



TỈNH ỦY CAO BẰNG



TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

Chủ đề

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG

**VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN
QUA BIÊN GIỚI SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC
VÀ VAI TRÒ CỦA CAO BẰNG**

农产品销向中国场所遭受的问题以及高平省的作用

*TS. Lê Hoàng Oanh
Vụ Thị trường Châu Á - Thái Bình Dương*

太平洋及亚洲市场局博士 黎黄莺

Tóm tắt

Cao Bằng là tỉnh biên giới phía Bắc có chung đường biên giới với Quảng Tây của Trung Quốc. Với ưu thế về vị trí địa lý, địa chính trị, Cao Bằng có nhiều lợi thế đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng nông sản sang thị trường Quảng Tây cũng như từ đó vươn sâu vào thị trường nội địa Trung Quốc, đặc biệt là các tỉnh/thành phố phía Tây Nam như Tứ Xuyên, Trùng Khánh, Quý Châu...

Với mong muốn đem đến cái nhìn tổng quan về hoạt động xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam sang Trung Quốc, đặc biệt là thông qua các tỉnh biên giới - những khó khăn tồn tại và nêu một số giải pháp để cải thiện.

Từ khóa: xuất khẩu nông sản, biên giới, Trung Quốc, Cao Bằng

摘要

高平省是我国与中国广西接壤的北部省区。以便利的地理位置、政治条件，高平省具有促进农产品销向广西并进入中国内地市场的优势，特别是四川、重庆、贵州等西南市区。

本文致力于对越南农产品对华出口活动的概观，特别是通过边界省区对华出口活动所遭受到的困难与改善措施。

关键词：农产品出口，边界，中国，高平省

1. Vài nét khái quát về quan hệ thương mại Việt - Trung và tình hình xuất khẩu hàng nông sản sang Trung Quốc

1.1. Vài nét khái quát quan hệ thương mại Việt Nam - Trung Quốc

Trung Quốc - nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới là quốc gia láng giềng phía Bắc của Việt Nam. Thị trường Trung Quốc (không kể Đài Loan, Hồng Kông, Ma Cao) nhiều năm nay luôn đóng vai trò quan trọng trong hoạt động xuất nhập khẩu cũng như phát triển kinh tế của Việt Nam.

Hai nước kể từ cuối thế kỷ thứ 10 đã bắt đầu có hoạt động thương mại, trao đổi hàng hóa. Từ năm 1010 đến năm 1400: quan hệ thương mại đã phát triển tương đối nhanh. Thương nhân 2 nước bắt đầu qua lại buôn bán, trao đổi hàng hóa gồm: nông, lâm, thổ sản (Việt Nam)

và giấy, vải, tơ lụa (Trung Quốc). Đầu Thế kỷ 19, hoạt động buôn bán giữa 2 nước qua đường bộ và đường biển càng trở nên nhộn nhịp. Thời kỳ Thực dân Pháp xâm lược Việt Nam, quan hệ thương mại Việt - Trung bị Thực dân Pháp hạn chế một mặt nhằm ngăn chặn phong trào giải phóng dân tộc của ta, mặt khác tất cả những nguồn tài nguyên được khai thác đều bị vận chuyển về Pháp.

Tháng 01 năm 1950, hai nước Việt - Trung chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao, mở ra thời kỳ phát triển mới cho quan hệ thương mại song phương. Giao đoạn từ 1954 - 1960, tổng kim ngạch thương mại song phương đã tăng 34 lần, đạt 5,9 triệu USD. Kể từ năm 1982 đến 1988, Trung Quốc lần lượt khai thông 10 điểm thông thương biên mậu tại khu vực biên giới giữa 2 nước. Cuối năm 1988, Chính phủ Việt Nam bắt đầu cho phép cư dân biên giới qua lại, trao đổi hàng hóa, hoạt động thương mại biên giới cũng theo đó phát triển nhanh chóng. Từ năm 1991-2004, thương mại song phương đã tăng từ 272 triệu USD lên 7,1 tỷ USD năm 2004.

Trong giai đoạn 5 năm từ năm 2011 đến 2015, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Trung Quốc không ngừng tăng trưởng với tốc độ bình quân khoảng 21%/năm. Trung Quốc tiếp tục giữ vị trí đối tác thương mại số 1 của Việt Nam kể từ năm 2004 đến nay, hết năm 2014, Việt Nam cũng đã trở thành đối tác thương mại lớn thứ 2 của Trung Quốc trong ASEAN (theo thống kê của phía Trung Quốc). Đồng thời, hết năm 2014, Trung Quốc đã vượt qua Nhật Bản trở thành thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam, sau Mỹ.

Năm 2014, theo thống kê của Hải quan Việt Nam, tổng kim ngạch thương mại Việt - Trung đã đạt 58,7 tỷ USD. Năm 2015, trao đổi thương mại Việt Nam - Trung Quốc dự kiến đạt 65,77 tỷ USD tăng 11,9% so với năm 2014, trong đó xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Trung Quốc dự kiến đạt 16,78 tỷ USD tăng 12,6% và nhập khẩu đạt 48,98 tỷ USD tăng 11,7%.

Tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc năm 2015 dự kiến đạt khoảng 12,6% là mức tăng khả quan trong bối cảnh nền kinh tế Trung Quốc tiếp tục tăng trưởng chậm lại và xuất hiện bất ổn nghiêm trọng về kinh tế vĩ mô (thị trường chứng khoán lao dốc, kim ngạch ngoại thương và dự trữ ngoại hối sụt giảm, các nhà đầu tư có xu hướng rút khỏi thị trường Trung Quốc...).

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Trung Quốc có thể chia thành 03 nhóm hàng chính, cụ thể gồm: nhóm hàng nông, lâm, thủy sản (chiếm khoảng 31% kim ngạch xuất khẩu trong giai đoạn 2011-2015); nhóm hàng nguyên nhiên liệu và khoáng sản (chiếm 15%); nhóm hàng công nghiệp chế biến (chiếm 45% kim ngạch xuất khẩu), trong đó năm 2015 xuất khẩu nhóm hàng nguyên, nhiên liệu như dầu thô, than đá giảm mạnh theo chủ trương giảm dần xuất khẩu khoáng sản thô của Chính phủ.

Về nhập khẩu, Trung Quốc tiếp tục là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam. Tốc độ tăng trưởng bình quân nhập khẩu từ Trung Quốc trong giai đoạn 2011 - 2015 ở mức gần 19,7%/năm. Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Trung Quốc là máy móc thiết bị, phụ tùng; hàng vải, sợi, bông và nguyên phụ liệu dệt may, da giày; sắt thép, sản phẩm sắt thép và kim loại; máy tính điện tử và linh kiện; nguyên nhiên liệu; phân bón hóa chất; công nghiệp chế biến...

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa Việt - Trung giai đoạn 2011 - 2015

(ĐVT: USD)

Nội dung	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Ước 2015
Xuất nhập khẩu	35.718.752.788	41.172.590.589	50.213.705.094	58.773.566.445	65.769.139.170
Xuất khẩu	11.125.034.081	12.387.816.626	13.259.368.352	14.905.643.525	16.784.575.256
Nhập khẩu	24.593.718.707	28.784.773.963	36.954.336.742	43.867.922.920	48.984.563.914

1.2. Tình hình xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc những năm gần đây

Nhóm hàng nông sản là nhóm hàng xuất khẩu truyền thống, quan trọng trong tổng thể quan hệ thương mại Việt - Trung. Giai đoạn 2011 - 2015, xuất khẩu của nhóm hàng này chiếm tỷ trọng bình quân gần 31% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc, từ mức 3,7 tỷ USD năm 2011, dự kiến tăng lên gần 4,5 tỷ USD vào năm 2015. Tỷ trọng nhóm hàng này trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc cơ bản duy trì như giai đoạn trước (từ 2006 - 2010). Năm 2015, kim ngạch xuất khẩu nhóm mặt hàng này ước đạt gần 4,5 tỷ USD, tăng 25% so với năm 2014 và chiếm tỷ trọng 26,8% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc.

Các mặt hàng chủ yếu trong nhóm hàng này là cao su, sản lát và các sản phẩm từ sắn, gạo và rau quả... Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nêu trên sang Trung Quốc cũng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam ra thế giới hay nói cách khác Trung Quốc hiện là thị trường tiêu thụ chính của một số mặt hàng nông sản Việt Nam. Cụ thể:

+ Cao su: xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm tỷ trọng bình quân 51% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam ra thế giới trong cả giai đoạn 2011 - 2015. Riêng cả năm 2015, xuất khẩu mặt hàng này sang Trung Quốc ước đạt 522 nghìn tấn với kim ngạch đạt 724,9 triệu USD, chiếm tỷ trọng 49,3% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam trong năm. Trung Quốc hiện là thị trường tiêu thụ cao su thiên nhiên lớn nhất thế giới, sau đó mới đến Ấn Độ và Nhật Bản. Nước này tiêu thụ khoảng 4,8 triệu tấn trong năm 2014, tăng 13,1% so với cùng kỳ năm 2013, chiếm 39,1% tổng tiêu thụ trên thế giới và dự báo sẽ tiếp tục tăng lên 6,8 triệu tấn năm 2018. Trong đó một lượng lớn cao su thiên nhiên của Trung Quốc được nhập từ Thái Lan, Indonesia và Malaysia... với khối lượng nhập khẩu đạt 2,61 triệu tấn trong năm 2014, chiếm 54,8% tổng tiêu thụ trong năm 2014.

+ Sản lát, tinh bột sắn và các sản phẩm từ sắn: xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm tỷ trọng bình quân 88% tổng kim ngạch xuất khẩu sản lát và các sản phẩm từ sắn của Việt Nam ra thế giới trong cả giai đoạn 2011 - 2015. Riêng cả năm 2015, xuất khẩu mặt hàng này sang Trung Quốc ước đạt 3,7 triệu tấn với kim ngạch đạt 1,32 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 89,1% tổng kim ngạch xuất khẩu sản lát và sản phẩm từ sắn của Việt Nam trong năm. Vừa qua, Bộ Tài chính cũng sửa đổi mức thuế xuất khẩu đối với mặt hàng sắn cho đến khi có văn bản mới. Mức thuế xuất khẩu mặt hàng sản lát từ 5% về mức 0%, áp dụng từ ngày 05 tháng 9 năm 2015.

Đây chính là cơ hội nâng cao tính cạnh tranh của mặt hàng sản Việt Nam với sản phẩm của Thái Lan tại thị trường Trung Quốc.

+ Gạo: xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm tỷ trọng bình quân 24,9% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam trong cả giai đoạn 2011 - 2015. Riêng năm 2015, xuất khẩu mặt hàng này sang Trung Quốc ước đạt hơn 2,3 triệu tấn với kim ngạch đạt 945 triệu USD, chiếm tỷ trọng 34,5% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam trong năm. Trung Quốc hiện là nước nhập khẩu gạo lớn nhất thế giới và cũng là thị trường nhập khẩu gạo nhiều nhất của Việt Nam với kim ngạch nhập khẩu khoảng 4 triệu tấn năm 2015 và dự kiến 4,17 triệu tấn năm 2016¹.

+ Rau quả: xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm tỷ trọng bình quân 34,4% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam trong cả giai đoạn 2011 - 2015. Riêng năm 2015, xuất khẩu mặt hàng này sang Trung Quốc tăng đột biến ước đạt gần 1,2 tỷ USD tăng 172,5%, chiếm tỷ trọng 64,9% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong năm.

+ Hạt điều: xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm tỷ trọng bình quân 17,5% tổng kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam trong cả giai đoạn 2011 - 2015. Năm 2015, xuất khẩu hạt điều sang Trung Quốc ước đạt 320,9 triệu USD, tăng 2,4% so với năm 2014, chiếm tỷ trọng 13,3% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam ra thế giới.

Mặc dù còn gặp phải một số rào cản về chính sách quản lý và quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của Trung Quốc nhưng nông sản vẫn là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang thị trường với hơn 1,3 tỷ dân này.

2. Thương mại biên giới Việt - Trung

2.1. Tình hình thương mại biên giới Việt - Trung

Năm 1955, hai nước đã ký kết Nghị định thư về thương mại tiểu ngạch biên giới, đến năm 1957, tiếp tục ký kết Nghị định thư về trao đổi hàng hóa biên giới. Từ năm 1982 đến 1988, Trung Quốc lần lượt khai thông 10 điểm thông thương biên mậu tại khu vực biên giới hai nước. Cuối năm 1988, Chính phủ Việt Nam bắt đầu cho cư dân biên giới qua lại, trao đổi hàng hóa, hoạt động thương mại biên giới theo đó cũng phát triển nhanh chóng. Đến năm 1998, Hiệp định về mua bán hàng hóa ở vùng biên giới Việt - Trung đã được ký kết, tạo cơ sở pháp lý quan trọng tiếp tục thúc đẩy hoạt động thương mại biên giới hai nước.

Với đặc thù hơn 1.400 km đường biên giới trải dài từ các tỉnh Điện Biên, Lai Châu, Lào Cai, Hà Giang, Cao Bằng, Lạng Sơn, Quảng Ninh, hoạt động thương mại biên giới nhiều năm qua luôn đóng một vai trò quan trọng trong bức tranh toàn thể về thương mại song phương giữa Việt Nam và Trung Quốc. Những năm gần đây, hoạt động thương mại biên giới (TMBG) Việt Nam - Trung Quốc đã góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội các tỉnh miền núi, vùng cao biên giới phía bắc và luôn duy trì đà phát triển, góp phần đưa Trung Quốc trở thành đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam với mức tăng trưởng đạt 23%/năm trong giai đoạn 2006 - 2015, bằng 31% trong tổng kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam - Trung Quốc cùng giai đoạn.

¹ Số liệu thống kê của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ

Theo báo cáo của các tỉnh biên giới, giá trị xuất nhập khẩu, mua bán, trao đổi hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới Việt - Trung tăng trưởng nhanh chóng trong giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2014, từ gần 8 tỷ USD năm 2010 đã lên đến 17,22 tỷ USD năm 2014. Trong đó, xuất khẩu đạt 3,03 tỷ USD, giảm 0,2%; nhập khẩu đạt 2,27 tỷ USD, tăng 11,96%; tạm nhập 706,49 triệu USD, giảm 33,84%; tái xuất 2,8 tỷ USD, giảm 12%; chuyển khẩu đạt 6,31 tỷ USD, tăng 4,58%; kho ngoại quan đạt 2,01 tỷ USD, tăng 136,21%; trao đổi hàng hóa cư dân biên giới đạt 78,74 triệu USD, tăng 10,18%, chiếm tỷ trọng khoảng 29% tổng kim ngạch thương mại song phương.

10 tháng năm 2015, tổng giá trị xuất nhập khẩu, trao đổi hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới Việt - Trung đạt 19,7 tỷ USD, tăng 39% so với cùng kỳ năm 2014. Trong đó giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa đạt 4,8 tỷ USD tăng 10,8%; trao đổi hàng hóa cư dân biên giới đạt 193,5 triệu USD tăng 194,5%; các phương thức tạm nhập, tái xuất, chuyển khẩu, kho ngoại quan đạt 14,7 tỷ.

