia vị khác). Quy định nhập khẩu hạt tiêu của EU và Hoa Kỳ chủ yếu quan tâm đến vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm, tồn dư thuốc BVTV, v.v... Một số giải pháp tháo gỡ cho các vấn đề này như sau:

- Phối hợp, thiết lập hệ thống thông tin thị trường cụ thể, minh bạch, kịp thời, nhất là những thông tin về tiêu chuẩn chất lượng ban hành mới của EU và Hoa Kỳ, và thông tin mức độ tuân thủ tiêu chuẩn kỹ thuật của các nhà máy chế biến hạt tiêu tại Việt Nam;

- Phối hợp, liên kết, thu hút đầu tư để phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng và dịch vụ hậu cần, chế biến, vận chuyển... nhằm tăng giá trị gia tăng, giảm chi phí vận chuyển;

- Xây dựng các chương trình xúc tiến thương mại, tăng cường các chương trình trao đổi đoàn giữa 2 bên để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp gặp gỡ, tiếp xúc và ký hợp đồng và tiếp cận hệ thống bán lẻ để kết nối với các thị trường này.

Trung Đông: Là thị trường nhập khẩu hạt tiêu lớn thứ ba của Việt Nam, chiếm 16,01% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu năm 2013. Các nước vùng Trung Đông chưa xây dựng rào cản kỹ thuật đối với hạt tiêu nhưng thuế nhập khẩu vẫn áp dụng theo mức thuế suất chung. Hai vấn đề đặt ra khi xuất khẩu tới các nước Trung Đông là thiếu thông tin tiếp cận thị trường và khó khăn về thanh toán giao dịch qua ngân hàng. Giải pháp tháo gỡ như sau:

- Tăng cường hợp tác trong lĩnh vực thương mại, đẩy mạnh tiếp cận các tập đoàn, chuỗi siêu thị, hệ thống bán lẻ tại Trung Đông để kết nối trực tiếp với thị trường này;

- Xây dựng cơ chế trao đổi thông tin về thị trường, kênh phân phối; xây dựng các chương trình xúc tiến thương mại;

- Thiết lập quan hệ hợp tác giữa các ngân hàng Việt Nam và ngân hàng nước nhập khẩu để xây dựng cơ chế, phương thức thanh toán nhanh chóng, an toàn.

2.1.9. Ngành hàng gỗ và các sản phẩm từ gỗ

* Thị trường xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ năm 2013 đạt 5,4 tỷ USD, chiếm 19,6% tổng kim ngạch xuất khẩu ngành nông, lâm, thủy sản. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn 2003 - 2013 tăng mạnh, đạt 22,6%/năm. Sản lượng gỗ khai thác của cả nước năm 2013 đạt khoảng 5,4 triệu m³. Thị trường chính xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam hiện nay tập trung vào 5 thị trường chủ lực là Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, EU và Hàn Quốc.

Các giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường gỗ và sản phẩm gỗ:

- Thiết lập và vận hành cơ sở dữ liệu thị trường, thường xuyên cập nhật, chia sẻ thông tin giá cả, chính sách thị trường, các hàng rào kỹ thuật trên cơ sở sử dụng và khai thác có hiệu quả hệ thống thông tin thị trường về gỗ và sản phẩm gỗ của Tổ chức Gỗ nhiệt đới quốc tế (ITTO).

- Đổi mới công tác xúc tiến thương mại, nghiên cứu, đánh giá xu hướng thị trường, tìm kiếm đối tác theo hướng hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp tham gia các hội chợ, diễn đàn thương mại gỗ quốc tế và trong nước.

- Tăng cường quảng bá, xây dựng thương hiệu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam trên thị trường thế giới (ưu tiên vào thị trường Hoa Kỳ, EU, Nhật và Hàn Quốc).

- Tăng cường năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp chế biến gỗ xuất khẩu của Việt Nam chú trọng vào khâu thiết kế, nâng cao chất lượng hơn là hạ giá thành sản phẩm, tăng cường liên kết giữa nhà sản xuất và phân phối.

- Xây dựng hệ thống đảm bảo gỗ hợp pháp Việt Nam để nâng cao hình ảnh ngành chế biến gỗ xuất khẩu, tăng tính tin cậy về nguồn gốc gỗ cho các thị trường Hoa Kỳ, EU và Nhật.

- Đẩy mạnh trồng rừng nguyên liệu từng bước đáp ứng nhu cầu ngành chế biến gỗ xuất khẩu.

