

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP. HCM
TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA**



**BÀI TẬP LỚN MÔN HỌC
KINH TẾ CHÍNH TRỊ MÁC - LÊNIN**

ĐỀ TÀI

ĐÂY MẠNH XUẤT KHẨU NÔNG SẢN Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

LỚP: DT01 NHÓM: 07

HỌC KỲ 243

GVHD: TS. TRẦN THỊ SEN

SINH VIÊN THỰC HIỆN

ST T	MSSV	HỌ	TÊN	% ĐIỂM BTL	ĐIỂM BTL	GHI CHÚ
1	225272 6	Trần Anh	Tài	114%		
2	221390 9	Trần Hoàng Bảo	Uyê n	93%		
3	231287 8	Trần Kiến	Quố c	121%		
4	231170 4	Trần Ngọc Minh	Khôi	100%		
5	205230 8	Trần Nguyễn Thiên	Tú	100%		
6	241072 7	Trần Nhu	Đạt	100%		
7	231156 3	Trần Quang	Khải	93%		

8	241128 3	Trần Quốc Huy	100%		
9	231259 8	Trần Tấn Phát	79%		

TP. HỒ CHÍ MINH, NĂM HỌC 2025
BÁO CÁO KẾT QUẢ LÀM VIỆC NHÓM 07

STT	Mã số SV	Họ và tên	Nhiệm vụ được phân công	% Điểm BTL	Điểm BTL	Ký tên
1	2252726	Trần Anh Tài	PHẦN 3.3, KẾT LUẬN	114%		 Trần Anh Tài
2	2213909	Trần Hoàng Bảo Uyên	PHẦN 2.2, PHẦN 2.3	93%		
3	2312878	Trần Kiến Quốc	MỎ ĐÀU, Báo cáo	121%		
4	2311704	Trần Ngọc Minh Khôi	PHẦN 2.1	100%		
5	2052308	Trần Nguyễn Thiên Tú	PHẦN 3.1	100%		
6	2410727	Trần Như Đạt	PHẦN 3.2	100%		
7	2311563	Trần Quang Khải	PHẦN 1.1	93%		
8	2411283	Trần Quốc Huy	PHẦN 2.4, PHẦN 2.5	100%		
9	2312598	Trần Tấn Phát	PHẦN 1.2	79%		

Họ và tên nhóm trưởng: Trần Kiến Quốc

Số ĐT: 0702759275

quoc.tran522005@hcmut.edu.vn

Email:

Nhận xét của GV:

.....

GIẢNG VIÊN
(Ký và ghi rõ họ, tên)

Trần Thị Sen

NHÓM TRƯỞNG
(Ký và ghi rõ họ, tên)

Quang

Trần Kiến Quốc

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
PHẦN NỘI DUNG	4
Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN LIÊN QUAN ĐẾN VĂN ĐỀ NGHIÊN CỨU	4
1.1. Khái quát về hội nhập kinh tế quốc tế	4
<i>1.1.1. Khái niệm về hội nhập kinh tế quốc tế</i>	4
<i>1.1.2. Những cơ hội từ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế</i>	5
<i>1.1.3. Những thách thức từ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế</i>	6
<i>1.1.4. Vai trò của hội nhập kinh tế quốc tế</i>	7
1.2. Khái quát về xuất khẩu nông sản	9
<i>1.2.1. Khái niệm về xuất khẩu, xuất khẩu hàng hóa, nông sản và hàng hóa nông sản</i>	9
<i>1.2.2. Đặc điểm của xuất khẩu hàng hóa nông sản</i>	10
<i>1.2.3. Các yếu tố, nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu hàng hóa nông sản</i>	11
<i>1.2.4. Vai trò của xuất khẩu hàng hóa nông sản</i>	12
TIẾU KẾT CHƯƠNG 1	13
Chương 2 THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN Ở VIỆT NAM HIỆN NAY	14
2.1. Tổng quan về thực trạng xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam hiện nay	14
2.2. Thành tựu đạt được	20
2.3. Tồn tại, hạn chế	21
2.4. Nguyên nhân của những tồn tại hạn chế	22

2.5. Vấn đề đặt ra trong xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam hiện nay	24
TIÊU KẾT CHƯƠNG 2	26
<i>Chương 3 GIẢI PHÁP ĐẦY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA NÔNG SẢN Ở VIỆT NAM THỜI GIAN TÓI</i>	27
3.1. Bối cảnh tác động đến xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam hiện nay	28
<i>3.1.1. Bối cảnh quốc tế</i>	28
<i>3.1.2. Bối cảnh trong nước</i>	31
3.2. Mục tiêu và định hướng xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam	33
<i>3.2.1. Mục tiêu</i>	33
<i>3.2.2. Định hướng</i>	35
3.3. Giải pháp đầy mạnh xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam thời gian tới	38
TIÊU KẾT CHƯƠNG 3	47
PHẦN KẾT LUẬN	48

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, xuất khẩu nông sản giữ vai trò then chốt trong chiến lược phát triển kinh tế nông nghiệp của Việt Nam. Điều này thể hiện rõ qua mức đóng góp ngày càng lớn vào tổng kim ngạch xuất khẩu quốc gia. Theo số liệu từ Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn báo cáo vào cuối năm 2024: Trong những năm gần đây, giá trị xuất khẩu nông lâm thủy sản thường xuyên vượt mốc 50 tỷ USD. Việt Nam đã vươn lên trở thành một trong những quốc gia dẫn đầu thế giới về xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản chủ lực như: Gạo, cà phê, hạt điều, cao su, trái cây, rau củ... Bên cạnh đó, việc ký kết và tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như EVFTA, CPTPP, RCEP đã tạo lợi thế về thuế quan, mở rộng cơ hội tiếp cận các thị trường lớn. Ngoài ra, các hoạt động như liên kết sản xuất, truy xuất nguồn gốc, đầu tư vào chế biến sâu và phát triển nông nghiệp hữu cơ cũng bước đầu được quan tâm, góp phần nâng cao chất lượng, đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế và gia tăng sức cạnh tranh cho nông sản Việt. Đồng thời, sự tham gia ngày càng sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu đã giúp ngành nông nghiệp trong nước tiếp cận với công nghệ hiện đại, cải tiến quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng cho sản phẩm. Những thành tựu này không chỉ khẳng định vị thế của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế mà còn góp phần tích cực vào việc giải quyết vấn đề việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân nông thôn, từ đó thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa nông nghiệp.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đã đạt được và tiềm năng to lớn, hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam vẫn đang đối mặt với nhiều hạn chế và thách thức. Trước hết, phần lớn nông sản xuất khẩu vẫn ở dạng nguyên liệu thô, chưa qua chế biến sâu, dẫn đến giá trị gia tăng thấp, khả năng bị ép giá cao và ít lợi thế cạnh tranh. Công nghệ chế biến và bảo quản sau thu hoạch còn lạc hậu, gây ra tổn thất lớn cả về sản lượng lẫn chất lượng, đặc biệt đối với các mặt hàng dễ hỏng như rau quả tươi. Bên cạnh đó, sự phụ thuộc lớn vào một số thị trường truyền thống như Trung Quốc, Hoa Kỳ, và EU khiến ngành nông sản dễ bị tổn thương trước những biến động

về chính sách thương mại hoặc rào cản kỹ thuật bất ngờ. Một thách thức khác cũng cần được lưu ý là liên kết trong chuỗi giá trị nông sản còn lỏng lẻo: Nhiều nơi vẫn tồn tại tình trạng sản xuất manh mún, thiếu kế hoạch theo nhu cầu thị trường, các chủ thể trong chuỗi - từ nông dân, hợp tác xã đến doanh nghiệp - hoạt động thiếu phối hợp, mạnh ai nấy làm.Thêm vào đó, việc thiếu thương hiệu quốc gia rõ ràng cho các mặt hàng nông sản chủ lực khiến sản phẩm Việt Nam khó tạo được dấu ấn riêng trên thị trường quốc tế, làm giảm niềm tin và khả năng định vị trong tâm trí người tiêu dùng. Cuối cùng, hệ thống logistics và hạ tầng phục vụ xuất khẩu như kho lạnh, vận tải, bốc xếp vẫn còn bất cập, khiến chi phí tăng cao và làm giảm đáng kể khả năng cạnh tranh so với các quốc gia cùng khu vực. Tất cả những trở ngại này là rào cản lớn kìm hãm sự phát triển bền vững của xuất khẩu nông sản Việt Nam trong thời kỳ hội nhập sâu rộng.

Từ sự cấp thiết trên, nhóm nghiên cứu chọn đề tài “*Đẩy mạnh xuất khẩu nông sản ở Việt Nam hiện nay*” để không chỉ làm rõ thực trạng, mà còn hướng đến xây dựng các chiến lược hiệu quả, giúp ngành nông nghiệp Việt Nam phát triển bền vững và chủ động vươn mình ra thế giới.

2. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu

Đề tài tập trung làm rõ đẩy mạnh xuất khẩu nông sản Việt Nam hiện nay, bao gồm: Gạo, cà phê, hồ tiêu, cao su, hạt điều. Đây là những mặt hàng có giá trị xuất khẩu cao, giữ vị trí quan trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của quốc gia, đồng thời có thị trường tiêu thụ rộng lớn và thường xuyên nằm trong nhóm dẫn đầu về khối lượng, giá trị trên bản đồ xuất khẩu toàn cầu.

Bên cạnh việc phân tích thực trạng xuất khẩu các mặt hàng trên, đề tài còn tiến hành tham chiếu và so sánh hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam đối với một số thị trường tiêu biểu như: Trung Quốc, Hoa Kỳ, Liên minh châu Âu (EU) và Nhật Bản. Đây là các thị trường nhập khẩu lớn và có vai trò then chốt trong chiến lược mở rộng thị trường nông sản của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng. Những thị trường này không chỉ có yêu cầu cao về chất lượng, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn kỹ thuật, mà còn chịu sự chi phối bởi nhiều yếu tố kinh tế - chính trị toàn cầu, ảnh hưởng trực tiếp đến cơ hội và thách thức trong xuất khẩu.

Thời gian nghiên cứu chủ yếu về giai đoạn những năm gần đây, đặc biệt là giai đoạn từ năm 2020 đến nay, đồng thời đưa ra định hướng và giải pháp cho giai đoạn sắp tới (2025 – 2030).

3. Mục tiêu nghiên cứu

Đề tài sẽ tổng quan cơ sở lý luận về xuất khẩu nông sản để dựa vào cơ sở đó, đưa ra bức tranh thực trạng xuất khẩu một số mặt hàng nông sản của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, từ đó cung cấp hệ thống các giải pháp nhằm nâng cao giá trị gia tăng, mở rộng thị trường và phát triển xuất khẩu bền vững trong giai đoạn 2025 - 2030. Cụ thể:

Thứ nhất, phân tích hoạt động xuất khẩu các mặt hàng nông sản chủ lực của Việt Nam như gạo, cà phê, hạt điều, cao su, trái cây... trong giai đoạn từ năm 2020 đến nay, nhằm làm rõ những thành tựu đạt được cũng như những tồn tại, hạn chế và thách thức liên quan đến chất lượng sản phẩm, công nghệ chế biến - bảo quản, logistics, thương hiệu và liên kết chuỗi cung ứng.

Thứ hai, so sánh hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam với một số thị trường tiêu biểu như Trung Quốc, Hoa Kỳ, Liên minh châu Âu và Nhật Bản, từ đó rút ra bài học kinh nghiệm và định hướng mở rộng thị trường hiệu quả.

Thứ ba, đề xuất hệ thống các giải pháp cụ thể, khả thi và mang tính chiến lược nhằm đẩy mạnh xuất khẩu nông sản Việt Nam trong giai đoạn tới, bao gồm các khía cạnh: Đổi mới công nghệ, đầu tư chế biến sâu, đa dạng hóa thị trường, hoàn thiện hệ thống logistics và xây dựng thương hiệu quốc gia.

4. Nhiệm vụ đề tài

Thứ nhất, hệ thống hóa cơ sở lý luận liên quan đến hội nhập kinh tế và xuất khẩu hàng hóa nông sản. Đề tài cần xây dựng một nền tảng lý luận chặt chẽ, vững chắc để làm cơ sở nghiên cứu cho các vấn đề liên quan như: Khái niệm, phân tích đặc điểm và đánh giá vai trò.

Thứ hai, phân tích thực trạng hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam hiện nay, đây chính là cốt lõi và cơ sở thực tiễn của nghiên cứu. Thu thập số liệu, phân tích

những thành tựu nổi bật của Việt Nam và làm rõ các hạn chế là những gì cần được chú ý trong đề tài nghiên cứu.

Thứ ba, làm rõ thời cơ và thách thức của hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam. Việc chú trọng vào thời cơ và thách thức giúp xác định rõ định hướng và ưu tiên trong việc đề xuất giải pháp.

Thứ tư, đề xuất hệ thống các giải pháp đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam hiện nay. Những giải pháp này không chỉ giải quyết vấn đề trước mắt mà còn hướng tới phát triển vững vàng, dài hạn trong nền xuất khẩu nông sản Việt Nam.

5. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng và các phương pháp khác như trừu tượng hóa khoa học, phân tích tổng hợp, thống kê mô tả, kết hợp tư duy chuyên biệt hóa (Specialization) và tổng quát hóa (Generalization) để giải quyết các vấn đề đã đặt ra.

6. Kết cấu đề tài

Gồm có mục lục, phần mở đầu, phần nội dung, phần kết luận và danh mục tài liệu tham khảo. Trong đó, phần nội dung gồm có 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận liên quan đến vấn đề nghiên cứu

Chương 2: Thực trạng xuất khẩu nông sản ở Việt Nam hiện nay

Chương 3: Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa nông sản Việt Nam thời gian tới

PHẦN NỘI DUNG

Chương 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN LIÊN QUAN ĐẾN VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

1.1. Khái quát về hội nhập kinh tế quốc tế

1.1.1. Khái niệm về hội nhập kinh tế quốc tế

Khái niệm về hội nhập kinh tế quốc tế đã được Béla Balassa nhắc đến lần đầu tiên trong bài viết “Towards a Theory of Economic Integration” vào năm 1961, ông đã nói rằng: “Chúng ta có thể định nghĩa hội nhập kinh tế vừa là một quá trình, vừa là một trạng thái. Nếu xét như một quá trình, hội nhập kinh tế bao gồm những biện pháp nhằm loại bỏ sự phân biệt đối xử giữa các đơn vị kinh tế thuộc các quốc gia khác nhau; nếu xét như một trạng thái, hội nhập kinh tế được thể hiện ở chỗ không còn tồn tại các hình thức phân biệt đối xử giữa các nền kinh tế quốc dân”. Đây là khái niệm kinh điển, mang tính lý thuyết và được trích dẫn rất nhiều trong các nghiên cứu học thuật, giáo trình đại học.

Bên cạnh khái niệm của Béla Balassa, khái niệm về hội nhập kinh tế của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) mang tính thực tiễn quốc tế cao hơn. Cụ thể, trong “Báo cáo thương mại quốc tế” năm 2022, WTO đã định nghĩa: “Hội nhập kinh tế quốc tế là quá trình tăng cường liên kết giữa các nền kinh tế, thông qua việc dỡ bỏ rào cản thương mại hàng hóa và dịch vụ, thúc đẩy đầu tư, tự do hóa tài chính và mở rộng dòng lưu chuyển lao động”. Khái niệm này được sử dụng nhiều trong các báo cáo kinh tế quốc tế, đàm phán thương mại đa phương/cộng đồng kinh tế và chính sách hội nhập của các nước đang phát triển.

Hội nhập kinh tế quốc tế, hay còn được gọi tắt là hội nhập kinh tế, là một quá trình tất yếu trong xu thế phát triển của thế giới hiện đại. Về bản chất, đây là quá trình các quốc gia chủ động tiến hành các hoạt động nhằm tăng cường sự gắn kết về mặt kinh tế với nhau. Sự gắn kết này không chỉ đơn thuần là các giao dịch thương mại, mà còn dựa trên nền tảng của việc chia sẻ lợi ích, mục tiêu chung, các giá trị, nguồn lực và thậm chí cả quyền lực trong việc định đoạt chính sách. Để vận hành một cách hiệu quả, quá trình này đòi hỏi các quốc gia tham gia phải tuân thủ những quy tắc, những luật chung, được thiết lập trong khuôn khổ của các định chế hoặc tổ chức quốc tế. Để hiểu hơn về khái niệm này, có thể lấy các mô hình như Liên minh châu Âu (EU), Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (AFTA) hay Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) là những khuôn mẫu điển hình cho tiến trình hội nhập kinh tế, trong đó

các quốc gia không chỉ hợp tác về thương mại mà còn đồng bộ hóa về chính sách và thể chế kinh tế.

1.1.2. Những cơ hội từ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế mang lại một loạt các cơ hội và lợi ích cho các quốc gia tham gia, thúc đẩy sự phát triển trên nhiều phương diện.

Trước hết, lợi ích dễ nhận thấy nhất là việc mở rộng thị trường để thúc đẩy thương mại và các quan hệ kinh tế quốc tế khác. Khi các hàng rào thuế quan và phí thuế quan được gỡ bỏ, hàng hóa và dịch vụ của một quốc gia có thể tiếp cận với một lượng khách hàng lớn hơn nhiều lần so với thị trường nội địa. Điều này không chỉ làm tăng kim ngạch xuất khẩu mà còn tạo ra động lực mạnh mẽ cho tăng trưởng và phát triển kinh tế - xã hội một cách toàn diện. Với việc hội nhập thành một nhóm mà các thành viên là các nước phát triển, hội nhập tạo ra một sức ép tích cực, thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế và cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh.

Để có thể cạnh tranh trên sân chơi quốc tế, các doanh nghiệp và toàn bộ nền kinh tế buộc phải tự đổi mới, nâng cao hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Song song với đó, một môi trường kinh doanh minh bạch, thông thoáng và tuân thủ các chuẩn mực quốc tế sẽ làm tăng sức hấp dẫn, từ đó gia tăng khả năng thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào nền kinh tế.

Đi sâu hơn nữa là tình hình kinh tế của các doanh nghiệp trong nước có được cơ hội chuyển mình, hội nhập mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp trong nước tiếp cận trực tiếp với thị trường quốc tế, các nguồn tín dụng và đối tác tiềm năng. Thay vì hoạt động đơn lẻ, các doanh nghiệp có thể tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, tìm kiếm các nhà cung cấp uy tín, các nhà phân phối hiệu quả và các nguồn vốn với lãi suất cạnh tranh hơn, tạo điều kiện để mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, đó là ở cấp độ doanh nghiệp, công ty. Còn ở cấp độ cá nhân, hội nhập mang lại lợi ích trực tiếp cho người tiêu dùng và người lao động. Người dân được thụ hưởng các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ đa dạng hơn về chủng loại, mẫu mã với chất lượng đảm bảo và mức giá cạnh tranh hơn do có sự tham gia của nhiều nhà cung cấp. Đồng thời, quá trình này cũng giúp người dân được tiếp cận và giao lưu nhiều hơn với thế giới bên ngoài, từ đó mở ra các

cơ hội phát triển bản thân và tìm kiếm việc làm không chỉ ở trong nước mà còn ở cả thị trường lao động quốc tế.

Ở mức độ về các chuyên gia nhận định, hội nhập tạo điều kiện để các nhà hoạch định chính sách có cái nhìn toàn diện, nắm bắt tốt hơn tình hình và xu thế phát triển của thế giới. Từ đó, họ có thể đưa ra các chiến lược và chính sách phát triển phù hợp hơn cho đất nước, tránh nguy cơ bị tụt hậu hay bị đẩy ra ngoài lề (lề hóa) của dòng chảy phát triển chung. Rộng hơn rất nhiều là về phương diện văn hóa - xã hội, hội nhập giúp quốc gia bồi bổ sung những giá trị và tiến bộ của văn hóa, văn minh nhân loại, qua đó làm giàu thêm cho văn hóa dân tộc và thúc đẩy tiến bộ xã hội một cách toàn diện. Áp lực tạo nên kim cương là câu nói rất đúng khi mà sức ép từ việc phải tuân thủ các quy tắc và chuẩn mực chung của quốc tế tạo động lực và điều kiện để một quốc gia cải cách toàn diện, hướng tới việc xây dựng một xã hội mở, dân chủ hơn và một nhà nước pháp quyền vững mạnh.

Cuối cùng, hội nhập kinh tế góp phần củng cố hòa bình và ổn định trong khu vực và trên thế giới. Sự phụ thuộc lẫn nhau về kinh tế làm giảm nguy cơ xung đột. Hơn nữa, nó còn mở ra khả năng phối hợp các nỗ lực và nguồn lực chung giữa các nước để cùng nhau giải quyết những thách thức toàn cầu như biến đổi khí hậu, dịch bệnh hay khủng hoảng kinh tế. Với các cơ hội được tạo ra cũng như lợi ích to lớn nhận về, hội nhập là con đường ngắn nhất để nâng cao trình độ của nguồn nhân lực và nền khoa học công nghệ quốc gia. Thông qua các chương trình hợp tác về giáo dục - đào tạo và nghiên cứu khoa học với các nước phát triển, một quốc gia có thể nhanh chóng tiếp cận với tri thức và phương pháp quản lý tiên tiến. Hơn nữa, dòng vốn FDI thường đi kèm với việc tiếp thu công nghệ mới thông qua các hoạt động chuyển giao công nghệ, giúp các nước đi sau rút ngắn khoảng cách phát triển.

1.1.3. Những thách thức từ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế

Bên cạnh những lợi ích to lớn, hội nhập cũng đặt các quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển, trước nhiều thách thức và bất lợi không thể xem nhẹ.

Thách thức đầu tiên và trực diện nhất là sự gia tăng cạnh tranh một cách gay gắt. Khi thị trường mở cửa, các doanh nghiệp nội địa từ nhỏ tới vừa còn yếu về vốn, trình độ kỹ thuật trung bình kém với kinh nghiệm quản lý chưa chặt chẽ sẽ gặp phải trở

ngại lớn khi phải đối đầu trực tiếp với các công ty hay tập đoàn đa quốc gia lớn mạnh. Điều này có thể khiến nhiều doanh nghiệp và thậm chí cả một số ngành kinh tế gặp khó khăn, thua lỗ, dẫn đến phá sản, gây ra những hậu quả tiêu cực về kinh tế - xã hội như thất nghiệp hay không có doanh nghiệp nào dám đầu tư phát triển ngành đó vì khó cạnh tranh, phát triển so với công ty ngoại quốc, dẫn đến một số ngành nghề cốt lõi trở nên yếu kém, không phát triển công nghệ lõi.