Ước tính năm 2015, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu, trao đổi hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới Việt - Trung đạt 24 tỷ USD, tăng khoảng 40% so với năm 2014, trong đó chủ yếu là các hình thức trao đổi hàng hóa khác như tạm nhập tái xuất, chuyển khẩu, kho ngoại quan. Kim ngạch nhập khẩu vẫn duy trì mức tăng cao trong khi xuất khẩu có sự sụt giảm đáng kể. SD, tăng 50,8% so với cùng kỳ năm 2014.

Cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu, mua bán, trao đổi trong thương mại biên giới Việt - Trung gồm: hàng hóa xuất khẩu chủ yếu là cao su, các sản phẩm từ cao su, hàng nông sản, sản lát, tinh bột sắn, hoa quả tươi các loại, thóc gạo, thủy sản, gỗ ván bóc và quặng các loại...; nhập khẩu chủ yếu là máy móc thiết bị, phân bón, than cốc, nguyên liệu thuốc lá, hoa quả tươi và thuốc nổ.

2.2. Một số vấn đề thách thức trong xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc theo hình thức thương mại biên giới

a. Giá trị hàng nông sản xuất khẩu thấp

Mặc dù trong những năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông sản chủ yếu vào thị trường Trung Quốc đều có mức tăng trưởng cao và ổn định nhưng đã bộc lộ một số tồn tại sau: hầu hết sản phẩm xuất khẩu là sản phẩm thô hoặc sản phẩm sơ chế giá bán thấp, sức cạnh tranh thấp do công nghệ bảo quản và chế biến sau thu hoạch còn rất lạc hậu, mẫu mã chưa phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng và không có thương hiệu. Sản xuất và xuất khẩu nông sản còn phân tán, thiếu tập trung... Hầu hết hàng nông sản Việt Nam hiện nay chưa có thương hiệu, một phần nguyên nhân là do quy mô sản xuất nhỏ nên nhiều doanh nghiệp không đủ kinh phí để xây dựng thương hiệu, một phần là do nhận thức không đầy đủ về vai trò và giá trị của thương hiệu trong thương mại quốc tế.

b. Cơ sở pháp lý chưa hoàn thiện

Hoạt động thương mại biên giới (trong đó có hoạt động thương mại biên giới Việt Nam - Trung Quốc) là một cơ chế thương mại đặc biệt, đặc thù được quy định trong các điều khoản của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) với đối tượng là hàng hóa chủ yếu thực hiện qua các cửa khẩu phụ, lối mở biên giới. Nhưng sự khác biệt về chính sách và biện pháp quản lý giữa Việt Nam và Trung Quốc nhiều lúc gây khó khăn cho hoạt động mua bán, trao đổi hàng hóa của doanh nghiệp và công tác quản lý của các lực lượng chức năng tại cửa khẩu.

c. Cơ sở hạ tầng bất cập

Hiện tại, giữa Việt Nam và Trung Quốc có 6 cặp cửa khẩu quốc tế, 3 cặp cửa khẩu chính, 32 cặp cửa khẩu phụ, 21 lối mở và 2 điểm thông quan. Ngoài 7 cửa khẩu thực hiện Hiệp định vận tải đường bộ giữa Việt Nam và Trung Quốc, hầu hết các cửa khẩu khác đều có cơ sở hạ tầng yếu kém, đường đi đến cửa khẩu còn nhỏ hẹp và xuống cấp nghiêm trọng. Chính vì vậy việc vận chuyển hàng hóa nói chung, và nông sản nói riêng sang Trung Quốc gặp nhiều khó khăn, kho bãi các cửa khẩu phụ (nơi xuất khẩu chủ yếu hàng nông sản) khu vực biên giới của hai nước không đáp ứng lượng phương tiện, hàng hóa quá lớn khi dồn vào cùng một thời điểm.

Bên cạnh đó, hệ thống kho bãi tại cửa khẩu chưa đáp ứng được nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hóa, đặc biệt là hệ thống kho lạnh chưa được đầu tư. Thiết bị nâng, hạ, xếp dỡ, sang tải hàng hóa còn thiếu, đặc biệt là xếp dỡ hàng rời chủ yếu bằng thủ công là chính, làm giảm năng lực, cơ hội thông quan và ảnh hưởng lớn tới hoạt động mua bán, trao đổi hàng hóa. Hạ tầng thương mại tại các cửa khẩu phụ, lối mở chậm được cải thiện.

d. Thông tin

Một số mặt hàng nông sản, trái cây tươi của Việt Nam có tính mùa vụ khi mua bán, trao đổi với Trung Quốc chủ yếu theo hình thức “đi chợ”, tức thương nhân bán không có hợp đồng mua bán sẵn với đối tác Trung Quốc, ô ạt chở hàng lên biên giới khi vào vụ, khiến khả năng thông quan nhất thời không đáp ứng, giá cả bấp bênh, gây ùn tắc tại khu vực cửa khẩu, làm thiệt hại kinh tế, dư luận bức xúc, gây áp lực cho các cơ quan quản lý. Doanh nghiệp chưa có chiến lược để khai thác thị trường Trung Quốc một cách hiệu quả, chưa quan tâm đúng mức đến hoạt động nghiên cứu thị trường này, thiếu nhanh nhạy và năng động để nắm bắt kịp thời những cơ hội khi phía bạn có những điều chỉnh về chính sách xuất nhập khẩu.

Thông tin về thương mại biên giới phục vụ công tác quản lý và điều hành còn thiếu, hạn chế, và nhiều khi không rõ ràng. Các sự việc bất thường liên quan đến thương mại biên giới xảy ra tại khu vực cửa khẩu, lối mở biên giới cập nhật chưa kịp thời. Việc thu thập, xử lý, cung cấp thông tin để khuyến cáo cho các doanh nghiệp Việt Nam về sự thay đổi điều hành, quản lý biên mậu của phía Trung Quốc còn thiếu và chưa nhanh nhạy.

đ. Vấn đề kiểm dịch

Nhiều mặt hàng nông thủy sản xuất khẩu của Việt Nam gặp vướng mắc đối với các quy định về kiểm nghiệm, kiểm dịch và vệ sinh an toàn thực phẩm do phía Trung Quốc đưa ra như tiêu chuẩn chất lượng, nhiễm khuẩn đối với hoa quả, chè...; vấn đề xông hơi khử trùng đối với gạo; dịch bệnh đối với tôm sú...

e. Vấn đề về hạn ngạch nhập khẩu gạo của các địa phương biên giới của Trung Quốc

Trung Quốc hiện áp dụng biện pháp quản lý nhập khẩu gạo bằng hạn ngạch, năm 2015, tổng lượng hạn ngạch nhập khẩu gạo do Chính phủ Trung Quốc cấp là 5,32 triệu tấn (gạo hạt dài 2,66 triệu tấn; gạo hạt tròn 2,66 triệu tấn), tỷ lệ hạn ngạch cấp cho doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp nhà nước là 50:50. Tuy nhiên, theo phản ánh của các địa phương Trung Quốc có chung đường biên giới với Việt Nam (Quảng Tây và Vân Nam), lượng hạn ngạch do Chính phủ Trung Quốc cấp hàng năm thường không đáp ứng đủ nhu cầu tiêu thụ

của các địa phương này. Riêng đối với Quảng Tây, hàng năm nhu cầu tiêu thụ lương thực nói chung của địa phương này khoảng 20 triệu tấn, trong đó sản lượng sản xuất của Quảng Tây là 15 triệu tấn và cần nhập khẩu 5 triệu tấn, bao gồm cả mặt hàng gạo.

3. Kiến nghị một số giải pháp phát huy tiềm năng, thế mạnh của Cao Bằng trong xuất khẩu hàng nông sản qua biên giới đất liền Việt - Trung

3.1. Tiềm năng phát triển thương mại Cao Bằng - Quảng Tây (Bách Sắc)

Là tỉnh miền núi Đông Bắc của Tổ quốc, Cao Bằng có nhiều tiềm năng phát triển thương mại biên giới với Trung Quốc với 333 km đường biên giới giáp với Quảng Tây, Trung Quốc, với 01 cửa khẩu quốc tế (Tà Lùng), 02 cửa khẩu chính (Trà Lĩnh, Sóc Giang), và nhiều cửa khẩu phụ, cặp chợ, điểm thông quan, lối mở biên giới. Hiện nay, tỉnh Cao Bằng đã quy hoạch và đang xây dựng 3 Khu kinh tế cửa khẩu gồm Tà Lùng, Trà Lĩnh, Sóc Giang; trong đó quy hoạch thị trấn Tà Lùng với mục tiêu xây dựng hình thành một đô thị biên giới hiện đại, văn minh.

Cùng với sự phát triển tốt đẹp trong tổng thể quan hệ song phương hai nước, tỉnh Cao Bằng cũng xây dựng được mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với Khu tự trị dân tộc Choang, Quảng Tây, Trung Quốc. Ở cấp chính quyền địa phương, ngoài những hoạt động hợp tác trực tiếp giữa “Tỉnh” và “Khu”, hai bên thông qua cơ chế Hội nghị công tác liên hợp định kỳ giữa 04 tỉnh biên giới phía Bắc (Quảng Ninh, Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang) và Khu tự trị dân tộc Choang, Quảng Tây (Trung Quốc) đã thiết lập được mối quan hệ hợp tác giao lưu toàn diện trong nhiều lĩnh vực. Trong đó hợp tác trong lĩnh vực kinh tế, thương mại đang tiếp tục thu được nhiều thành quả đáng khích lệ thông qua nhiều hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư, du lịch do tỉnh Cao Bằng phối hợp với các địa phương của Quảng Tây phối hợp thực hiện, điển hình như Hội chợ thảo dược tại huyện Tịnh Tây (Bách Sắc), Hội chợ quốc tế Trung - Việt tại huyện Long Châu (Sùng Tả), Hội chợ thương mại quốc tế Cao Bằng; qua đó mở ra các cơ hội tìm kiếm đối tác hợp tác thương mại, đầu tư cho cộng đồng doanh nghiệp hai bên.

Về thương mại, kim ngạch xuất nhập khẩu, trao đổi hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới giữa Cao Bằng và Quảng Tây đã có sự tăng trưởng đáng kể trong những năm qua, từ 37,4 triệu USD năm 2006 lên đến 509,7 triệu USD năm 2013. Năm 2014, trong 630 triệu USD tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh Cao Bằng, giá trị xuất nhập khẩu, trao đổi hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới Cao Bằng - Quảng Tây đạt 267,5 triệu USD. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu đạt 49,7 triệu USD, nhập khẩu 74,9 triệu USD; trao đổi hàng cư dân biên giới đạt 0,3 triệu USD; tạm nhập 118,6 triệu USD; tái xuất 7,7 triệu USD; kho ngoại quan đạt 16,4 triệu USD. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là hàng nông lâm sản; mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là máy móc thiết bị, hoa quả tươi, phân bón, hàng công nghiệp tiêu dùng. Năm 2014, giá trị trao đổi hàng hóa của Cao Bằng với Quảng Tây có sự sụt giảm tương đối mạnh do tác động của nhiều yếu tố, nhưng đang cho thấy sự phục hồi trong năm 2015 với kim ngạch đạt 302,7 triệu USD trong 10 tháng đầu năm.

Ngoài những ưu đãi, cam kết đã được thực hiện thời gian qua trong khuôn khổ hợp tác song phương, đa phương mà hai nước là thành viên như Tổ chức thương mại thế giới (WTO), Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA), môi trường thương mại, đầu tư song phương thời gian tới sẽ tiếp tục có thêm nhiều điều kiện thuận lợi khi hai bên tiếp tục tham gia vào nhiều cơ chế hợp tác đa phương mới như bản nâng cấp ACFTA, Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) cũng như các FTA song phương, đa phương khác mà

Việt Nam vừa hoàn tất đàm phán trong năm 2015 như Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc, Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU. Cao Bằng khi kết nối cùng Lạng Sơn trên tuyến Hành lang kinh tế Nam Ninh - Hà Nội sẽ có ưu thế, cơ hội trở thành trung tâm trung chuyển hàng hóa, dịch vụ đặc biệt là mặt hàng nông lâm thủy sản giữa Việt Nam và Trung Quốc. Cùng với đó, hoạt động trao đổi thương mại biên giới Cao Bằng - Quảng Tây cũng như thông qua Quảng Tây vươn đến các tỉnh phía Tây và Tây Nam của Trung Quốc chắc chắn sẽ ngày càng thuận lợi, là cơ hội để thúc đẩy quan hệ hợp tác thương mại giữa hai địa phương tiếp tục phát triển phù hợp với xu thế hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực.

Bách Sắc là thành phố trực thuộc Khu tự trị dân tộc Choang Quảng Tây, Trung Quốc và cũng là địa phương tiếp giáp với tỉnh Cao Bằng của Việt Nam. Bách Sắc có dân số 3,78 triệu người và được coi là cửa ngõ giao thương quan trọng không chỉ của Quảng Tây, mà còn là cửa ngõ giao thương của cả khu vực Tây Nam, Trung Quốc. Về mạng lưới giao thông, hiện Bách Sắc đã cơ bản hình thành bố cục tổng thể gồm cả đường bộ, đường sắt, hàng không, đường thủy và hệ thống cửa khẩu, giữ vị thế quan trọng trong việc thúc đẩy hợp tác thương mại giữa Trung Quốc với ASEAN thông qua Việt Nam.

Về nông nghiệp, Bách Sắc là địa phương cung cấp nhiều loại rau quả, hàng nông sản cho các tỉnh phía Bắc Trung Quốc thông qua tuyến đường sắt cao tốc chuyên vận chuyển rau quả, nông sản từ Bách Sắc đi Bắc Kinh, đây sẽ là cơ hội tăng cường mở rộng thị trường tiêu thụ rau quả đặc sắc của Quảng Tây với Việt Nam. Bên cạnh đó, Trung tâm khoa học công nghệ quốc gia nông nghiệp Bách Sắc đã cho ra đời nhiều loại giống cây, các phương pháp sản xuất mới... với quan hệ hợp tác chặt chẽ giữa Cao Bằng với Bách Sắc, sẽ có nhiều tiềm năng cho hai bên tăng cường hợp tác trong lĩnh vực này, góp phần nâng cao giá trị cho rau quả, hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc.

Ngoài ra, các Khu kinh tế cửa khẩu của Bách Sắc cũng đang được đầu tư và phát triển mạnh mẽ. Hiện cửa khẩu Long Bang đã khởi công Dự án Trung tâm lưu thông hàng hóa thương mại quốc tế Vạn Sinh Long Quảng Tây với quy mô xây dựng 600.000m², tổng vốn đầu tư 20 tỷ Nhân dân tệ. Dự kiến khi hoàn thành, mỗi năm lượng hàng hóa xuất nhập khẩu qua khu vực này khoảng 10 triệu tấn. Khu vực cửa khẩu Bình Mãng (Nà Po) - Sóc Giang (Hà Quảng) được đầu tư xây dựng thành khu liên hợp kinh tế từ năm 2008, gồm 4 khu: Khu dành cho người dân hai bên biên giới qua lại, thông thương; khu kiểm nghiệm, tập kết hàng hóa; khu dịch vụ... tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động giao lưu thương mại, thúc đẩy kinh tế - xã hội khu vực biên giới phát triển. Thông qua các điều kiện hạ tầng thuận lợi này, hàng nông sản của Cao Bằng hoàn toàn có thể hướng tới thị trường Trung Quốc thông qua Bách Sắc.