Các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường gỗ và sản phẩm gỗ:

Hoa Kỳ: Đây là thị trường quan trọng nhất của Việt Nam, chiếm 35%-40% kim ngạch xuất khẩu. Dư địa tăng kim ngạch xuất khẩu gỗ và đồ gỗ trong 5 năm tới tại thị trường Hoa Kỳ là rất lớn. Để mở rộng thị trường Hoa Kỳ, cần tập trung vào các hoạt động sau:

- Khuyến khích và hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp tham gia các hội chợ đồ gỗ tại Hoa Kỳ; mời các nhà nhập khẩu tham gia hội chợ trong nước như

EXPO, VIFA Home, VIFA Fair;

- Sớm kết thúc đàm phán hiệp định TPP, hiệp định VPA/FLEGT với EU để tăng niềm tin tại thị trường Hoa Kỳ và thiết lập được hệ thống đảm bảo nguồn gốc gỗ hợp pháp (TLAS) để cấp giấy chứng nhận gỗ hợp pháp cho các doanh nghiệp xuất khẩu;

EU: Là thị trường quan trọng thứ 4 của Việt Nam. Hiện nay Việt Nam mới xuất khẩu chủ yếu vào thị trường Anh, Đức, Pháp và Tây Ban Nha (4/28 quốc gia EU) mà bỏ ngỏ các thị trường còn lại. Do vậy, thị trường EU là thị trường còn nhiều tiềm năng phát triển cho đồ gỗ xuất khẩu Việt Nam. Để mở rộng thị trường EU cần tập trung vào các hoạt động sau:

- Sớm kết thúc đàm phán hiệp định thương mại tự do AFTA với EU, hiệp định VPA/FLEGT với EU và thiết lập được hệ thống đảm bảo nguồn gốc gỗ hợp pháp (TLAS) để cấp giấy chứng nhận gỗ hợp pháp cho các doanh nghiệp xuất khẩu.

- Đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến thương mại mặt hàng đồ gỗ tại thị trường Anh, Đức, Hà Lan, Bỉ, Pháp để lan tỏa sang các thị trường khác của EU.

- Khuyến khích các doanh nghiệp liên kết lại với nhau để có khả năng xuất khẩu các lô hàng lớn nhằm tận dụng sự hợp tác về hậu cần, kho bãi trữ hàng, tạo điều kiện giao hàng đúng hạn để giữ uy tín.

Nhật Bản và Hàn Quốc: Nhật Bản là một thị trường tiêu thụ sản phẩm gỗ lớn trên thế giới. Hiện nay, Nhật Bản chưa có yêu cầu pháp lý về nguồn gốc gỗ, nhưng lại rất chú trọng đến chất lượng và thiết kế phù hợp với thị hiếu người Nhật. Dư địa để tăng xuất khẩu đồ gỗ vào thị trường Nhật Bản của ta là rất lớn. Hiện nay Nhật Bản và Hàn Quốc là hai quốc gia nhập dăm gỗ lớn của Việt Nam (sau Trung Quốc). Thế mạnh của hai thị trường này là có nhiều doanh nghiệp FDI đang đầu tư trong lĩnh vực trồng rừng và chế biến xuất khẩu sản phẩm quay trở lại Nhật và Hàn Quốc. Đối với hai thị trường này chúng ta cần tập trung:

- Xây dựng và ban hành các chính sách khuyến khích các doanh nghiệp FDI chuyển đổi mô hình từ trồng rừng cho sản xuất dăm sang ván nhân tạo hoặc chế chế biến đồ gỗ xuất khẩu

- Khuyến khích hỗ trợ các doanh nghiệp chế biến đồ gỗ Việt Nam khảo sát thị trường, tìm hiểu thị hiếu, tìm kiếm đối tác tại Nhật Bản và Hàn Quốc;

- Tăng cường giao lưu, quảng bá đồ gỗ Việt Nam tại Nhật Bản, Hàn Quốc thông qua các chương trình giao lưu văn hóa, thương mại hai nước.

Trung Quốc: Là thị trường xuất khẩu đứng thứ hai của Việt Nam chủ yếu là hàng thủ công mỹ nghệ, dăm gỗ, gỗ tròn và gỗ xẻ theo hình thức tạm nhập tái xuất

và tiềm ẩn nhiều rủi ro. Đối với thị trường Trung Quốc ta tập trung vào các hoạt động sau:

- Tập trung đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng thủ công mỹ nghệ để giải quyết lượng hàng tồn lớn;
- Khuyến khích các doanh nghiệp xuất khẩu theo đường chính ngạch;
- Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu dăm gỗ và hàng thủ công mỹ nghệ đề nghị các hiệp hội cảnh báo cho các doanh nghiệp thành viên cần có biện pháp giảm thiểu rủi ro khi buôn bán với thương lái Trung Quốc bằng cách yêu cầu các doanh nghiệp Trung Quốc trả tiền trước khi chuyển hàng;

*** Thị trường nhập khẩu gỗ nguyên liệu**

Kim ngạch nhập khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ trong năm 2013 ước đạt 1,47 tỷ USD, tăng 10,56% so với năm 2012. Gỗ nguyên liệu chính gồm gỗ xẻ, gỗ tròn, gỗ ván sợi ước đạt 1,33 tỷ USD, chiếm 90% kim ngạch nhập khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ của Việt Nam, chủ yếu nhập khẩu từ ASEAN (Lào, Campuchia, Myanmar, Malaysia, Thái Lan và Trung Quốc), Châu Phi (Cameroon), Hoa Kỳ và New Zealand.