Thêm vào đó, một vấn đề không thể tránh khỏi, hội nhập làm gia tăng sự phụ thuộc của nền kinh tế quốc gia vào thị trường bên ngoài. Sự phụ thuộc này khiến nền kinh tế trở nên dễ bị tổn thương trước những biến động khó lường của thị trường quốc tế, chẳng hạn như khủng hoảng tài chính, biến động giá cả nguyên vật liệu hay sự thay đổi chính sách đột ngột của các đối tác thương mại lớn. Hiện tượng cá lớn nuốt cá bé đã không còn xa lạ trong đời sống tự nhiên và trên mặt trận quốc tế cũng như vậy, lợi ích và rủi ro từ hội nhập thường không được phân phối một cách công bằng cho tất cả các nước và các nhóm xã hội khác nhau. Có một nguy cơ hiện hữu là quá trình này có thể làm gia tăng khoảng cách giàu - nghèo, khi các nhóm có tiềm lực mạnh hơn (doanh nghiệp lớn, lao động tay nghề cao) sẽ tận dụng được cơ hội tốt hơn, trong khi các nhóm yếu thế hơn (doanh nghiệp nhỏ, nông dân, lao động phổ thông) có thể bị bỏ lại phía sau. Và nếu không thật sự tinh táo và cảnh giác, các nước đang phát triển hoàn toàn có thể đối mặt với nguy cơ chuyển dịch cơ cấu kinh tế một cách tự nhiên nhưng lại bất lợi do lợi thế cạnh tranh ban đầu thường nằm ở các ngành sử dụng nhiều tài nguyên thiên nhiên và nhiều sức lao động giản đơn, các quốc gia này có xu hướng tập trung vào những lĩnh vực có giá trị gia tăng thấp. Điều này về lâu dài có thể dẫn đến hệ quả nghiêm trọng như trở thành bãi rác công nghiệp và công nghệ thấp của thế giới, đối mặt với tình trạng cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên và hủy hoại môi trường sinh thái.

Ngoài ra, hội nhập kinh tế ảnh hưởng đến chính trị của quốc gia: Tạo ra sức ép và những thách thức đối với quyền lực của Nhà nước, theo quan niệm truyền thống về độc lập và chủ quyền quốc gia. Việc tham gia các định chế quốc tế đồng nghĩa với việc phải chấp nhận chuyển giao một phần quyền hoạch định chính sách và tuân thủ các quy định chung, điều này có thể gây ra những phức tạp trong việc duy trì an ninh và ổn định chính trị - xã hội, đặc biệt là ở các nước đang phát triển. Tiếp theo, việc hội nhập kinh tế nhưng về các bản sắc, văn hóa dân tộc vẫn bị ảnh hưởng, thậm chí là ảnh

hướng nặng nề, tồn tại một nguy cơ không nhỏ về việc bẩn sặc dân tộc và văn hóa truyền thống bị xói mòn trước sự du nhập của văn hóa nước ngoài. Dòng chảy ồ ạt của các sản phẩm văn hóa, lối sống ngoại lai có thể lấn át các giá trị truyền thống tốt đẹp nếu không có một chính sách văn hóa hợp lý để giữ điều tốt đẹp văn hóa. Cuối cùng, hội nhập làm gia tăng các mối đe dọa an ninh phi truyền thống, đặt các quốc gia trước nguy cơ gia tăng của tình trạng khủng bố quốc tế, buôn lậu, tội phạm xuyên quốc gia, dịch bệnh và nhập cư bất hợp pháp. Việc mở cửa biên giới và tăng cường giao lưu khiến việc kiểm soát các mối nguy này trở nên khó khăn và phức tạp hơn bao giờ hết.

1.1.4. Vai trò của hội nhập kinh tế quốc tế

Hội nhập kinh tế quốc tế không chỉ đơn thuần là một xu thế tất yếu trong kỷ nguyên toàn cầu hóa mà còn đóng vai trò ngày càng quan trọng trong quá trình phát triển và hiện đại hóa của mỗi quốc gia. Với đặc điểm là một quá trình vừa kinh tế vừa chính trị, hội nhập tác động trên nhiều phương diện. Có thể khái quát vai trò của hội nhập kinh tế quốc tế qua ba khía cạnh nổi bật sau:

Thứ nhất, hội nhập kinh tế quốc tế tạo áp lực tích cực thúc đẩy cải cách thể chế và nâng cao năng lực quản trị quốc gia. Trong thế giới ngày càng phẳng, các quốc gia muốn hòa nhập vào thị trường quốc tế thì bắt buộc phải tuân thủ và vận hành theo một luật chung - Những nguyên tắc, chuẩn mực được quốc tế công nhận, ví dụ như minh bạch hóa chính sách, tạo lập môi trường cạnh tranh lành mạnh, cải cách hành chính, phòng chống tham nhũng và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Chính những yêu cầu khắt khe ấy đã tạo động lực buộc chính phủ các quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển, phải thúc đẩy cải cách toàn diện về thể chế và cơ cấu hệ thống quản lý nhà nước. Cũng nhờ áp lực này, bộ máy hành chính dần trở nên chuyên nghiệp hơn, vai trò Nhà nước ngày càng được định hình theo hướng kiến tạo phát triển, thay vì đơn thuần là can thiệp và kiểm soát nền kinh tế. Có thể nói, hội nhập kinh tế quốc tế đã trở thành bệ phóng quan trọng để cải cách trong nội bộ.

Thứ hai, hội nhập thực hiện tốt vai trò là cầu nối và bộ điều phối thúc đẩy sự gắn kết giữa kinh tế trong nước và kinh tế thế giới, tránh nguy cơ tụt hậu. Hội nhập giúp kết nối nền kinh tế một quốc gia với chuỗi giá trị toàn cầu, từ đó mở ra cơ hội tiếp cận thị trường lớn hơn, công nghệ cao hơn, nguồn vốn dồi dào hơn và quản trị hiện đại

hơn. Trong bối cảnh phân công lao động quốc tế ngày càng sâu sắc, không một nền kinh tế nào có thể phát triển bền vững nếu đứng tách biệt với môi trường bên ngoài. Hội nhập giúp nền kinh tế quốc dân phát huy được lợi thế so sánh, tận dụng được cơ hội mở rộng xuất khẩu, tiếp cận các chuẩn mực chất lượng mới, mở đường cho các doanh nghiệp nội địa tham gia vào mạng lưới sản xuất khu vực và toàn cầu. Đồng thời, quá trình hội nhập cũng góp phần chuẩn hóa các yếu tố quản lý vĩ mô, vận hành thị trường theo hướng hiện đại, tạo điều kiện để chính sách công vận động theo hướng phù hợp với thông lệ quốc tế. Nhờ đó, các quốc gia giảm thiểu được nguy cơ bị gạt ra bên lề của sự phát triển trong nền kinh tế toàn cầu đang biến đổi nhanh chóng.

Thứ ba, hội nhập kinh tế quốc tế là công cụ chiến lược để nâng cao vị thế và sức ảnh hưởng của quốc gia trên trường quốc tế. Trong quan hệ quốc tế hiện đại, hội nhập kinh tế được ví như gương mặt đại diện của một quốc gia, thể hiện trình độ phát triển, mức độ mở cửa và sự chủ động tham gia vào quá trình định hình các cấu trúc và cơ chế quản trị toàn cầu. Thông qua tham gia tích cực vào các tổ chức kinh tế và thương mại quốc tế như Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC), Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP), quốc gia không chỉ khẳng định vai trò là một thành viên có trách nhiệm, mà còn có cơ hội trực tiếp tham gia xây dựng cơ chế phân phối lợi ích và tạo dựng tiếng nói trong việc xây dựng luật toàn cầu. Đây là điều kiện quan trọng để thiết lập và nâng cao vị thế ngoại giao, gia tăng ảnh hưởng mềm và thúc đẩy hợp tác song phương, đa phương trên nhiều lĩnh vực khác nhau. Ngoài ra, việc chủ động hội nhập giúp xây dựng hình ảnh đất nước năng động, sáng tạo, thân thiện với nhà đầu tư và sẵn sàng thích ứng để phát triển bền vững, qua đó thu hút sự quan tâm của cộng đồng quốc tế không chỉ ở khía cạnh kinh tế mà còn ở cả khía cạnh chính trị, văn hóa, giáo dục và khoa học - công nghệ.

Tóm lại, hội nhập kinh tế quốc tế không đơn thuần chỉ là việc mở cửa nền kinh tế, mà còn đóng vai trò như một động lực cải cách, một bộ điều phối phát triển và một công cụ khẳng định vị thế quốc gia. Điều quan trọng là mỗi quốc gia phải biết tận dụng tối đa các cơ hội mà hội nhập mang lại, đồng thời chủ động hóa giải các thách thức để phát triển một cách bền vững và có bản sắc riêng.

1.2. Khái quát về xuất khẩu nông sản

1.2.1. Khái niệm về xuất khẩu, xuất khẩu hàng hóa, nông sản và hàng hóa nông sản

Xuất khẩu là hoạt động bán hàng hóa và dịch vụ được sản xuất trong nước cho người mua ở một quốc gia khác. Việc xuất khẩu tạo thành nền tảng của thương mại quốc tế cũng như tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa các thị trường trên toàn thế giới. Các quốc gia có thể tham gia vào các hiệp định thương mại tự do hoặc thực hiện các biện pháp do chính phủ áp đặt như thuế quan để bảo vệ các doanh nghiệp trong nước trước các rào cản thương mại nước ngoài. Điều này giúp họ nhập khẩu hàng hóa cần thiết và xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường khác để thu lợi nhuận. [FedEx, 2020]

Xuất khẩu hàng hóa là một hoạt động kinh tế đối ngoại cơ bản, được hiểu là việc bán hàng hóa hoặc dịch vụ cho một quốc gia khác. Mục tiêu chính của hoạt động này là nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ ra ngoài phạm vi biên giới quốc gia, từ đó thúc đẩy phát triển thương mại và kinh tế của đất nước xuất khẩu. Theo một cách diễn đạt khác, xuất khẩu hàng hóa chính là hoạt động kinh doanh mang tính quốc tế, đóng vai trò là cầu nối trực tiếp giữa hoạt động sản xuất ở trong nước và hoạt động tiêu dùng ở các quốc gia khác. Theo quy định của pháp luật Việt Nam, cụ thể là Luật Thương mại năm 2005, xuất khẩu hàng hóa được định nghĩa là việc một đơn vị hoặc tổ chức đưa hàng hóa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam, hoặc đưa vào các khu vực đặc biệt (như khu chế xuất) theo quy định của pháp luật.

Trong lĩnh vực xuất khẩu, nông sản là một nhóm hàng hóa có vị trí đặc biệt quan trọng. Theo định nghĩa tại Nghị định 57/2018/NĐ-CP, nông sản là một thuật ngữ bao trùm, gồm các sản phẩm đến từ các ngành nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản và diêm nghiệp. Cụ thể, sản phẩm nông nghiệp bao gồm các mặt hàng như lúa gạo, ngô, khoai, sắn, cà phê, hồ tiêu, thịt, trứng; sản phẩm lâm nghiệp gồm gỗ, tre, nứa, nhựa thông; sản phẩm thủy sản gồm cá, tôm, mực và các loại hải sản khác và sản phẩm diêm nghiệp chính là muối.

Cần phân biệt rõ giữa nông sản và nông sản hàng hóa. Trong khi nông sản có thể được sản xuất ra để phục vụ mục đích tự tiêu dùng của người sản xuất hoặc để bán,

thì nông sản hàng hóa được xác định là các loại nông sản được sản xuất chủ yếu với mục đích thương mại, tức là để bán ra thị trường nhằm tạo ra doanh thu cho người sản xuất. Lấy ví dụ như một gia đình trồng rau, nuôi gà để ăn trong nhà, đây được gọi là nông sản vì tiêu dùng, không phải sản xuất ra để bán, còn nếu họ không để gà với rau để ăn mà xuất khẩu hoặc bán trong siêu thị thì đây được gọi là nông sản hàng hóa, nó mang tính thương mại hóa, thu lợi nhuận. [Lê Minh Trường, 2021]

Hoạt động xuất khẩu hàng hóa nông sản chiếm vị trí quan trọng trong cơ cấu kinh tế của nhiều quốc gia. Tuy nhiên, lĩnh vực này mang trong mình những đặc điểm rất riêng biệt, đòi hỏi phải có một cách tiếp cận và phương thức quản lý phù hợp. Những đặc tính này không chỉ ảnh hưởng đến quy trình sản xuất mà còn tác động trực tiếp đến tính cạnh tranh và sự thành công của sản phẩm trên thị trường quốc tế.

1.2.2. Đặc điểm của xuất khẩu hàng hóa nông sản

Một trong những đặc điểm nổi bật và mang tính quyết định nhất là sự phụ thuộc chặt chẽ vào thời vụ và điều kiện tự nhiên. Nền sản xuất nông nghiệp vốn gắn liền với các yếu tố tự nhiên như khí hậu, thời tiết và chất lượng đất đai. Do đó, sản lượng và chất lượng của nông sản xuất khẩu thường mang tính thời vụ rất rõ rệt, không thể sản xuất đồng loạt quanh năm như hàng công nghiệp. Hơn nữa, sự phụ thuộc này cũng khiến cho nguồn cung trở nên thiếu ổn định, có thể biến động rất lớn giữa các năm do các yếu tố bất khả kháng như thiên tai, lũ lụt, hạn hán hay dịch bệnh. Điều này tạo ra rủi ro lớn cho cả người sản xuất và nhà xuất khẩu trong việc duy trì nguồn cung ổn định và đáp ứng các hợp đồng đã ký kết. Chính vì lẽ đó hoạt động xuất khẩu nông sản mang tính vùng miền rõ rệt. Mỗi vùng địa lý, với những điều kiện tự nhiên đặc thù về thổ nhưỡng và khí hậu, thường sẽ có thể mạnh về một số loại nông sản nhất định.

Lấy ví dụ, có những vùng chuyên canh cây ăn quả nhiệt đới, trong khi vùng khác lại phù hợp cho việc trồng cây công nghiệp hoặc nuôi trồng thủy sản. Một mặt, đặc điểm này tạo ra sự đa dạng và phong phú cho danh mục nông sản xuất khẩu của một quốc gia. Mặt khác, nó cũng đặt ra thách thức không nhỏ trong công tác quy hoạch sản xuất trên quy mô lớn và đặc biệt là việc xây dựng thương hiệu đồng nhất, có uy tín cho nông sản của từng vùng trên thị trường thế giới.

Bên cạnh đó, nông sản là một nhóm hàng cực kỳ đa dạng về chủng loại nhưng chất lượng lại thường không đồng đều. Sự đa dạng này là một lợi thế, những việc kiểm soát chất lượng lại là một bài toán phức tạp. Chất lượng của nông sản phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố xuyên suốt chuỗi giá trị, từ chất lượng giống, quy trình canh tác, cách thức chăm sóc, cho đến công nghệ được áp dụng trong quá trình sau thu hoạch như bảo quản và chế biến. Sự thiếu đồng bộ trong các khâu này dễ dẫn đến chất lượng sản phẩm không đồng đều, gây khó khăn trong việc đáp ứng các tiêu chuẩn xuất khẩu và xây dựng lòng tin với người tiêu dùng quốc tế.

Cuối cùng, một đặc điểm mang tính sống còn đối với xuất khẩu nông sản là yêu cầu rất cao về bảo quản và an toàn thực phẩm. Rất nhiều mặt hàng nông sản, đặc biệt là các sản phẩm tươi sống như rau quả và thủy sản, có đặc tính rất khó bảo quản và dễ hư hỏng. Nếu không có công nghệ xử lý, đóng gói và vận chuyển phù hợp, chất lượng sản phẩm sẽ suy giảm nhanh chóng, không thể đáp ứng yêu cầu của thị trường.Thêm vào đó, các thị trường nhập khẩu, nhất là các nước phát triển, luôn đặt ra những hàng rào kỹ thuật với các tiêu chuẩn cực kỳ khắt khe về an toàn vệ sinh thực phẩm và kiểm dịch thực vật. Điều này đòi hỏi toàn bộ chuỗi cung ứng, từ người nông dân đến doanh nghiệp xuất khẩu, phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy trình sản xuất an toàn và minh bạch.

Tóm lại, từ sự phụ thuộc vào tự nhiên, tính vùng miền, sự đa dạng về chủng loại đi kèm với chất lượng không đồng đều, cho đến các yêu cầu nghiêm ngặt về bảo quản và an toàn thực phẩm, tất cả đã tạo nên một bức tranh đầy thách thức cho hoạt động xuất khẩu nông sản. Để có thể phát triển bền vững lĩnh vực này, đòi hỏi phải có sự đầu tư bài bản vào công nghệ, quy hoạch vùng sản xuất hợp lý, xây dựng thương hiệu kết hợp với một hệ thống quản lý chất lượng chặt chẽ từ trang trại đến bàn ăn.

1.2.3. Các yếu tố, nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu hàng hóa nông sản

Thứ nhất, như đã đề cập và phân tích ở phần đặc điểm, điều kiện tự nhiên chắc chắn là một trong những yếu tố ảnh hưởng nhiều nhất đến việc xuất khẩu hàng hóa nông sản. Việt Nam là quốc gia có khí hậu nhiệt đới gió mùa, với nền nhiệt cao và lượng mưa lớn, rất thuận lợi cho sự phát triển đa dạng của cây trồng như lúa gạo, cà

phê, cao su, rau quả... Ngoài ra, các vùng đất phù sa màu mỡ như Đồng bằng sông Cửu Long hay Đồng bằng sông Hồng cũng là cơ sở để tạo ra sản lượng nông sản dồi

Thứ hai, một yếu tố quan trọng không kém hoặc cũng có thể nói là sống còn đối với việc xuất khẩu nói chung và xuất khẩu hàng hóa nông sản nói riêng, đó chính là hạ tầng logistics và chuỗi cung ứng. Logistics và chuỗi cung ứng ảnh hưởng trực tiếp đến tốc độ lưu thông hàng hóa, chi phí vận chuyển, chi phí xuất khẩu và đặc biệt đối với loại hàng đặc thù như hàng hóa nông sản – với đặc tính dễ hư hỏng, yêu cầu bảo quản đặc biệt thì càng đòi hỏi hệ thống logistics đủ tốt, đủ tiêu chuẩn. Hạ tầng logistics ở đây không chỉ là về đường xá, cảng biển hay sân bay mà còn về kho bãi, trung tâm phân phối, hệ thống container lạnh (vô cùng quan trọng bởi vì nông sản đòi hỏi việc bảo quản tốt để không làm ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm), phương tiện vận chuyển phù hợp. Với những mặt hàng thường đòi hỏi việc duy trì độ tươi sống cao như thủy sản, rau củ, trái cây thì việc giao hàng chậm trễ hay bảo quản sai nhiệt độ (container lạnh không đáp ứng đúng nhiệt độ) cũng sẽ gây ra tổn thất kinh tế lớn cho doanh nghiệp. Hơn nữa, chuỗi cung ứng cũng yêu cầu độ đồng bộ cao từ khâu sản xuất - thu hoạch - sơ chế - đóng gói - vận chuyển - xuất khẩu. Theo WTO, trong các bài viết “Quy định tiêu chuẩn nông sản xuất khẩu sang Hoa Kỳ” và “Quy định tiêu chuẩn nông sản xuất khẩu sang Nhật Bản” đã khẳng định rằng là khâu bảo quản sau thu hoạch và kiểm định chất lượng sản phẩm là vô cùng quan trọng bởi vì các quốc gia phát triển như Nhật Bản, Hoa Kỳ rất khắt khe trong việc nhập khẩu hàng hóa nông sản. Năng lực logistics không chỉ phục vụ vận chuyển hàng hóa, mà còn ảnh hưởng đến tốc độ phản ứng với đơn hàng, khả năng kiểm soát tồn kho, và độ linh hoạt trong phân phối, đặc biệt khi tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu. Quốc gia nào có hạ tầng logistics phát triển và chuỗi cung ứng hiện đại sẽ có lợi thế rõ rệt trong việc tiếp cận thị trường nhanh, ổn định chất lượng và giảm thiểu tổn thất sau thu hoạch.

Thứ ba, biến động giá cả và cạnh tranh quốc tế cũng là yếu tố ảnh hưởng lớn đến xuất khẩu hàng hóa nông sản. Thị trường luôn biến động và phải nắm bắt xu thế để không bị tuột lại, thì thị trường nông sản thế giới cũng như vậy, thậm chí còn khốc liệt hơn bởi tính biến động và cạnh tranh rất cao giữa các quốc gia. Yếu tố cung - cầu và yếu tố khí hậu là hai yếu tố ảnh hưởng đến việc giá cả thay đổi thế nào. Ví dụ, với điều kiện khí hậu thuận lợi, Brazil có mùa bội thu cà phê thì giá cà phê Arabica thế

giới sẽ giảm mạnh bởi nguồn cung tăng cao, ảnh hưởng trực tiếp đến một quốc gia cũng chuyên xuất khẩu cà phê như Việt Nam, ngược lại thì khi mất mùa cũng sẽ làm giá cà tăng cao đột biến. Ngoài ra, khủng hoảng chính trị cũng có thể làm giá cà thay đổi. Lấy cuộc xung đột giữa Nga và Ukraine làm ví dụ, cuộc xung đột chính trị này đã làm gián đoạn nguồn cung lúa mì và dầu hướng dương toàn cầu, làm giá mặt hàng tăng cao kéo theo việc tăng giá những sản phẩm khác có liên quan. Song song với biến động giá thì cạnh tranh quốc tế cũng ngày càng gay gắt, chẳng hạn như Việt Nam cạnh tranh với Ấn Độ, Thái Lan về gạo, Indonesia, Brazil cạnh tranh với Việt Nam về cà phê. Nếu không có giải pháp giải quyết sự biến động giá cà hay tối ưu chất lượng sản phẩm để cạnh tranh thì việc xuất khẩu hàng hóa nông sản ra quốc tế sẽ là một bài toán khó. [Bình Minh, 2022]

1.2.4. Vai trò của xuất khẩu hàng hóa nông sản

Hoạt động xuất khẩu hàng hóa nông sản đóng vai trò hết sức quan trọng, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Hoạt động này giúp gia tăng tổng kim ngạch xuất khẩu và là nguồn thu ngoại tệ quan trọng để phục vụ nhập khẩu máy móc, công nghệ. Đây là con đường hiệu quả để tăng thu nhập và cải thiện đời sống cho người nông dân, giúp họ thoát khỏi tình trạng được mùa mất giá khi tiếp cận thị trường quốc tế với giá bán cao và ổn định hơn. Đồng thời, xuất khẩu giúp đa dạng hóa thị trường tiêu thụ, giảm thiểu rủi ro khi phụ thuộc vào thị trường nội địa và mở ra cơ hội tiếp cận các thị trường quốc tế tiềm năng. Với các thị trường quốc tế kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt, xuất khẩu tạo ra động lực để nâng cao chất lượng sản phẩm. Để thâm nhập và đứng vững, các doanh nghiệp và nông dân buộc phải không ngừng cải tiến, áp dụng các tiêu chuẩn sản xuất tiên tiến như VietGAP, GlobalGAP và đảm bảo các quy định nghiêm ngặt về an toàn vệ sinh thực phẩm. Nhu cầu từ thị trường xuất khẩu sẽ khuyến khích sản xuất nông nghiệp phát triển hiện đại hơn, khuyến khích người dân và doanh nghiệp mạnh dạn áp dụng khoa học kỹ thuật và công nghệ cao vào sản xuất để nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng cho hàng hóa nông sản. [AHead, 2021]

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Trong chương 1, nhiệm vụ kiến tạo một nền tảng lý luận vững chắc đã được hoàn thành, không chỉ dừng lại ở việc tổng hợp tri thức mà còn định hình một lăng kính phân tích sắc bén cho toàn bộ đề tài. Nền tảng này có vai trò then chốt, giúp luận văn vượt qua giới hạn của sự mô tả thực trạng đơn thuần để tiến vào tầng sâu của bản chất, giải mã những động lực và mâu thuẫn chi phối hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam. Với hệ quy chiếu đó, chương đã đi vào luận giải hai phạm trù cốt lõi:

Thứ nhất, hội nhập kinh tế quốc tế được làm rõ không chỉ là một xu thế tất yếu của thời đại mà còn là một quá trình mang tính mâu thuẫn biện chứng. Nó mở ra những cơ hội to lớn về thị trường, vốn và công nghệ, nhưng đồng thời cũng đặt các quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển, trước những thách thức gay gắt về cạnh tranh, sự phụ thuộc và nguy cơ xói mòn bản sắc.