3.2. Một số giải pháp phát huy tiềm năng, thế mạnh của Cao Bằng trong xuất khẩu hàng nông sản qua biên giới đất liền Việt - Trung

a. Nâng cấp cơ sở hạ tầng giao thông, thương mại tạo thuận lợi cho lưu thông hàng hóa

- Tiếp tục phối hợp, thúc đẩy việc đầu tư phát triển hạ tầng thương mại khu vực cửa khẩu biên giới trên địa bàn tỉnh, tạo thuận lợi cho trao đổi hàng hóa và dịch vụ; nghiên cứu, rà soát, xây dựng quy hoạch các cặp chợ biên giới trên tuyến biên giới đất liền giữa Cao Bằng với Quảng Tây, để tạo cơ hội thu hút đầu tư phát triển hạ tầng hệ thống các cặp chợ này và tạo thuận lợi cho trao đổi hàng hóa qua biên giới.

- Tập trung nguồn lực đẩy nhanh thành lập Khu trung chuyển hàng nông, lâm, thủy sản tại cửa khẩu Trà Lĩnh kết hợp với tập trung nguồn lực đầu tư nâng cấp tuyến đường Trà Lĩnh - Đồng Đăng, đưa Cao Bằng kết nối với Hành lang kinh tế Nam Ninh - Hà Nội - Hải Phòng thông qua tuyến cao tốc Hà Nội - Lạng Sơn, phát huy ưu thế của địa phương và giảm thiểu áp lực thông quan hàng hóa tại các cửa khẩu trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn.

b. Hoàn thiện cơ sở pháp lý tạo thuận lợi cho hoạt động thương mại biên giới

- Hỗ trợ thủ tục thông quan tại cửa khẩu cho các doanh nghiệp được thuận tiện, nhanh chóng. Đồng thời tiếp tục trao đổi, vận động phía Bách Sắc (Quảng Tây) phối hợp kéo dài thời gian thông quan cho một số mặt hàng hoa quả xuất khẩu khi vào vụ thu hoạch, giảm thiểu hiện tượng ùn ứ, ách tắc tại khu vực cửa khẩu biên giới và tiếp tục nghiên cứu, tạo điều kiện thuận lợi cho hàng nông sản xuất khẩu qua các đường mòn, lối mở biên giới.

- Phối hợp với các cơ quan quản lý thương mại biên giới Bách Sắc (Quảng Tây) tích cực tham gia các cơ chế hợp tác thương mại biên giới song phương (Nhóm công tác thương mại biên giới Việt - Trung), đề xuất các kiến nghị chính sách phù hợp với đặc thù quan hệ giữa hai bên vào nội dung Hiệp định thay thế Hiệp định về mua bán hàng hóa ở vùng biên giới năm 1998 trên cơ sở tạo thuận lợi hơn nữa cho hàng nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc qua địa bàn biên giới tỉnh Cao Bằng.

- Xem xét thành lập Hiệp hội thương nhân hoạt động xuất khẩu nông, lâm, thủy sản theo hình thức thương mại biên giới với Trung Quốc trên địa bàn tỉnh, qua đó tạo sự gắn kết chặt chẽ nội bộ doanh nghiệp, tăng cường công tác điều phối, phân luồng hàng hóa, tuyên truyền, phổ biến thông tin... phòng tránh tình trạng ách tắc hàng nông sản xuất khẩu tại các cửa khẩu biên giới khi vào vụ thu hoạch như tình trạng ách tắc đưa hâu tại Lạng Sơn.

- Kết hợp chính sách quản lý của phía Trung Quốc và chủ trương của Chính phủ, điều phối hợp lý hàng tạm nhập, tái xuất sang Trung Quốc nhằm tránh gây ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu hàng nông sản qua các địa bàn tỉnh.

- Tích cực tăng cường hợp tác, giao thương với Bách Sắc, qua đó đưa hàng xuất khẩu Việt Nam thâm nhập sâu vào Khu vực thị trường Tây Nam Trung Quốc, đồng thời kết hợp tận dụng hiệu quả tuyến đường cao tốc Hải Phòng - Hà Nội - Lạng Sơn nhằm xây dựng chuỗi liên kết logistics tạo thuận lợi cho hàng nông sản xuất khẩu không chỉ của các tỉnh biên giới mà còn đối với các địa phương trên cả nước.

- Hợp tác với phía Bách Sắc (Quảng Tây) đề xuất với Chính phủ hai nước xem xét thí điểm mô hình “Thông quan một điểm dừng” tại địa bàn, trước mắt tại cặp cửa khẩu quốc tế Tà Lùng - Thủy Khẩu.

- Xây dựng kế hoạch, làm việc cụ thể với phía Bách Sắc nhằm tận dụng tuyến đường sắt cao tốc chuyên vận chuyển rau quả, nông sản từ Bách Sắc đi Bắc Kinh, góp phần đưa các mặt hàng rau quả Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào khu vực thị trường phía Bắc Trung Quốc.

- Nghiên cứu, xây dựng các chính sách phát triển kinh tế địa phương trên cơ sở phù hợp, nâng cao tính liên kết, tận dụng tốt các ưu đãi Chính phủ Trung Quốc dành cho Bách Sắc với vai trò là quê hương cách mạng tại Quy hoạch về chấn hưng Khu căn cứ cách mạng “tả hữu giang” ban hành tháng 02 năm 2015. Quy hoạch lấy Bách Sắc là hạt nhân đại diện cho các Khu căn cứ cách mạng cũ của Trung Quốc, trong đó chia làm 10 Chương với các chính

sách ưu đãi phát triển trong các lĩnh vực cụ thể như cơ sở phát triển, yêu cầu tổng thể, bố cục không gian, xây dựng cơ sở hạ tầng, ngành kinh tế có ưu thế đặc sắc, hợp tác mở cửa (trong đó có nội dung liên quan đến xây dựng Khu hợp tác kinh tế Bách Sắc (Quảng Tây) - Văn Sơn (Văn Nam), tăng cường hợp tác với các địa phương biên giới nước láng giềng, làm sâu sắc quan hệ hợp tác quốc tế...), kế hoạch thực hiện và các biện pháp an sinh xã hội.

c. Nâng cao chất lượng nông sản xuất khẩu

- Trong ngành rau quả, công nghệ xử lý và bảo quản lạnh để kéo dài thời gian tươi lâu của sản phẩm hầu như chưa được thực hiện ở Việt Nam. Công nghệ chế biến và bảo quản sau thu hoạch hiện nay rất thiếu và lạc hậu. Do thiếu kho lạnh và phương tiện vận chuyển đạt yêu cầu nên tổn thất sau thu hoạch quá lớn, đến 25-30%, là một tác nhân đẩy giá thành rau quả Việt Nam lên cao nhất khu vực Đông Nam Á, làm giảm khả năng cạnh tranh tại thị trường trong và ngoài nước. Do vậy, Cao Bằng cần xây dựng các vùng chuyên canh quy mô lớn gắn liền với công nghệ chế biến và bảo quản sau thu hoạch hiện đại để tăng khả năng cạnh tranh cho sản phẩm nông nghiệp của Cao Bằng. Đồng thời, cần đầu tư hơn nữa vào quy trình đóng gói, gắn nhãn mác cho sản phẩm để đảm bảo sản phẩm được biết đến rộng rãi, được bảo quản tốt qua đó nâng cao giá trị xuất khẩu cho một số mặt hàng nông sản.

- Tăng cường xây dựng kế hoạch hợp tác, triển khai chuỗi liên kết từ sản xuất, vận chuyển, tiêu thụ với các địa phương sản xuất hoa quả như vải thiều của Bắc Giang, Hải Dương, dưa hấu của các tỉnh miền trung, thanh long, chôm chôm khu vực phía Nam... nhằm nâng cao chất lượng, tạo cơ chế ổn định cho các mặt hàng hoa quả này xuất khẩu sang Trung Quốc.

d. Xây dựng thương hiệu cho sản phẩm nông sản xuất khẩu

Không có thương hiệu là tình trạng phổ biến của nông sản xuất khẩu và là một nguyên nhân làm giảm khả năng cạnh tranh của nông sản Việt Nam ra thế giới nói chung và thị trường Trung Quốc nói riêng. Do vậy, Cao Bằng cần chiến lược xây dựng thương hiệu cho sản phẩm nông nghiệp địa phương hoặc tận dụng ưu thế về địa lý thông tin, hiểu biết thị trường để kết hợp với một số địa phương chuyên sản xuất hàng nông sản có ưu thế xuất khẩu sang Trung Quốc xây dựng thương hiệu cho sản phẩm. Có thể tham khảo kinh nghiệm chương trình Liên kết GAP Sông Tiền, gồm 51 thành viên đang tiến hành hoạch định chiến lược và xây dựng thương hiệu cho một số thành viên có sản phẩm tiềm năng, tập trung vào 5 loại cây chủ lực bao gồm: xoài, bưởi, dưa, thanh long, chuối. Ngoài ra, còn các mặt hàng nông sản có thế mạnh của Việt Nam như xoài, bưởi, thanh long, cà phê, vải... cần xây dựng thương hiệu để có chỗ đứng vững chắc và lâu dài tại thị trường Trung Quốc.

e. Tăng cường công tác thông tin và xúc tiến thương mại

- Tích cực hỗ trợ doanh nghiệp địa phương tham dự các hoạt động xúc tiến thương mại ở khu vực biên giới Việt Nam - Trung Quốc, tham khảo mô hình tổ chức các hội chợ thương mại quốc tế định kỳ, luân phiên đã có tại các cửa khẩu của Việt Nam và Trung Quốc như Lào Cai - Hà Khẩu, Thanh Thủy - Thiên Bảo, Móng Cái - Đông Hưng, Đồng Đăng - Bằng Tường và nghiên cứu xây dựng các chương trình hội chợ mới tại các điểm Tà Lùng - Thủy Khẩu... Đồng thời, tích cực phối hợp với Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại Nam Ninh, Quảng Tây tăng cường công tác quảng bá thông tin, chính sách quản lý hoạt động biên mậu của Quảng Tây, Trung Quốc cho các doanh nghiệp tham gia vào hoạt động xuất khẩu hàng nông sản qua địa bàn tỉnh.

- Ngoài ra, có thể phối hợp với Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại Nam Ninh, Quảng Tây và kết hợp với doanh nghiệp Trung Quốc lựa chọn, quảng bá mặt hàng nông sản cụ thể của Việt Nam thông qua các hệ thống thương mại điện tử lớn của Trung Quốc (hiện đã dần trở thành phương thức mua sắm hàng hóa phổ biến của người tiêu dùng Trung Quốc).

Ngày 10/10/2015, Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại Côn Minh, Vân Nam đã phối hợp với Công ty hữu hạn quản lý sản phẩm nông nghiệp Hengguan Taida Vân Nam và Tập đoàn Alibaba (trang thương mại điện tử lớn nhất của Trung Quốc www.taobao.com), công ty Tianmiao - Alibaba (www.tmall.com) tổ chức buổi lễ giới thiệu và quảng bá sản phẩm Bưởi da xanh của Bến Tre, Việt Nam với sự tham dự đưa tin, viết bài của khoảng 50 nhà báo đại diện các trang thông tin truyền thông về mua bán của Trung Quốc. Chỉ tính từ 0h00 đến 10h00 sáng ngày 10/10/2015, các đơn hàng (mua lẻ) trên trang mạng đã đạt 15.000 đơn hàng. Giá thành bán ra cho 02 quả bưởi (khoảng 1,4kg) là 178 Nhân dân tệ (tương đương khoảng 625 nghìn VNĐ). Công ty Hengguan Taida Vân Nam cũng đã tiến hành thực hiện việc dán nhãn, đánh mã số truy xuất nguồn gốc và chống hàng giả cho sản phẩm. Có thể thấy các mặt hàng hoa quả nói chung của Việt Nam và cụ thể như mặt hàng Bưởi da xanh nói trên ngày càng nhận được sự yêu thích của người tiêu dùng Trung Quốc, năng lực cạnh tranh sản phẩm tại thị trường được cải thiện và nâng cao. Các địa phương Trung Quốc cũng có nhu cầu nhập khẩu tương đối lớn các loại mặt hàng này. Đây chính là cơ hội cho hàng nông sản Việt Nam tìm được chỗ đứng trên thị trường.

- Tăng cường phối hợp, trao đổi thông tin với phía Bách Sắc về thương mại biên giới như tình hình thị trường, doanh nghiệp, cơ chế chính sách quản lý, cung cầu hàng hóa, định hướng phát triển thương mại biên giới, thông quan, chất lượng, kiểm dịch, thanh toán, cửa khẩu...

KẾT LUẬN

Xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc, đặc biệt là qua các tỉnh biên giới, trong đó có Cao Bằng luôn là một bài toán khó đối với các đơn vị quản lý cũng như các cá nhân và pháp nhân tham gia. Tuy nhiên, với nhận thức đúng đắn và chiến lược hợp lý, chắc chắn sẽ có những đáp án đúng cho bài toán trên và sẽ góp phần tìm chỗ đứng cho mặt hàng xuất khẩu truyền thống quan trọng của Việt Nam, cải thiện thu nhập, đời sống cho người nông dân, cư dân biên giới và các doanh nghiệp tham gia vào hoạt động buôn bán thương mại biên giới. Qua đó, sẽ góp phần đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam sang thị trường nhiều tiềm năng này, gia tăng giá trị xuất khẩu Việt Nam sang thị trường, cải thiện cán cân thương mại giữa hai nước vốn đang bị nghiêng quá lớn về phía Trung Quốc./.

关于建立“中国-东盟农产品集散中心”的构想

Ý TƯỞNG THÀNH LẬP “TRUNG TÂM PHÂN PHỐI NÔNG SẢN KHU VỰC TRUNG QUỐC - ASEAN”

广西财经学院教授 程怀儒

GS. Trình Hoài Nho
Học viện Tài chính kinh tế Quảng Tây

摘要

农产品批发市场在农产品流通体系中，发挥着商品集散、价格形成、供求调节、信息搜集和综合服务等多项功能，它对保障城市供应、解决农产品“卖难”问题起着重要作用。广西首府南宁要根据自己的区位优势，打造在全国乃至世界有影响的农产品交易批发市场，即“中国—东盟农产品集散中心”。在南宁建立中国—东盟农产品集散中心有着得天独厚的有利条件及独特的区位优势。在其建设的过程中要进行准确地市场定位，而不是简单的位置移动和市场面积的扩大，更重要的是内涵变革和市场的升级换代。同时还要具有前瞻性，吸取欧美、东亚国家的先进经验，按照国际一流的标准来建设。把“中国—东盟农产品集散中心”真正建成“北果南运”“南果北销”辐射东南亚的“大菜篮”推动中国农业经济的发展，加强中国和东盟的经济联。

关键词：中国—东盟；农产品；集散中心

Tóm tắt

Thị trường bán buôn hàng nông sản phát huy rất nhiều công dụng như phân phối sản phẩm, hình thành giá cả, điều hòa cung cầu, thu thập thông tin và dịch vụ tổ hợp trong hệ thống lưu thông mặt hàng nông sản, có vai trò quan trọng trong việc đảm bảo thị trường cung ứng, giải quyết vấn đề “ế ẩm” của mặt hàng nông sản.