Nhập khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ của Việt Nam từ các thị trường này đã và đang gặp phải một số vấn đề khó khăn như về nguồn gốc xuất xứ gỗ hợp pháp, về giao dịch, thanh toán (với thị trường ASEAN, Châu Phi). Một số giải pháp để tạo điều kiện thuận lợi cho Việt Nam nhập khẩu gỗ nguyên liệu:

- Tăng cường kiểm tra, giám sát việc thực hiện các quy định quản lý gỗ nhập khẩu, kiểm tra nguồn gốc xuất xứ gỗ hợp pháp, điều tra gian lận thương mại.
- Thiết lập quan hệ hợp tác trong hệ thống ngân hàng giữa ngân hàng VN và ngân hàng chưa có hợp tác giữa hệ thống ngân hàng (Châu Phi) để xây dựng cơ chế, phương thức thanh toán nhanh chóng, an toàn.
- Tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư, liên doanh liên kết tại các nước sản xuất gỗ nguyên liệu.

2.1.10. Ngành chăn nuôi

Trong nông nghiệp, chăn nuôi chiếm vị trí quan trọng tuy nhiên xuất khẩu chăn nuôi và sản phẩm chăn nuôi rất khiêm tốn, chưa tới 150 triệu USD/năm, trong khi giá trị nhập siêu khoảng 500 triệu USD/năm.

Mặc dù kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm chăn nuôi của Việt Nam còn khiêm tốn nhưng có triển vọng trong tương lai. Các sản phẩm xuất khẩu tiềm năng là mật ong, trứng vịt muối và một số đặc sản vùng địa phương xuất sang thị trường các nước phát triển như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hồng Kong và Singapore.

Chiến lược xâm nhập thị trường xuất khẩu cho các sản phẩm chăn nuôi cần tập trung vào các vấn đề sau:

- Chủ động nghiên cứu cơ sở khoa học, đàm phán hạ thấp hàng rào kỹ thuật và giới hạn về dư lượng các chất cấm trong các sản phẩm chăn nuôi xuất khẩu

- Tăng cường hợp tác quốc tế để thiết lập hệ thống thông tin thị trường, tiêu chuẩn chất lượng, rào cản thị trường để các doanh nghiệp chủ động trong việc cập nhật thường xuyên các thông tin này để thích ứng nhanh trong việc xây dựng chiến lược xuất khẩu.

- Tăng cường thu hút đầu tư, hợp tác ứng dụng KHCN phát triển chăn nuôi theo hướng tập trung, kiểm soát được dịch bệnh, truy xuất được nguồn gốc, chủ động kiểm soát được dư lượng các chất cấm trong sản phẩm và đảm bảo an ninh sinh học

- Tiến hành nghiên cứu thị trường xuất khẩu tiềm năng như Trung Quốc, Hồng Kông (cho thịt lợn), Trung Quốc, Hồng Kông và Nhật Bản (thịt vịt) và Trung Quốc, Hồng Kông, Đài Loan và Singapore (trứng vịt) về cả quy mô thị trường và thị hiếu tiêu dùng.

- Xúc tiến thương mại, tìm kiếm bạn hàng, phát triển và quảng bá thương hiệu đối với các sản phẩm chăn nuôi xuất khẩu của Việt Nam.

2.2 Định hướng theo thị trường

2.2.1. Đông Nam Á

Đông Nam Á là thị trường truyền thống, quy mô lớn, tốc độ tăng trưởng thương mại hai chiều nhanh, yêu cầu chất lượng sản phẩm ở mức trung bình, có các quan hệ liên kết về chính trị, kinh tế, văn hóa... Đây cũng là thị trường sẽ tiến tới thành lập cộng đồng chung ASEAN từ năm 2015 nên cần đứng vững, tiếp tục phát triển và triển khai thực hiện hiệu quả các quan hệ đối tác trong hội nhập kinh tế quốc tế, cụ thể:

Tiếp tục tháo gỡ các rào cản thương mại gây cản trở phát triển thị trường như danh mục hàng hóa nhạy cảm, đặc biệt là lúa gạo.

Hài hòa hóa, minh bạch hóa và chính thức hóa thương mại và các chính sách, thủ tục thương mại qua biên giới để đem lại lợi ích cho tất cả các bên từ thương mại lúa gạo, cao su, gia súc lớn và gia cầm, rau quả, thủy sản, gỗ, động thực vật hoang dã, vật tư nông nghiệp.

Xây dựng cơ chế hợp tác để thống nhất, hài hòa hệ thống hàng rào kỹ thuật để tạo điều kiện thuận lợi phát triển thương mại cũng như bảo vệ sản xuất nông nghiệp của toàn khối.

Hợp tác khai thác và bảo vệ hiệu quả nguồn lợi thủy sản trên biển trên tinh thần hợp tác, cùng có lợi và phát triển vững bền.

2.2.2. Châu Âu, Úc, New Zealand

Châu Âu, Úc, New Zealand là những thị trường, giàu tiềm năng, có khả năng mang lại giá trị gia tăng cao song cạnh tranh mạnh mẽ đi đôi với yêu cầu cao về chất lượng và tiêu chuẩn kỹ thuật. Với thị trường này, cần khai thác tiềm năng hợp tác để nâng cao giá trị gia tăng cho nông sản Việt Nam thông qua hợp tác về khoa học công nghệ, tăng cường năng lực, một số vấn đề kỹ thuật như an toàn sinh học, khai thác và sử dụng tài nguyên.