Thứ hai, xuất khẩu nông sản được phân tích với những đặc thù kinh tế - kỹ thuật riêng biệt, từ sự phụ thuộc chặt chẽ vào điều kiện tự nhiên, tính thời vụ, cho đến các yêu cầu nghiêm ngặt về bảo quản và các rào cản kỹ thuật trên thị trường toàn cầu. Vai trò của hoạt động này cũng được khẳng định không chỉ là đòn bẩy cho tăng trưởng kinh tế, mà còn là yếu tố then chốt giúp chuyển dịch cơ cấu ngành, nâng cao thu nhập cho người nông dân và hiện đại hóa nông nghiệp.

Những cơ sở lý luận này chính là kim chỉ nam, cung cấp bộ công cụ phân tích sắc bén để hiểu rõ bức tranh thực trạng sẽ được trình bày ở chương 2, từ đó làm tiền đề cho việc đề xuất các giải pháp mang tính chiến lược ở chương 3.

Chương 2

THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Tổng quan về thực trạng xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam hiện nay

Việt Nam đang từng bước khẳng định vị thế là quốc gia xuất khẩu nông sản có tầm ảnh hưởng tới thị trường khu vực và thế giới. Nhờ điều kiện tự nhiên thuận lợi và các chính sách nhà nước luôn hỗ trợ cùng nỗ lực không ngừng nghỉ của các doanh nghiệp đang giúp Việt Nam dần vươn mình trở thành một nước xuất khẩu nông sản lớn nhất thế giới.

Hình 2.1: Bảng thống kê Kim ngạch Xuất khẩu Nông, Lâm, Thủy sản Việt Nam (2020 - 2025)

Năm	Tổng kim ngạch xuất khẩu (tỷ USD)	Điểm nổi bật
2020	41.2	Tăng 2,5% so với năm 2019.
2021	48.7	Vượt xa mục tiêu 42 tỷ USD, tiếp tục đà tăng trưởng.
2022	53.22	Tăng 9,3% so với năm 2021.
2023	53.01	Duy trì ở mức cao. Xuất siêu ngành nông nghiệp đạt kỷ lục 12,07 tỷ USD.
2024	62.4 - 62.5	Đạt kỷ lục mới, Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản đạt khoảng 62,4 - 62,5 tỷ USD, tăng 18,7% so với năm 2023. Xuất siêu đạt 17,9 - 18,6 tỷ USD.

2025 (6 tháng đầu)	33.84	6 tháng đầu năm 2025, tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản đạt 33,84 tỷ USD, tăng 15,5% so với cùng kỳ năm 2024. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đặt mục tiêu đạt 65 tỷ USD trở lên cho cả năm 2025.
--------------------------	-------	---

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp từ Báo Nông nghiệp - Môi Trường, VnEconomy, VNBUSINESS

Dựa vào bảng thống kê trên từ năm 2020 cho đến nay - 2025, ngành xuất khẩu nông sản Việt Nam luôn duy trì và phát triển ở mức cao. Từ năm 2020 tới 2022, luôn trên đà tăng trưởng lớn về kim ngạch xuất khẩu nông sản khi từ 41.2 tăng lên tới 53.22 tỷ USD duy trì từ 2,5% tới 9,3% so với cùng kỳ năm ngoái; đến năm 2023, tiếp tục duy trì sự ổn định cho tới năm 2024 - đạt kỷ lục với 62.5 tỷ USD tăng lên tới 18,7% so với năm 2023 - đưa Việt Nam vươn mình trở thành một thị trường xuất khẩu quan trọng với khu vực và thế giới. [Nga Đặng, 2025]

Để có được những con số kỷ lục ấy là cả một quá trình ngoại giao, hội nhập với nền kinh tế thế giới. Xuất khẩu nông sản Việt Nam vươn mình trở thành một ngành chủ lực, trong đó có sự đóng góp không nhỏ của những hiệp định thương mại như FTA. Năm 2024, Theo Trung tâm WTO thống kê: “Từ lúc kinh tế hội nhập 1993 tới nay, Việt Nam đã ký kết lên đến 17 hiệp định thương mại với các quốc gia và vùng lãnh thổ khác nhau.”

Trên thực tế, thị trường tiêu thụ nông sản Việt Nam là vô cùng lớn, trải dài từ khu vực Đông Nam Á, thị trường truyền thống cho đến các thị trường khó tính như Nhật Bản, Mỹ, Úc, Eu, New Zealand... Để được phê duyệt xuất khẩu sang các thị trường tiêu thụ lớn trên thế giới, nông sản Việt Nam không chỉ cần tươi, ngon, mà còn cần đảm bảo những chỉ tiêu hàng đầu về an toàn vệ sinh thực phẩm lẫn quy chuẩn logistics. Ấy vậy mà hiện nay, chất lượng nông sản xuất khẩu của nước ta đang ở mức báo động khi đối mặt với yêu cầu ngày càng khắt khe từ các thị trường lớn. Theo Báo Kinh Tế và Đô Thị về các mặt hàng rau củ, quả vào tháng 1/2024, Trung Quốc đã phát cảnh báo với sâu riêng và mít tươi xuất khẩu của Việt Nam do không tuân thủ quy định

về kiểm dịch thực vật và an toàn vệ sinh thực phẩm. Do đó mặt hàng sầu riêng, xuất khẩu sầu riêng lao dốc trong 2 tháng đầu năm 2025 do sản lượng xuất khẩu sang Trung Quốc sụt giảm lên tới 80% khi thị trường này đã áp dụng các biện pháp kiểm soát chặt chẽ hơn đối với nông sản nhập khẩu. Theo đó, các lô hàng sầu riêng phải có kết quả phân tích dư lượng Cadimi, chất vàng O, việc kiểm nghiệm phải thực hiện tại các phòng thí nghiệm được Trung Quốc công nhận cũng như tất cả các lô hàng sầu riêng của Việt Nam được đưa vào Trung Quốc đều bị kiểm tra 100% trước khi thông quan. Một diễn biến tương tự cũng được ghi nhận trong ngành sản xuất hạt điều và gia vị, cho thấy đây là một vấn đề cần được quan tâm và xử lý một cách có hệ thống. Theo hiệp hội Hỗn tiêu và Cây gia vị Việt Nam (VPSA), trong năm 2024, Việt Nam ghi nhận số lượng cảnh báo từ Châu Âu nhiều nhất với 21 trường hợp, tăng gấp 7 lần so với năm 2023. Ót là sản phẩm bị cảnh báo nhiều nhất với 11 cảnh báo, quê có 7 cảnh báo, hồ tiêu có 1 cảnh báo vi khuẩn Salmonella. Trong cùng năm, gia vị Việt Nam nhập khẩu vào Mỹ ghi nhận 15 cảnh báo, trong đó có 6 trường hợp đối với quê. Ngoài ra, một số lô hàng hồ tiêu đen Việt Nam nhập khẩu vào Đài Loan đã bị cảnh báo do phát hiện chất Sudan đỏ vượt mức giới hạn dư lượng tối đa cho phép.

Những thách thức mà nông sản Việt Nam gặp phải khi xuất khẩu sang các thị trường quốc tế không chỉ đặt ra yêu cầu về nỗ lực của người nông dân, mà còn đòi hỏi vai trò chủ động, chỉ đạo và điều phối chính sách từ các cấp quản lý nhằm nâng cao chất lượng nông sản một cách đồng bộ và bền vững. [Ngọc Ánh, 2025]

Việt Nam nằm ở vùng nhiệt đới gió mùa nên được thiên nhiên khí hậu ưu ái khả năng trồng trọt các loại hoa củ quả vô cùng đa dạng. Từ nguyên do địa lý đó, các mặt hàng nông sản Việt Nam xuất khẩu đi thị trường quốc tế vô cùng đa dạng và phong phú. Theo báo cáo năm 2023 của Viện nghiên cứu chiến lược, chính sách Công Thương, nước ta có tới hơn tám ngành nông sản xuất khẩu hàng đầu thế giới, ví dụ như: Gạo, cà phê, hạt điều, hồ tiêu, thủy sản, gỗ và sản phẩm gỗ.

Hình 2.2: Bảng thống kê tình hình xuất khẩu gạo của Việt Nam (2020 - 2025)

Năm	Lượng xuất khẩu (triệu tấn)	Kim ngạch xuất khẩu (tỷ USD)	Giá xuất khẩu bình quân (USD/tấn)	Điểm nổi bật
2020	6,15	3,07	499	Lượng giảm nhẹ nhưng giá trị tăng nhờ giá xuất khẩu bình quân tăng cao.
2021	6,24	3,27	524	Phục hồi nhẹ, lượng xuất khẩu ổn định.
2022	7,13	3,49	490	Tăng trưởng mạnh về lượng và giá trị, mức cao nhất trong 10 năm.
2023	8,13	4,70	578	Lập kỷ lục mới về cả lượng và giá trị. Giá xuất khẩu bình quân tăng đáng kể.
2024	9,18	5,75	627	Lập kỷ lục mới về cả lượng và giá trị. Tiếp tục đà tăng trưởng mạnh mẽ về giá.
2025 (6 tháng đầu)	4,98	3,23	648	Dự kiến: USDA dự báo cả năm đạt 7,9 triệu tấn. Bộ NN&PTNT đặt mục tiêu khoảng 7,5 triệu tấn.

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp từ VnEconomy; Viện nghiên cứu chiến lược, chính sách Công Thương

Sau đại dịch COVID-19, ngành xuất khẩu nông sản gạo của Việt Nam rơi vào giai đoạn trì trệ, song đã dần phục hồi trở lại như giai đoạn trước đại dịch. Trong giai đoạn 2020 - 2021, lượng xuất khẩu gạo đã ổn định trở lại. Bước sang năm 2022, xuất khẩu gạo của nước ta ghi nhận sự tăng trưởng mạnh mẽ cả về sản lượng và giá trị, đạt mức cao nhất trong 10 năm trở lại đây. Trên cơ sở đó, giai đoạn 2023 - 2024 tiếp tục xác lập những kỷ lục mới về cả khối lượng và giá trị xuất khẩu. Sự tăng trưởng liên

tiếp này đã đưa Việt Nam trở thành một trong những quốc gia xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới. Theo Báo ảnh Việt Nam, năm 2024, Việt Nam đã lập kỷ lục mới với hơn 9 triệu tấn gạo xuất khẩu, mang về tới 5,7 tỷ USD. Thành tích này đã đóng góp nguồn ngoại tệ lớn, đưa ngành xuất khẩu gạo trở thành một trong những ngành chủ lực của lĩnh vực xuất khẩu nông sản cả nước. [Báo ảnh Việt Nam, 2025]

Hình 2.3: Bảng thống kê kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam (2020 - 2025)

Năm	Kim ngạch xuất khẩu (tỷ USD)	Lượng xuất khẩu (triệu tấn)	Giá xuất khẩu bình quân (USD/tấn)	Điểm nổi bật
2020	2.7	1.62	1.666	Ảnh hưởng của COVID-19 và giá cả thế giới biến động.
2021	3.07	1.52	2.020	Kim ngạch tăng dù lượng giảm, nhờ giá cà phê thế giới phục hồi và tăng cao.
2022	3.96	1.72	2.302	Lập kỷ lục mới về kim ngạch và lượng, hưởng lợi từ giá cao.
2023	4.24	1.62	2.617	Tiếp tục lập kỷ lục về kim ngạch, giá xuất khẩu bình quân tăng mạnh mặc dù lượng xuất khẩu giảm.
2024	4.8	1.6	3.000	Kim ngạch xuất khẩu cà phê đạt 4,8 tỷ USD, tăng 13,2% so với năm 2023 - Mức kỷ lục mới về kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam, chủ yếu do giá cà phê robusta tăng phi mã. Lượng xuất khẩu giảm nhẹ so với năm 2023

				(khoảng 1,57 triệu tấn).
2025 (6 tháng đầu)	4.19	0.93	4.500	Kim ngạch xuất khẩu cà phê đạt 4,19 tỷ USD, tăng 35,4% so với cùng kỳ năm 2024. Lượng xuất khẩu đạt 0,93 triệu tấn, giảm 9,8% nhưng giá xuất khẩu bình quân tăng vọt lên khoảng 4.500 USD/tấn.

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp từ Thông tin thị trường nông sản, Viện khoa học kỹ thuật miền Nam, Mekong Asean, Thông tin đối ngoại, VnEconomy

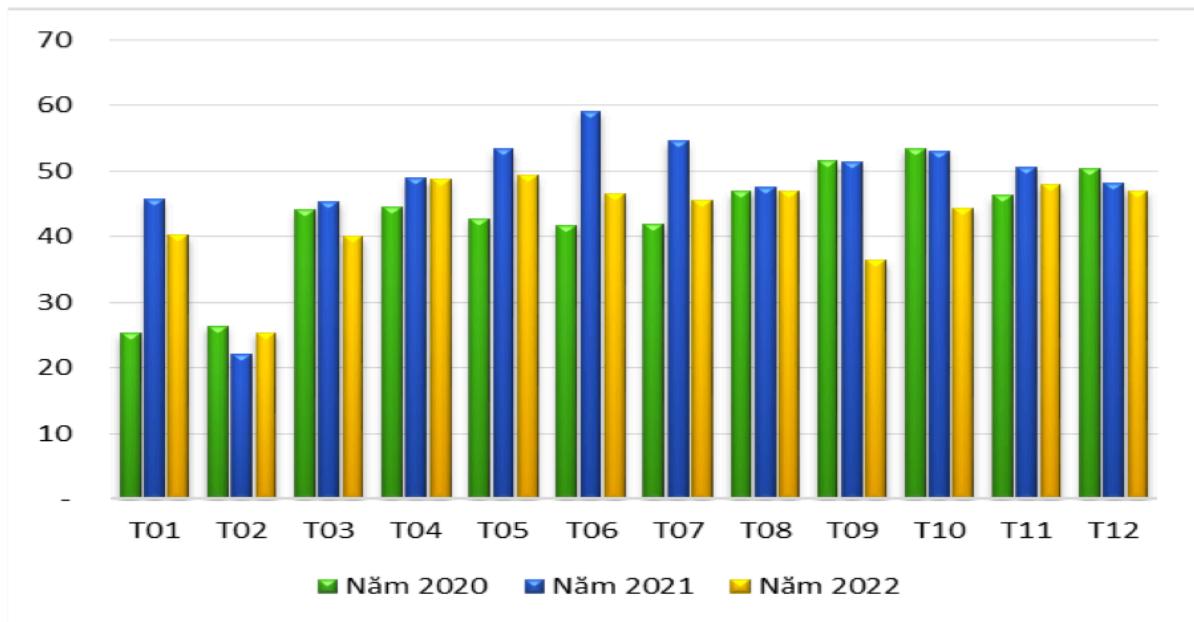
Tiếp theo, Ngành xuất khẩu cà phê tiếp tục khẳng định vai trò trụ cột của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế. Có thể nói, đây là lĩnh vực xuất khẩu hàng đầu với tốc độ tăng trưởng ổn định, liên tục đạt được nhiều kỷ lục đáng mơ ước. Trong giai đoạn 2020 - 2022, ngành cà phê đã phục hồi mạnh mẽ và ghi nhận nhiều thành tựu mới, với kim ngạch xuất khẩu đạt kỷ lục 3,96 tỷ USD. Những năm tiếp theo, cà phê Việt Nam tiếp tục phát triển ổn định và đến năm 2024 đã xác lập con số kỷ lục mới về kim ngạch xuất khẩu, đạt 4,8 tỷ USD. Thành tích này là dấu ấn cho sự vươn tầm quốc tế của ngành cà phê Việt Nam, mang lại lợi ích kinh tế to lớn, qua đó củng cố vị thế là một trong những ngành xuất khẩu nông sản chủ lực của đất nước trong thời kỳ phát triển mới.

Song song với cà phê, lĩnh vực rau củ quả cũng giữ vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Mặc dù từng trải qua không ít khó khăn, ngành đã nhanh chóng phục hồi ổn định và liên tục lập nên các kỷ lục mới về kim ngạch xuất khẩu. Đơn cử giai đoạn 2020 - 2022, theo Thông tấn xã Việt Nam, trong ba năm chịu ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 (2020, 2021, 2022), kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vẫn không sụt giảm quá mạnh. Cụ thể, năm 2019 (giai đoạn trước đại dịch), xuất khẩu rau quả đạt 3,7 tỷ USD; năm 2020 đạt 3,3 tỷ USD; năm 2021 đạt 3,5 tỷ USD; năm 2022 đạt 3,36 tỷ USD. Những con số này cho thấy ngành rau củ quả đã dần phục hồi sau thời kỳ đình trệ do tác động của COVID-19 và tiếp tục bứt phá trong

năm 2023. Cũng theo nguồn trên, năm 2023 ghi nhận thành công vượt bậc khi kim ngạch xuất khẩu đạt mức cao kỷ lục là 5,69 tỷ USD, tăng tới 70% so với năm 2022. Đây cũng là một trong hai mặt hàng có giá trị xuất khẩu cao nhất trong số các sản phẩm nông sản chủ lực của Việt Nam năm 2023. Từ năm 2024 đến nay - 2025, xuất khẩu rau củ quả tiếp tục duy trì đà tăng trưởng mạnh với giá trị xuất khẩu đạt 7,12 tỷ USD, tăng 27,6% so với năm 2023. [Minh Duyên, 2024]

Bên cạnh hai ngành chủ lực kể trên, ngành xuất khẩu hạt điều cũng ghi dấu ấn nổi bật với sự phát triển ổn định và nhiều bước đột phá, đưa Việt Nam trở thành tâm điểm trên bản đồ xuất khẩu hạt điều toàn cầu.

Hình 2.4 : Lượng hạt điều xuất khẩu qua các tháng giai đoạn 2020 - 2022
(ĐVT: nghìn tấn)



Nguồn: Cục Xuất Nhập Cảnh

Hạt điều là một trong những ngành nông sản phát triển ổn định và ngày càng khẳng định vai trò xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam trên thị trường quốc tế. Điểm này được thể hiện qua việc kim ngạch xuất khẩu hạt điều duy trì ở mức ổn định qua từng năm, với đỉnh cao vào năm 2021 đạt 3,63 tỷ USD. Mặc dù ngành xuất khẩu hạt điều có sự giảm nhẹ trong năm 2022, khi kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 519.782 tấn với trị giá 3,08 tỷ USD, giảm 10,3% về lượng và 15,1% về giá trị so với năm trước [VnEconomy, 2022], song từ năm 2023 trở đi, ngành đã bước vào giai đoạn phát triển mạnh mẽ trở lại. Năm 2023, kim ngạch xuất khẩu hạt điều tăng 18% so với năm 2022, đạt 3,6 tỷ USD, dù vẫn chưa vượt qua mức kỷ lục của năm 2021. Đặc biệt, năm 2024

ghi nhận kết quả rất ấn tượng khi ngành điêu khắc lần đầu tiên đạt mốc 4 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu. [Chu Khôi, 2025]

2.2. Thành tựu đạt được

Trong giai đoạn từ năm 2020 đến nay, ngành xuất khẩu nông sản Việt Nam đã đạt được những thành tựu mang tính đột phá, không chỉ khẳng định vai trò là trụ đỡ vững chắc của nền kinh tế trong bối cảnh nhiều biến động, mà còn từng bước định vị vị thế là một cường quốc nông nghiệp trên bản đồ thế giới. Những thành tựu này được thể hiện rõ nét qua ba khía cạnh chính:

Thứ nhất, kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng trưởng và xác lập những kỷ lục mới, khẳng định sức vươn mạnh mẽ. Bất chấp những tác động tiêu cực từ đại dịch COVID-19 và bất ổn địa chính trị toàn cầu, ngành nông nghiệp đã chứng tỏ khả năng phục hồi và tăng trưởng ấn tượng. Kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản đã tăng từ 41,2 tỷ USD năm 2020 lên 53,22 tỷ USD vào năm 2022. Đặc biệt, năm 2024, ngành đã xác lập kỷ lục mới với kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 62,4 - 62,5 tỷ USD, tăng 18,7% so với năm 2023, đồng thời đạt mức xuất siêu lên tới 18,6 tỷ USD [Nga Đặng, 2025]. Chỉ trong 6 tháng đầu năm 2025, tổng kim ngạch đã đạt 33,84 tỷ USD, tăng 15,5% so với cùng kỳ năm 2024, tạo tiền đề vững chắc để hướng tới mục tiêu 65 tỷ USD cho cả năm [Tổng cục Thống kê, 2025]. Những con số này không chỉ là thành tích về mặt lượng, mà còn phản ánh sự chuyển dịch tích cực về chất, khi giá trị xuất khẩu trên mỗi đơn vị sản phẩm ngày càng được cải thiện.

Thứ hai, vị thế của Việt Nam trên thị trường thế giới ngày càng được củng cố với nhiều nhóm hàng chủ lực thuộc top đầu. Việt Nam đã vươn lên trở thành một trong những quốc gia dẫn đầu thế giới về xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản, cụ thể hơn:

Ngành gạo: Liên tục lập kỷ lục mới về cả lượng và giá trị, với 9,18 triệu tấn xuất khẩu năm 2024, mang về 5,75 tỷ USD. Giá gạo xuất khẩu bình quân cũng tăng vọt, đạt 648 USD/tấn trong 6 tháng đầu năm 2025, khẳng định chất lượng và thương hiệu gạo Việt Nam ngày càng được công nhận [Báo ảnh Việt Nam, 2025].

Ngành cà phê: Xác lập kỷ lục mới về kim ngạch với 4,8 tỷ USD trong năm 2024, chủ yếu nhờ giá cà phê robusta tăng phi mã. Dù sản lượng xuất khẩu có giảm nhẹ, giá trị thu về vẫn tăng mạnh, cho thấy sự thành công trong việc tận dụng cơ hội thị trường [Thi Hà, 2025].