Thủ phủ Nam Ninh của Tỉnh Quảng Tây cần xây dựng một thị trường bán buôn các mặt hàng nông sản có tác động đến cả nước thậm chí là thế giới dựa trên thế mạnh về vị trí địa lý của mình, đó là “Trung tâm phân phối nông sản Trung Quốc - ASEAN”. Được thành lập tại Nam Ninh, Trung tâm phân phối nông sản Trung Quốc - ASEAN có được điều kiện thuận lợi và vị trí địa lý vô cùng lý tưởng. Trong quá trình xây dựng, cần phải xác định thị trường chính xác, không chỉ đơn giản là sự thay đổi về vị trí và sự mở rộng về diện tích, quan trọng hơn là sự thay đổi nâng cấp thị trường và thay đổi nội hàm. Đồng thời xây dựng dựa trên tiêu chuẩn tầm cỡ quốc tế phải có tầm nhìn, chất lượng kinh nghiệm tiên tiến của các quốc gia Âu Mỹ và Đông Á. Xây dựng Trung tâm phân phối nông sản Trung Quốc - ASEAN thực sự trở thành “vựa thực phẩm lớn” phục vụ khắp khu vực Đông Nam Á theo tiêu chí “Trồng ở miền bắc bán cho miền nam, nuôi ở miền nam bán cho miền bắc”, thúc đẩy phát triển kinh tế nông nghiệp Trung Quốc, tăng cường mối quan hệ kinh tế khu vực Trung Quốc - ASEAN.

Từ khóa: Trung Quốc - ASEAN, nông sản, trung tâm phân phối

农产品批发市场又称农产品中心集散市场，是“有形市场”的一种较高级的市场形式。[1]它在农产品流通体系中，发挥着商品集散、价格形成、供求调节、信息搜集和综合服务等多项功能。农产品批发市场是我国改革开放以后形成的商业业态，自1984年武汉建立了第一家农产品批发市场—武汉皇经堂农产品批发市场之后，全国各地的农产品批发市场如雨后春笋般地应运而生。据统计，到2010年底，全国有农产品批发市场4500家，覆盖了所有的大中小城市和农产品集中产区，农产品通过批发市场流通的比率超过70%，在部分大中城市，这一比例甚至超过了80%。调查显示，城市农贸市场91.7%的货源，生鲜超市62.4%的货源均来自批发市场。农产品批发市场作为农产品流通的中心枢纽，对保障城市供应、解决农产品“卖难”问题起着重要作用。

综合起来看，这些农产品批发市场可分为三种类型：一是产地批发市场。一般建在农产品集中生产的地区，如山东寿光蔬菜批发市场。它对缓解农产品“卖难”促进当地农业生产和农村经济的发展有着直接的带动作用。[2]二是中转地市场，即集散地市场。这种类型的市场一般是利用当地有利的地理位置和便捷的交通条件以及完善的服务成为某一种或某一类农产品的集散地。许多农产品中转市场就是从产地市场发展而来的。三是销地批发市场。如北京新发地农产品批发市场、南宁的五里亭蔬菜批发市场等，它一般位于各大中城市的近郊，具有直接为城市居民提供农产品、保障食物供应的重要功能，[3]所以各级地方政府都形象地比喻它为“菜篮子”。

南宁五里亭蔬菜批发市场是广西壮族自治区首府—南宁市的一家大型综合性农产品交易市场，年交易额在16亿元以上，在西南地区位居第一。然而，随着广西经济和南宁城市的发展，这个广西的“大菜篮”越来越不适应社会经济发展的需要，其弊病越来越明显。首先是它所处的地理位置是南宁西北片区的闹市区，明秀路、大学路和北大路的交汇点。进出批发市场的超长货车在并不宽敞的道路中进出艰难，同时也给大学路和明秀西路造成长时间的交通堵塞。其次是场地狭小，环境较差，交易方式落后。除一部分有固定摊位外，大部分货主的货物存放在车上，车下放置磅秤，当面议价，就地交易，边卖边卸货，使本来就拥挤不堪的市场显得更加杂乱。其三是市场定位不准，交易品种不全，管理方式比较落后。目前，交易的品种主要以蔬菜、水果、粮油为主，而畜禽肉、禽蛋、水产、茶叶、香辛料、花卉、农产品加工后的半成品等还分布在南宁的其他交易场所。为此，南宁市投资12.29亿元在南宁市昆仑大道三塘段北面建设广西首个大型农产品加工物流园区——南宁金桥农产品批发市场，构建国际型农副产品集散地，其中包括首期计划投资3000万元兴建的台湾农产品交易区，以满足台湾农副产品的贸易需要，推动两岸农产品的贸易合作。[4]

但笔者认为，南宁要根据自己的区位优势，打造在全国乃至世界有影响的农产品交易批发市场——“中国—东盟农产品集散中心”

首先，在南宁建立中国—东盟农产品集散中心有着得天独厚的有利条件。广西是中国唯一的沿海、沿江又沿边省区，它背靠祖国大陆，面向东南亚，又是大西南最近的出海通道。有着十分便利的交通条件和区位优势。随着中国—东盟自由贸易区的建成和“零关税”的实现，广西本土的农产品加上东盟各国丰富的热带优质农产品使得南宁具备了热带、亚热带水果聚集的资源优势。同时由于东南亚的农产品和广西农

产品成熟的季节不同，加上现代冷藏设备，这就大大延长了农产品的上市时间，解决了农产品生产的季节性和消费的常年性之间的矛盾。可以预见到，随着中国—东盟农产品集散中心建成，更多的热带、亚热带水果和其他农副产品将以此为基地销往我国广大的北方地区，丰富当地的市场和改善人们的生活。另一方面，我国北方的温带水果如苹果、梨、桃、杏以及小麦、玉米、豆类、肉类等农副产品以及加工过的半成品将通过它满足南方市场的需要和出口到东南亚。加强了中国同东盟各国的经贸往来和友好合作。同厦门的台湾农产品集散中心相比，南宁中国—东盟农产品集散中心具有双向流通的特点，无论从地域、规模、农产品的品种还是从可行性和战略意义上讲，中国—东盟农产品集散中心都更具优势。

其次，要进行准确地市场定位，而不是简单的位置移动和市场面积的扩大。2011年7月10日，南宁金桥农产品批发市场隆重开园，它便利的交通条件、宽阔的道路、场地以及合理的商铺设计和功能区划分，打破了五里亭蔬菜批发市场的局限性。

[5] 但笔者认为市场的搬迁不仅仅是位置的变动和场地硬件设施的改善，更重要的是内涵的变革和市场的升级换代，要建就建当今世界一流的农产品集散中心。从名称来看，“中国—东盟农产品集散中心”比“农产品批发市场”更响亮，更具现代意识，他充分利用了广西与东盟山水相连的地理优势。如果此名称被广东或云南用了，那对广西来说将追悔莫及。从内涵来看，农产品批发市场大多指的是销地市场，是满足当地百姓生活所需的“菜篮子”。而“中国—东盟农产品集散中心”除了具备销地市场的功能外，更重要的是集散功能，是中转市场。它担负着中国北方的农产品运往南方乃至东南亚，南方和东南亚的亚热带、热带农产品运往北方的重要任务。从某种意义上说，它是全中国人民的“菜篮子”东南亚国家的“菜篮子”。

其三，要有前瞻性，按照国际一流的标准来建设。首先要理顺投资体制，一般来说，以中、日、韩为代表的东亚国家的农产品批发市场都带有明显的公益性质，政府投资，政府管理，有较为健全的法律法规和农产品的分级管理以及质量检测体系。农产品批发市场作为当地的“菜篮子”“民生工程”倍受政府重视。但因缺乏盈利性、竞争性和高素质的管理人才，这种市场往往是虎头蛇尾，市场管理蜕变为简单的“收费”，公益性和非盈利性导致了市场设施陈旧年久失修，呈现出一片脏、乱、差的景象，偏离了政府的初衷。与此相反，以美国、加拿大为代表的北美国家由于农业规模化、产业化、商品化的程度高，农产品的销售以现代超市、连锁店等新型零售业态为主，产销一体化使得农产品特别是果蔬类产品经过批发渠道的仅占20%左右。所以，这些国家的政府不参与农产品批发市场的开设，市场多由企业和私人投资兴建，政府制定法律和派出人员参与管理。中国—东盟农产品集散中心应吸取东亚、北美、欧盟等先进模式，使其管理更加规范、高效。另一方面，从市场的设施建设来看，一是要考虑交通条件，方便农产品的卸货、运输、保管以及零售商、市民在购买。二是有利于批发商，如农产品的批发、保鲜冷藏、分选加工、生鲜农产品物流配送以及商户的吃、住、办公等。三是加强管理，如设施的维修更新、货款的结算和存储、无公害检验检测以及违规商户的处罚和交易矛盾的仲裁等。

参考文献

[1] 李秉龙、薛兴利. 农业经济学 [M]. 北京: 中国农业大学出版社, 2009 年版, 第 53 页

[2] 山东寿光蔬菜批发市场有限公司

http://www.sdncp.com/art/2009/12/24/art_2541_216914.html

[3] 北京市新发地农产品股份有限公司
http://baike.baidu.com/link?url=Vx_thNKaFCfCrgzK4yVp_Q_mk_0BunW5PBcv4q8yGem7u19VmPTbqkQeBtuW-sRFjd9e0q8kr24ibhWrD7nN5a

[4] [5] 南宁金桥农产品批发市场将成西南最大农产品基地. 新浪网
<http://www.sina.com.cn> 2009 年 07 月 07 日.

网址:<http://finance.sina.com.cn/roll/20090707/13542935875.shtml>

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỂ CAO BẰNG TRỞ THÀNH TRUNG TÂM TRUNG CHUYÊN HÀNG HOÁ VÀ LOGISTICS

高平省成为货物物流中转中心的机遇与挑战

PGS, TS. Phạm Thị Huệ
Trường Đại học Thương mại
商业大学博士. 副教授 范氏慧

Tóm tắt

Cao Bằng là tỉnh có đường biên giới với Trung Quốc dài hơn Lào Cai nhưng hiện nay hoạt động biên mậu với Trung Quốc thông qua cửa ngõ Lào cai khá nhộn nhịp, trong khi đó kim ngạch xuất nhập khẩu qua Cao Bằng năm 2014 chỉ khoảng 630 triệu đôla, rất khiêm tốn. Để phát triển Cao Bằng cần tận dụng lợi thế địa lý của mình, là cửa ngõ giao thương nối miền Tây Trung Quốc với khu vực ASEAN, là điểm đầu trong hành lang giao thông Bắc - Nam kết nối với vùng trọng điểm kinh tế Bắc Bộ. Vì vậy bài viết đề cập tới mô hình lý thuyết về vai trò của địa lý đối với phát triển, tiếp theo là phân tích thực trạng vai trò các yếu tố đó ở Cao Bằng rồi cuối cùng rút ra một số giải pháp chủ yếu để Cao Bằng sớm trở thành trung tâm trung chuyên hàng hoá và logistics.

Từ khóa: Cơ hội, thách thức, trung chuyên hàng hóa, logistics

摘要

高平省与中国的边界线比老街省的长，但到目前为止经老街口岸的边贸活动比高平繁忙得很。每年经高平省的出口额只是六亿三千万美元的小小数目。为了发展上去，高平需要利用其为中国西部与东盟地区连接点，同时是越南南北运输走廊与北部经济重点区的端头等地理优势。因此，本文提出地理环境对发展的作用的理论模型，接着将其在高平省的位置现状进行分析，最后提出一些解决方案，主要是为高平省提早成为货物物流中转中心。

关键词: 机遇, 挑战, 货物中转, 物流

1. Đặt vấn đề

Tỉnh Cao Bằng có hơn 300 km đường biên giới với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc), có 3 cửa khẩu chính là Tà Lùng, Trà Lĩnh, Sóc Giang và 3 cửa khẩu phụ: Hạ Lang, Lý Vạn, Pò Peo, ngoài ra còn có các cặp chợ biên giới, điểm thông quan, lối mở biên giới và hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại dọc tuyến biên giới. Với lợi thế về thương mại biên giới bởi các cửa khẩu quốc tế, cửa khẩu song phương, cửa khẩu phụ và cặp chợ đường biên, tháng 3 - 2014, Thủ tướng Chính phủ đã có quyết định phê duyệt thành lập khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng trên cơ sở sáp nhập ba khu kinh tế cửa khẩu Tà Lùng, Trà Lĩnh, Sóc Giang với tổng diện tích 30.130 ha, bao gồm 37 xã và thị trấn.

Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng còn có vị trí địa lý thuận lợi kết nối đến các trung tâm kinh tế lớn của Trung Quốc như Trùng Khánh, Tứ Xuyên, Quý Châu và Quảng Tây bởi

Quảng Tây giữ vị trí quan trọng trong chiến lược “rau miền Nam vận chuyển lên miền Bắc” và “vườn rau sau nhà” của khu vực Hồng Kông, Quảng Đông; cung cấp nguồn hàng phong phú cho khu vực Hoa Bắc, tam giác Trường Giang, tam giác Chu Giang. Thành phố Bách Sắc cung cấp đến 30% tổng lượng hàng nông sản toàn Trung Quốc (đến 200 thành phố) và nhu cầu nhập khẩu nông sản bổ sung cho sản xuất nội địa của thành phố này là rất lớn. Do vậy, trong khuôn khổ xây dựng khu vực thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc, khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng sẽ là một trong những đầu mối giao thông giao lưu, hợp tác giữa Việt Nam và Trung Quốc cũng như với các nước ASEAN và Trung Quốc.

Mặc dù có vị trí thuận lợi như vậy nhưng trên thực tế, kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh vẫn rất khiêm tốn, năm 2014 chỉ khoảng 630 triệu đôla, trong khi đó cửa khẩu Lào cai 10 tháng đầu năm 2015 kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh đạt 1.891,7 triệu USD. Điều đó cho thấy kinh tế cửa khẩu vẫn chưa trở thành động lực và mong muốn Cao Bằng trở thành trung tâm trung chuyển hàng hoá, kết nối phía Tây Trung Quốc với các nước ASEAN vẫn chỉ ở dạng tiềm năng.

2. Cơ sở lý thuyết, mô hình nghiên cứu

Khi nói tới vai trò của địa lý tới tăng trưởng kinh tế người ta thường hay đề cập tới: Thứ nhất là vị trí địa lý, đó là vị trí tự nhiên, địa hình, địa điểm, khí hậu. Nếu là nước có vị trí thuận lợi về giao thông, khí hậu ôn hòa không quá khắc nghiệt, thiên nhiên ưu đãi, sẽ là những điều kiện thuận lợi để sản xuất phát triển, năng suất cao hơn.

Thứ hai tài nguyên khoáng sản, sự giàu có về tài nguyên sẽ đem lại sự thuận lợi trong tăng trưởng kinh tế vì sự sẵn có các nguồn lực đầu vào.

Thứ ba là diện tích lãnh thổ và dân số, thông thường lãnh thổ có diện tích lớn thì khí hậu đa dạng, tài nguyên phong phú, dân số đông đảm bảo đủ lực lượng lao động và thị trường nội địa lớn.

Ngày nay trong bối cảnh toàn cầu hoá kinh tế, được biểu hiện qua sự mở rộng thương mại hàng hoá và dịch vụ, sự di chuyển vốn và lao động, hình thành mạng lưới sản xuất quốc tế. Sự hình thành mạng lưới sản xuất quốc tế và chuỗi giá trị toàn cầu làm cho tính phụ thuộc lẫn nhau của các nền kinh tế ngày càng gia tăng và cũng làm cho quan niệm về vai trò của vị trí địa lý đối với quá trình phát triển cũng khác đi. Theo lý thuyết địa kinh tế mới, ba khía cạnh địa lý tác động tới sự phát triển là mật độ, khoảng cách và sự chia cắt, đây là những nhân tố “động”, chứ không bất biến.