Tổ chức các đại diện thương mại nông nghiệp, tiến hành hoạt động xúc tiến thương mại tại các trung tâm có khả năng lan tỏa mạnh như Pháp và Đức với Tây Âu, Ba Lan, Hungary với Đông Âu để giới thiệu sản phẩm, tìm đối tác và tuyên truyền, phát triển thị trường cho nông sản Việt Nam.

Thông qua các đại diện thương mại, thu hút các doanh nghiệp, các nhà đầu tư tiến hành đầu tư, liên doanh, liên kết vào những ngành hàng mà Việt Nam có lợi thế. Trên cơ sở đó, áp dụng rộng rãi các tiêu chuẩn mà thị trường đòi hỏi tại các vùng chuyên canh để vượt qua các hàng rào phi thuế với các ngành hàng như thủy sản, cà phê, mật ong, đồ gỗ, v.v....

Tiếp cận các tập đoàn xuyên quốc gia, chuỗi siêu thị lớn để xây dựng chuỗi giá trị cho nông sản Việt Nam, kết nối trực tiếp với các thị trường này, nhắm vào các mặt hàng như cà phê, chè, thủy sản, tiêu, v.v...

2.2.3. Bắc Mỹ

Dự báo sẽ phải đối mặt với cạnh tranh mạnh mẽ đồng thời gặp nhiều rào cản lớn và đòi hỏi cao về chất lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật. Với thị trường này, cần chú trọng để vượt qua các hàng rào phi thuế thông qua:

Tiếp cận các tập đoàn xuyên quốc gia, chuỗi siêu thị lớn để xây dựng chuỗi giá trị cho nông sản Việt Nam, kết nối trực tiếp với các thị trường này, đẩy mạnh chế biến sâu và xuất khẩu các mặt hàng như cà phê, thủy sản, rau quả, đồ gỗ, v.v...

Tiếp tục đàm phán để làm rõ, giảm thiểu các hàng rào phi thuế, từ đó tận dụng cơ hội của các FTA sắp ký kết.

Xây dựng lực lượng hỗ trợ về pháp lý và kỹ thuật, tiến hành các nghiên cứu, thu thập thông tin sẵn sàng đáp ứng thông tin để giải quyết tranh chấp như các vụ kiện bán phá giá, hàng rào kỹ thuật. Tham gia vận động hành lang để tranh thủ sự ủng hộ của nước nhập khẩu.

2.2.4 Đông Bắc Á

Đông Bắc Á là thị trường có yêu cầu cao về chất lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật và giàu tiềm năng thay thế cho thị trường không ổn định như Trung Quốc trong nhập khẩu đầu vào phục vụ sản xuất nông nghiệp. Với thị trường này, cần tăng cường hợp tác để liên kết, cải thiện vị thế của nông nghiệp Việt Nam, cùng tránh phụ thuộc vào Trung Quốc, cùng hợp tác để phát triển thị trường mới.

Tổ chức các đại diện thương mại nông nghiệp, tiến hành hoạt động xúc tiến thương mại tại Hàn Quốc và Nhật Bản để giới thiệu sản phẩm, tìm đối tác và tuyên truyền, phát triển thị trường cho nông sản, dịch vụ và lao động nông nghiệp của Việt Nam.

Thông qua các đại diện thương mại, thu hút các doanh nghiệp, các nhà đầu tư ở thị trường này đầu tư, liên doanh, liên kết vào những ngành hàng mà Việt Nam có lợi thế. Trên cơ sở đó, áp dụng rộng rãi các tiêu chuẩn mà thị trường đòi hỏi tại các vùng chuyên canh để vượt qua các hàng rào phi thuế và đẩy mạnh chế biến với các ngành hàng như thủy sản, rau quả, lúa gạo, chè, sắn, v.v... và xuất khẩu sang nước thứ ba có nhu cầu và thị hiếu tương tự (Trung Quốc, Đài Loan, Singapore, v.v...)

Thu hút đầu tư của các doanh nghiệp vào những lĩnh vực sản xuất đầu vào phục vụ nông nghiệp như phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, máy móc, giống, thuốc thú ý,... để giảm dần sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

2.2.5. Nga và các nước thuộc Liên Xô cũ, Mông Cổ

Nga và các nước thuộc Liên Xô cũ, Mông Cổ là nhóm thị trường truyền thống với yêu cầu chất lượng và tiêu chuẩn trung bình song hiện bị thu hẹp, kém ổn định và có một số khó khăn trong thanh toán. Do đó, Việt Nam cần tận dụng quá trình hồi phục nền kinh tế và điều chỉnh chính sách chính trị của thị trường này để phát triển thương mại nông nghiệp hai chiều.

Tổ chức các đại diện thương mại nông nghiệp, tiến hành hoạt động xúc tiến thương mại tại Nga và Ukraina để giới thiệu sản phẩm, tìm đối tác và tuyên truyền, phát triển thị trường cho nông sản, dịch vụ và lao động nông nghiệp của Việt Nam.