Ngành rau quả: Bứt phá ngoạn mục với kim ngạch đạt 7,12 tỷ USD năm 2024, tăng 27,6% so với năm 2023. Đây là một trong những ngành hàng có tốc độ tăng trưởng ấn tượng nhất, thể hiện tiềm năng to lớn của các sản phẩm như sầu riêng, thanh long, chanh dây [Chu Khôi, 2025].

Ngành hạt điều: Lần đầu tiên chinh phục mốc 4 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu vào năm 2024, duy trì vững chắc vị thế số một thế giới về xuất khẩu nhân điều [Đỗ Hương, 2024].

Thứ ba, thị trường xuất khẩu được mở rộng và đa dạng hóa, tận dụng hiệu quả các Hiệp định thương mại tự do (FTA). Nông sản Việt Nam đã tiếp cận được nhiều thị trường trên khắp thế giới, từ các thị trường truyền thống đến các thị trường khó tính đòi hỏi tiêu chuẩn cao. Việc tham gia và thực thi 17 FTA đã ký kết đã tạo ra lợi thế cạnh tranh lớn về thuế quan [Trung tâm WTO, 2023]. Nhờ đó, kim ngạch xuất khẩu sang nhiều thị trường đã tăng trưởng đột phá. Đơn cử, thị trường EU ghi nhận mức tăng trưởng hơn 30% sau khi EVFTA có hiệu lực, với nhiều mặt hàng như gạo, thanh long, sầu riêng thậm nhập thành công vào các thị trường Đức, Pháp, Hà Lan [Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2023]. Bên cạnh đó, Việt Nam vẫn duy trì vị thế quan trọng tại các thị trường lớn như Trung Quốc, Hoa Kỳ và Nhật Bản, tạo nên một cơ cấu thị trường tương đối cân bằng.

2.3. Tồn tại, hạn chế

Bên cạnh những thành tựu ấn tượng, hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam vẫn còn đối mặt với nhiều tồn tại, hạn chế mang tính hệ thống. Đây chính là những rào cản cố hữu, kìm hãm sự phát triển bền vững và làm giảm giá trị thực tế thu về. Có năm hạn chế chính:

Một là, sự phụ thuộc quá lớn vào một số thị trường truyền thống, đặc biệt là Trung Quốc, tiềm ẩn nhiều rủi ro chiến lược. Mặc dù đã có nỗ lực đa dạng hóa, cơ cấu thị trường xuất khẩu vẫn còn tập trung lớn vào Hoa Kỳ và Trung Quốc. Thị trường Trung Quốc thường chiếm trên 20 - 25% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản hàng năm, đặc biệt với các mặt hàng rau quả. Sự phụ thuộc này đặt ngành nông sản vào thế bị động, dễ bị tổn thương trước những thay đổi đột ngột về chính sách hoặc các rào cản kỹ thuật. Diễn hình là việc Trung Quốc liên tục siết chặt quy định về kiểm dịch và

truy xuất nguồn gốc đã nhiều lần gây ra tình trạng ùn tắc hàng nghìn xe container tại các cửa khẩu, gây thiệt hại kinh tế nặng nề cho nông dân và doanh nghiệp [Nguyễn Duy Chiến, 2018].

Hai là, giá trị gia tăng thấp do mắc kẹt trong bẫy xuất khẩu thô, năng lực chế biến sâu còn hạn chế. Đây là một trong những hạn chế cốt lõi và kéo dài nhất. Phần lớn nông sản Việt Nam vẫn được xuất khẩu ở dạng nguyên liệu thô, chưa qua chế biến. Hiện nay, chỉ có khoảng 30% sản lượng nông sản xuất khẩu được qua chế biến sâu [Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2023]. Việc từ bỏ khâu chế biến đồng nghĩa với việc nhường lại phần lợi nhuận lớn nhất trong chuỗi giá trị cho các nhà nhập khẩu và phân phối nước ngoài. Điều này lý giải tại sao dù đứng đầu thế giới về sản lượng xuất khẩu nhiều mặt hàng, nhưng giá trị thu về của Việt Nam vẫn thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh.

Ba là, chất lượng nông sản không đồng đều và chưa đáp ứng ổn định các tiêu chuẩn quốc tế khắt khe. Mặc dù chất lượng đã được cải thiện, tình trạng nông sản vi phạm các quy định về an toàn thực phẩm và kiểm dịch thực vật (SPS) của các thị trường khó tính vẫn còn là vấn đề nhức nhối. Trong năm 2024 và 2025, nhiều lô hàng sầu riêng, mít tươi, hồ tiêu và quế của Việt Nam đã bị Trung Quốc, EU (qua hệ thống RASFF) và Mỹ (FDA) cảnh báo về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, hóa chất cấm hoặc nhiễm vi sinh vật [Ngọc Ánh, 2025; Vũ Khuê, 2024]. Những cảnh báo này không chỉ gây thiệt hại kinh tế trực tiếp mà còn làm xói mòn nghiêm trọng uy tín và thương hiệu của nông sản Việt trên trường quốc tế.

Bốn là, hạ tầng logistics và công nghệ bảo quản sau thu hoạch còn yếu kém, là điểm yếu của ngành. Hệ thống logistics, đặc biệt là chuỗi cung ứng lạnh, vẫn chưa theo kịp tốc độ phát triển của ngành. Các kho lạnh hiện chỉ đáp ứng được khoảng 30-35% nhu cầu, trong khi thất thoát sau thu hoạch đối với rau quả tươi ước tính lên tới 30-45% [ALS, 2021]. Chi phí logistics cao, chiếm gần 30% giá thành rau quả, đã làm giảm đáng kể sức cạnh tranh của nông sản Việt Nam so với các đối thủ trong khu vực như Thái Lan, nơi chi phí này chỉ chiếm khoảng 10 - 15% [Ánh Tuyết, 2023].

Năm là, liên kết chuỗi giá trị lỏng lẻo, sản xuất còn manh mún, nhỏ lẻ. Đây là nguyên nhân sâu xa của nhiều hạn chế khác. Với khoảng 10 triệu hộ nông dân và diện

tích bình quân chỉ 0,25 ha/hộ, việc tổ chức sản xuất theo quy mô lớn, đồng bộ về quy trình và chất lượng là vô cùng khó khăn [Khánh Linh, 2019]. Mỗi liên kết giữa nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp còn yếu, tình trạng vi phạm cam kết hợp đồng vẫn xảy ra, khiến người nông dân luôn ở thế yếu, khó tiếp cận thông tin thị trường và dễ bị thương lái ép giá. Điều này cản trở việc xây dựng các vùng nguyên liệu ổn định, đáp ứng các tiêu chuẩn xuất khẩu.

2.4. Nguyên nhân của những tồn tại hạn chế

Trong một thập kỷ qua, ngành nông nghiệp Việt Nam đã đạt được những thành tựu đáng ghi nhận về xuất khẩu, với kim ngạch liên tục tăng trưởng, có thời điểm vượt mốc 50 tỷ USD. Tuy nhiên, song hành với thành tích đó là những tồn tại dai dẳng cản trở quá trình phát triển bền vững. Những hạn chế này chủ yếu xuất phát từ bốn nguyên nhân lớn, mang tính hệ thống và kéo dài trong nhiều năm:

Thứ nhất, chất lượng và an toàn thực phẩm chưa ổn định, nhiều mặt hàng không đáp ứng được tiêu chuẩn kỹ thuật và kiểm dịch khắt khe của các thị trường khó tính. Trong nhiều năm liên tiếp, Việt Nam liên tục bị các cơ quan kiểm soát quốc tế như RASFF (EU) hay FDA (Mỹ) cảnh báo về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật vượt ngưỡng, nhiễm vi sinh vật hoặc không rõ nguồn gốc. Nhiều lô hàng rau quả, thủy sản đã bị trả về hoặc tiêu hủy, đặc biệt là các sản phẩm xuất sang EU, Nhật Bản và Hàn Quốc. Tình trạng này không chỉ làm mất uy tín thương hiệu quốc gia, mà còn ảnh hưởng đến khả năng mở rộng thị phần tại các thị trường cao cấp.

Hình 2.5: Bảng thống kê cảnh báo về nông sản Việt Nam trong xuất khẩu (2019 - 2025)

Năm	Thị trường	Cảnh báo và lý do
2019	Mỹ (FDA)	Nhiều lô hàng cá, tôm bị từ chối do dư lượng kháng sinh.

2021	EU (RASFF)	Một số nông sản Việt Nam bị EU cảnh báo do vi phạm các quy định về an toàn thực phẩm.
2024	EU (RASFF)	EU gia tăng cảnh báo an toàn thực phẩm với nông sản Việt Nam.
2025	Mỹ (FDA)	Nhiều lô tôm nhập khẩu nhiễm kháng sinh.

*Nguồn: Tác giả tổng hợp từ Thanh Xuân, 12/11/2019; NHOVN, 12/11/2021;
Vũ Khuê, 5/8/2024; Vũ Đức, 14/3/2025*

Thứ hai, một trong những rào cản lớn nhất khiến xuất khẩu nông sản của Việt Nam vẫn chậm phát triển là tình trạng sản xuất manh mún, nhỏ lẻ và phân tán. Hiện cả nước có khoảng 10 triệu hộ nông dân cá thể với hơn 76 triệu thửa ruộng, diện tích bình quân chỉ đạt 0,25 ha, trong khi mức trung bình toàn cầu là 0,52 ha và khu vực là 0,36 ha. Quy mô nhỏ dẫn đến mỗi hộ sử dụng đầu vào khác nhau, quy trình sản xuất không đồng đều, khiến việc đảm bảo chất lượng và truy xuất nguồn gốc trở nên khó khăn và làm tăng chi phí thu mua, vận hành cho doanh nghiệp. Hậu quả là chưa thể phát triển được các vùng nguyên liệu quy mô lớn đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu, khiến lợi ích kinh tế và năng lực cạnh tranh của nông sản bị hạn chế. [Khánh Linh, 30/10/2019]

Thứ ba, sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc là rủi ro chiến lược mà Việt Nam vẫn chưa thể giải quyết triệt để. Trung Quốc thường chiếm trên 20 - 25% kim ngạch xuất khẩu nông sản hàng năm của Việt Nam, đặc biệt là với các mặt hàng như sầu riêng, thanh long, chanh dây, gạo hay cao su. Tuy nhiên, nước này liên tục thay đổi chính sách nhập khẩu, siết chặt quy định truy xuất nguồn gốc và kiểm dịch, khiến doanh nghiệp trong nước nhiều lần trở tay không kịp. Điển hình như năm 2018, hàng loạt xe container nông sản Việt bị ùn ứ tại cửa khẩu Lạng Sơn do Trung Quốc tăng

cường kiểm soát biên mậu, gây thiệt hại lớn cho cả người trồng lâm doanh nghiệp xuất khẩu. [Nguyễn Duy Chiến, 4/2/2018]

Thứ tư, thiếu năng lực chế biến sâu và hệ thống logistics hiện đại là một trong những nguyên nhân chủ chốt làm suy giảm sức cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường xuất khẩu. Mặc dù Việt Nam là nước có sản lượng lớn về gạo, rau quả và thủy sản, nhưng phần lớn vẫn xuất thô hoặc sơ chế đơn giản, khiến giá trị gia tăng thấp và dễ bị ép giá. Bên cạnh đó, hệ thống bảo quản sau thu hoạch và chuỗi logistics lạnh còn rất hạn chế. Tình trạng kho lạnh chỉ đáp ứng 30 - 35% nhu cầu thực tế, dẫn đến nhiều doanh nghiệp phải thuê kho ngoại quốc hoặc phụ thuộc vào đơn vị vận tải nước ngoài với chi phí cao. Tình trạng này dẫn đến thất thoát sau thu hoạch khá nghiêm trọng - ước tính lên tới 30 - 45% đối với rau quả tươi. Trong khi đó, các quốc gia cạnh tranh như Thái Lan, Chile hay Peru đã sớm đầu tư vào hệ thống logistics nông sản và công nghệ chế biến sâu, giúp kéo dài thời gian bảo quản, nâng cao chất lượng sản phẩm và tối ưu chi phí vận chuyển. [ALS, 8/11/2021]

Tóm lại, những nguyên nhân chủ chốt như chất lượng không ổn định, sản xuất nhỏ lẻ, phụ thuộc thị trường đơn lẻ và yếu kém trong hậu cần logistics đã, đang và sẽ tiếp tục là lực cản lớn trong quá trình nâng cao vị thế nông sản Việt Nam trên trường quốc tế. Việc nhận diện rõ những nguyên nhân này là cơ sở cần thiết để đề xuất các giải pháp cải cách đồng bộ, chiến lược và bền vững cho giai đoạn tiếp theo.

2.5. Vấn đề đặt ra trong xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam hiện nay

Trên cơ sở phân tích bốn nguyên nhân chủ yếu đang cản trở sự phát triển của hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam, bao gồm: chưa đáp ứng đồng bộ các tiêu chuẩn quốc tế, sản xuất còn nhỏ lẻ, manh mún, sự lệ thuộc vào một số thị trường truyền thống, cùng với việc thiếu liên kết chuỗi, năng lực chế biến và bảo quản yếu - có thể nhận diện được nhiều vấn đề quan trọng đặt ra cho ngành nông nghiệp và chiến lược xuất khẩu của đất nước trong giai đoạn tới.

Thứ nhất, vấn đề tuân thủ và chủ động đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế trong xuất khẩu ngày càng trở nên sống còn. Trong bối cảnh các rào cản kỹ thuật ngày càng phổ biến trên thị trường toàn cầu, việc tiếp cận và thực hành các chuẩn mực quốc tế không thể chỉ là trách nhiệm của doanh nghiệp xuất khẩu, mà phải trở thành một yêu

cầu xuyên suốt từ khâu sản xuất đầu vào. Vấn đề đặt ra là làm sao để thiết lập được hệ thống quản lý chất lượng đồng bộ, thống nhất giữa các cấp, từ nông hộ đến doanh nghiệp, từ địa phương đến trung ương, để đảm bảo tính minh bạch, truy xuất và tiêu chuẩn hóa toàn bộ chuỗi sản phẩm.

Thứ hai, từ tình trạng sản xuất nhỏ lẻ, phân tán, ván đề tổ chức lại nền sản xuất nông nghiệp theo mô hình quy mô lớn, có liên kết chặt chẽ và hiệu quả là yêu cầu không thể né tránh. Không chỉ dừng lại ở việc tập trung đất đai hay mở rộng quy mô, mà điều cốt lõi là phải định hình được mối quan hệ hợp tác thực chất giữa nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp, từ đó hình thành nên các chuỗi giá trị nông sản bền vững, có khả năng kiểm soát chất lượng và truy xuất nguồn gốc một cách nhất quán.

Thứ ba, vấn đề về xây dựng định hướng thị trường xuất khẩu bền vững được đặt ra một cách cấp thiết. Thực tiễn cho thấy, sự lệ thuộc vào một vài thị trường lớn, đặc biệt là những thị trường có yêu cầu không ổn định hoặc thay đổi nhanh chóng, khiến cho xuất khẩu nông sản rơi vào thế bị động. Từ đó, vấn đề không chỉ là mở rộng thị trường, mà còn là cần thiết lập được một định hướng chiến lược mang tính dài hạn, nhằm đảm bảo sự phân bổ thị trường hợp lý, tránh rủi ro tập trung và tăng khả năng thích ứng với biến động thương mại toàn cầu.

Thứ tư, vấn đề nâng cao năng lực chế biến và bảo quản nông sản không chỉ là nhu cầu phát triển công nghệ, mà còn là bài toán tổng thể về nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi xuất khẩu. Điều này đặt ra yêu cầu phải định vị rõ vai trò của công nghiệp chế biến trong chiến lược nông nghiệp hiện đại, từ đó gắn kết mạnh hơn giữa sản xuất - chế biến - tiêu thụ, đặc biệt ở các vùng sản xuất hàng hóa quy mô lớn.

Tóm lại, việc xác định rõ những vấn đề đặt ra không chỉ là nền tảng để xây dựng các giải pháp phù hợp, mà còn là tiền đề cho việc hình thành một nền nông nghiệp hiện đại, chuyên nghiệp và đủ sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

Trong chương 2, ta hiểu được quy mô của một trong những ngành chủ lực của Việt Nam, điều này cho thấy tầm quan trọng của ngành xuất khẩu nông sản đối với kinh tế nước ta là lớn đến nhường nào còn là bài toán đặt ra giữa lượng và chất cho ngành xuất khẩu nông sản Việt Nam.

Thứ nhất, hiểu rõ hơn về ngành xuất khẩu nông sản Việt Nam đã chạm tới những thành công gì khi liên tục phá vỡ những kỷ lục kim ngạch xuất khẩu nông sản (đạt 53,22 tỷ USD vào năm 2023) và đang dần dần vươn mình thành một nước xuất khẩu nông sản hàng đầu thế giới khi đã đạt tới 11 nhóm hàng vượt mốc 1 tỷ USD.

Thứ hai, tìm hiểu được tồn tại, hạn chế bên trong nhóm ngành công nghiệp này còn sự phụ thuộc quá nhiều vào các thị trường lớn, chuỗi cung ứng logistics chưa thật sự phát triển cũng như hạn chế về định dạng thương hiệu, chất lượng sản phẩm của nông sản Việt Nam trên bản đồ thế giới.

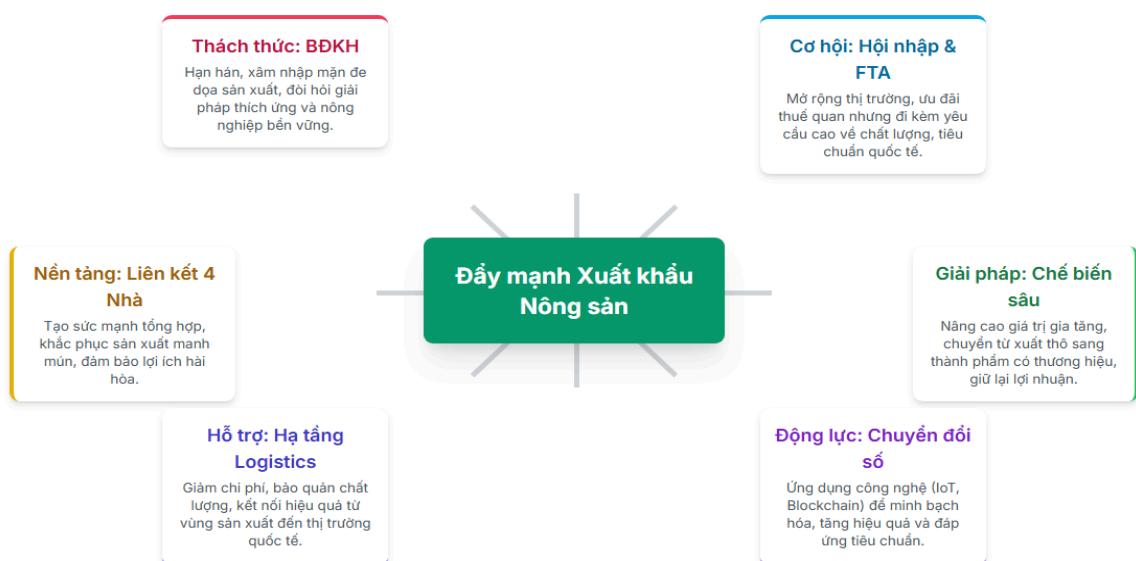
Cuối cùng, từ việc phân tích những nguyên nhân trên đã đề ra những vấn đề góp phần giải quyết những tồn đọng, hạn chế có hưu bên trong ngành xuất khẩu này. Từ đó là cơ sở thực tiễn cấp thiết. đặt ra yêu cầu cấp thiết phải có một hệ thống giải pháp đồng bộ và đột phá, đây cũng chính là nhiệm vụ trọng tâm được bàn luận và giải quyết trong chương 3.

Chương 3

GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA NÔNG SẢN Ở VIỆT NAM THỜI GIAN TỚI

Nếu Chương 2 đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ phân tích và đánh giá cho nền nông nghiệp, thì chương này sẽ đảm nhận sứ mệnh đề ra một lộ trình phát triển mang tính đột phá. Thực vậy, thực trạng đã phơi bày một nghịch lý: Thành tựu về lượng không thể che lấp những hạn chế cố hữu về chất lượng và cấu trúc. Chính những rào cản về sản xuất mạnh mún, công nghệ chế biến và liên kết chuỗi giá trị đã kìm hãm tiềm năng khổng lồ của nông sản Việt, níu giữ nền nông nghiệp trong lối phát triển nặng về chiều rộng. Từ yêu cầu cấp thiết đó, chương này sẽ luận giải và hệ thống hóa các giải pháp đồng bộ, có cơ sở khoa học và thực tiễn. Mục tiêu cuối cùng là kiến tạo một con đường phát triển bền vững, giúp nông sản Việt vượt qua bẫy gia công, chinh phục các rào cản kỹ thuật và hiện thực hóa khát vọng trở thành một cường quốc nông nghiệp trên bản đồ thế giới.

Hình 3.1: Tổng quan đẩy mạnh xuất khẩu nông sản ở Việt Nam



Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp từ Giáo trình Kinh tế chính trị Mác – Lênin (2021)

3.1. Bối cảnh tác động đến xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam hiện nay

3.1.1. Bối cảnh quốc tế

3.1.1.1. Toàn cầu hóa kinh tế và mở rộng các Hiệp định thương mại tự do - Cơ hội thúc đẩy xuất khẩu

Một trong những đặc điểm nổi bật của nền kinh tế quốc tế hiện đại là xu hướng toàn cầu hóa ngày càng sâu rộng, thể hiện qua sự gia tăng liên kết kinh tế giữa các quốc gia thông qua các hình thức như thương mại tự do, đầu tư trực tiếp nước ngoài và chuyển giao công nghệ. Dưới góc nhìn của Kinh tế chính trị Mác - Lênin, quá trình toàn cầu hóa chính là kết quả khách quan của sự phát triển lực lượng sản xuất và quy luật phân công lao động quốc tế. Khi các quốc gia có trình độ phát triển kinh tế không đồng đều, sẽ nảy sinh nhu cầu trao đổi và bù sung lẫn nhau về hàng hóa, vốn, lao động và tri thức nhằm tối ưu hóa lợi thế so sánh của mỗi quốc gia trong nền kinh tế thế giới.

Đối với Việt Nam - Một quốc gia đang phát triển và tích cực hội nhập, việc tham gia hàng loạt các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như: CPTPP (Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiên bộ xuyên Thái Bình Dương), EVFTA (Hiệp định Thương mại tự do giữa Liên minh châu Âu và Việt Nam), RCEP (Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực), UKVFTA (Hiệp định Thương mại tự do giữa Vương quốc Anh và Việt Nam),... đã mở ra cơ hội rộng lớn để hàng hóa Việt Nam đặc biệt là mặt hàng nông sản chủ lực tiếp cận các thị trường toàn cầu với mức thuế quan ưu đãi, giảm đáng kể rào cản thương mại, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh trên trường quốc tế.

Theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, trong năm 2023, kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam đạt trên 53 tỷ USD - Mức cao nhất từ trước đến nay. Riêng thị trường Liên minh châu Âu (EU) ghi nhận mức tăng trưởng hơn 30% so với năm trước, nhờ những tác động tích cực từ việc thực thi EVFTA. Nhiều mặt hàng nông sản chủ lực như gạo, thanh long, chanh leo, sầu riêng đã có sự đột phá về sản lượng và giá trị xuất khẩu tại các thị trường khó tính như Đức, Pháp, Hà Lan và Bỉ.

Tuy nhiên, đi kèm với các cơ hội là những thách thức không nhỏ. Các thị trường này đặt ra yêu cầu rất cao về chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm soát quy trình sản xuất và đặc biệt là khả năng truy xuất nguồn gốc nông sản một cách minh bạch và có hệ thống. Trong khi đó, nền sản xuất nông nghiệp của Việt Nam vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế mang tính cơ cấu như: Quy mô sản xuất nhỏ lẻ, trình độ cơ giới hóa chưa cao, hệ thống quản lý chất lượng và truy xuất nguồn gốc còn manh mún, thiếu liên kết chuỗi giữa nông dân - doanh nghiệp - cơ quan nhà nước. Những yếu tố này đã và đang trở thành lực cản lớn với khả năng tận dụng các ưu đãi thương mại và nâng cao giá trị gia tăng trong xuất khẩu nông sản ở Việt Nam.

3.1.1.2. Biến động địa chính trị, chiến tranh thương mại và rào cản phi thuế quan gia tăng - Rủi ro gia tăng, thách thức kỹ thuật đối với xuất khẩu nông sản

Bên cạnh những cơ hội do toàn cầu hóa mang lại, bối cảnh quốc tế hiện nay cũng đang diễn biến hết sức phức tạp, đặc biệt là với sự leo thang của các xung đột địa chính trị, điển hình như cuộc chiến giữa Nga và Ukraine, căng thẳng thương mại giữa Hoa Kỳ và Trung Quốc, cũng như xu hướng gia tăng chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch và tình trạng chính trị hóa thương mại tại nhiều quốc gia và khu vực. Những yếu tố này không chỉ ảnh hưởng đến dòng chảy hàng hóa, vốn và công nghệ toàn cầu, mà còn đặt ra nhiều thách thức đối với các nền kinh tế đang phát triển.

Dưới lăng kính của kinh tế chính trị Mác - Lênin, cạnh tranh giữa các cường quốc trong chủ nghĩa tư bản hiện đại không chỉ diễn ra trong lĩnh vực kinh tế mà còn thông qua các công cụ chính trị, pháp lý, kỹ thuật và ngoại giao, từ đó tạo ra sự bất bình đẳng trong quan hệ thương mại quốc tế. Điều này đặc biệt gây sức ép lớn lên các quốc gia có nền kinh tế phụ thuộc vào xuất khẩu như Việt Nam.

Minh chứng rõ nét là việc Mỹ vừa qua (vào tháng 4 và 7/2025) đã áp mức thuế nhập khẩu rất cao lên tới 46% (giảm dần xuống 20% sau đàm phán) đối với hàng hóa Việt Nam và 40% đối với các sản phẩm bị nghi ngờ có nguồn gốc không minh bạch từ Trung Quốc [Đỗ Phú Trần Tình và cộng sự, 2025]. Các biện pháp này không chỉ dựa trên lý do kinh tế mà còn kết hợp các yếu tố pháp lý, kỹ thuật và ngoại giao nhằm bảo vệ lợi ích của Mỹ, đồng thời gây khó khăn cho các ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như nông - thủy sản, gỗ, dệt may,... Từ đó có thể thấy, các nước lớn ngày càng sử

dụng chính sách thương mại như một công cụ để gây sức ép, bảo vệ lợi ích quốc gia và áp đặt luật chơi bất bình đẳng lên các nước nhỏ hơn. Điều này làm gia tăng mức độ rủi ro, buộc các quốc gia như Việt Nam phải liên tục thích ứng, đa dạng hóa thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh để giảm thiểu tác động tiêu cực từ môi trường thương mại quốc tế đầy biến động. Đối với hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam, các tác động tiêu cực từ bối cảnh quốc tế trên có thể nhận diện qua một số khía cạnh sau:

Thứ nhất, đó là việc gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu. Xung đột và bất ổn địa chính trị khiến nhiều tuyến vận tải biển và container lạnh bị tắc nghẽn tại các cảng lớn ở châu Âu và Trung Đông, ảnh hưởng trực tiếp và tiêu cực đến thời gian giao hàng và chất lượng nông sản tươi sống.

Thứ hai, chi phí logistics và vận tải tăng cao. Giá nhiên liệu leo thang cùng với việc các hãng vận tải quốc tế điều chỉnh cước phí theo biến động chính trị đã làm gia tăng đáng kể chi phí vận chuyển nông sản, ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp xuất khẩu.

Thứ ba, tăng cường rào cản phi thuế quan (NTBs) - Nổi bật nhất là tiêu chuẩn SPS (Các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch động thực vật) và TBT (Rào cản kỹ thuật trong thương mại). Các nước nhập khẩu, đặc biệt là EU, ngày càng siết chặt yêu cầu về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, bao bì sinh học, chứng nhận carbon..., gây khó khăn cho hoạt động xuất khẩu nông sản. [Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2023] Về mặt lý thuyết, những quy định này nhằm bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, môi trường và an toàn sản phẩm. Tuy nhiên, trong thực tế, các tiêu chuẩn SPS và TBT khắt khe thường trở thành công cụ bảo hộ trái hình, hạn chế hàng nông sản Việt Nam tiếp cận thị trường, ảnh hưởng trực tiếp đến kim ngạch xuất khẩu, dù đã có các ưu đãi thuế quan 0% từ EVFTA.

3.1.1.3. Biến đổi khí hậu và dịch bệnh toàn cầu - Thách thức ngày càng nghiêm trọng đối với sản xuất và xuất khẩu nông sản

Trong số các yếu tố bối cảnh ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu nông sản hiện nay, biến đổi khí hậu đang nổi lên như một trong những nguy cơ nghiêm trọng và có tính chất lâu dài nhất. Các biểu hiện cụ thể như: Mưa lũ bất thường, hạn hán kéo dài, xâm nhập mặn gia tăng, và nhiệt độ cao kỷ lục ngày càng diễn ra thường xuyên, gây

thiệt hại lớn cho sản xuất nông nghiệp. Bên cạnh đó, sự xuất hiện của các dịch bệnh toàn cầu tiêu biểu như đại dịch COVID-19, cùng với các loại sâu bệnh và dịch hại mới, càng làm gia tăng mức độ rủi ro đối với toàn bộ chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu từ đó gián tiếp ảnh hưởng đến lưu thông nông sản ra quốc tế.

Theo kinh tế chính trị Mác - Lênin, điều kiện tự nhiên là một bộ phận của đối tượng lao động - một trong hai yếu tố cấu thành nên tư liệu sản xuất, bên cạnh tư liệu lao động. Khi điều kiện tự nhiên bị tổn thương hoặc thay đổi bất lợi, sẽ kéo theo sự gián đoạn và sụt giảm năng suất trong sản xuất nông nghiệp. Tác động này không chỉ ảnh hưởng đến sản lượng trong nước mà còn làm suy giảm khả năng cung ứng, phá vỡ cam kết thương mại và làm giảm uy tín của Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Thứ nhất, tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long - vựa lúa, trái cây và thủy sản xuất khẩu lớn nhất cả nước, tình trạng xâm nhập mặn đã diễn ra nghiêm trọng trong nhiều năm, đặc biệt vào mùa khô. Theo số liệu của Viện Khoa học Thủy lợi Miền Nam, 2020, trong năm nay, có tới hơn 33.000 ha đất nông nghiệp bị ảnh hưởng, khiến nhiều vùng sản xuất lúa và cây ăn trái buộc phải bỏ vụ hoặc chuyển đổi cây trồng, gây thiệt hại lớn cho người dân và làm giảm khả năng đáp ứng đơn hàng xuất khẩu.

Thứ hai, năm 2020, vùng trồng vải thiều tại Bắc Giang và Hải Dương ghi nhận sự bùng phát của các loại sâu bệnh gây hại như sâu đục quả, rệp muội và nấm hồng, dẫn đến sản lượng vải thiều giảm tới 30% so với năm trước. [Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2021] Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc và Nhật Bản - những đối tác tiêu thụ lớn của mặt hàng này.

3.1.2. Bối cảnh trong nước

3.1.2.1. Chủ trương hội nhập kinh tế và định hướng của Nhà nước - Cơ hội và chính sách

Trong những năm gần đây, Đảng và Nhà nước Việt Nam đã xác định rõ quan điểm phát triển nông nghiệp, nông dân và nông thôn thông qua các nghị quyết và chiến lược lớn. Theo đó, nông nghiệp là nền tảng của nền kinh tế; nông dân là chủ thể trung tâm của quá trình sản xuất - tiêu thụ; nông thôn là không gian phát triển toàn diện, hài

hòa và bền vững. Trên cơ sở đó, nhiều chính sách ưu tiên hỗ trợ khu vực nông nghiệp gắn với xuất khẩu đã được ban hành, bao gồm:

Thứ nhất, chính sách khuyến khích đầu tư vào chế biến sâu, bảo quản sau thu hoạch và phát triển công nghiệp hỗ trợ xuất khẩu nông sản. Hạn chế lớn của ngành là xuất khẩu chủ yếu dạng thô, giá trị gia tăng thấp, dễ bị ép giá và tổn thất sau thu hoạch cao do thiếu chế biến, bảo quản hiện đại. Hiện chỉ khoảng 30% nông sản xuất khẩu được chế biến [Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2023]. Vì vậy, các chính sách ưu đãi đầu tư (miễn thuế đất, tín dụng, giảm chi phí logistics...) được tăng cường để thu hút doanh nghiệp tham gia.

Thứ hai, hỗ trợ xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường, xây dựng thương hiệu quốc gia cho nông sản Việt. Nhà nước đóng vai trò hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ, nông dân nâng cao khả năng tiếp cận thị trường quốc tế qua các hoạt động xúc tiến (hội chợ, kết nối cung - cầu, hỗ trợ đàm phán...). Mở rộng thị trường xuất khẩu giúp giảm phụ thuộc vào các thị trường lớn và rủi ro do các rào cản kỹ thuật (SPS, TBT). Đồng thời, xây dựng thương hiệu quốc gia góp phần nâng cao giá trị hàng hóa Việt Nam trên thế giới.

Thứ ba, tăng cường đào tạo, nâng cao năng lực hội nhập cho nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp nhỏ và vừa trong lĩnh vực nông nghiệp. Trong sản xuất nông nghiệp, năng lực của nông dân và doanh nghiệp là yếu tố quyết định hiệu quả thực hiện các tiêu chuẩn kỹ thuật, chuyển đổi số, liên kết chuỗi và tiếp cận thị trường quốc tế. Theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2023, trong cùng năm, hơn 70% hợp tác xã nông nghiệp hiện nay thiếu năng lực quản lý tài chính - thị trường. Chương trình “Chuyển đổi số trong nông nghiệp” do Bộ Thông tin & Truyền thông triển khai trong năm 2023 đã bước đầu giúp 1.000 hợp tác xã tiếp cận nền tảng thương mại điện tử và quản trị sản xuất số hóa.

Để hiện thực hóa những quan điểm kể trên, Nhà nước đã triển khai các chương trình và chính sách trọng điểm nhằm nâng cao giá trị gia tăng và năng lực cạnh tranh cho nông sản xuất khẩu, lấy ví dụ như:

Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) đã được triển khai từ năm 2018, chương trình OCOP đã thúc đẩy phát triển các sản phẩm nông sản đặc trưng theo địa phương, vươn ra thị trường quốc tế thông qua việc xây dựng thương hiệu, cải tiến bao

bì, tiêu chuẩn hóa chất lượng theo hướng hội nhập. Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông Thôn, đến năm 2023, đã có hơn 8.500 sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên, trong đó có nhiều sản phẩm được xuất khẩu sang Nhật Bản, Hàn Quốc và EU. [Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2023]

Nghị quyết số 19/NQ-CP năm 2021 về cải cách thủ tục hành chính trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản đã rút ngắn thời gian thông quan trung bình từ 21 giờ xuống còn 14 giờ, nhờ số hóa quy trình kiểm dịch thực vật, tích hợp dữ liệu vùng trồng, và đẩy mạnh cơ chế một cửa quốc gia. Điều này giúp giảm đáng kể chi phí logistics, tạo thuận lợi lớn cho doanh nghiệp xuất khẩu.

Không chỉ dừng lại ở hỗ trợ vật chất, Nhà nước còn tăng cường công tác đào tạo, chuyên giao khoa học kỹ thuật và thông tin thị trường cho nông dân, hợp tác xã, giúp họ chủ động thích ứng với biến động thế giới, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Nhờ sự vào cuộc quyết liệt và đồng bộ này, nhiều sản phẩm nông sản Việt Nam đã từng bước xây dựng được thương hiệu, mở rộng thị trường xuất khẩu và nâng cao vị thế trên bản đồ nông sản thế giới.

3.1.2.2. Phát triển hạ tầng logistics và bảo quản sau thu hoạch - Động lực thúc đẩy xuất khẩu nông sản

Một trong những yếu tố tích cực đáng ghi nhận trong bối cảnh nội tại hiện nay là sự phát triển nhanh chóng của hạ tầng logistics phục vụ xuất khẩu nông sản, bao gồm kho lạnh, cảng biển chuyên dụng, trung tâm sơ chế, đóng gói và phân phối hiện đại. Đây là yếu tố then chốt góp phần giảm chi phí vận chuyển, bảo quản chất lượng hàng hóa và nâng cao sức cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Đối với nông sản tươi sống - có thời hạn sử dụng ngắn và dễ hư hỏng, hệ thống logistics hiệu quả giúp giảm tỷ lệ hao hụt sau thu hoạch, vốn cần thiết có thể tăng lên tới 20 – 30% nếu không được bảo quản và vận chuyển đúng tiêu chuẩn. [FAO, 2021] Việc đầu tư vào hạ tầng logistics không chỉ giúp giảm thiểu tổn thất kinh tế cho nông dân và doanh nghiệp, mà còn gia tăng khả năng tiếp cận thị trường xa như EU, Mỹ, Nhật Bản..., nơi có yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng và độ tươi mới của sản phẩm.

Cảng Cái Mép - Thị Vải (Bà Rịa - Vũng Tàu) hiện là một trong những cảng nước sâu hiện đại nhất khu vực Đông Nam Á, với năng lực tiếp nhận tàu container cỡ lớn trên 150.000 DWT. Nhờ hệ thống thiết bị bốc dỡ, kho lạnh và kết nối giao thông đồng bộ, cảng này cho phép vận chuyển nông sản trực tiếp sang thị trường châu Âu và Bắc Mỹ mà không cần trung chuyển qua các cảng trung gian như trước. Điều này rút ngắn thời gian vận chuyển, giảm chi phí logistics và nâng cao độ tin cậy trong giao hàng – các yếu tố then chốt trong xuất khẩu. [Tổng công ty Tân Cảng Sài Gòn, 2024]

3.2. Mục tiêu và định hướng xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam

3.2.1. Mục tiêu

Về mục tiêu tổng quát đến năm 2030, xây dựng nền nông nghiệp sản xuất hàng hóa, phát triển dựa trên lợi thế cạnh tranh, theo hướng hiện đại, có năng suất, chất lượng, hiệu quả, bền vững và sức cạnh tranh cao, thuộc nhóm dẫn đầu trong khu vực và trên thế giới. Theo Quyết định số 150/QĐ-TTg ngày 28/01/2022, tầm nhìn đến năm 2050, Việt Nam phấn đấu trở thành một trong những nước có nền nông nghiệp hàng đầu thế giới với ngành công nghiệp chế biến nông sản hiện đại, hiệu quả, thân thiện với môi trường; nông thôn trở thành hiện đại, văn minh, xanh, sạch, đẹp. Mục tiêu này thể hiện quyết tâm xây dựng một nền kinh tế độc lập, tự chủ, có sức cạnh tranh cao trên trường quốc tế.

Về mục tiêu cụ thể đến năm 2030 là phải có một hệ thống các mục tiêu cụ thể không phải là những con số cơ học, mà là sự lượng hóa một tầm nhìn phát triển toàn diện, nơi mỗi chỉ tiêu đều là một mệnh lệnh hành động, một lời giải cho những thách thức đã được nhận diện. Chúng có thể được luận giải qua bốn nhóm trọng tâm sau:

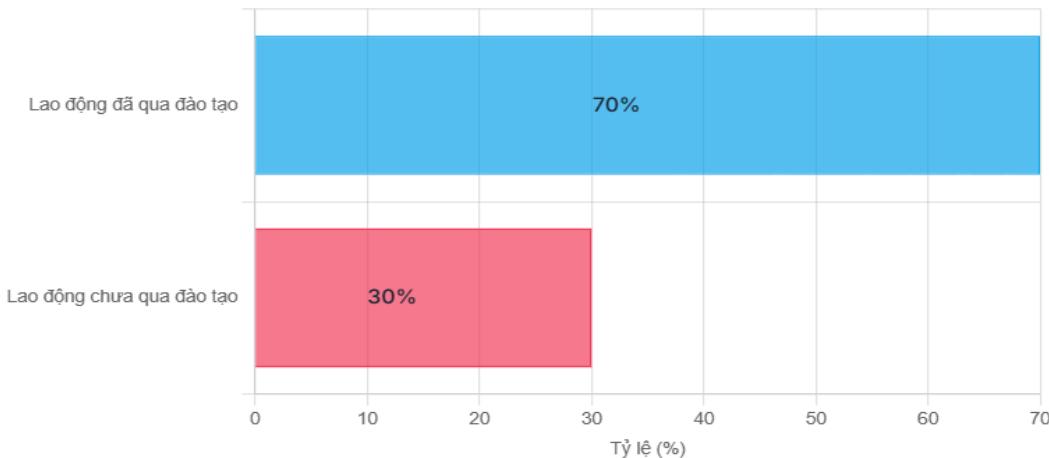
Hình 3.1: Kim ngạch xuất khẩu Nông – Lâm – Thủy sản



*Nguồn: Nhóm tự tổng hợp từ Bộ Nông Nghiệp và phát triển nông thôn,
Quyết định 150/QĐ-TTg và 1748/QĐ-TTg.*

Một là, tạo đột phá về tăng trưởng kinh tế và năng lực cạnh tranh. Các mục tiêu kinh tế được đặt ra rất tham vọng, bao gồm việc duy trì tốc độ tăng trưởng GDP ngành nông, lâm, thủy sản từ 2,5 - 3,0%/năm và đạt tốc độ tăng giá trị xuất khẩu từ 5,0 - 6,0%/năm [Thủ tướng Chính phủ, 2022]. Riêng với lĩnh vực trồng trọt, mục tiêu kim ngạch xuất khẩu phải vượt 26 tỷ USD (Hình 3.1). Những con số này không chỉ khẳng định vai trò trụ đỡ của nông nghiệp cho toàn bộ nền kinh tế, mà còn là sự phản ứng trực tiếp trước bối cảnh quốc tế: Tốc độ tăng trưởng cao là cách tốt nhất để tận dụng cơ hội từ các FTA và đồng thời tạo ra bộ đệm tài chính, giúp đối phó với những cú sốc từ chủ nghĩa bảo hộ và chiến tranh thương mại.

Hình 3.2: Mục tiêu cơ cấu lao động nông nghiệp đến 2030



Nguồn: Mục tiêu theo Quyết định 150/QĐ-TTg.

Nguồn: Nhóm tự tổng hợp từ Quyết định 150/QĐ-TTg.

Hai là, kiến tạo xã hội nông thôn văn minh và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Mục tiêu không chỉ dừng lại ở kinh tế mà còn thể hiện sâu sắc tính ưu việt của định hướng xã hội chủ nghĩa, đó là lấy con người làm trung tâm. Việc đặt mục tiêu thu nhập của cư dân nông thôn cao hơn 2,5 - 3,0 lần so với năm 2020 và 50% số xã đạt

chuẩn nông thôn mới nâng cao [Thủ tướng Chính phủ, 2022] là minh chứng rõ nét cho mục tiêu dân giàu, nước mạnh. Đặc biệt, hai chỉ tiêu về lao động: Giảm tỷ trọng lao động nông nghiệp xuống dưới 30% và nâng tỷ lệ lao động nông nghiệp được đào tạo lên trên 70% (Hình 3.2) có ý nghĩa chiến lược. Đây chính là lời giải căn cơ và trực tiếp nhất cho thách thức về các rào cản kỹ thuật (SPS, TBT) từ các thị trường khó tính. Chỉ khi người nông dân, chủ thể của quá trình sản xuất, được trang bị tri thức và kỹ năng hiện đại, họ mới có thể làm chủ công nghệ, tuân thủ các quy trình sản xuất phúc tạp và tạo ra sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế.

Ba là, tái cấu trúc nền sản xuất theo hướng hiện đại, bền vững. Để khắc phục những yếu kém nội tại có hưu, các mục tiêu về tổ chức sản xuất mang tính nền tảng. Theo Quyết định số 1748/QĐ-TTg ngày 30/12/2022, mục tiêu phấn đấu có 30 - 35% giá trị sản phẩm trồng trọt được sản xuất theo chuỗi liên kết và 1,0% diện tích trồng trọt đạt chuẩn hữu cơ là những bước đi cụ thể nhằm phá vỡ thế sản xuất manh mún, nhỏ lẻ. Việc thúc đẩy liên kết chuỗi và nông nghiệp hữu cơ không chỉ giúp nâng cao chất lượng, đảm bảo truy xuất nguồn gốc (một yêu cầu bắt buộc của thị trường), mà còn là con đường để tối ưu hóa lợi ích, giảm chi phí trung gian và phân chia rủi ro một cách hài hòa hơn giữa nông dân và doanh nghiệp.

Bốn là, định hình một nền nông nghiệp có trách nhiệm và thân thiện với môi trường. Trước thách thức toàn cầu về biến đổi khí hậu và xu thế tiêu dùng xanh, các mục tiêu về môi trường trở thành một phần không thể tách rời của chiến lược cạnh tranh. Việc cam kết giảm 10% lượng phát thải khí nhà kính so với năm 2020 và giữ ổn định tỷ lệ che phủ rừng ở mức 42% [Thủ tướng Chính phủ, 2022] không chỉ thể hiện trách nhiệm của Việt Nam với cộng đồng quốc tế. Quan trọng hơn, đây là một bước đi khôn ngoan, đón đầu các luật mới về thương mại carbon và các tiêu chuẩn sản xuất xanh. Việc xây dựng thành công một nền nông nghiệp phát thải thấp sẽ trở thành một lợi thế cạnh tranh khác biệt, một giấy thông hành giá trị để nông sản Việt Nam thâm nhập vào các thị trường cao cấp nhất.