Thứ nhất, **mật độ** thường biểu hiện mức độ tập trung của hoạt động kinh tế ở trong một đơn vị diện tích đất (như km²). Ví dụ như mật độ các hoạt động kinh tế cao nhất ở thành phố lớn và thấp hơn ở những vùng nông thôn lân cận. Mật độ nói đến số đông các hoạt động kinh tế trên một đơn vị diện tích đất hoặc mức độ “dồn nén” các hoạt động kinh tế theo vùng địa lý. Mật độ cao đương nhiên đòi hỏi phải tập trung hóa lao động và vốn theo vùng địa lý, điều này gắn liền với mật độ việc làm và mật độ dân cư. Mật độ cao hơn sẽ gia tăng sự lựa chọn và cơ hội, nó đảm bảo cho tiềm năng thị trường lớn hơn cho việc trao đổi hàng hóa, dịch vụ, thông tin và những yếu tố sản xuất. Do vậy ở nơi có mật độ cao sẽ thuận lợi hơn cho phát triển kinh tế.

Thứ hai, **khoảng cách** biểu hiện các chi phí để đến được nơi có mật độ kinh tế cao. Khoảng cách ám chỉ sự dễ dàng hay khó khăn để hàng hóa, dịch vụ, lao động, vốn có thể di chuyển từ nơi này sang nơi khác. Nó đo lường xem những dòng vốn, dòng dịch chuyển lao động,

hàng hóa được vận chuyển và dịch vụ có thể được cung cấp giữa hai địa điểm dễ dàng đến đâu. Theo nghĩa này khoảng cách là khái niệm kinh tế học chứ không phải là khái niệm vật lý.

Đối với thương mại hàng hóa và dịch vụ, khoảng cách liên quan đến thời gian và chi phí vận chuyển. Địa điểm, chất lượng cơ sở hạ tầng giao thông cũng như sự sẵn có về dịch vụ sẽ ảnh hưởng nhiều đến khoảng cách kinh tế giữa hai điểm bất kỳ, cho dù khoảng cách về toán học là như nhau. Vì vậy khoảng cách là một phép nói ẩn dụ về khả năng tiếp cận thị trường. Do vậy nơi nào có chi phí vận chuyển hàng hoá thấp sẽ có cơ hội tiếp cận thị trường lớn, đó sẽ là động lực cho phát triển kinh tế.

Thứ ba, **sự chia cắt**: Sự chia cắt đề cập đến địa lý xã hội chính trị như ngôn ngữ, tôn giáo, sắc tộc, lịch sử, văn hóa, xã hội cũng như các rào cản thương mại ảnh hưởng đến sự lưu thông của hàng hoá, lao động, vốn và con người.

Có rất nhiều loại chia cắt, có thể là chia cắt hữu hình và vô hình trên phạm vi quốc gia hoặc địa phương. Đối với quốc gia, sự chia cắt hữu hình đó là đường biên giới giữa các quốc gia, còn sự chia cắt vô hình là những rào cản đối với thương mại và sự cơ động của các yếu tố sản xuất, ví dụ như quy định về thủ tục xuất nhập cảnh (xin visa) đến những quy định đối với sự lưu thông hàng hóa, lao động, vốn, con người. Dưới lăng kính kinh tế, sự chia cắt càng lớn nghĩa là các quy định áp đặt lên dòng lưu thông hàng hóa, dịch vụ, vốn, con người, các yếu tố sản xuất càng lớn. Do vậy để phát triển cần loại bỏ những yếu tố chia cắt hoặc rào cản đối với dòng lưu thông hàng hoá, dịch vụ và các yếu tố sản xuất.

Hiện nay không một nước nào tự mình có thể đạt tới sự thịnh vượng trong nền kinh tế toàn cầu hóa, vì vậy các nước hoặc các vùng (tỉnh, địa phương) cần có đối sách để phát triển và cần tận dụng vị trí địa lý của mình để phát huy vai trò trên trường quốc tế. Với những nước gần thị trường lớn của thế giới cần cố gắng tận dụng lợi thế gần vị trí, gần nơi có mật độ kinh tế cao và trở thành phần mở rộng của các thị trường này. Các nước nằm trong khu vực năng động, có quốc gia là những “hàng xóm lớn”, có tốc độ tăng trưởng cao sẽ có lợi cho hội nhập của nước đó. Tác động lan tỏa của tăng trưởng qua biên giới là một trong những lợi ích mà hội nhập khu vực mang lại. Trong một khoảng không gian kinh tế hội nhập cao, tăng trưởng ở quốc gia láng giềng sẽ thúc đẩy tăng trưởng trong nước vì dễ tiếp cận thị trường và có thị trường rộng hơn.

3. Kết quả nghiên cứu

Cao Bằng có diện tích tự nhiên 6.690,72 km², chiếm 2,12% diện tích cả nước. Phía Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc), có đường biên giới dài 311 km, phía Tây giáp tỉnh Hà Giang và Tuyên Quang, phía Nam giáp tỉnh Bắc Kạn, phía Đông Nam giáp tỉnh Lạng Sơn. Là tỉnh miền núi vùng cao biên giới, xa các trung tâm kinh tế lớn của vùng Đông Bắc và cả nước nhưng Cao Bằng lại có ba cửa khẩu là Tà Lùng, Hùng Quốc và Sóc Giang. Đây là lợi thế quan trọng, tạo điều kiện cho tỉnh giao lưu kinh tế với bên ngoài, nhất là Trung Quốc.

Ngoài ra, Cao Bằng có nguồn tài nguyên khoáng sản đa dạng với 22 loại khoáng sản. Đáng kể nhất là quặng sắt trữ lượng lớn và các khoáng sản khác như vàng, đolômít, thạch anh, antimon, vofram. Thêm nữa Cao Bằng có nhiều di tích lịch sử, văn hoá được xếp hạng như di tích Pắc Bó, Lam Sơn, khu rừng Trần Hưng Đạo, khu di tích lịch sử Đông Khê, và cảnh quan thiên nhiên đẹp như thác Bản Dốc, động Ngườm Ngao, hồ Thang Hen...nên có tiềm năng phát triển du lịch.

Một số chỉ tiêu kinh tế chủ yếu của Cao Bằng năm 2014 như sau: Giá trị tổng sản lượng 5.100 tỷ đồng, thu nhập bình quân đầu người 19,3 triệu đồng. Tỷ trọng cơ cấu ngành: nông - lâm- ngư nghiệp 24,6%, công nghiệp - xây dựng 26,6%, du lịch 48,8%. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của tỉnh 16,352 nghìn đôla, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh 630 triệu đôla, tổng thu ngân sách 1.127 tỷ đồng (trong đó thu thuế XNK là 165 tỷ đồng). Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là kim loại, quặng và khoáng sản (silic, man gan, chì) bên cạnh sản phẩm mây tre, cối thảm.

Thực tế cho thấy chỉ có điều kiện tự nhiên (giàu khoáng sản) đang đóng góp cho tăng trưởng kinh tế tỉnh, còn những điều kiện, lợi thế khác vẫn ở dạng tiềm năng.

Theo lý thuyết phát triển hiện đại truyền thống về địa lý với phát triển thì cần xem xét mật độ, khoảng cách và sự chia cắt để thấy vai trò của các yếu tố này trong quá trình phát triển

3.1. Mật độ kinh tế

Mật độ nói tới số đông hoặc mức độ “dồn nén” các hoạt động kinh tế trong vùng địa lý hay lưu lượng xuất nhập khẩu. Bởi Cao Bằng muốn tận dụng lợi thế thương mại cửa khẩu và trung tâm trung chuyển hàng hoá kết nối khu vực Tây Nam Trung Quốc với các nước ASEAN để phát triển nên chúng ta sẽ xem xét luồng vận chuyển hàng hoá sẽ có mật độ như thế nào ở Việt Nam nói chung và Cao Bằng nói riêng.

Lợi thế của Việt Nam hiện nay một phần nhờ vị trí trong một khu vực năng động nơi có Trung Quốc đang nổi lên như một quốc gia có khả năng chi phối thương mại trong vùng và quốc tế. Hiện Trung Quốc là nước xuất khẩu lớn nhất thế giới, tỷ trọng xuất khẩu chiếm 12,4% tổng xuất khẩu thế giới và đó cũng là nước nhập khẩu nhiều thứ hai, với tỷ trọng nhập khẩu là 10,3% tổng nhập khẩu thế giới. Đối với Việt Nam và các nước láng giềng Đông Nam Á, vị thế chi phối này xuất phát từ việc quốc gia đó đang ở điểm cuối của các chuỗi cung ứng toàn cầu và bị chi phối bởi động lực tăng trưởng cao. Trung Quốc thu mua tài nguyên thiên nhiên, nguyên liệu thô từ các nước ASEAN, Châu Phi và các nước Mỹ La-tinh để sản xuất và lắp ráp trong nước và xuất khẩu sản phẩm cuối cùng sang Mỹ, EU, Nhật Bản, và các nước khác.

Bảng 1: Đối tác xuất nhập khẩu chính của Trung Quốc

Lĩnh vực xuất khẩu			Lĩnh vực nhập khẩu		
Nước/ vùng lãnh thổ	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	Nước/ vùng lãnh thổ	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng
Hong Kong, TQ	17,41	1	Hàn Quốc	9,39	1
Mỹ	16,71	2	Nhật Bản	8,32	2
Nhật	6,80	3	Hồng Công, TQ	8,08	3
Hàn Quốc	4,13	4	Các nước châu Á khác	8,02	4
Đức	3,05	5	Mỹ	7,87	5
Hà Lan	2,73	6	Úc	5,07	6
Anh	2,31	7	Đức	4,83	7
Nga	2,24	8	Malayxia	3,08	8
Việt Nam	2,20	9	Thụy Sĩ	2,88	9

Lĩnh vực xuất khẩu			Lĩnh vực nhập khẩu		
Nước/ vùng lãnh thổ	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	Nước/ vùng lãnh thổ	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng
Ấn Độ	2,19	10	Braxin	2,78	10
Malayxia	2,08	11	Ả rập xê út	2,74	11
Singapore	2,07	12	Nam Phi	2,48	12
Các nước châu Á khác	1,84	13	Nga	2,03	13
Úc	1,70	14	Thái Lan	1,98	14
Indônêxia	1,67	15	Ăngola	1,64	15
Braxin	1,62	16	Indônêxia	1,61	16
Ai cập	1,51	17	Singapore	1,54	17
Thái Lan	1,48	18	Việt Nam	0,87	28

Nguồn: UN Comtrade

Việt Nam, Indônêxia, Malayxia, Thái Lan và Singapore là những đối tác thương mại lớn của Trung Quốc, tỷ trọng hàng hoá xuất nhập của nhóm nước này với Trung Quốc cũng chiếm tỷ trọng khoảng 10% và do vậy hứa hẹn một triển vọng khả quan cho luồng hàng hoá chu chuyển trong khu vực với mật độ đủ lớn.

Mật độ lưu chuyển hàng hoá như vậy là cơ sở tiềm năng để hình thành tuyến hành lang kết nối giao thông để vận chuyển hàng hóa từ Thành Đô - Trùng Khánh - Bách Sắc (Trung Quốc) đến Cao Bằng - Hà Nội, Hải Phòng (Việt Nam) và đi tới các nước ASEAN đối với thương mại quốc tế.

Đối với Việt Nam, Trung Quốc là đối tác thương mại lớn trong cả lĩnh vực xuất khẩu và nhập khẩu và Việt Nam cũng có thâm hụt thương mại lớn với Trung Quốc. Trong khi Trung Quốc thu mua tài nguyên thiên nhiên, nguyên liệu thô từ các nước ASEAN, Châu Phi và các nước Mỹ La-tinh để sản xuất và lắp ráp trong nước và xuất khẩu sản phẩm cuối cùng sang Mỹ, EU, Nhật Bản và các nước khác. Việt Nam thì ngược lại, nhập khẩu máy móc và phụ kiện từ Trung Quốc các nước ASEAN để xuất khẩu một tập hợp cả thành phẩm và bán thành phẩm sang Mỹ, EU, và Nhật Bản.

Bảng 2: Năm đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam

Lĩnh vực xuất khẩu		Lĩnh vực nhập khẩu	
Nước/khu vực	Tỷ trọng (%)	Nước/ khu vực	Tỷ trọng (%)
Mỹ	18,08	Trung Quốc	27,94
Nhật	10,26	Hàn Quốc	15,66
Trung Quốc	9,98	Nhật	8,75
Hàn Quốc	5,06	Các nước châu Á khác	7,12
Malayxia	3,78	Thái Lan	4,76

Nguồn: UN Comtrade

Hiện tại Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc chủ yếu rau quả, gạo, cao su và than đá. Trung Quốc là thị trường có tiềm năng lớn cho xuất khẩu của Việt Nam bởi với quy mô dân số gần 1,4 tỷ người, tăng trưởng bình quân đạt 9,3%/năm, kim ngạch xuất nhập khẩu tăng bình quân 20,8%/năm và thu nhập bình quân đầu người trên 3.000USD/năm. Năm 2014, Trung Quốc nhập khẩu khoảng 1.960 tỷ USD nhưng nhập khẩu từ Việt Nam chỉ 16,891 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 0,87% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Trung Quốc. Điều này cho thấy dung lượng thị trường nhập khẩu Trung Quốc còn rất lớn đối với việc xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường này.

Hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam được chia thành ba nhóm chính: (1) bao gồm nguyên liệu thô (dầu mỏ và các nguồn tài nguyên thiên nhiên khác), (2) sản phẩm dựa trên tài nguyên (nông sản), và (3) sản phẩm công nghiệp chế biến với hàm lượng công nghệ trung bình hoặc thấp. Cụ thể như sau:

- Các sản phẩm công nghiệp chế biến dành cho xuất khẩu sử dụng nhiều nguyên liệu đầu vào nhập khẩu có các nhà máy tập trung tại các vùng kinh tế trọng điểm, các khu công nghiệp và chế biến ở miền Bắc và miền Nam. Hầu hết nguyên liệu được nhập khẩu bằng đường biển. Một số nguyên liệu nội địa hoặc được nhập từ các nước lân cận được vận chuyển bằng đường bộ. Xuất khẩu chủ yếu sử dụng công-ten-nơ qua đường biển hoặc đường hàng không. Các sản phẩm chủ yếu gồm *dệt may, giày dép, điện tử và sản phẩm gỗ*.

- Các sản phẩm nguyên liệu như dầu thô và sản phẩm xăng dầu tại miền Nam (phục vụ cả xuất và nhập khẩu) và than tại miền Bắc (xuất khẩu). Các loại hàng này đòi hỏi cơ sở hạ tầng vận tải riêng biệt.

- Mặt hàng nông sản như gạo, cà phê, cao su, hải sản được vận chuyển theo kiểu hàng rời, hàng khô hoặc hàng công-ten-nơ. Hàng được vận chuyển từ nơi sản xuất (xung quanh ba trung tâm khu kinh tế trọng điểm) tới cảng, một số khác được vận chuyển sang Trung Quốc bằng đường bộ hoặc đường sắt.