Đẩy mạnh thu hút đầu tư để phát triển sản xuất, chế biến, hậu cần (logistics), kết hợp xuất khẩu rau quả sang vùng viễn Đông Mông Cổ kết hợp thu hút khách du lịch, mở tuyến du lịch nông thôn, biển.

Khuyến khích doanh nghiệp đầu tư sản xuất kết hợp đưa lao động nông nghiệp Việt Nam sang tiến hành sản xuất rau, hoa tại khu vực này.

Thu hút đầu tư để sản xuất máy móc, phương tiện vận tải phục vụ sản xuất nông nghiệp trong nước, đồng thời xuất khẩu sang các nước thứ ba.

Đàm phán và xử lý dứt điểm các vấn đề về SPS, thủ tục hải quan, thanh toán để thúc đẩy thương mại hai chiều.

2.2.6. Trung Quốc

Trung Quốc là thị trường rộng lớn, mang tính truyền thống, cự ly gần, giàu tiềm năng phát triển với yêu cầu về chất lượng và tiêu chuẩn kỹ thuật không cao song không ổn định và cũng sẽ gặp phải cạnh tranh mạnh. Đáng lưu ý là thương mại nông nghiệp Việt Nam hiện đang phụ thuộc nhiều vào thị trường này nên trong tương lai, cần phát triển theo chiều sâu trên cơ sở chính thức hóa, hạn chế trung gian, kết hợp giữa buôn bán và đầu tư để chủ động điều tiết xuất khẩu nông sản, đa dạng hóa nguồn nhập khẩu, giảm sự phụ thuộc.

Tổ chức hiệu quả các đại diện thương mại nông nghiệp, tiến hành hoạt động xúc tiến thương mại để giới thiệu sản phẩm, tìm đối tác và tuyên truyền, phát triển thị trường cho nông sản, dịch vụ nông nghiệp của Việt Nam.

Tổ chức các chương trình nghiên cứu về nhu cầu, quy mô thị trường và chuỗi tiêu thụ hàng hóa của các nông sản chiến lược hiện đang xuất khẩu sang Trung Quốc (cao su, rau quả, lúa gạo, thủy sản, v.v...) để nắm được nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng cuối cùng. Từ đó chủ động về chính sách và các bước xúc tiến phát triển thương mại.

Xây dựng quan hệ đối tác hoặc liên kết đầu tư dài hạn, tin cậy với người tiêu dùng cuối cùng, xây dựng hệ thống phân phối chính hoặc liên kết đầu tư sản xuất tại Việt Nam nhất là những mặt hàng có quy mô thương mại lớn (lúa gạo, cao su, v.v...) hay dễ hư hỏng (thủy sản, rau quả, v.v...)

Quản lý hiệu quả, chính thức hóa thương mại qua biên giới, tập trung vào cửa khẩu chính ngạch, quy mô lớn. Chấm dứt thương mại đường mòn lối mở để kiểm soát tốt thương mại, bảo vệ sản xuất trong nước, kiểm soát chất lượng nông sản.

Có chương trình rà soát, từng bước đa dạng hóa, có giải pháp thay thế nguồn nhập khẩu các đầu vào chiến lược như giống, phân, thuốc, máy móc bằng sản xuất trong nước hoặc liên kết sản xuất với đối tác khác.

Để bảo vệ hiệu quả và tránh tranh chấp về nguồn lợi thủy sản trên biển, cần xây dựng đội tàu đánh bắt xa bờ có tổ chức được hỗ trợ bằng lực lượng chấp pháp và căn cứ hậu cần nghề cá trên biển, đồng thời tăng cường hợp tác liên doanh liên kết với nước thứ ba trong hoạt động sản xuất, chế biến và xây dựng chuỗi giá trị, tiến đến chế biến và xuất khẩu ngay trên biển.

Tổ chức quản lý chặt chẽ và minh bạch việc tổ chức thu mua nông sản và đưa lao động trái phép của các thương nhân Trung quốc để ngăn chặn các hình thức gian lận thương mại.

2.2.7. Các thị trường còn lại

Là những thị trường có tiềm năng phát triển với yêu cầu chất lượng và tiêu chuẩn trung bình, địa bàn xa, khó kết nối nên mức độ hội nhập sẽ hạn chế, cần chủ động khai thác cơ hội để phát triển thương mại nông nghiệp, cụ thể:

Có chính sách khuyến khích, hỗ trợ các cơ quan ngoại giao và đội ngũ doanh nhân chủ động giới thiệu cơ hội của các thị trường mới.

Với thị trường các nước nghèo (Châu Phi, Nam Á), cần chú trọng phát triển thương mại nông sản giá rẻ, số lượng lớn (lúa gạo, cá, v.v...) thông qua các chương trình viện trợ nhân đạo của các tổ chức quốc tế, các hợp đồng chính phủ đồng thời thúc đẩy hợp tác Nam-Nam đưa chuyên gia, lao động sang tiến hành sản xuất nông nghiệp.

Với thị trường các nước giàu tại Trung Đông, cần phối hợp thu hút đầu tư cùng phát triển nông nghiệp công nghệ cao, xuất khẩu lao động và nông sản (cà phê, chè, tiêu, thủy sản, v.v...)