Nhìn chung, hệ thống các mục tiêu trên thể hiện một tư duy chiến lược toàn diện, có sự kết hợp biện chứng giữa các yếu tố kinh tế - xã hội - môi trường. Đó là sự vận dụng sáng tạo kinh tế chính trị Mác - Lê nin vào thực tiễn: Phát huy các quy luật

của kinh tế thị trường để tạo ra động lực tăng trưởng, đồng thời sử dụng vai trò kiến tạo của Nhà nước xã hội chủ nghĩa để định hướng sự phát triển vì con người và vì sự bền vững lâu dài [Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2021].

3.2.2. Định hướng

Để hiện thực hóa các mục tiêu nêu trên, năm định hướng chiến lược sau đây được xác lập, cụ thể:

Một là, thực hiện cuộc cách mạng trong tư duy: Chuyển dứt khoát từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp, tích hợp đa giá trị. Đây là định hướng bao trùm và quan trọng nhất. Tư duy sản xuất nông nghiệp là tư duy chạy theo sản lượng, chỉ quan tâm đến số lượng, một tàn dư của nền kinh tế tự cung tự cấp và giai đoạn đầu của sản xuất hàng hóa. Hệ quả tất yếu của nó là tình trạng được mùa, mất giá, một biểu hiện kinh điển của khủng hoảng thừa cục bộ, khi cung vượt cầu, dẫn đến giá trị hàng hóa không được thực hiện trên thị trường. Dưới góc độ kinh tế chính trị, đây là sự lãng phí lao động xã hội, đi ngược lại yêu cầu của quy luật giá trị [Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2021]. Ngược lại, tư duy kinh tế nông nghiệp đòi hỏi các chủ thể phải vận hành theo quy luật cung - cầu và quy luật cạnh tranh. Câu hỏi không còn là "trồng cây gì?" mà là "Thị trường cần gì, tiêu chuẩn nào, giá bao nhiêu?". Hơn thế nữa, tư duy này đòi hỏi phải tích hợp đa giá trị vào sản phẩm. Một kg gạo hữu cơ không chỉ có giá trị sử dụng để ăn, mà còn tích hợp trong đó giá trị của một quy trình sản xuất an toàn (giá trị sức khỏe), một câu chuyện về vùng đất (giá trị văn hóa, chỉ dẫn địa lý), và một cam kết với môi trường (giá trị sinh thái). Chính những giá trị gia tăng này mới tạo ra lợi thế cạnh tranh và quyết định giá trị trao đổi cao hơn trên thị trường quốc tế.

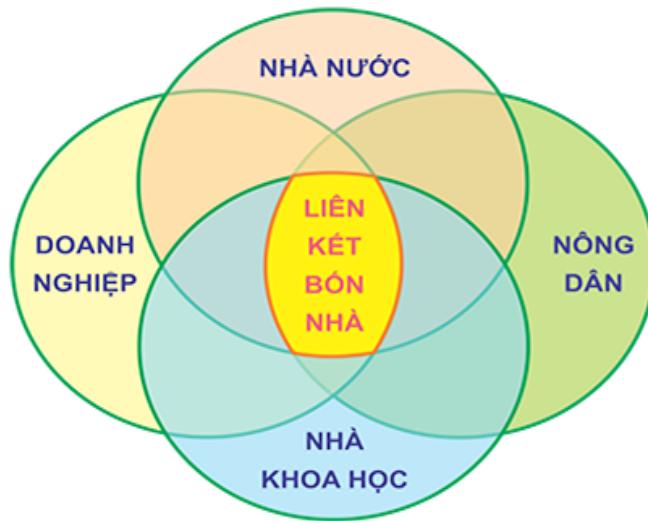
Hai là, kiến tạo lợi thế cạnh tranh mới dựa trên nền tảng nông nghiệp xanh, sinh thái, phát triển thấp và có trách nhiệm. Đây là định hướng mang tính chiến lược để biến thách thức thành cơ hội. Các rào cản kỹ thuật (SPS, TBT) hay các tiêu chuẩn môi trường như Thỏa thuận Xanh châu Âu không chỉ là thách thức, mà còn là bộ lọc của thị trường toàn cầu để xác định các nhà sản xuất đẳng cấp. Việc chủ động đi trước một bước, xây dựng các mô hình nông nghiệp tuần hoàn, hữu cơ, giảm phát thải sẽ tạo ra một lợi thế cạnh tranh khác biệt. Dưới góc độ kinh tế chính trị, đây là chiến lược nhằm

nâng cao giá trị sử dụng xã hội của nông sản. Sản phẩm không chỉ để thỏa mãn nhu cầu sinh học, mà còn đáp ứng nhu cầu an toàn, nhu cầu thể hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường của người tiêu dùng ở các nước phát triển. Đây cũng là sự thể hiện bản chất của định hướng xã hội chủ nghĩa đó là Phát triển kinh tế phải đi đôi với bảo vệ môi trường và tiến bộ xã hội, chứ không phải tăng trưởng bằng mọi giá.

Ba là, lấy khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số làm động lực đột phá để phát triển lực lượng sản xuất. Để giải quyết mâu thuẫn giữa quy mô sản xuất còn nhỏ lẻ và yêu cầu sản xuất hàng hóa lớn của thị trường, không có con đường nào khác ngoài việc phát triển lực lượng sản xuất theo chiều sâu. Đây chính là nội dung cốt lõi của công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp. Ứng dụng công nghệ (IoT, Drone, Blockchain, công nghệ sinh học) sẽ tạo ra một bước nhảy vọt về năng suất và chất lượng, hiện thực hóa dự báo của C. Mác, khoa học sẽ trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp [Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2021]. Tuy nhiên, quá trình này cũng đặt ra thách thức về mặt xã hội. Việc cơ giới hóa, tự động hóa có thể dẫn đến tình trạng nhân khẩu thừa tương đối (thất nghiệp do công nghệ). Vai trò của nhà nước xã hội chủ nghĩa ở đây là phải dự báo, có chính sách đào tạo lại, chuyển đổi nghề nghiệp và xây dựng hệ thống an sinh xã hội đủ mạnh để đảm bảo quá trình phát triển công nghệ không bỏ lại ai phía sau, đảm bảo sự hài hòa giữa hiệu quả kinh tế và ổn định xã hội.

Bốn là, tái cấu trúc phương thức tổ chức sản xuất, hoàn thiện quan hệ sản xuất (QHSX) cho phù hợp với trình độ phát triển mới của LLSX. Đây là sự vận dụng quy luật về sự phù hợp của quan hệ sản xuất với tính chất và trình độ của lực lượng sản xuất. Thực tiễn đã chỉ ra, chính QHSX lạc hậu, biểu hiện ở tình trạng sản xuất manh mún, nhỏ lẻ, đã trở thành xiềng xích, kìm hãm sự phát triển của LLSX, không cho phép ứng dụng công nghệ cao trên diện rộng. Do đó, việc hoàn thiện QHSX là một đòi hỏi khách quan, thông qua việc phát triển một cơ cấu kinh tế đa thành phần Trong đó, kinh tế tư nhân, đặc biệt là doanh nghiệp lớn, là đầu tàu dẫn dắt chuỗi giá trị; kinh tế tập thể, nòng cốt là hợp tác xã (HTX) kiểu mới, là cầu nối tổ chức nông dân sản xuất quy mô lớn. Vai trò của Nhà nước là kiến tạo môi trường pháp lý, đầu tư hạ tầng và điều tiết lợi ích. Mỗi liên kết "4 nhà" (Nhà nước - Nhà khoa học - Nhà doanh nghiệp - Nhà nông) chính là biểu hiện sinh động của một QHSX tiên bội, phù hợp.

Hình 3.3: Sơ đồ mô hình liên kết “4 nhà”



Nguồn: Trung tâm Ứng dụng Tiến bộ Khoa học và Công nghệ

Năm là, thực thi chiến lược thị trường thông minh: "Giữ vững thị trường truyền thống, chinh phục thị trường tiềm năng". Đây là định hướng thực tiễn nhằm đối phó với rủi ro địa chính trị và chiến tranh thương mại. Từ góc độ kinh tế chính trị, sự phụ thuộc quá mức vào một vài thị trường có thể đẩy nền kinh tế vào bẫy phụ thuộc, làm suy yếu tính độc lập, tự chủ. Do đó, đa dạng hóa thị trường không chỉ là chiến lược kinh doanh mà còn là chiến lược an ninh kinh tế. Chiến lược này yêu cầu: Củng cố và khai thác sâu các thị trường trọng điểm đã có FTA (EU, Nhật Bản, Hàn Quốc); duy trì quan hệ ổn định nhưng giảm dần phụ thuộc vào các thị trường lớn, tiềm ẩn rủi ro như Trung Quốc, Mỹ; và chủ động mở đường sang các thị trường mới, thị trường ngách còn nhiều dư địa như Trung Đông (thị trường Halal), Đông Âu, châu Phi. Việc này giúp tăng cường sức chống chịu và chủ động của nền nông nghiệp trước các biến động khó lường.

3.3. Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa nông sản ở Việt Nam thời gian tới

Để hiện thực hóa các định hướng chiến lược và tháo gỡ các rào cản đã phân tích, cần một hệ thống giải pháp đồng bộ về chính sách, kinh tế và công nghệ. Việc

thực thi nhất quán các giải pháp này được kỳ vọng sẽ tạo hiệu ứng cộng hưởng, chuyển hóa tiềm năng thành năng lực cạnh tranh thực chất, đưa Việt Nam từ vị thế gia công lên vai trò định hình giá trị trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

3.3.1. Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao chất lượng, giá trị chế biến

Để giải quyết trực tiếp bẫy xuất khẩu thô và tái định vị lại vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị nông sản toàn cầu, giải pháp nền tảng là tập trung vào nâng cao chất lượng và giá trị chế biến.

Thứ nhất, chuyển đổi quy hoạch từ trọng tâm vào sản lượng sang lấy giá trị làm trung tâm. Đây là bước đi cụ thể đầu tiên để hiện thực hóa tư duy kinh tế nông nghiệp đã được đề ra trong phân định hướng. Thay vì hoạch định chính sách dựa trên mục tiêu sản lượng, vốn là nguyên nhân của tình trạng được mùa, mất giá, quá trình quy hoạch sẽ đặt các quy luật và tín hiệu của thị trường vào trung tâm. Nó đòi hỏi phải trả lời câu hỏi: Thị trường nào đang có nhu cầu, với tiêu chuẩn chất lượng (GlobalG.A.P., hữu cơ) và câu chuyện thương hiệu ra sao? Từ đó, mới quay lại quy hoạch vùng trồng, lựa chọn giống và tổ chức sản xuất cho phù hợp, tập trung nguồn lực đầu tư có trọng điểm thay vì dàn trải theo phong trào. Ví dụ, trong ngành lúa gạo, thay vì chỉ tập trung vào các giống lúa cao sản năng suất cao nhưng giá trị thấp, tư duy trọng tâm giá trị đòi hỏi phải quy hoạch vùng trồng chuyên canh các giống lúa chất lượng cao như ST24, ST25. Dù sản lượng có thể thấp hơn, nhưng giá bán cao gấp nhiều lần đã mang lại tổng giá trị vượt trội và xây dựng được thương hiệu "Gạo ngon nhất thế giới" cho Việt Nam.

Thứ hai, xem chế biến sâu là một ngành công nghiệp mũi nhọn, đây là con đường duy nhất để Việt Nam chuyển dịch từ vị thế của một người cung cấp nguyên liệu thô lên vị thế của một nhà sản xuất thành phẩm. Dưới góc độ kinh tế chính trị, quá trình này cho phép quốc gia giữ lại phần lớn giá trị thặng dư được tạo ra, thay vì để nó chảy vào túi các công ty chế biến và phân phối đa quốc gia. Việc phát triển công nghiệp chế biến sâu chính là một nội dung cốt lõi của công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp. Để thực hiện, cần tạo ra những sản phẩm được chế biến tinh túy, có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, đáp ứng trực tiếp nhu cầu tiêu dùng cuối cùng. Nghị định số 35/2024/NĐ-CP về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông

nghiệp đã nêu: Nhà nước cần đóng vai trò đặc biệt quan trọng cho sự ra đời của các trung tâm chế biến hiện đại thông qua các chính sách ưu đãi đặc biệt và thực chất về tín dụng, đất đai và thuế. Lấy ví dụ, thay vì xuất khẩu hạt điều thô, các doanh nghiệp như Vinamit, Lafooco đã đầu tư vào công nghệ chế biến sâu, tạo ra các sản phẩm hạt điều rang muối, tẩm mật ong... với giá trị cao hơn gấp nhiều lần, xuất khẩu thăng vào các chuỗi siêu thị lớn ở Mỹ, Nhật Bản, châu Âu.

Thứ ba, khuyến khích phát triển công nghiệp phụ trợ - Xây dựng hệ sinh thái công nghiệp cho nông nghiệp: Một ngành chế biến mạnh không thể tồn tại đơn độc nếu thiếu một hệ sinh thái công nghiệp phụ trợ vững chắc. Chi phí sản xuất của nhiều sản phẩm nông sản chế biến tại Việt Nam vẫn còn cao do phụ thuộc vào việc nhập khẩu bao bì, máy móc, chế phẩm sinh học. Tình trạng này cho thấy một sự phân công lao động xã hội chưa hoàn chỉnh, khiến một phần đáng kể giá trị thặng dư bị chuyển ra nước ngoài. Do đó, phát triển công nghiệp phụ trợ là một yêu cầu chiến lược để xây dựng một nền nông nghiệp tự chủ, khép kín chuỗi giá trị và nâng cao năng lực cạnh tranh thực chất [Bộ Công Thương, 2023]. Cần có chiến lược quốc gia để phát triển các ngành sản xuất bao bì chuyên dụng, máy móc thiết bị nông nghiệp, hóa chất sinh học và phân bón hữu cơ, nhằm giảm sự phụ thuộc vào nhập khẩu, hạ giá thành và tạo ra các sản phẩm nông nghiệp sạch, an toàn, đáp ứng xu thế tiêu dùng xanh trên toàn cầu.

3.3.2. Đẩy mạnh chuyển đổi số và áp dụng công nghệ trong sản xuất – bảo quản – truy xuất nguồn gốc làm đòn bẩy phát triển

Nếu tái cơ cấu là thay đổi cấu trúc của nền nông nghiệp, thì chuyển đổi số và công nghệ chính là bước nâng cấp toàn diện. Đây là giải pháp trực tiếp và hữu hiệu nhất để giải quyết mâu thuẫn giữa sản xuất manh mún và yêu cầu thị trường, đưa tri thức và dữ liệu trở thành tư liệu sản xuất quan trọng. Về bản chất, đây là quá trình phát triển lực lượng sản xuất lên một trình độ mới, nơi tri thức và dữ liệu trở thành tư liệu sản xuất quan trọng [Thủ tướng Chính phủ, 2025].

Thứ nhất, số hóa toàn diện quy trình sản xuất - Chuyển từ nông nghiệp kinh nghiệm sang nông nghiệp chính xác. Nền nông nghiệp truyền thống vận hành dựa trên kinh nghiệm vốn chủ quan và cục bộ. Chuyển đổi số sẽ thay thế kinh nghiệm bằng dữ liệu. Việc ứng dụng công nghệ IoT, Drone... cho phép thực hành nông nghiệp chính

xác - tưới đúng lúc, bón đúng liều, phun thuốc đúng chỗ. Điều này không chỉ giúp tối ưu hóa chi phí, tăng năng suất mà còn giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, một yêu cầu ngày càng quan trọng của các thị trường cao cấp.

Thứ hai, xem truy xuất nguồn gốc là một yêu cầu bắt buộc - Kiến tạo niềm tin bằng công nghệ: Nông sản Việt thường bị ép giá hoặc từ chối nhập khẩu vì tồn tại một khoảng trống thông tin giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng cuối cùng. Giải pháp cho vấn đề này là xây dựng một hệ thống truy xuất nguồn gốc điện tử minh bạch, trong đó công nghệ Blockchain được xem là ưu tiên hàng đầu. Nó tạo ra một sổ cái phân tán không thể sửa đổi hay giả mạo, ghi lại toàn bộ vòng đời sản phẩm. Khi người tiêu dùng quét mã QR, họ đang truy cập vào một bằng chứng số không thể chối cãi, biến một chất lượng không thể quan sát được thành một chất lượng có thể kiểm chứng, từ đó xây dựng niềm tin – thứ tài sản quý giá nhất trong thương mại quốc tế. Thực tế, sau nhiều lần bị thị trường EU và Nhật Bản cảnh báo về dư lượng thuốc trừ sâu, nhiều hợp tác xã trồng bưởi ở Đồng bằng sông Cửu Long đã áp dụng thành công hệ thống truy xuất nguồn gốc, giúp giá bán tăng 20 - 30% so với trước.

Thứ ba, xây dựng các nền tảng dữ liệu lớn (Big Data) cho nông nghiệp - Biên dữ liệu thành tài nguyên quốc gia: Tình trạng được mùa, mất giá vẫn tái diễn do các quyết định sản xuất còn mang tính tự phát, thiếu thông tin dự báo vĩ mô. Để khắc phục, Nhà nước cần đi đầu trong việc xây dựng các cơ sở dữ liệu lớn quốc gia, tích hợp thông tin về đất đai, khí tượng, thị trường... và chia sẻ nó như một loại hàng hóa công cộng chiến lược. Kết hợp với Trí tuệ nhân tạo (AI), hệ thống này có thể đưa ra những dự báo chính xác hơn về cung - cầu, hỗ trợ các chủ thê đưa ra quyết định sản xuất, kinh doanh hiệu quả hơn, phù hợp với các quy luật của kinh tế thị trường [Thủ tướng Chính phủ, 2025]. Các chiến dịch giải cứu nông sản chính là minh chứng đau xót cho sự thất bại của việc sản xuất thiếu thông tin. Một nền tảng Big Data đủ mạnh có thể đưa ra cảnh báo sớm, gợi ý các thị trường ngách hoặc kết nối trực tiếp với các nhà máy chế biến, giúp điều tiết sản lượng và tìm đầu ra ổn định ngay từ đầu vụ.

3.3.3. Xây dựng thương hiệu quốc gia cho các mặt hàng nông sản chủ lực

Thương hiệu là phần hồn của sản phẩm, là tài sản vô hình quyết định giá trị hữu hình. Sức mạnh của thương hiệu nằm ở khả năng kiến tạo một giá trị vượt ra ngoài

công năng vật chất của hàng hóa. Chính giá trị vô hình này - được tích lũy qua thời gian, qua sự đầu tư vào chất lượng và truyền thông - mới là thứ tạo nên giá trị trao đổi vượt trội. Xây dựng thương hiệu là con đường tắt yếu để thoát khỏi thân phận người gia công ẩn danh, tăng uy tín của nông sản quốc gia trên thị trường thế giới.

Thứ nhất, xây dựng một chương trình thương hiệu quốc gia bài bản. Giải pháp này đòi hỏi vai trò lãnh đạo đúng đắn của Nhà nước. Bởi vì trong cuộc cạnh tranh toàn cầu, nếu một quốc gia chỉ có sản phẩm mà không có thương hiệu, thì phần lớn giá trị thặng dư sẽ bị tước đoạt một cách hợp pháp bởi các thương hiệu toàn cầu. Thương hiệu quốc gia, trong trường hợp này, đóng vai trò như một dạng tư bản biểu tượng quốc gia, là một công cụ để bảo vệ giá trị do chính mình tạo ra, tập hợp sức mạnh của các doanh nghiệp riêng lẻ để đối trọng với các thương hiệu lớn khác và giữ lại giá trị cho quốc gia. Chương trình "Thương hiệu Quốc gia Việt Nam" với logo thương hiệu gạo quốc gia "Vietnam Rice" là những bước đi đầu tiên theo hướng này. Mục tiêu là khi người tiêu dùng quốc tế nhìn thấy logo này, họ sẽ có sự tin tưởng ban đầu về nguồn gốc và chất lượng, tương tự như với "100% Pure New Zealand" của New Zealand hay "Thailand's Kitchen of the World" của Thái Lan. Để được gắn logo, doanh nghiệp phải tuân thủ một hệ thống tiêu chuẩn chất lượng nghiêm ngặt, từ đó nâng cao mặt bằng chung của toàn ngành [Bộ Công Thương, 2020].

Thứ hai, bảo hộ tài sản trí tuệ trên phạm vi toàn cầu: Tài sản trí tuệ, đặc biệt là Chỉ dẫn địa lý (GI), là một loại tư bản vô hình của quốc gia, kết tinh trong đó các yếu tố về thổ nhưỡng, khí hậu và kỹ năng canh tác truyền thống. Trong nền kinh tế thị trường toàn cầu, đây là một cuộc đấu tranh về chủ quyền kinh tế. Nếu không được bảo hộ một cách chủ động, các đặc sản của Việt Nam rất dễ bị các đối thủ cạnh tranh chiếm đoạt thông qua việc đăng ký thương hiệu trước. Đây thực chất là một hình thức tước đoạt tư bản, biến tài sản của chúng ta thành của họ, khiến ta mất đi lợi thế cạnh tranh [Cục Sở hữu trí tuệ, 2023]. Nước mắm Phú Quốc, cà phê Buôn Ma Thuột là những ví dụ thành công trong việc được bảo hộ chỉ dẫn địa lý tại EU. Ngược lại, bài học đắt giá khi thương hiệu cà phê Buôn Ma Thuột hay gạo ST25 từng bị các doanh nghiệp nước ngoài đăng ký trước, buộc phía Việt Nam phải tốn nhiều công sức để đòi lại tên tuổi.

Thứ ba, đẩy mạnh các hoạt động truyền thông, quảng bá chuyên nghiệp: Nếu xây dựng thương hiệu là tạo hồn, thì truyền thông là làm cho cái hồn đó được biết đến. Đây là cuộc đấu tranh trên mặt trận sản xuất và lưu thông các giá trị biểu tượng. Nếu chúng ta không chủ động kể câu chuyện của mình, giá trị biểu tượng của nông sản Việt sẽ bị các đối thủ cạnh tranh định đoạt. Do đó, cần chuyển từ thụ động sang chủ động, biến những giá trị văn hóa, lịch sử, sinh thái thành một phần không thể tách rời của giá trị sản phẩm. Thay vì chỉ tham gia các hội chợ, cần có các chiến dịch cụ thể hơn như tổ chức "Tuần hàng Nông sản Việt Nam" tại các siêu thị lớn ở nước ngoài (Tiếp thị trải nghiệm); sản xuất các phim tài liệu ngắn, chất lượng cao về hành trình của hạt gạo ST25 hay cây chè Shan Tuyết (Tiếp thị nội dung); và tận dụng các nền tảng mạng xã hội toàn cầu như Instagram, TikTok để quảng bá hình ảnh một cách trẻ trung, hiện đại (Tiếp thị kỹ thuật số).