Ba khu kinh tế trọng điểm của Việt Nam là:

- Thứ nhất, khu kinh tế trọng điểm phía Nam là vùng năng động nhất, với trung tâm là TP. HCM và các vùng phụ cận tại Bình Dương, Đồng Nai. Luồng xuất và nhập khẩu đi qua các cổng giao dịch quốc tế chính (cảng Sài Gòn, cảng Vũng Tàu, và sân bay Tân Sơn Nhất) tới các nguồn hàng nhập khẩu và các thị trường xuất khẩu quan trọng nhất, và thông qua các cửa khẩu quốc tế (cửa khẩu Mộc Bài và Hoà Lư) tới Campuchia.

- Thứ hai, khu kinh tế trọng điểm phía Bắc là trung tâm kinh tế quan trọng thứ hai, bao gồm thủ đô Hà Nội, thành phố Hải Phòng và tỉnh Quảng Ninh. Luồng thương mại chủ yếu đi qua các cửa khẩu quốc tế (cảng Hải Phòng và sân bay Nội Bài) và các cửa khẩu (cửa khẩu Lạng Sơn và Lào Cai). Một lượng lớn hàng hóa đi qua các cửa khẩu này, nhất là từ Trung Quốc. Trong vùng có ba hành lang chính: Hà Nội - Hải Phòng, Hà Nội - Lào Cai và Hà Nội - Lạng Sơn (đường sắt và đường bộ).

- Thứ ba, khu kinh tế trọng điểm miền Trung ít sôi động hơn, nằm tại miền Trung của đất nước, bao gồm thành phố Đà Nẵng và tỉnh Quảng Nam. Luồng thương mại đi qua các cổng giao dịch quốc tế gồm cảng Chân Mây, cảng Đà Nẵng, cảng Qui Nhơn, sân bay Đà Nẵng và cửa khẩu Lao Bảo kết nối với Lào.

Đối với thương mại quốc tế có tới 90% lượng hàng xuất nhập khẩu của Việt Nam được vận chuyển bằng đường biển, chỉ có 10% lượng hàng hoá được vận chuyển bằng đường

bộ tới các nước như Trung Quốc, Lào, Campuchia. Tuy nhiên nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất trong nước và chế biến xuất khẩu vẫn được vận chuyển dọc theo lãnh thổ và đối với vận chuyển hàng hoá nội địa thì vận tải đường bộ chiếm 74% tổng khối lượng vận chuyển, đường thủy nội địa chiếm 18% và phần còn lại dành cho đường sắt và đường hàng không.

3.2. Khoảng cách

Đối với thương mại hàng hóa và dịch vụ, khoảng cách liên quan đến thời gian và chi phí vận chuyển. Trong thương mại hàng hoá, chi phí của hàng hoá bao gồm chi phí sản xuất ra hàng hoá và chi phí đưa hàng hoá đến tay người tiêu dùng. Vì thế, trong chi phí đã tính đến các yếu tố như chi phí vận chuyển, thuế và các hàng rào phi thuế. Trong một nghiên cứu thực nghiệm của Ngân hàng thế giới đã chỉ ra những nhân tố như là khoảng cách địa lý, hiệu quả chuỗi cung ứng, và dịch vụ logistics có tác động tới chi phí thương mại nhiều hơn so với mức thuế¹. Để giảm khoảng cách về kinh tế (giảm chi phí) chứ không phải là khoảng cách về địa lý thì cần (1) giảm chi phí vận chuyển, (2) giảm quy trình và thủ tục thương mại.

Chi phí vận chuyển liên quan đến rất nhiều yếu tố, có thể kể tới mạng lưới giao thông, cơ sở hạ tầng, dịch vụ vận tải, dịch vụ logistics thương mại (hệ thống kho hàng hoá và dịch vụ được cung cấp tại cơ sở lưu kho). Về chất lượng cơ sở hạ tầng, báo cáo cạnh tranh toàn cầu 2014 - 2015 đã cho thấy bức tranh về chất lượng cơ sở hạ tầng ở Việt Nam so sánh với một số nước trong khu vực. Chất lượng cơ sở hạ tầng nói chung của Việt Nam xếp hạng 112/144 nước, mặc dù đã cải thiện so với năm 2011 - 2012 (xếp hạng 123/144) nhưng rõ ràng là chất lượng cơ sở hạ tầng ở Việt Nam còn khoảng cách so với những nước trong khu vực.

Bảng 3: Xếp hạng cạnh tranh toàn cầu về cơ sở hạ tầng một số quốc gia 2014 - 2015

	Chất lượng cơ sở hạ tầng nói chung	Chất lượng đường bộ	Chất lượng đường sắt	Chất lượng cảng biển	Chất lượng hạ tầng hàng không
Việt Nam	112	104	52	88	87
Thái Lan	76	50	74	54	37
Singapore	5	6	-	2	1
Malayxia	20	19	12	19	19
Trung Quốc	64	49	17	53	58

Nguồn: WEF, Global Competitiveness Report 2014 - 2015.

Về cơ sở hạ tầng giao thông ở Cao Bằng: Hệ thống giao thông duy nhất chỉ có đường bộ, gồm bốn tuyến quốc lộ (QL 3, 4A, 34 và 4C) với chiều dài 413km và các tuyến tỉnh lộ (607km), huyện lộ (khoảng 1002 km) và giao thông liên xã. Trong đó, QL3 là huyết mạch của tỉnh, xuất phát từ Yên Viên đến Thái Nguyên, Bắc Kạn, Cao Bằng và cửa khẩu Tà Lùng. QL 4A là con đường ngắn nhất nối Cao Bằng với cảng biển Mũi Chùa (Quảng Ninh). Hệ thống đường quốc lộ đã được nhựa hoá, đạt tiêu chuẩn cấp IV, cấp V đường miền núi, chất lượng đường tương đối tốt. Hệ thống đường tỉnh gồm 18 tuyến đường với chiều dài 607km, đã có

¹Arvis, J.-F., Y. Duval, B. Shepherd, and C. Utoktham. 2013. "Trade Costs in the Developing World." Policy Research Working Paper No. 6309, World Bank. Access the UNESCAP-World Bank trade costs database at <http://data.worldbank.org/data-catalog/tradecosts-dataset>.

76% đường rải nhựa, 24% đường cấp phối hoặc đá dăm cấp phối (khoảng hơn 100km) nhưng đường đạt chất lượng cấp IV miền núi chỉ có 43km. Hệ thống đường huyện, đường xã tỷ lệ đường nhựa rất khiêm tốn (27% với đường huyện và 2,3% với đường xã) chủ yếu là đường cấp phối, đá dăm và đường đất².

Về giao thông tỉnh thì Cao Bằng chỉ có 1 bến xe tại thành phố, 1 kho chuyển tải hàng hoá và 3 bãi đỗ xe tại Tà Lùng, Sóc Giang và Hùng Quốc. Theo đánh giá của năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2014, đánh giá về cơ sở hạ tầng của Cao Bằng xếp thứ 58 trên 63 tỉnh. Thực trạng cơ sở hạ tầng giao thông đang là thách thức đối với mục tiêu trở thành trạm trung chuyển hàng hoá nối liền Trung Quốc với khu vực ASEAN.

Về quy trình và thủ tục thương mại đối với hàng hoá qua biên giới, tiêu thức đánh giá được Ngân hàng thế giới đưa ra trong Báo cáo môi trường kinh doanh 2015 bao gồm số lượng hồ sơ, thời gian và chi phí.

Bảng 4: Thời gian và chi phí thương mại qua biên giới một số quốc gia, 2015

	Xếp hạng thương mại qua biên giới*	Xuất khẩu			Nhập khẩu		
		Hồ sơ (Số lượng)	Thời gian (Ngày)	Chi phí (Đôla/công-ten- nơ)	Hồ sơ (Số lượng)	Thời gian (Ngày)	Chi phí (Đôla/công-ten- nơ)
Việt Nam	75	5	21	610	8	21	600
Thái Lan	36	5	14	595	5	13	760
Singapore	1	3	6	460	3	4	440
Malayxia	11	4	11	525	4	8	560
Trung Quốc	98	8	21	823	5	24	800

*Nguồn: WB, Doing Business 2015. * Xếp hạng trên tổng số 189 nước.*

Mặc dù khảo sát của Ngân hàng thế giới dựa trên cơ sở của xuất nhập khẩu một chuyến hàng theo vận tải biển chuẩn, nhưng kết quả cho thấy thương mại qua biên giới của Việt Nam về chi phí cũng tương tự các nước khác, nhưng về thời gian để hoàn thành một thương vụ xuất nhập khẩu thì Việt Nam cao hơn các nước khác (trừ Trung Quốc).

Về quy trình thủ tục thương mại, là tập hợp các quy trình và dịch vụ liên quan cần thiết cho việc vận chuyển hàng hóa qua biên giới. Những quy trình này bao gồm việc thu các loại thuế quan, thực thi các hiệp định thương mại, hạn chế buôn bán những hàng hóa có ảnh hưởng tới sức khỏe và sự an toàn của cộng đồng, và những vấn đề khác. Để tạo thuận lợi thương mại thì quy trình và thủ tục thương mại cần việc loại bỏ các trở ngại như quá nhiều giấy tờ, các thủ tục công kênh và không thống nhất, và các khoản chi phí không chính thức. Bảng 5 cho thấy hiệu quả của quản lý hàng hoá qua biên giới, phản ánh việc thực hiện quy trình và thủ tục thương mại.

² UBND tỉnh, Báo cáo phát triển hạ tầng giao thông tỉnh Cao Bằng, 2014

Bảng 5: Xếp hạng hiệu quả quản lý biên giới một số quốc gia, 2014

	Việt Nam	Thái Lan	Singapore	Malayxia	Trung Quốc
- Quản lý biên giới	86	56	1	33	48
- Quản lý thuế quan	94	30	1	84	53
- Quản lý thủ tục xuất nhập khẩu	60	36	3	27	38
- Chỉ số minh bạch hải quan	92	91	59	59	39

Nguồn: WEF, The Global Enabling Trade Report 2014. Xếp hạng trên tổng số 138 nước.

Mặc dù quy trình và thủ tục hải quan ở Việt Nam đã được cải tiến nhiều nhưng so với các nước trong khu vực đây vẫn là điểm hạn chế lớn. Nghĩa là còn khá nhiều trở ngại đối với hàng hoá qua biên giới, những trở ngại này không chỉ do quản lý kém và thiếu minh bạch mà còn do cơ sở hạ tầng không đồng bộ, sử dụng hạn chế công nghệ thông tin để tự động hóa các thủ tục, và ứng dụng hạn chế các kỹ thuật quản lý rủi ro.

Như vậy, để giảm chi phí thì cách làm khả thi hơn là cải thiện hiệu quả quản lý biên giới so với cải thiện cơ sở hạ tầng. Với Cao Bằng cũng vậy, nhận thức được cải thiện cơ sở hạ tầng đòi hỏi thời gian và nguồn vốn lớn, Cao Bằng đã tập trung cải thiện quy trình và thủ tục hải quan, tạo thuận lợi cho hàng hoá qua biên giới. Việc thành lập Khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng (ngày 11-3-2014), với những cơ chế thí điểm về xuất nhập khẩu và về tạm nhập tái xuất qua lối mở Nà Lạn, đồng thời đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng ở khu vực cửa khẩu và điểm tập kết hàng hoá đã tạo thuận lợi cho thương mại qua biên giới. Theo Cục Hải quan Cao Bằng, hết tháng 8-2015, đơn vị giám sát thực xuất cho 11.747 tờ khai, tăng 89% so với cùng kỳ; tổng giá trị kim ngạch đạt hơn 613 triệu USD (gấp hơn 2,35 lần tổng kim ngạch làm thủ tục tại đơn vị), tăng 29% so với cùng kỳ. Hoạt động kinh doanh tạm nhập tái xuất, kho ngoại quan không chỉ giúp lưu lượng hàng hoá xuất nhập khẩu qua Cao Bằng nhộn nhịp hơn mà còn có đóng góp đáng kể cho thu ngân sách của địa phương (từ hoạt động thu phí sử dụng cửa khẩu). Theo Ban quản lý khu kinh tế Cao Bằng, từ năm 2011 đến năm 2015, tổng số thu phí sử dụng cửa khẩu ở địa bàn dự kiến đạt khoảng 545 tỷ đồng (trong đó riêng năm 2015 dự kiến đạt 150 tỷ đồng).

4. Kết luận

Cao Bằng thực sự có cơ hội để trở thành trung tâm trung chuyển hàng hoá và chế biến hàng hóa, nhất là hàng nông sản và dịch vụ logistics, và là cầu nối trung chuyển đường bộ kết nối khu Tây Nam Trung Quốc và các nước Đông Nam Á bởi những lý do sau:

Thứ nhất về trị trí địa lý, Cao Bằng nằm trên lộ trình gần nhất kết nối phía Tây Trung Quốc với các nước ASEAN, nằm trên hành lang giao thông nối Trùng Khánh (Tứ Xuyên, Trung Quốc) và Bách Sắc (Quảng Tây, Trung Quốc) với Cao Bằng, về Hải Phòng.

Thứ hai về mật độ lưu chuyển hàng hoá, mặc dù 90% hàng hoá xuất nhập khẩu được vận chuyển bằng đường biển nhưng đối tác thương mại lớn của Việt Nam là Trung Quốc. Luồng thương mại chủ yếu ở khu kinh tế trọng điểm Bắc bộ là đường bộ, từ các cửa khẩu quốc tế (cảng Hải Phòng và sân bay Nội Bài) đi qua các cửa khẩu (cửa khẩu Lạng Sơn, Lào Cai, Cao Bằng) tới Trung Quốc. Đồng thời Cao Bằng cũng là điểm đầu của đường mòn Hồ Chí Minh, hành lang giao thông kết nối Bắc - Nam, thuận tiện cho việc vận chuyển nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất và chế biến xuất khẩu bằng đường bộ.

Tuy nhiên để biến cơ hội thành hiện thực, Cao Bằng trước mắt cần thực hiện tốt điểm đột phá về quy trình và thủ tục thương mại đối với hàng hoá qua biên giới. Để thực hiện điều này cần:

- Cải thiện khuôn khổ pháp lý, xử lý giấy tờ, thủ tục hành chính theo cách đơn giản hoá các quy định, thủ tục đối với hàng hoá xuất nhập khẩu nhằm mục đích giảm thời gian chuẩn bị hồ sơ cho một thương vụ xuất nhập khẩu.

- Tăng cường năng lực của cơ sở hạ tầng thông tin, tăng số lượng thiết bị và thời gian phục vụ để tự động hoá các thủ tục hải quan, đồng thời trao đổi và xử lý số liệu nhằm giảm thiểu sự tương tác trực tiếp giữa các bên nhằm giảm thời gian thông quan. Thay đổi phương thức tương tác giữa cơ quan quản lý nhà nước với các chủ hàng..

- Tăng cường năng lực cơ sở hạ tầng các khu kinh tế cửa khẩu, bố trí các điểm thông quan nội địa và phát triển hệ thống kho bãi để nâng cao năng lực dịch vụ logistics. Cung cấp dịch vụ lưu kho hàng hoá và các dịch vụ được cung cấp tại cơ sở lưu kho, ví dụ như dịch vụ tổng hợp, đóng gói và ghi nhãn, quản lý hàng hoá theo yêu cầu khách hàng. Một dịch vụ phổ biến khác nữa là giải phóng và chuyển tiếp hàng,

Những điều này sẽ góp phần rút ngắn thời gian chuẩn bị hồ sơ, giảm các chi phí chính thức và không chính thức phát sinh trong quá trình thông quan. Về tổng thể, các biện pháp trên trực tiếp làm giảm thời gian và chi phí thương mại qua biên giới, đây cũng là một giải pháp quan trọng nhằm làm giảm chi phí cho hàng hoá xuất khẩu, tạo năng lực cạnh tranh cho hoạt động logistics trên địa bàn.