Với thị trường các nước Nam Mỹ, cần tăng cường thương mại hai chiều từ thể mạnh hai bên, chú trọng nhập khẩu ngô, đậu tương, thịt, xuất khẩu lúa gạo.

VII. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Nghiên cứu, đánh giá, dự báo tác động hội nhập

Nghiên cứu, dự báo tác động cần phải thực hiện trong cả quá trình đàm phán và thực hiện các FTA, để cung cấp căn cứ cho quá trình đàm phán, đồng thời chỉ ra những rủi ro, ảnh hưởng có thể đối với ngành nông nghiệp nói riêng hay nền kinh tế Việt Nam nói chung khi tham gia các FTA. Tập trung thực hiện các nội dung:

- Tìm hiểu các đối tác tiềm năng từ đó xác định ưu tiên để xây dựng chiến lược cụ thể cho Việt Nam trong việc đàm phán, ký kết và thực hiện các FTA với các đối tác.

- Xây dựng phương án đàm phán tối ưu nhằm đẩy mạnh xuất khẩu các hàng hóa có lợi thế và hạn chế ảnh hưởng tới một số ngành có khả năng cạnh tranh yếu.

- Tiến hành nghiên cứu thị trường chiến lược cho các ngành hàng nông sản xuất khẩu chủ lực (đối tác, quy mô, yêu cầu, thị hiếu, rào cản...) để có định hướng cụ thể, dài hạn trong việc phối hợp giữa hoạt động sản xuất kinh doanh và đối ngoại.

- Thu thập và phân tích thông tin về thị trường tiềm năng, từ đó xác định ra các thị trường ưu tiên cho xuất khẩu (chủ yếu là sản phẩm nông sản) và nhập khẩu (kể cả nông sản và vật tư đầu vào).

- Tìm hiểu chính sách, quy định thâm nhập thị trường để chủ động đề ra các định hướng phát triển thị trường hiệu quả cho hàng hóa nông sản và dịch vụ.

2. Nâng cao năng lực cạnh tranh của nông sản

Thực hiện tái cơ cấu sản xuất các ngành hàng nông sản xuất khẩu chủ lực để đáp ứng được thị hiếu, yêu cầu của khách hàng tại các thị trường chính, vượt qua được hàng rào thuế theo các cam kết.

Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, tiêu chuẩn kỹ thuật trong sản xuất kinh doanh để cạnh tranh hiệu quả với hàng nhập khẩu tại thị trường trong nước và đáp ứng yêu cầu hàng rào kỹ thuật của các nước nhập khẩu.

Dựa trên lợi thế so sánh của ngành hàng và vùng sản xuất cùng với đặc điểm và tiềm năng của thị trường chính để có kế hoạch thu hút đầu tư, tổ chức sản xuất nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho nông sản đặc biệt là ở các khâu sau thu hoạch.

Dựa trên định hướng thị trường, xác định đối tác, tổ chức các hoạt động dịch vụ hậu cần, kênh phân phối để xúc tiến thương mại và phát triển thị trường hiệu

quả nhất cho nông sản xuất khẩu.

3. Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Rà soát năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phục vụ hậu cần, kênh phân phối để xúc tiến thương mại và tăng cường năng lực cạnh tranh.

Thông tin rộng rãi, đầy đủ, kịp thời, minh bạch về các vấn đề tiêu chuẩn, thủ tục kiểm soát và thực thi hàng rào kỹ thuật, vệ sinh, an toàn thực phẩm theo các FTA cho các đối tượng sản xuất kinh doanh.

Chủ động nắm bắt và cập nhật các tiêu chuẩn, yêu cầu kỹ thuật mới của các thị trường nhập khẩu chính ngay từ khi các quy định này còn trong giai đoạn dự thảo lấy ý kiến theo quy định của WTO nhằm tránh bị động và có phương án chuyển đổi sản xuất cho phù hợp nhằm giữ vững thị phần.

Cung cấp thông tin thị trường cho những mặt hàng chủ lực và thị trường chính để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp chủ động đầu tư, định hướng kinh doanh, xây dựng quan hệ đối tác.

Tăng cường năng lực hội nhập cho đối tượng quản lý và trực tiếp sản xuất, kinh doanh để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh (năng suất, chất lượng, giá thành,..) và đảm bảo tiêu chuẩn, yêu cầu kỹ thuật theo các FTA (vệ sinh, môi trường, xã hội,...).

Tổ chức dịch vụ hỗ trợ và tăng cường năng lực cho doanh nghiệp để xúc tiến thương mại, hỗ trợ kinh doanh, tiếp cận và phát triển thị trường hiệu quả thông qua các hệ thống phân phối, chuỗi bán lẻ, siêu thị, hiệp hội tiêu dùng, công ty xuyên quốc gia,... tại các thị trường nhập khẩu.

Xây dựng chính sách và tổ chức lực lượng hỗ trợ doanh nghiệp về các vấn đề pháp lý, giải quyết tranh chấp, phòng chống rủi ro khi tham gia thị trường quốc tế.