3.3.4. Mở rộng thị trường, giảm phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống như Mỹ và Trung Quốc.

Đây là một giải pháp mang tầm chiến lược, là lời giải cho câu hỏi: Tại sao nền nông nghiệp xuất khẩu của Việt Nam, dù tăng trưởng nhanh, vẫn luôn tiềm ẩn sự mong manh, dễ tổn thương? Câu trả lời cốt lõi nằm ở sự phụ thuộc quá lớn vào một vài thị trường truyền thống. Việc dồn toàn bộ nguồn lực đã đặt nền kinh tế vào thế bị động, nơi một thay đổi nhỏ về chính sách từ một thị trường lớn có thể gây ra một cơn địa chấn cho cả một ngành hàng trong nước. Dưới góc độ kinh tế chính trị, tình trạng này là biểu hiện của một quan hệ phụ thuộc, nơi một nền kinh tế nhỏ hơn chịu sự chi phối và rủi ro từ các trung tâm kinh tế - chính trị lớn hơn. Do đó, đa dạng hóa thị trường không chỉ là một chiến lược kinh doanh, mà đã trở thành một mệnh lệnh mang tính an ninh kinh tế, nhằm tăng cường tính độc lập, tự chủ cho nền nông nghiệp. Để thực hiện điều này, cần một chiến lược ba gọng kìm:

Thứ nhất, củng cố và khai thác sâu các thị trường chiến lược đã có FTA như EU, Nhật Bản, Hàn Quốc. Đây không chỉ là nơi tiêu thụ, mà còn là những rào cản phi thuế quan của chủ nghĩa tư bản phát triển. Việc chinh phục các thị trường này bằng những sản phẩm đạt chuẩn là một quá trình tích lũy tư bản biểu tượng, tạo ra bảo

chứng vàng cho thương hiệu nông sản Việt trên toàn cầu [Tổ chức Thương mại Thế giới, 2020].

Thứ hai, quản trị rủi ro trong quan hệ với các thị trường lớn, bất ổn như Trung Quốc hay Mỹ. Vì quốc gia này tồn tại một sự bất đối xứng quyền lực [Đỗ Phú Trần Tình và cộng sự, 2025], giải pháp không phải là cắt đứt quan hệ, mà là quản trị rủi ro một cách khôn ngoan thông qua việc chuyển mạnh từ xuất khẩu tiêu ngạch sang chính ngạch và kiểm soát tỷ trọng xuất khẩu. Dẫn chứng rõ ràng nhất là bài học từ việc Trung Quốc đột ngột thay đổi chính sách kiểm dịch, hay việc Mỹ bắt ngờ áp thuế, đều cho thấy sự rủi ro của việc quá phụ thuộc và đi theo đường tiêu ngạch là một yếu cầu sống còn.

Thứ ba, chủ động mở đường sang các thị trường mới - Chiến lược kiến tạo không gian giá trị mới. Đây là một hình thức phản kháng kinh tế, một nỗ lực để thoát khỏi vị thế ngoại vi và tình trạng trao đổi không ngang giá ở các thị trường truyền thống. Việc chủ động tìm kiếm và thâm nhập các thị trường ngách như Halal hay Bắc Âu là cách kiến tạo ra những sân chơi mới, nơi Việt Nam có thể thiết lập lợi thế cạnh tranh dựa trên các giá trị khác biệt [Đảng Cộng sản Việt Nam, 2021], như việc tuân thủ các quy định của luật Hồi giáo Sharia hay đáp ứng nhu cầu về giá trị đạo đức và sinh thái của người tiêu dùng Bắc Âu.

3.3.5. Tăng cường liên kết chuỗi giá trị giữa nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp, nhà nước - Bó đũa tạo nên sức mạnh

Mô hình sản xuất manh mún chính là nguyên nhân sâu xa của tình trạng được mùa mất giá, người nông dân luôn ở thế yếu và bị ép giá. Tại sao một mình người nông dân không thể giàu lên, dù làm việc chăm chỉ? Bởi vì trong nền kinh tế hàng hóa, giá trị của sản phẩm không được quyết định bởi hao phí lao động cá biệt của từng người, mà bởi hao phí lao động xã hội cần thiết. Do sản xuất nhỏ lẻ, thiếu công nghệ, hao phí lao động cá biệt của nông dân thường cao hơn mức trung bình của xã hội, trong khi họ lại không có sức mạnh đàm phán. Điều này dẫn đến tình trạng phần lớn giá trị thặng dư bị các khâu trung gian (thương lái, nhà phân phối, nhà chế biến) tước đoạt một cách hợp pháp thông qua cơ chế giá cả thị trường. Do đó, việc tạo ra các liên kết bền chặt giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị là giải pháp để tái phân phối lợi ích

một cách công bằng hơn, tạo ra sức mạnh tổng hợp. Đây chính là quá trình hoàn thiện quan hệ sản xuất để giải phóng và thúc đẩy lực lượng sản xuất phát triển [Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2021]. Để hiện thực hóa điều này, cần một cách tiếp cận ba chân:

Thứ nhất, nâng cao vai trò thực chất của Hợp tác xã (HTX) - Tập thể hóa sản xuất trên nền tảng tự nguyện. Cần có chính sách hỗ trợ để các HTX kiểu mới thực sự trở thành một hình thức tập thể hóa tư liệu sản xuất hiện đại. HTX sẽ đứng ra tổ chức sản xuất trên quy mô lớn, áp dụng chung một quy trình kỹ thuật, giúp giảm hao phí lao động cá biệt và quan trọng nhất là có đủ tư cách pháp nhân để ký kết hợp đồng trực tiếp với doanh nghiệp, thay thế vai trò của thương lái và tăng sức mạnh đàm phán cho người nông dân [Liên minh Hợp tác xã Việt Nam, 2023]. Nhiều HTX trồng thanh long ở Bình Thuận, xoài ở Đồng Tháp đã liên kết thành công, ký hợp đồng xuất khẩu trực tiếp với các đối tác Nhật Bản, Hàn Quốc, giúp giá bán ổn định và cao hơn 15 - 20% so với bán cho thương lái.

Thứ hai, thực thi chế tài hợp đồng kinh tế một cách nghiêm ngặt - vai trò của kiến trúc thương tầng pháp lý. Một liên kết chỉ bền vững khi các cam kết được tôn trọng. Tình trạng vi phạm hợp đồng vẫn thường xuyên xảy ra do môi trường pháp lý chưa đủ mạnh, dẫn đến các hành vi cạnh tranh không lành mạnh, mang tính tích lũy nguyên thủy [Đỗ Phú Trần Tình và cộng sự, 2025]. Nhà nước, với vai trò là kiến trúc thương tầng, phải có trách nhiệm bảo vệ cơ sở hạ tầng kinh tế bằng cách xây dựng một hành lang pháp lý vững chắc với các chế tài đủ mạnh để đảm bảo hợp đồng liên kết được thực hiện nghiêm túc, làm tăng chi phí cơ hội của việc bội tín và khuyến khích đầu tư lâu dài.

Thứ ba, phát huy vai trò đầu tàu của doanh nghiệp lớn - sự tích tụ tư bản có định hướng. Khuyến khích các tập đoàn lớn đầu tư vào nông nghiệp là một xu thế tất yếu của quá trình tích tụ và tập trung tư bản. Chỉ có các doanh nghiệp lớn mới có đủ tiềm lực về vốn để đầu tư vào tư bản bất biến (máy móc, công nghệ) và tư bản khả biến (lao động kỹ năng cao), tạo ra một lực lượng sản xuất vượt trội. Tuy nhiên, dưới sự điều tiết của nhà nước xã hội chủ nghĩa, quá trình này phải được định hướng để tạo ra hiệu ứng lan tỏa tích cực, thay vì dẫn đến độc quyền chèn ép. Theo như Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về “Một số chủ trương, chính sách

chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư”, Ban Kinh tế Trung ương, Nhà nước phải sử dụng các công cụ chính sách để yêu cầu các doanh nghiệp đầu tàu có trách nhiệm xã hội, liên kết, hỗ trợ kỹ thuật và bao tiêu sản phẩm cho các HTX và hộ nông dân xung quanh, tạo nên một quan hệ sản xuất mới tiến bộ hơn, nơi lợi ích được hài hòa. Lấy ví dụ, ô hình của Vinamilk hay TH True Milk, nơi doanh nghiệp xây dựng các trang trại hạt nhân công nghệ cao, đồng thời liên kết và bao tiêu sữa cho hàng chục ngàn hộ nông dân vệ tinh, là một minh chứng thành công cho vai trò này.

3.3.6. Đầu tư vào cơ sở hạ tầng logistics và kho lạnh, nhất là ở các vùng sản xuất lớn

Nếu các giải pháp trên là để tạo ra những sản phẩm chất lượng cao, thì hạ tầng logistics chính là hệ thống cốt lõi để đưa những sản phẩm đó ra thế giới. Một hệ thống logistics yếu kém, chi phí cao sẽ làm mọi nỗ lực nâng cao chất lượng trở nên vô nghĩa. Tại sao chi phí logistics của Việt Nam lại chiếm tới gần 20% GDP, cao hơn nhiều so với các nước trong khu vực? Nguyên nhân sâu xa nằm ở sự thiếu đồng bộ của hạ tầng và công nghệ quản lý còn lạc hậu.

Dưới góc độ kinh tế chính trị, chi phí logistics quá cao chính là một loại chi phí lưu thông không lồ, làm giảm tỷ suất lợi nhuận chung và bào mòn sức cạnh tranh của hàng hóa. Nó không tạo ra giá trị mới, mà chỉ làm tăng giá thành sản phẩm. Hơn nữa, một hạ tầng yếu kém chính là một dạng xiềng xích kìm hãm sự phát triển của lực lượng sản xuất. Do đó, đầu tư vào hạ tầng không chỉ là một giải pháp kinh tế, mà là một nhiệm vụ chính trị, thể hiện đúng nhận định "phát triển kinh tế, giao thông phải đi trước một bước".

Một là, quy hoạch và đầu tư có trọng điểm - Vai trò kiến tạo của Nhà nước: Tại sao tư nhân không mặn mà đầu tư vào các trung tâm logistics quy mô lớn ở vùng sâu, vùng xa? Vì đây là những khoản đầu tư vào tư bản bất biến cố định có quy mô không lồ, thời gian thu hồi vốn rất dài, và lợi nhuận biên có thể không hấp dẫn. Đây chính là một biểu hiện của thất bại thị trường, nơi cơ chế thị trường tự do không thể tự động phân bổ nguồn lực một cách tối ưu. Chính lúc này, vai trò kiến tạo của Nhà nước xã hội chủ nghĩa phải được thể hiện. Nhà nước cần có quy hoạch tổng thể quốc gia, ưu tiên đầu tư công hoặc sử dụng các cơ chế hợp tác công - tư (PPP) hấp dẫn để thu hút nguồn lực xã hội vào việc xây dựng các trung tâm logistics, hệ thống kho lạnh, kho mát đạt chuẩn quốc tế tại các vùng sản xuất trọng điểm [Bộ Giao thông Vận tải, 2021]. Các trung tâm này phải được xem như một loại tư bản xã hội mang tính chiến lược của quốc gia, là nền tảng vật chất để nâng cao năng lực cạnh tranh chung cho toàn bộ nền kinh tế.

Hai là, phát triển vận tải đa phương thức - Tối ưu hóa chu chuyển tư bản. Sự thiếu kết nối đồng bộ giữa các phương thức vận tải làm chậm quá trình lưu thông hàng

hóa, kéo dài thời gian chu chuyển tư bản. Tư bản bị đóng băng lâu hơn trong khâu vận chuyển, làm giảm tốc độ tái đầu tư và mở rộng sản xuất. Do đó, phát triển vận tải đa phương thức, đặc biệt là các tuyến vận tải container lạnh bằng đường sắt và đường thủy nội địa để giảm tải cho đường bộ, là một giải pháp kinh tế - kỹ thuật nhằm tăng tốc độ lưu thông, giảm chi phí và giải phóng nguồn lực cho xã hội. Việc hoàn thiện các tuyến cao tốc Bắc - Nam và các đường vành đai kết nối với hệ thống cảng biển như Cái Mép - Thị Vải, Lạch Huyện là những bước đi cấp thiết. Tương lai, việc phát triển tuyến đường sắt tốc độ cao có khả năng vận chuyển hàng hóa sẽ tạo ra một cuộc cách mạng thực sự cho logistics nông sản.

Ba là, ứng dụng công nghệ vào quản lý logistics - Giảm hao phí lao động xã hội: Tại sao công nghệ lại quan trọng trong logistics? Vì nó là công cụ hữu hiệu nhất để giảm thiểu hao phí lao động xã hội trong khâu lưu thông - một khâu không tạo ra giá trị mới nhưng lại tiêu tốn một lượng lớn tư bản và lao động. Việc khuyến khích các doanh nghiệp logistics ứng dụng các phần mềm quản lý kho (WMS), quản lý vận tải (TMS), và công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) để tối ưu hóa lộ trình, quản lý đơn hàng và dự báo nhu cầu chính là một cuộc cách mạng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của nền kinh tế [Trần Thị Thu Hiền, 2023]. Kết quả là, thời gian chu chuyển của tư bản được rút ngắn, chi phí lưu thông được cắt giảm, từ đó làm tăng tỷ suất lợi nhuận bình quân của toàn xã hội. Hiện nay, các doanh nghiệp logistics lớn tại Việt Nam như Viettel Post, Giao Hàng Nhanh đang đầu tư mạnh mẽ vào các hệ thống AI để phân loại hàng hóa tự động và tối ưu hóa lộ trình giao hàng. Việc nhân rộng các mô hình này cho logistics nông sản sẽ tạo ra một lợi thế cạnh tranh không lồ.

Tóm lại, sau khi luận giải các giải pháp theo từng lát cắt chuyên biệt, tư duy biện chứng đòi hỏi một bước tổng hợp để nhìn nhận chúng trong một thể thống nhất, vận động và tác động qua lại lẫn nhau. Các giải pháp này không phải là những viên gạch riêng lẻ, mà là những cấu kiện không thể tách rời của một công trình kiến trúc phức hợp, được lắp ghép một cách khoa học để tạo nên một cỗ máy phát triển hoàn chỉnh cho nông nghiệp xuất khẩu. Sức mạnh của chiến lược không nằm ở từng giải pháp riêng lẻ, mà nằm ở chính sự tương tác và cộng hưởng giữa chúng, đây chính là hạt nhân của tư duy biện chứng Mác - Lê nin.

Sự vận dụng các giải pháp này trong thực tiễn cũng thể hiện rõ tính đa hình, tức là tùy vào từng bài toán cụ thể mà chúng sẽ được kết hợp với nhau. Lấy ví dụ, để giải quyết bài toán "Làm sao để xuất khẩu thành công sâu rộng lạnh sang thị trường EU?" vào thời điểm tháng 7 năm 2025, cần một sự phối hợp đa giải pháp. Trong đó, công nghệ (chiếm khoảng 40%) là yếu tố tiên quyết để đáp ứng yêu cầu minh bạch của EU. Tiếp đó, liên kết chuỗi (chiếm khoảng 30%) đóng vai trò đảm bảo nguồn cung đồng đều, chất lượng cao. Hạ tầng logistics (chiếm khoảng 20%) là nhịp điệu không thể thiếu để duy trì chuỗi cung ứng lạnh. Cuối cùng, thương hiệu và thị trường (chiếm 10%) là những nốt thăng hoa, giúp tối đa hóa giá trị khi sản phẩm đã đủ điều kiện thâm nhập.

Tuy nhiên, việc đưa bản thiết kế các giải pháp này từ lý thuyết vào thực tiễn là một quá trình đầy thách thức, phải đổi mới với những mâu thuẫn sâu sắc này sinh từ chính hiện thực kinh tế - xã hội. Đó là mâu thuẫn giữa quan hệ sản xuất cũ và yêu cầu của lực lượng sản xuất mới, thể hiện ở sức ép của tư duy sản xuất nhỏ lẻ, manh mún. Đó là mâu thuẫn giữa khát vọng phát triển và sự hạn chế về nguồn lực, khi việc tiếp cận các nguồn vốn lớn để đầu tư công nghệ cao, chế biến sâu trong bối cảnh kinh tế toàn cầu bất ổn (tính đến tháng 7/2025) là vô cùng khó khăn. Và cuối cùng, đó là mâu thuẫn giữa chủ trương của kiến trúc thương天堂 và sự vận hành của cơ sở hạ tầng, nơi các chính sách đúng đắn có thể bị khúc xạ, chậm trễ bởi thủ tục hành chính quan liêu hoặc các nhóm lợi ích cục bộ, đặc biệt là trong bối cảnh cuộc cải cách hành chính lớn vừa có hiệu lực từ ngày 01/07/2025.

Nhận diện rõ những mâu thuẫn trên cho phép chúng ta vạch ra một lộ trình hành động khả thi và một tôn chỉ xuyên suốt: "Lấy thị trường làm la bàn, Công nghệ làm động lực, liên kết làm nền tảng, và thương hiệu làm tinh hoa để kiến tạo giá trị". Để thực hiện tôn chỉ này, cần một lộ trình có thứ tự ưu tiên. Giai đoạn đầu tiên phải tập trung quyết liệt vào việc hoàn thiện quan hệ sản xuất, tức là củng cố các mô hình liên kết chuỗi và xây dựng các nền tảng công nghệ thiết yếu. Giai đoạn hai là tăng tốc phát triển lực lượng sản xuất, tập trung nguồn lực cho tái cơ cấu, chế biến sâu và xây dựng thương hiệu. Giai đoạn cuối cùng là mở rộng quan hệ thị trường, chủ động đa dạng hóa thị trường và hoàn thiện hệ thống logistics để vươn ra toàn cầu. Trong suốt quá trình đó, phải luôn nhận diện và tìm cách hóa giải ba mâu thuẫn có hứu đã nêu: Bài

toán về thay đổi tư duy, bài toán về huy động vốn, và bài toán về năng lực thực thi chính sách. Đó chính là những yếu điểm cần phải để tâm nhất trên con đường hiện thực hóa các mục tiêu đã đề ra ở mục 3.2.

Hình 3.4: Dòng chảy giải pháp chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu nông sản Việt Nam



Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp từ Giáo trình Kinh tế chính trị Mác – Lênin (2021)

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Chương 3 đã hoàn thành nhiệm vụ trọng tâm là đề xuất các giải pháp, kiến tạo một hệ thống chiến lược, đồng bộ nhằm giải quyết các rào cản cốt hữu đã được phân tích và chẩn đoán ở các chương trước. Thay vì các hành động riêng lẻ, chương đã vạch ra một lộ trình can thiệp toàn diện, kết hợp chặt chẽ giữa tư duy chính sách, kinh tế và công nghệ, với mục tiêu cuối cùng là tạo ra một cú hích đột phá cho ngành xuất khẩu nông sản Việt Nam. Nội dung của chương đã tập trung luận giải các khía cạnh cốt lõi sau:

Thứ nhất, chương đã xác lập một tầm nhìn và hệ thống định hướng chiến lược rõ ràng, đóng vai trò kim chỉ nam cho mọi hành động. Nổi bật là yêu cầu thực hiện cuộc cách mạng trong tư duy, chuyển dứt khoát từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp; kiến tạo lợi thế cạnh tranh mới dựa trên nền tảng nông nghiệp xanh, có trách nhiệm; và xác định khoa học công nghệ là động lực đột phá. Đây chính là nền tảng tư tưởng, định hình lại luật và phương thức phát triển của toàn ngành theo chiều sâu.

Thứ hai, trên cơ sở các định hướng đó, chương đã cụ thể hóa thành một hệ thống sáu nhóm giải pháp mang tính thực tiễn và cấp thiết. Các giải pháp này được thiết kế để tấn công trực diện vào từng điểm yếu đã được nhận diện. Từ tái cơ cấu ngành hàng để thoát bẫy xuất khẩu thô, đẩy mạnh chuyển đổi số để giải quyết tình trạng sản xuất manh mún, xây dựng thương hiệu quốc gia để định vị lại giá trị, đa dạng hóa thị trường để giảm rủi ro phụ thuộc, cho đến việc củng cố liên kết "4 nhà" và đầu tư vào hạ tầng logistics.

Tóm lại, hệ thống giải pháp được trình bày trong chương 3 không chỉ là những đề xuất kỹ thuật, mà còn là một chiến lược phát triển toàn diện, có sự gắn kết biện chứng giữa tầm nhìn, định hướng và hành động cụ thể. Việc triển khai nhất quán và hiệu quả các giải pháp này được kỳ vọng sẽ tạo ra hiệu ứng cộng hưởng, chuyển hóa tiềm năng thành năng lực cạnh tranh thực chất, đưa nông sản Việt Nam từng bước thoát khỏi vị thế gia công, tự tin khẳng định vị thế trên chuỗi giá trị toàn cầu.

PHẦN KẾT LUẬN

Xuất khẩu nông sản là một trụ cột chiến lược cho kinh tế - xã hội Việt Nam. Nhận thức tầm quan trọng đó, đề tài đã tiến hành nghiên cứu toàn diện từ lý luận đến thực tiễn, xác định các rào cản và kiến tạo hệ thống giải pháp. Kết quả, nghiên cứu đã làm rõ cơ sở lý luận, phân tích sâu sắc thực trạng và đề xuất một lộ trình chiến lược khả thi nhằm giúp ngành nông sản phát triển bền vững, nâng cao giá trị và khẳng định vị thế quốc tế. Xuyên suốt ba chương, đề tài đã giải quyết một cách nhất quán và đầy đủ các nhiệm vụ nghiên cứu cốt lõi đã đặt ra trong Phần Mở đầu.

Thứ nhất, tại chương 1, nhiệm vụ hệ thống hóa cơ sở lý luận đã được hoàn thành. Chương đã luận giải sâu sắc tính hai mặt biện chứng của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, nơi cơ hội từ các hiệp định thương mại tự do (FTA) luôn song hành với thách thức từ chủ nghĩa bảo hộ và các rào cản kỹ thuật ngày càng tinh vi. Đồng thời, chương cũng phân tích những đặc thù kinh tế - kỹ thuật của chính đối tượng nông sản, từ đó xác lập một khung phân tích khoa học cho toàn bộ đề tài.

Thứ hai, trên nền tảng lý luận đó, chương 2 đã thực hiện nhiệm vụ phân tích thực trạng và làm rõ thời cơ, thách thức. Một nghịch lý sâu sắc giữa lượng và chất đã được làm nổi bật: một bên là những kỷ lục ấn tượng về kim ngạch (đạt 53,22 tỷ USD năm 2022), một bên là những rào cản cõi hữu về sự phụ thuộc vào một số thị trường lớn, mô hình xuất khẩu thô giá trị gia tăng thấp, chất lượng thiếu đồng bộ và chuỗi liên kết nội tại còn yếu kém.