Tiếp theo, Cao Bằng cần nâng cấp cơ sở hạ tầng giao thông, cụ thể nâng cấp toàn tuyến Quốc lộ 4a, xây dựng tuyến đường cao tốc Lạng Sơn - Cao Bằng; đường nối cao tốc từ Chợ Mới - Bắc Kạn lên Cao Bằng bởi hệ thống giao thông hiện nay của Cao Bằng chỉ đáp ứng nhu cầu phục vụ dân sinh, chưa đáp ứng nhu cầu vận chuyển hàng hoá. Cơ sở hạ tầng giao thông hoàn chỉnh sẽ là điều kiện để Cao Bằng tham gia vào mạng lưới vận chuyển hàng hoá vì sẽ làm giảm thời gian vận chuyển và giảm chi phí vận chuyển, là cơ sở để tăng chất lượng dịch vụ logistics. Tuy nhiên đầu tư cho cơ sở hạ tầng là bài toán không thể giải quyết ngay và không chỉ trông chờ vào nhà nước, bên cạnh việc đầu tư của Trung ương, của Bộ Giao thông vận tải, Cao Bằng cũng nên tìm những cơ chế thích hợp để khuyến khích các thành phần kinh tế khác tham gia đầu tư cơ sở hạ tầng. Các biện pháp thường được áp dụng là có chính sách ưu đãi đầu tư nhằm thu hút đầu tư và hợp tác công tư trong xây dựng cơ sở hạ tầng.

Tài liệu tham khảo

1. Cổng thông tin điện tử Cao Bằng
2. Ngân hàng thế giới, Tạo thuận lợi thương mại, tạo giá trị và năng lực cạnh tranh: gợi ý chính sách cho tăng trưởng kinh tế Việt Nam, 2013
3. Ngân hàng thế giới, Tái định dạng địa kinh tế, Nhà xuất bản Văn hoá Thông tin, 2008
4. WEF, The Global Enabling Trade Report 2014
5. WEF, Global Competitiveness Report 2014-2015

ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA ĐỊA BÀN TỈNH CAO BẰNG

经高平省促进腰果销向中国市场的活动

TS. Vũ Văn Hùng
Trường Đại học Thương mại

商业大学博士 武文雄

Tóm tắt

Bài viết được thực hiện trong bối cảnh Việt Nam và Trung Quốc đang thúc đẩy hợp tác sâu rộng trên nhiều lĩnh vực. Bên cạnh việc tăng cường hợp tác song phương, các hoạt động giao lưu, hợp tác tại khu vực biên giới giữa các tỉnh tiếp giáp nhau cũng không ngừng mở rộng, đặc biệt trong lĩnh vực thương mại. Cao Bằng tiếp giáp tỉnh Quảng Tây, Trung Quốc với hoạt động kinh tế cửa khẩu khá nhộn nhịp trong những năm qua đã góp phần phát triển kinh tế - xã hội Cao Bằng và cả nước. Theo thống kê của Cục hải quan Cao Bằng, hoạt động xuất khẩu nông sản qua thị trường Trung Quốc trên địa bàn chủ yếu tập trung vào mặt hàng điều, mía cây, gạo, tiêu, hoa quả,... Trong đó, nổi bật là xuất khẩu hạt điều. Bài viết đi sâu phân tích thực trạng xuất khẩu hạt điều, từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm tiếp tục thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Trung Quốc trên địa bàn tỉnh Cao Bằng.

Từ khóa: xuất khẩu hạt điều, thị trường Trung Quốc, Cao Bằng, nông sản

摘要

此文的背景出于越南和中国正在促进多方面的合作。在增强双方合作的同时，边界地区的两国人民之间的交流合作活动也不断增加，特别是在贸易领域的活动。高平与广西接壤，这些年来，这地区的经济活动较为热闹，对高平省和全国的经济社会发展有莫大的帮助。根据高平省海关局之统计数据，通过本地盘范围 越南向中国出口的主要农产品包括腰果、甘蔗、大米、胡椒、水果等。其中最为主力的是腰果。本文深入分析腰果出口情况，从而提出继续促进向中国出口此货品的措施。

关键词: 出口腰果, 中国市场, 高平, 农产品

1. Đặt vấn đề

Cao Bằng là tỉnh miền núi, biên giới nằm ở phía Đông Bắc của Việt Nam, có 332 km đường biên giới giáp với tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc, với hai cửa khẩu chính (Tà Lùng, Trà Lĩnh), bốn cửa khẩu phụ (Sóc Giang, Pò Peo, Lý Vạn, Bí Hà), ngoài ra còn có các cặp chợ, điểm thông quan, lối mở biên giới. Hiện nay, tỉnh Cao Bằng đã quy hoạch và đang xây dựng 3 khu kinh tế cửa khẩu là Tà Lùng, Trà Lĩnh, Sóc Giang; trong đó quy hoạch thị trấn Tà Lùng với mục tiêu xây dựng hình thành một đô thị biên giới hiện đại, văn minh. Hình thành các phân khu chức năng chủ yếu như: khu quản lý nhà nước; khu thương mại quốc tế; khu thương mại nội địa; khu công nghiệp chế biến lắp ráp; khu ở và các trung tâm phục vụ công cộng. Đó là điều kiện thuận lợi cho việc giao lưu hợp tác phát triển kinh tế giữa tỉnh Cao Bằng với tỉnh

Quảng Tây - Trung Quốc, nhất là trên các lĩnh vực thương mại, du lịch, dịch vụ... Những năm gần đây, mối quan hệ hợp tác hữu nghị giữa tỉnh Cao Bằng với tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc đã đạt được những kết quả tích cực; các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá, đầu tư, quan hệ giao lưu thể thao - văn nghệ du lịch ngày càng được mở rộng và phát triển mà nổi bật là hoạt động thương mại hàng nông sản với những mặt hàng mà Việt Nam nói chung và Cao Bằng nói riêng có lợi thế như hạt điều, mía cây, gạo, tiêu,... Trong đó, đặc biệt là hạt điều. Tuy nhiên, hiện vẫn còn tồn tại một số hạn chế như: xuất khẩu thiếu tính ổn định; một số mặt hàng phụ thuộc lớn vào nhập khẩu nguyên liệu; hạ tầng thương mại đặc biệt là các khu cửa khẩu kém phát triển; trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ vận chuyển hàng hóa, kiểm định thông quan còn lạc hậu;... Vì vậy, cần phải nghiên cứu đánh giá thực trạng, phân tích những lợi thế của Cao Bằng đưa ra những giải pháp phù hợp thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản nói chung, hạt điều nói riêng sang thị trường Trung Quốc là vấn đề cần được xem xét một cách kỹ lưỡng, nhiều chiều.

2. Thực trạng xuất khẩu hạt điều sang thị trường Trung Quốc qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

2.1. Những thành tựu đạt được

Việt Nam là quốc gia xuất khẩu hạt điều hàng đầu thế giới với nhiều năm gần đây đều giữ vị trí số 1. Nhìn chung, lượng và trị giá xuất khẩu của hạt điều tăng dần qua từng năm, sự phát triển của ngành điều ổn định cả về sản lượng trong nước và kim ngạch xuất khẩu. Công nghệ chế biến hạt điều Việt Nam chính là “báu vật”, “bí kíp” vì đã góp phần vào sự thành công của ngành điều trong vòng 20 năm trở lại đây, làm cho những quốc gia có ngành sản xuất chế biến điều trước chúng ta hàng trăm năm đi từ ngạc nhiên này đến ngạc nhiên khác. Từ chỗ xuất hạt điều thô giá trị thấp, Việt Nam đã vươn lên trở thành quốc gia chế biến nhân điều đứng thứ hai thế giới và xuất khẩu nhân điều hàng đầu thế giới. Công nghệ chế biến điều Việt Nam là điều mà không chỉ các quốc gia có nền chế biến lâu đời như Ấn Độ và Brazil mà kể cả cộng đồng các quốc gia trồng điều ở châu Phi, vốn từ trước đến nay chỉ tập trung xuất khẩu điều thô, rất quan tâm. Cao Bằng là tỉnh có đường biên giới tiếp giáp dài nhất của Việt Nam với Trung Quốc, có nhiều cửa khẩu trong đó có cửa khẩu quốc tế Tà Lùng. Góp phần vào thành công chung của ngành điều, hàng năm lượng điều xuất khẩu qua các cửa khẩu thuộc địa bàn tỉnh Cao Bằng đã đóng góp một phần rất quan trọng vào tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng điều của Việt Nam. Điều này thể hiện rõ qua bảng 1.

Bảng 1: Xuất khẩu nông sản qua địa bàn tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2011 - 2015

	Hạt điều	Mía cây	Gạo	Hoa quả tươi	Hạt tiêu	Nấm hương	Quả khô các loại
Năm 2011							
Số lượng (Tấn)	40.461	5.024	25.693				
Trị giá (USD)	117.993.887	244.268	14.813.748				
Năm 2012							
Số lượng (Tấn)	73.474	15.562	20.454				
Trị giá (USD)	106.416.553	850.335	9.107.157				

	Hạt điều	Mía cây	Gạo	Hoa quả tươi	Hạt tiêu	Nám hương	Quả khô các loại
Năm 2013							
Số lượng (Tấn)	14.620	16.080	2.576	826			
Trị giá (USD)	86.823.971	781.673	626.400	1.367.276			
Năm 2014							
Số lượng (Tấn)	1.749	6.820	6.599				
Trị giá (USD)	11.108.746	336.237	2.660.564				
Năm 2015							
Số lượng (Tấn)	5.738	10.750	12.401	6.912	312	406	2.900
Trị giá (USD)	36.541.230	430.411	6.977.107	7.550.968	2.803.370	816.550	3.302.837

Nguồn: Cục Hải quan Cao Bằng

Theo bảng 1, xuất khẩu nông sản qua các cửa khẩu trên địa bàn tỉnh Cao Bằng không thật sự đa dạng về mặt hàng và chủ yếu tập trung ở ba mặt hàng là điều, mía cây và gạo. Trong 5 năm trở lại đây, từ năm 2011 - 2015 theo thống kê của Cục hải quan Cao Bằng chỉ có năm 2013 có xuất khẩu mặt hàng hoa quả tươi với lượng và kim ngạch rất khiêm tốn. Đến năm 2015, mặt hàng xuất khẩu được mở rộng thêm đối với các mặt hàng như: tiêu, nấm hương và hoa quả khô. Trong số các mặt hàng nông sản xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc, mặt hàng điều có thể nói đã đóng góp một phần rất lớn vào tổng kim ngạch xuất khẩu tất cả các mặt hàng nông sản theo thống kê, chiếm khoảng 80-90%. (chẳng hạn năm 2011: trị giá xuất khẩu hạt điều: 117.993.887 USD; trong khi tổng trị giá xuất khẩu 3 mặt hàng: điều, mía cây và gạo chỉ là: 193.051.903 USD).

Bảng 2: Lượng và trị giá xuất khẩu hạt điều qua địa bàn tỉnh Cao Bằng và cả nước

		2011	2012	2013	2014	2015
Cao Bằng	Lượng (Tấn)	40.461	73.474	14.620	1.749	5.738
	Trị giá (Triệu USD)	118,0	106,5	86,8	11,1	36,5
Cả nước	Lượng (Tấn)	178.000	233.000	257.000	306.000	316.000
	Trị giá (Triệu USD)	1.500,2	1.483,7	1630,5	2.000,3	2.420,0

Nguồn: <http://www.mard.gov.vn/Pages/statisticreport.aspx?TabId=thongke>

Mặt hàng điều không chỉ đóng vai trò quan trọng trong tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng nông sản trên địa bàn Cao Bằng mà nó còn đóng vai trò quan trọng qua việc chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này trên phạm vi cả nước. Hay nói cách khác, các cửa khẩu trên địa bàn tỉnh Cao Bằng đã đóng vai trò quan trọng trong việc làm cầu nối thông thương với quốc tế, với thị trường Trung Quốc.

Bảng 3: Thị trường và kim ngạch xuất khẩu chính của mặt hàng điều của Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015

TT	Quốc gia	Thị phần về kim ngạch (%)				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Hoa Kỳ	27,94	27,74	33,08	32,50	35,40
2	Trung Quốc	18,68	19,18	5,67	14,99	13,40
3	Hà Lan	15,16	11,91	9,67	11,23	12,80
4	Úc	7,15	7,12	6,05	5,68	5,10
5	Nga	3,74	3,61	3,59	2,86	4,50
6	Anh	3,39	3,43	3,12	3,72	4,30
7	Canada	3,30	3,34	3,84	3,70	3,60
8	Thái Lan	1,84	2,50	2,48	2,45	2,90
9	Đức	1,39	1,97	1,87	2,10	2,80
10	Ixraen	1,05	1,72	0,56	1,46	1,90

Nguồn: <http://www.mard.gov.vn/Pages/statisticreport.aspx?TabId=thongke>

Hạt điều Việt Nam hiện có mặt trên 50 quốc gia và vùng lãnh thổ. Thị trường Hoa Kỳ vẫn đứng số 1 với thị phần xuất khẩu khoảng 40%, Trung Quốc: 20%, châu Âu: 20%,... Đối với mặt hàng điều, thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Việt Nam là Trung Quốc, mặc dù xuất khẩu điều qua thị trường Trung Quốc được thực hiện thông qua nhiều cửa khẩu. Tuy nhiên, các cửa khẩu thuộc địa bàn tỉnh Cao Bằng cũng đã đóng vai trò quan trọng trong việc luân chuyển hàng xuất khẩu, đặc biệt là cửa khẩu Tà Lùng và Trà Lĩnh và trong tương lai, với việc phát triển đồng bộ các hạ tầng, cũng như xây dựng khu kinh tế cửa khẩu, và cải thiện các vấn đề thủ tục hành chính, thông quan,... Cao Bằng hứa hẹn tiềm năng lớn trong xuất khẩu mặt hàng này qua thị trường Trung Quốc - Thị trường lớn thứ hai nhập khẩu mặt hàng này của Việt Nam trong một thập kỷ qua.

2.2. Một số hạn chế trong việc đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng điều sang thị trường Trung Quốc trên địa bàn tỉnh Cao Bằng

2.2.1. Những hạn chế về sản xuất, chế biến và nguồn nguyên liệu

- Trở ngại lớn đối với sự phát triển của ngành điều Việt Nam là tình trạng thiếu nguyên liệu của các nhà máy chế biến hạt điều. Việt Nam xuất khẩu hạt điều lớn nhất thế giới nhưng cũng là quốc gia nhập khẩu điều rất nhiều từ các nước như: Nigeria, Indonesia, Ghana, Bờ Biển Ngà,... Thực tế cho thấy, các nhà máy chế biến hạt điều phải mua một lượng lớn điều nguyên liệu từ các thương lái với giá tăng cao so với nhà vườn bán ra. Từ đó, cả người trồng điều và doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu điều chịu thiệt thòi đáng kể.