4. Tổ chức xây dựng lực lượng tham gia các tổ chức, liên minh quốc tế

Tham gia các tổ chức, liên minh kinh tế quốc tế để hỗ trợ doanh nghiệp xử lý các vấn đề liên quan đến pháp lý, giải quyết tranh chấp.

Xây dựng, đào tạo lực lượng cán bộ để tham gia vào hoạt động của các liên minh, tổ chức quốc tế.

5. Cải cách thể chế, quản lý bộ máy nhà nước và tăng cường năng lực hội nhập của bộ máy quản lý nhà nước

Tổ chức bộ máy và xây dựng đội ngũ cán bộ nghiên cứu có năng lực thực hiện nghiên cứu thị trường, phân tích chính sách trong quá trình hội nhập.

Xây dựng đội ngũ cán bộ chuyên trách có trình độ chuyên môn về đàm phán, thương lượng, giải quyết tranh chấp trong quá trình hội nhập.

Xây dựng đội ngũ chuyên gia chịu trách nhiệm các vấn đề kỹ thuật trong hội nhập như kiểm định, giám sát việc thực hiện các hàng rào kỹ thuật, giải quyết

tranh chấp pháp lý, v.v...

Xây dựng bộ máy và tăng cường năng lực cho đội ngũ cán bộ hỗ trợ đặc biệt là hỗ trợ doanh nghiệp trong các hoạt động tổ chức sản xuất, xúc tiến thương mại,... để thực thi hiệu quả các FTA.

Xây dựng bộ máy và tăng cường năng lực của đội ngũ thanh tra kỹ thuật, xử lý nghiêm các hành vi gian lận thương mại, đầu cơ tăng giá, thao túng thị trường, vi phạm pháp luật cạnh tranh.

Hoàn thiện bộ máy và tăng cường năng lực kiểm dịch, đảm bảo an toàn sinh học, vệ sinh dịch tễ,... đối với hàng xuất nhập khẩu, trong đó đặc biệt chú trọng các sản phẩm chăn nuôi, rau quả.

Hoàn thiện bộ máy và tăng cường năng lực của đội ngũ quản lý thị trường, quản lý xuất nhập khẩu đối với những mặt hàng chủ lực theo hướng có sự tham gia của tất cả các tác nhân trong chuỗi giá trị kể cả người sản xuất, tuân theo cơ chế thị trường và đảm bảo quyền lợi hợp lý của tất cả các bên.

Rà soát lại mức độ phụ thuộc về thương mại, cả xuất và nhập khẩu, đối với những ngành hàng chủ lực để có kế hoạch đa dạng hóa nguồn hàng, thị trường, tránh diễn ra tình trạng bị động và phụ thuộc.

Cải cách thủ tục hành chính, nhất là các thủ tục liên quan đến đầu tư, xuất nhập khẩu, thuế; đẩy nhanh ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác quản lý điều hành.

Xây dựng và triển khai các cơ chế, hệ thống quản lý để chấm dứt các hình thức buôn bán qua đường mòn lối mở và sang mạn trên sông, trên biển, chuyển sang buôn bán chính ngạch và buôn bán được quản lý tại các cửa khẩu chính.

Xây dựng và triển khai các cơ chế, hệ thống quản lý, các phương thức giao dịch hiện đại nhằm tăng cường tính công khai, minh bạch, nâng cao tính pháp lý và giảm thiểu rủi ro cho các giao dịch trên thị trường.

Phát huy vai trò của cơ quan đại diện ở nước ngoài phối hợp với doanh nghiệp và các cơ quan liên quan để mở rộng thị trường, xúc tiến thương mại và thu hút đầu tư; hỗ trợ bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp Việt Nam;

Xây dựng quy hoạch, kế hoạch, chiến lược phát triển các sản phẩm, ngành hàng cụ thể gắn kết với chiến lược phát triển thương hiệu quốc gia nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu theo hướng hiệu quả cao và bền vững.

Tăng cường năng lực hội nhập cho cán bộ địa phương, doanh nghiệp, hiệp hội, tổ chức nông dân thông qua tập huấn, cung cấp thông tin thường xuyên về chính sách, quy định, tiêu chuẩn của các FTA.

6. Điều chỉnh pháp luật, cơ chế chính sách

Rà soát các văn bản pháp luật, chính sách và tổ chức đã có để sửa đổi cho phù hợp với các cam kết.

Xây dựng văn bản chính sách mới phù hợp với các nội dung cam kết và giải quyết vấn đề mới phát sinh.

Đối với các hoạt động thương mại theo hợp đồng chính phủ (G2G), cần quy định rõ chỉ áp dụng cho các mục đích chính trị hoặc nhân đạo của Nhà nước, các hợp đồng thương mại khác phải tuân theo cơ chế thị trường.

Đối với các đối tác chiến lược, thị trường chính, có chính sách thu hút các doanh nghiệp, các nhà đầu tư ở thị trường này đầu tư, liên doanh, liên kết vào những ngành hàng mà Việt Nam có lợi thế để hình thành chuỗi giá trị, trực tiếp kết nối giữa thị trường hai bên.