Thứ ba, từ những chẩn đoán thực tiễn đó, chương 3 đã đảm nhận nhiệm vụ đề xuất các giải pháp chiến lược, khả thi. Chương đã phân tích các bối cảnh tác động, xác lập các mục tiêu, định hướng và luận giải chi tiết sáu nhóm giải pháp cốt lõi nhằm giải quyết tận gốc rễ các vấn đề đã được nhận diện.

Luận điểm cốt lõi của đề tài là để xuất khẩu nông sản bền vững, Việt Nam phải chuyển đổi căn bản từ tư duy sản xuất sang tư duy kinh tế. Cuộc tái định vị này được hiện thực hóa bằng sáu nhóm giải pháp đồng bộ: Tái cơ cấu và liên kết chuỗi tạo dựng nền tảng; chuyển đổi số và xây dựng thương hiệu là động lực đột phá; mở rộng thị trường và đầu tư logistics đóng vai trò mở đường, đảm bảo hiệu quả lưu thông.

Tuy nhiên, đề tài vẫn còn một số hạn chế khi chỉ tập trung vào các nông sản chủ lực, chưa đi sâu vào các sản phẩm tiềm năng như dược liệu hay tác động của chuyên đổi số đến nông dân. Do đó, các hướng nghiên cứu trong tương lai có thể tập trung vào: (1) Nghiên cứu tình huống chuyên sâu cho từng chuỗi giá trị cụ thể; (2) Phân tích định lượng các rào cản phi thuế quan ở thị trường ngách; và (3) Đánh giá tác động của tích tụ ruộng đất và tự động hóa đến sinh kế người nông dân.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Giáo trình

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2021), *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác - Lênin (Dành cho bậc đại học - không chuyên lý luận chính trị)*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật.

B. Các văn bản pháp luật

2. Ban Chấp hành Trung ương (2022), *Nghị quyết số 19-NQ/TW ngày 16/6/2022 về nông nghiệp, nông dân, nông thôn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.*
3. Ban Kinh tế Trung ương (2019), *Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư.*
4. Bộ Chính trị (2020), *Nghị quyết số 55-NQ/TW về định hướng chiến lược phát triển năng lượng quốc gia của Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.*
5. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2018), *Nghị định 57/2018/NĐ-CP về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn.*
6. Chính phủ (2021), *Nghị quyết số 19/NQ-CP về cải cách thủ tục hành chính trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản, Hà Nội.*
7. Chính phủ (2023), *Nghị quyết số 26/NQ-CP ngày 27/02/2023 ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 19-NQ/TW.*
8. Chính phủ (2024), *Nghị định số 35/2024/NĐ-CP về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn.*
9. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam.*

10. Thủ tướng Chính phủ (2022), *Quyết định số 150/QĐ-TTg* ngày 28/01/2022 phê duyệt Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050.
11. Thủ tướng Chính phủ (2022), *Quyết định số 1748/QĐ-TTg* ngày 30/12/2022 phê duyệt Chiến lược phát triển trồng trọt đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

C. Các đề án, báo cáo

12. Bộ Công Thương (2022), *Đề án Tái cơ cấu ngành công thương giai đoạn đến năm 2030*.
13. Bộ Công Thương (2023), *Báo cáo thường niên xuất khẩu nông sản Việt Nam năm 2022–2023*, NXB Công Thương, Hà Nội.
14. Bộ Công Thương (2023), *Chiến lược phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
15. Bộ Giao thông Vận tải (2021), *Quy hoạch tổng thể phát triển hệ thống cảng biển Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*.
16. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2021), *Báo cáo tình hình sâu bệnh và dịch hại tại các vùng trồng cây ăn quả năm 2020*, Hà Nội.
17. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (2023), *Báo cáo tổng kết 5 năm thực hiện Chương trình OCOP giai đoạn 2018–2023*, Hà Nội.
18. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2023), *Báo cáo tổng kết năm 2023 và kế hoạch phát triển năm 2024*, NXB Nông nghiệp, Hà Nội.
19. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2023), *Báo cáo tổng kết ngành Nông nghiệp năm 2023 và nhiệm vụ trọng tâm năm 2024*, NXB Nông nghiệp, Hà Nội.
20. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2023), *Thông cáo báo chí tháng 9/2023 về xuất khẩu nông sản sang EU*, Hà Nội.
21. Bộ Thông tin và Truyền thông (2023), *Chuyển đổi số trong lĩnh vực nông nghiệp: Kết quả triển khai và định hướng 2024*, NXB Thông tin & Truyền thông, Hà Nội.
22. Cục Sở hữu trí tuệ (2023), *Báo cáo công tác bảo hộ chỉ dẫn địa lý cho nông sản Việt Nam tại nước ngoài*.
23. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật.

24. Đặng Kim Sơn (2021), *Tái cơ cấu nông nghiệp và phát triển nông thôn trong bối cảnh hội nhập quốc tế*, NXB Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
25. Đỗ Phú Trần Tình và cộng sự (2025), *Kinh tế tư nhân tại Việt Nam – hiện trạng và định hướng phát triển*, NXB Kinh tế TP.HCM.
26. Liên minh Hợp tác xã Việt Nam (2023), *Báo cáo tổng kết 10 năm thi hành Luật Hợp tác xã 2012 và định hướng phát triển giai đoạn mới*.
27. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - VCCI (2024), *Báo cáo nghiên cứu các thị trường xuất khẩu tiềm năng cho nông sản Việt Nam*.
28. Thủ tướng Chính phủ (2025), *Chương trình Chuyển đổi số quốc gia trong nông nghiệp đến năm 2030*.
29. Tổng công ty Tân Cảng Sài Gòn (2024), *Báo cáo năng lực cảng nước sâu Cái Mép – Thị Vải, Bà Rịa - Vũng Tàu*.
30. Tổng cục Thống kê (2021), *Hoạt động của các doanh nghiệp trên 50% vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam*.
31. Tổng cục Thống kê (2024), *Niên giám thống kê*.
32. Tổng cục Thống kê (2025), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội Quý II và 6 tháng đầu năm 2025*.
33. Trung Tâm WTO (2023). *Tổng hợp các FTA của Việt Nam tính đến tháng 10/2024*
34. Viện Chính sách và Chiến lược PTNNNT (IPSARD) (2023), *Báo cáo nghiên cứu tổ chức sản xuất nông nghiệp theo hướng liên kết chuỗi giá trị*, Hà Nội.
35. Viện Khoa học Thủy lợi Miền Nam (2020), *Báo cáo tác động của xâm nhập mặn đến sản xuất nông nghiệp vùng Đồng bằng sông Cửu Long*, TP.HCM.

D. Tài liệu sách

36. Mutrap (2014). *Nghiên cứu về các biện pháp vệ sinh kiểm dịch thực vật (SPS) và rào cản thương mại kỹ thuật (TBT) mà các doanh nghiệp xuất khẩu việt nam gặp phải tại các thị trường xuất khẩu chính*.

E. Tài liệu điện tử

37. Báo ảnh Việt Nam (2024), *Xuất khẩu gạo của Việt Nam đạt mức kỷ lục*. Truy cập từ:
<https://vietnam.vnanet.vn/vietnamese/long-form/xuat-khau-gao-cua-viet-nam-dat-muc-ky-luc-386277.html>
38. FedEx (2020), *Xuất khẩu là gì?*. Truy cập từ:
<https://www.fedex.com/vi-vn/shipping/glossary/what-are-exports.html>
39. Minh Duyên (2024), *Xuất khẩu rau quả - điểm sáng của xuất khẩu nông sản năm 2023*. Truy cập từ:
<https://nvsks.vnanet.vn/xuat-khau-rau-quả-diem-sang-cua-xuat-khau-nong-san-nam-2023-1-138694.vna>
40. Minh Đăng (2024), *Sản lượng cà phê Việt Nam giảm sâu*. Truy cập từ:
<https://phadistribution.com/san-luong-ca-phe-viet-nam-uoc-giam-xuong-muc-thap-nhat-trong-4-nam-gan-day>
41. SunDrone (2024), *5 mô hình nông nghiệp công nghệ cao trên thế giới và Việt Nam*. Truy cập từ: <https://sundrone.vn/mo-hinh-nong-nghiep-cong-nghe-cao/>
42. Trung tâm WTO và Hội nhập (09/08/2023), *Tổng hợp các FTA của Việt Nam tính đến tháng 10/2024*. Truy cập từ:
<https://trungtamwto.vn/thong-ke/12065-tong-hop-cac-ftha-cua-viet-nam-tinh-den-thang-112018>
43. Văn phòng SPS Việt Nam (2021). *Cảnh báo của EU đối với sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam do vi phạm các quy định về an toàn thực phẩm trong tháng 10 năm 2021*. Truy cập từ:
<http://www.spsvietnam.gov.vn/canh-bao-cua-eu-doi-voi-san-pham-xuat-khau-cua-viet-nam-do-vi-phamcac-quy-dinh-ve-an-toan-thuc-pham-trong-thang-10-nam-2021>
44. Nguyễn Duy Chiến (04/02/2018). *Ùn út hàng nông sản qua cửa khẩu Tân Thanh (Lạng Sơn)*. Truy cập từ:
<https://baoquangninh.vn/un-u-hang-nong-san-qua-cua-khau-tan-thanh-lang-son-2373484.html>
45. Băng Dương (08/05/2019), *Rau ngót, thanh long xuất sang Nhật nhiễm hóa chất vượt mức*. Truy cập từ:

<https://vietnamnet.vn/canh-bao-gap-rau-ngot-thanh-long-xuat-nhat-nhiem-hoa-chat-vuot-muc-529719.html>

46. Khánh Linh (30/10/2019), *Xóa rào cản để phát triển nông nghiệp*. Truy cập từ: <https://nhandan.vn/xoa-rao-can-de-phat-trien-nong-nghiep-post375408.html>
47. Thanh Xuân. (12/11/2019), *Hàng loạt lô hàng tôm bị FDA Mỹ từ chối trong tháng 10*. Truy cập từ: <https://tapchicongthuong.vn/hang-loat-lo-hang-tom-bi-fda-my-tu-choi-trong-thang-10-66563.htm>
48. Ngô Minh Lý (04/12/2019), *Vài suy nghĩ về giải pháp phát triển nông nghiệp bền vững*. Truy cập từ: <https://www.tomvn.org.vn/tin-tuc-23/vai-suy-nghi-ve-giai-phap-phat-trien-nong-nghiep-ben-vung-90.html>
49. AHead (26/01/2021), *Ý nghĩa các tiêu chuẩn về thực phẩm : GlobalGAP, VietGAP, HACCP, ISO 9001, ISO 22000*. Truy cập từ: <https://iso-ahead.vn/y-nghia-cac-tieu-chuan-ve-thuc-pham-globalgap-vietgap-haccp-iso-9001-iso-22000>
50. WTO – Tổ chức Thương mại Thế giới (19/05/2021), *Quy định tiêu chuẩn nông sản xuất khẩu sang Nhật Bản*. Truy cập từ: <https://trungtamwto.vn/chuyen-de/17732-quy-dinh-tieu-chuan-nong-san-xuat-khau-sang-nhat-ban>
51. Lê Minh Trường (24/07/2021), *Khái niệm nông sản chế biến, hàng nông sản theo Hiệp định nông nghiệp của WTO*. Truy cập từ: https://luatminhkhue.vn/khai-niem-nong-san-che-bien-hang-nong-san-theo-hiep-dinh-nong-nghiep-cua-wto.aspx?utm_source=chatgpt.com#google_vignette
52. ALS (08/11/2021), *Logistics dịch vụ kho bãi đông lạnh và dây chuyền cung ứng hàng đông lạnh tại thị trường Việt Nam*. Truy cập từ: <https://als.com.vn/dich-vu-kho-bai-va-day-chuyen-cung-ung-hang-dong-lanh>
53. Công ty TNHH công nghệ NHONHO (12/11/2021), *Cảnh báo của EU đối với sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam do vi phạm các quy định về an toàn thực phẩm trong tháng 10 năm 2021*. Truy cập từ:

<https://nhovn.com/canh-bao-cua-eu-doi-voi-san-pham-xuat-khau-cua-viet-nam-do-vi-phamcac-quy-dinh-ve-an-toan-thuc-pham-trong-thang-10-nam-2021-b1418.html>

54. Lê Nam (06/01/2022), *Tìm giải pháp khắc phục tình trạng ùn tắc nông sản tại cửa khẩu*. Truy cập từ:

<https://baoquangninh.vn/tim-giai-phap-khac-phuc-tinh-trang-un-u-nong-san-tai-cua-khau-3169241.html>

55. Bình Minh (09/04/2022) *Xung đột Nga-Ukraine và nỗi lo khủng hoảng lương thực*. Truy cập từ:

<https://nhandan.vn/xung-dot-nga-ukraine-va-noi-lo-khung-hoang-luong-thuc-potst692558.html>

56. Tâm An (17/10/2022), *Việt Nam vẫn xe ba gác, các nước đã xe lạnh tận vườn*. Truy cập từ:

<https://vietnamnet.vn/thu-hoach-nong-san-cac-nuoc-xe-lanh-toi-tan-vuon-viet-nam-van-xe-ba-gac-2070929.html>

57. Như Mai (05/11/2022), *Nông sản là gì? Điều kiện an toàn thực phẩm với cơ sở sản xuất nông sản*. Truy cập từ:

<https://thuvienphapluat.vn/chinh-sach-phap-luat-moi/vn/ho-tro-phap-luat/tu-van-phap-luat/43625/nong-san-la-gi-dieu-kien-an-toan-thuc-pham-voi-co-so-san-xuat-nong-san>

58. Ánh Tuyết (16/07/2023), *Chi phí logistics chiếm tới 29,5% giá thành rau quả Việt Nam - gần gấp đôi mức bình quân khu vực*. Truy cập từ:

<https://nhandan.vn/dau-tu-logistics-phuc-vu-san-xuat-va-xuat-khau-nong-san-post762535.html>

59. Trần Thị Thu Hiền (16/09/2023), *Xuất khẩu nông sản chủ lực của Việt Nam – cơ hội và thách thức trong giai đoạn tới*. Truy cập từ:

<https://vioit.org.vn/vn/chien-luoc-chinh-sach/xua-t-kha-u-nong-sa-n-chu--lu-c-cu-a-vie-t-nam---co-ho-i-va--tha-ch-thu-c-trong-giai-doa-n-to-i--5446.4050.html>

60. Nga Đặng (24/11/2023), *Kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt Nam những năm gần đây*. Truy cập từ:

<https://innovativehub.com.vn/kim-ngach-xuat-khau-nong-san-viet-nam-nhung-nam-gan-day/>

61. Chí Tuệ (04/03/2024), *Xâm nhập mặn mùa khô 2023–2024 đe dọa 80.000 ha lúa và cây ăn trái ở Đồng bằng sông Cửu Long*. Truy cập từ:
<https://tuoitre.vn/cao-diem-xam-nhap-man-80-000ha-lua-cay-an-trai-co-nguy-co-bi-anh-huong-20240304093816937.htm>
62. Văn Nguyên (14/05/2024), *Sầu riêng sốc nhiệt, trái non rụng hàng loạt*. Truy cập từ:
<https://www.phunuonline.com.vn/sau-rieng-soc-nhiet-trai-non-rung-hang-loat-a-1518516.html>
63. Phan Trang (16/05/2024), *Điểm danh 4 mặt hàng nông sản Việt Nam được thế giới ưa chuộng*. Truy cập từ:
<https://baochinhphu.vn/diem-danh-4-mat-hang-nong-san-viet-nam-duoc-the-gioi-ua-chuong-102240516154224365.htm>
64. HNT (23/05/2024), *Xuất Khẩu Nông Sản: Nền Tảng Cho Sự Phát Triển Kinh Tế*. Truy cập từ:
<https://hntshipping.com.vn/xuat-khau-nong-san-nen-tang-cho-su-phat-trien-kinh-te/>
65. Vũ Khuê (05/08/2024). *EU gia tăng cảnh báo an toàn thực phẩm với nông sản Việt Nam*. Truy cập từ:
<https://vneconomy.vn/eu-gia-tang-canhang-bao-an-toan-thuc-pham-voi-nong-san-viet-nam.htm>
66. Chu Khôi (11/11/2024), *Giá xuất khẩu tăng cao kỷ lục, ngành cà phê tự tin cán đích với 5,5 tỷ USD*. Truy cập từ:
<https://vneconomy.vn/gia-xuat-khau-tang-cao-ky-luc-nganh-ca-phe-tu-tin-can-dich-voi-5-5-ty-usd.htm>
67. Lê Dân (29/11/2024), *Gần 74.000 hộ dân DBSCL thiếu nước sinh hoạt do xâm nhập mặn*. Truy cập từ:
<https://tuoitre.vn/gan-74-000-ho-dan-dong-bang-song-cuu-long-thieu-nuoc-sinh-hoat-do-xam-nhap-man-20241129105746086.htm>

68. Đỗ Hương (25/12/2024), *Xuất khẩu hạt điều đạt mốc kỷ lục mới*. Truy cập từ: <https://baochinhphu.vn/xuat-khau-hat-dieu-dat-moc-ky-luc-moi-102241225170749095.htm>
69. Khánh An (06/01/2025), *Xuất khẩu tăng đột phá ở nhiều thị trường trọng điểm*. Truy cập từ: <https://congthuong.vn/xuat-nhap-khau-tang-dot-pha-o-nhieu-thi-truong-trong-diem-368224.html>
70. Chu Khôi (06/01/2025), *Xuất khẩu rau quả năm 2024 lập kỷ lục 7,12 tỷ USD, dự báo sẽ vượt ngưỡng 8 tỷ USD trong năm 2025*. Truy cập từ: <https://vneconomy.vn/xuat-khau-rau-quả-năm-2024-lập-ky-luc-7-12-ty-usd-du-bao-se-vuot-nguong-8-ty-usd-trong-nam-2025.htm>
71. Chu Khôi (10/01/2025), *Xuất khẩu điều lập kỷ lục 4,37 tỷ USD, Hoa Kỳ là thị trường lớn nhất*. Truy cập từ: <https://vneconomy.vn/xuat-khau-dieu-lap-ky-luc-4-37-ty-usd-hoa-ky-la-thi-truong-lon-nhat.htm>
72. Chu Khôi (11/02/2025), *Xuất khẩu gạo đầu năm 2025: Giá xuống thấp, doanh nghiệp lo lắng vì đơn hàng giảm mạnh*. Truy cập từ: <https://vneconomy.vn/xuat-khau-gao-dau-nam-2025-gia-xuong-thap-doanh-nghiep-lo-lang-vi-don-han-g-giam-manh.htm>
73. Ngọc Ánh (06/03/2025), *Nông sản Việt Nam đổi diện với bài toán chất lượng*. Truy cập từ: <https://kinhtedothi.vn/nong-san-viet-doi-dien-voi-bai-toan-chat-luong.html>
74. Vietstock (06/04/2025), *Thị Trường Xuất Khẩu Nông Sản Việt Nam: Tiềm Năng, Thách Thức và Triển vọng 2025*. Truy cập từ: <https://www.vietstock.org/tin-nganh/thi-truong-xuat-khau-nong-san-viet-nam-tiem-nang-thach-thuc/>
75. Tùng Nguyễn (08/05/2025), *Tiếp Đà Tăng Trưởng Xuất Khẩu Nông Sản*. Truy cập từ: <https://kinhtedothi.vn/tiep-da-tang-truong-xuat-khau-nong-san-697173.html>

76. Thi Hà (20/05/2025), *Đè xuất khoanh vùng vườn sâu riêng vi phạm dư lượng hóa chất*. Truy cập từ:
<https://vnexpress.net/de-xuat-khoanh-vung-vuon-sau-rieng-vi-pham-du-luong-hoa-chat-4888471.html>
77. Thi Hà (22/05/2025), *Trung Quốc duyệt thêm gần 1.000 mã số sâu riêng của Việt Nam*. Truy cập từ:
<https://vnexpress.net/trung-quoc-duyet-them-gan-1-000-ma-so-sau-rieng-cua-viet-nam-4889047.html>
78. Anh Tuấn (25/05/2025), *Kiểm tra gắt gao đầu 2025 khiến xuất khẩu sâu riêng sụt gần 60%, đẩy giá tại vườn Tây Nguyên lao dốc*. Truy cập từ:
<https://nhandan.vn/thao-go-vuong-mac-xuat-khau-sau-rieng-post882272.html>
79. Thi Hà (28/05/2025), *Trung Quốc sắp mở 'luồng xanh' cho nông sản Việt Nam*. Truy cập từ: <https://vnexpress.net/xuat-khau-ca-phe-lap-ky-luc-4908522.html>
80. Thi Hà (01/07/2025), *Xuất khẩu cà phê lập kỷ lục*. Truy cập từ:
<https://vnexpress.net/xuat-khau-ca-phe-lap-ky-luc-4908522.html>
81. Thùy Anh (19/07/2025), *Đa dạng thị trường tiêu thụ rau quả*. Truy cập từ:
<https://nhandan.vn/da-dang-thi-truong-tieu-thu-rau-quá-post887390.html>

F. Tài liệu tiếng Anh

82. Anh Minh (13/01/2022), *Border province to stop receiving fruit trucks from Jan. 17*. Truy cập từ:
<https://e.vnexpress.net/news/economy/border-province-to-stop-receiving-fruit-trucks-from-jan-17-4415810.html>
83. Brand Finance (2023). *Chỉ số thành phố của Brand Finance 2023*. Truy cập từ:
<https://brandfinance.com/wp-content/uploads/2023/05/brand-finance-city-index-2023-Best-City-Brands-Table-4.pdf>
84. CBI (2024), *Roasted coffee: market potential in Europe*. Truy cập từ:
<https://www.cbi.eu/market-information/coffee/roasted-coffee/market-potential>
85. FAO (2021), *Reducing post-harvest losses in agriculture*, Rome.
86. Massey University Research Repository (2024), *Improving Traceability for Agricultural Export in Vietnam*. Truy cập từ:

<https://mro.massey.ac.nz/server/api/core/bitstreams/6ffbcf60-47e0-4737-95d0-3824193fd7b7/content>

87. Phuong Nguyen, Francesco Guarascio (2024), *Giá cà phê robusta tăng mạnh do hạn hán El Niño 2024–2025, nhưng Việt Nam vẫn xuất khẩu thô*. Truy cập từ:

<https://www.reuters.com/markets/commodities/some-vietnam-coffee-farms-thrive-despite-drought-may-not-stop-espresso-price-2024-06-24>

88. RASFF Window (2025), *Cảnh báo RASFF #2025.3474 do phát hiện dư lượng permethrin vượt ngưỡng trong pitahaya Việt Nam*. Truy cập từ:

<https://webgate.ec.europa.eu/rasff-window/screen/notification/750600>

89. Vietnam News (2024), "Đại Ngàn organic vegetables deserve 4-Star OCOP product", Truy cập tại:

<https://vietnamnews.vn/society/1687659/dai-ngan-organic-vegetables-deserve-4-star-ocop-product.html>