Hình thành cơ chế để giám sát và tiến hành tham vấn trong quá trình xây dựng chính sách, quy định nhằm đảm bảo sự phù hợp với các FTA và quyền lợi của các bên liên quan.

Tham mưu cho các ngành khác để xây dựng, ban hành các văn bản pháp luật và chính sách liên quan đến thương mại nông sản Việt Nam đáp ứng đúng yêu cầu trong các FTA.

7. Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về hội nhập, đặc biệt là hàng rào kỹ thuật

Thông tin kịp thời và đầy đủ những nội dung mới của các FTA để các cơ quan chức năng kịp thời nắm bắt và điều chỉnh chính sách, quy định cho phù hợp với những nội dung cam kết mới.

Tổ chức phổ biến rộng rãi cho các đối tượng về nội dung, lộ trình và mức độ tác động trong tương lai của các FTA, tạo sự chủ động cho các đối tượng khác nhau tham gia quá trình hội nhập.

Phổ biến cho doanh nghiệp để chủ động nắm bắt cơ hội, xác định định hướng đầu tư, hình thành chiến lược kinh doanh phù hợp với các FTA.

Phổ biến cho các vùng, địa phương để hoàn chỉnh quy hoạch, chiến lược, kế hoạch phát triển để nắm bắt được cơ hội thương mại và đầu tư do các FTA mang lại.

Trao đổi, cập nhật thông tin về những điều chỉnh chính sách, quy định trong nước tới các đối tác đồng thời giải quyết hiệu quả các bất đồng, tranh chấp nảy sinh trong quá trình thực hiện FTA.

Nâng cao nhận thức của cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và người sản xuất kinh doanh về tầm quan trọng của việc tuân thủ các tiêu chuẩn kỹ thuật của quốc gia và quốc tế.

Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật phù hợp với cam kết trong các FTA và tương đương với tiêu chuẩn quốc tế để kiểm soát chất lượng hàng hoá nhập khẩu.

Thực hiện tốt công tác cảnh báo sớm về các biện pháp phòng vệ thương mại, đồng thời tận dụng tốt các quy định quốc tế về chỉ dẫn địa lý, nguồn gốc xuất xứ, đăng ký bản quyền, thương hiệu để bảo vệ doanh nghiệp và sản phẩm của Việt Nam trong thương mại quốc tế.

VIII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Bộ Nông nghiệp và PTNT:

- Rà soát pháp luật, luật lệ, chính sách, quy định trong các FTA thuộc phạm vi quản lý của Bộ để lên kế hoạch chỉnh sửa, bổ sung phù hợp với các cam kết đã ký kết; Lên kế hoạch xây dựng lực lượng và bổ sung trang bị, thay đổi chức năng, củng cố chuyên môn để có đủ năng lực đáp ứng công tác thực hiện biện pháp kỹ thuật theo các FTA; Rà soát quy trình quản lý Nhà nước có liên quan để cắt giảm thủ tục, minh bạch hóa thông tin.

- Tăng cường công tác nghiên cứu chính sách, đánh giá tác động của các FTA tới các ngành sản xuất do Bộ quản lý để xác định lợi thế và đề ra ưu tiên về thị trường, ngành hàng theo từng FTA, qua đó thúc đẩy xuất khẩu nông sản ra thị trường thế giới.

- Nghiên cứu và làm việc với các Bộ, ngành liên quan, trình Chính phủ xem xét và cho phép bổ sung chức danh Tham tán nông nghiệp tại các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài tại các thị trường xuất khẩu lớn như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Ấn Độ, v.v...

2. Bộ Ngoại giao phối hợp với Bộ Nông nghiệp và PTNT:

- Tìm hiểu các thị trường nông sản quốc tế để mở rộng thị trường xuất khẩu;

- Hỗ trợ giải quyết các rào cản thương mại và tranh chấp thương mại đối với nông, lâm, thủy sản khi có phát sinh.

3. Bộ Công Thương phối hợp với Bộ Nông nghiệp và PTNT:

- Tổ chức xúc tiến thương mại nông lâm thủy sản ra các thị trường quốc tế;

- Xây dựng các phương án đàm phán thương mại về nông lâm thủy sản trong khuôn khổ đàm phán các FTA;

- Giải quyết các rào cản thương mại và tranh chấp thương mại đối với nông lâm thủy sản khi có phát sinh.

4. Ủy ban chỉ đạo Quốc gia về Hội nhập quốc tế, Ban Chỉ đạo liên ngành Hội nhập quốc tế về Kinh tế, các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương phối hợp với Bộ Nông nghiệp và PTNT và cơ quan liên quan căn cứ chức năng, nhiệm vụ quản lý nhà nước theo quy định của pháp luật, có trách nhiệm chỉ đạo, tham gia thực hiện các nội dung có liên quan của Chiến lược này.



Canada

Chiến lược hội nhập kinh tế quốc tế ngành nông nghiệp và PTNT đến năm 2030 được xây dựng với sự phối hợp chặt chẽ của các cơ quan có liên quan và hỗ trợ của dự án "Hỗ trợ kỹ thuật và chính sách để thực hiện đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp Việt Nam (2013-2020)" do Chính phủ Canada tài trợ.