Bảng 4: Lượng và kim ngạch nhập khẩu hạt điều nguyên liệu giai đoạn 2011 - 2015 của Việt Nam

	2011	2012	2013	2014	2015
Sản lượng (Nghìn tấn)	350	328	643	579	795
Kim ngạch (Tỷ USD)	0,492	0,360	0,604	0,656	0,72

Nguồn: <http://www.mard.gov.vn/Pages/statisticreport.aspx?TabId=thongke>

Bảng 4 cho thấy, hàng năm Việt Nam phải nhập khẩu một lượng lớn điều nguyên liệu nhằm phục vụ cho chế biến xuất khẩu. Lượng điều nguyên liệu nhập khẩu tăng dần qua các năm: từ năm 2011 là 350 ngàn tấn, năm 2012 giảm đôi chút là 282 ngàn tấn, năm 2013 tăng vọt lên 643 ngàn tấn và năm 2014 là 579 ngàn tấn. Điều này cho thấy rõ điểm yếu của mặt hàng điều là phụ thuộc lớn vào nguồn nguyên liệu từ bên ngoài.

- Một thực tế báo động trong tương lai, một khi đã nắm được công nghệ chế biến thì có thể các đối tác châu Phi sẽ hạn chế việc bán điều thô. Về phía Việt Nam, nếu thiếu nguyên liệu thì ngành chế biến điều Việt Nam với hàng trăm ngàn lao động sẽ mất việc làm, trong khi sản lượng điều thô chỉ đáp ứng hơn một nửa nhu cầu chế biến. Quy hoạch của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại Quyết định 39/2007/QĐ-BNN cũng chỉ rõ là ngành điều Việt Nam cần “giữ diện tích trồng điều ổn định từ nay đến 2020” và cố gắng “tập trung thâm canh, thay thế giống điều cũ bằng giống mới có chất lượng cao để tăng năng suất cây trồng”, như vậy nguy cơ thiếu hụt nguyên liệu cho ngành điều ngày càng lớn hơn.

- Khí hậu - thời tiết đã và sẽ diễn biến phức tạp, sâu bệnh gây hại điều vẫn luôn là khó khăn thường trực đối với ngành điều. Đất hiện trồng điều sẽ bị thu hẹp diện tích do chuyển sang xây dựng các khu công nghiệp, đô thị, đất ở nông thôn, đất chuyên dùng khác; mặt khác, một số diện tích đất bazan hoặc đất xám đang trồng điều có sẽ được nông hộ, trang trại chuyển sang các hệ thống canh tác khác hiệu quả cao hơn điều (cao su, cây ăn quả đặc sản, hồ tiêu,...). Do vậy, diện tích trồng điều đến 2020 có nguy cơ phải thu hẹp.

2.2. Những khó khăn về hạ tầng thương mại, cơ chế chính sách và sự phát triển các khu kinh tế cửa khẩu trên địa bàn tỉnh Cao Bằng còn gặp nhiều khó khăn

Tiến độ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng tại các khu kinh tế cửa khẩu của tỉnh còn chậm, kết cấu hạ tầng phát triển chưa đồng bộ. Hoạt động thương mại biên giới, hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu tuy phát triển nhưng kim ngạch xuất nhập khẩu giá trị còn nhỏ bé, không ổn định, nguồn hàng xuất khẩu địa phương chưa nhiều. Môi trường kinh doanh tại các cửa khẩu chưa thuận lợi, do xa các trung tâm kinh tế lớn của vùng và cả nước hệ thống giao thông vẫn còn yếu kém, việc vận chuyển hàng hoá chỉ duy nhất là vận tải bằng đường bộ, chi phí vận chuyển cao. Hoạt động kinh tế đối ngoại, sự hợp tác đầu tư phát triển thương mại với tỉnh Quảng Tây Trung Quốc vẫn còn hạn chế. Cao Bằng, cho đến nay vẫn là tỉnh nghèo, phát triển kinh tế còn gặp nhiều khó khăn, đời sống vật chất tinh thần của người dân còn thấp, tiềm năng và các thế mạnh của tỉnh chưa được khai thác một cách triệt để, đặc biệt thế mạnh về kinh tế cửa khẩu. Khoảng cách từ trung tâm đến các cửa khẩu còn khá xa lại chưa được hiện đại hóa hệ thống giao thông nên việc vận chuyển, giao thương hàng hóa với thị trường Trung Quốc qua cửa khẩu cũng gặp nhiều khó khăn.

Mặc dù chính quyền tỉnh Cao Bằng đã chỉ đạo sát sao trong điều hành công tác xuất nhập khẩu nhưng tình trạng ùn ứ hàng hóa vẫn xảy ra thường xuyên, gây nên những thiệt hại nhất là đối với nông sản. Việc ách tắc hàng hóa tại khu cửa khẩu còn là nguyên nhân dẫn tới tình trạng bị ép giá, ép cấp, giảm chất lượng khi chờ thông quan.

Lợi thế vùng biên tiếp giáp dài giữa Cao Bằng và Quảng Tây vẫn chưa được khai thác một cách có hiệu quả nhất. Theo số liệu bảng 1, lượng và kim ngạch xuất khẩu hạt điều sang thị trường Trung Quốc tương đối lớn. Mặc dù, mặt hàng điều xuất khẩu nhiều sang thị trường Hoa Kỳ, Anh, Canada,... nhưng rõ ràng đây là những thị trường đòi hỏi tiêu chuẩn cao, chi phí bảo quản, vận chuyển lớn cần tiếp cận và có thời gian chuẩn bị tốt nhất. Về cơ bản chúng ta cần tiếp tục coi trọng thị trường truyền thống như Trung Quốc - đây là thị trường lớn. Thuận lợi lớn cho Việt Nam là chúng ta có đường biên giới dài giữa Cao Bằng và Quảng Tây, nhiều cửa khẩu, điểm thông quan, lối mở thông thương, tạo ra sự thuận lợi tự nhiên cho việc xuất khẩu cả chính ngạch và tiểu ngạch. Lợi thế này chưa được khai thác hết, giao dịch xuất nhập khẩu giữa Cao Bằng và Quảng Tây mới chủ yếu diễn ra theo tập quán thương mại biên giới, thiếu tính ổn định, thiếu sự ràng buộc giữa các bên theo thông lệ quốc tế dẫn đến rủi ro cao. Để khai thác hết tiềm năng xuất khẩu nông sản nói chung và hạt điều nói riêng, cần phải đẩy mạnh xuất khẩu thông qua hợp đồng thương mại quốc tế, giúp cho Cao Bằng khai thác hết các tiềm năng giao dịch biên mậu, phục vụ cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

Về hạ tầng, cán bộ hoạt động tại các khu cửa khẩu, thông quan: kho, bãi, địa điểm tập kết hàng hóa, đường giao thông, điện chiếu sáng, trụ sở làm việc... tại các cửa khẩu nhất là các cửa khẩu phụ, lối mở, điểm xuất hàng còn chậm được đầu tư xây dựng, chưa tương xứng với tiềm năng phát triển kinh tế, giao lưu, đối ngoại; một số dự án đầu tư trên địa bàn chậm triển khai; tại các cửa khẩu phụ, lối mở cơ chế quản lý giữa hai bên chưa được thống nhất đã hạn chế hoạt động xuất nhập khẩu. Bên cạnh đó, do đường giao thông đi lại một số cửa khẩu đã xuống cấp nghiêm trọng nhất là các cửa khẩu phụ, lối mở đã ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động xuất nhập khẩu. Trong công tác nghiệp vụ, một số ít cán bộ công chức năng lực chuyên môn còn hạn chế, chưa tích cực nghiên cứu cập nhật văn bản. Việc mua sắm các trang thiết bị phục vụ công tác chưa được đồng bộ, chưa phát huy được hiệu quả như trang thiết bị kiểm tra, giám sát, cân điện tử; các trang thiết bị, công cụ hỗ trợ phục vụ công tác chống buôn lậu chưa đáp ứng được yêu cầu, hỏng hóc xuống cấp nhiều.

3. Một số giải pháp chủ yếu thúc đẩy xuất khẩu hạt điều sang thị trường Trung Quốc qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

3.1. Quy hoạch sản xuất, chế biến; hình thành vùng sản xuất tập trung và đa dạng hóa sản phẩm điều

Các vùng sản xuất điều tập trung hiện chưa định hình, còn phân tán ở nhiều địa phương. Sản xuất điều nguyên liệu trong nước chưa cung cấp đủ nhu cầu của các cơ sở chế biến hiện có. Hàng năm, các cơ sở chế biến thường phải nhập khẩu khoảng 25% tổng lượng điều nguyên liệu. Cần chuyển từ trồng điều dựa trên điều kiện tự nhiên sang trồng điều thâm canh, theo quy trình kỹ thuật đã được phê chuẩn. Cây điều thích hợp với người nghèo do vốn đầu tư ban đầu ít, yêu cầu về chăm sóc không cao, không quá tốn kém. Nhà nước cần hỗ trợ ngành điều triển khai rộng công tác khuyến nông kỹ thuật trồng điều tới các hộ dân trong vùng trồng điều. Cũng cố chương trình nghiên cứu giống có sự hợp tác chặt chẽ của các ban ngành liên quan, bổ sung giống ở các vùng sinh thái nông nghiệp phù hợp cho sản xuất điều. Đẩy mạnh thực hiện các dự án phát triển giống điều, tập huấn kỹ thuật ghép giống, canh tác,

chăm sóc,... cho người trồng điều. Việc chọn giống nên tập trung vào chất lượng nhân (thành phẩm), khả năng kháng sâu bệnh, phát triển nhanh và năng suất cao. Cải tạo những diện tích trồng điều bằng giống cũ cho năng suất và chất lượng thấp, tăng cường diện tích trồng điều mới cao sản.

Các doanh nghiệp chế biến điều không nên chú quan về trình độ công nghệ đang có hiện nay, mà cần phải tiếp tục đầu tư để nâng cấp và hợp lý hóa các công đoạn sản xuất để giảm chi phí. Sắp xếp lại các cơ sở chế biến theo hướng không mở thêm công suất, giảm dần các cơ sở chế biến nhỏ, không đảm bảo VSATTP, thành lập các cơ sở chế biến đầu mối lớn, có thiết bị và công nghệ hiện đại, có tiềm lực kinh tế mạnh để sản xuất ra được những sản phẩm giá trị gia tăng, đủ sức cạnh tranh tại thị trường nước ngoài, áp dụng quy chuẩn kỹ thuật quốc gia QCVN 01-08: 2009/BNNPTNT với cơ sở chế biến điều.

Đa dạng hóa sản phẩm, chế biến sâu hơn sản phẩm từ hạt điều để nâng cao giá trị gia tăng và sức cạnh tranh trên thị trường. Các sản phẩm của ngành điều Việt Nam hiện nay chủ yếu mới dừng lại ở hạt điều, mà chưa tập trung vào chế biến. Vì vậy, các cơ sở chế biến điều phải tiếp tục đầu tư thêm dây chuyền chế biến các sản phẩm ăn ngay có nguồn gốc từ nhân điều, hoặc dây chuyền chế biến tinh dầu điều phục vụ công nghiệp thực phẩm.

3.2. Hiện đại hóa hạ tầng thương mại, hoàn thiện cơ chế chính sách xây dựng khu kinh tế cửa khẩu nhằm phục vụ cho xuất khẩu nông sản

Ngày 11-3-2014, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định 20/2014/QĐ-TTg thành lập Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng có diện tích 30.130,34 ha, bao gồm 37 xã và 3 thị trấn thuộc 7 huyện biên giới của Cao Bằng. Ranh giới địa lý KKT cửa khẩu tiếp giáp với các huyện: Nà Po, Tĩnh Tây, Long Châu, Đại Tân (Quảng Tây, Trung Quốc), với tổng chiều dài biên giới khoảng 200 km (trong tổng số 332 km đường biên giới của tỉnh Cao Bằng).

Những cơ chế, chính sách nêu trên là nền tảng quan trọng để Cao Bằng mạnh dạn phát triển kinh tế cửa khẩu nhằm phát huy được tiềm năng, thế mạnh của địa phương. Cao Bằng cần tập trung nguồn lực để đẩy mạnh đầu tư vào các dự án liên quan đến cơ sở hạ tầng các khu vực cửa khẩu để phục vụ hoạt động xuất nhập khẩu như: Dự án đường vào lối mở Nà Đổng; dự án Trạm kiểm soát liên hợp cửa khẩu Trà Lĩnh; dự án cải tạo, sửa chữa Trạm kiểm soát liên hợp cửa khẩu Tà Lùng; các dự án đường sá ra khu vực cửa khẩu như: Đường thị trấn cửa khẩu Tà Lùng; cửa khẩu Trà Lĩnh... Các hạng mục này sẽ góp phần cải tạo và giúp cho các cửa khẩu và đường đi đến cửa khẩu ở Cao Bằng có bộ mặt khang trang hơn trước.

Tập trung đầu tư xây dựng các khu kinh tế cửa khẩu, tăng cường các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá, nâng cao chất lượng xuất nhập khẩu. Thực hiện tốt quan hệ kinh tế thương mại với tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc thúc đẩy thương mại song phương. Ưu tiên đầu tư xây dựng phát triển hoàn thiện các khu kinh tế cửa khẩu; khuyến khích các doanh nghiệp hai nước hợp tác kinh tế lâu dài với nhiều hình thức, và tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong và ngoài nước đến đầu tư sản xuất, kinh doanh tại các khu kinh tế cửa khẩu.

Tiếp tục rà soát, bổ sung hoàn thiện các cơ chế chính sách nhằm thu hút đầu tư, kinh doanh thương mại, đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, nâng cao giá trị xuất nhập khẩu nhất là các mặt hàng xuất khẩu địa phương, khuyến khích tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, thương nhân đầu tư, kinh doanh buôn bán qua các cửa khẩu biên giới. Tăng cường công tác nắm bắt thông tin thị trường, hàng hoá, thương nhân, tình hình hoạt động kinh tế biên giới

trong đó có hệ thống kho hàng để cất trữ bảo quản hàng hoá tại cửa khẩu nhằm chủ động đối phó với sự biến động tại thị trường Trung Quốc.

Trang bị thêm các phương tiện phục vụ bốc xếp hàng hoá tại các bến bãi giao nhận hàng hoá tại cửa khẩu và quy định về quản lý nhân lực bốc xếp,.. tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong hoạt động xuất nhập khẩu. Tiếp tục chủ động phối hợp với phía Trung Quốc để cùng xử lý kịp thời và cụ thể các vấn đề phát sinh trong hoạt động thương mại biên giới. Định kỳ hàng năm tổ chức cuộc gặp cấp lãnh đạo hai bên, để trao đổi phương hướng hợp tác, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thương mại biên giới; kịp thời tháo gỡ những khó khăn, trở ngại đối với hoạt động buôn bán song phương.

3.3. Tăng cường hợp tác, xúc tiến thương mại với các đối tác tại tỉnh Quảng Tây

Công tác xúc tiến thương mại qua biên giới, hợp tác kinh tế đối ngoại cần được quan tâm hơn nữa thông qua việc tổ chức các cuộc hội đàm, hội thảo bàn về hợp tác phát triển kinh tế, tăng cường gặp gỡ giao lưu hữu nghị giữa các đoàn địa phương hai nước. Tỉnh Cao Bằng cần triển khai cụ thể các thoả thuận hợp tác phát triển kinh tế với các thành phố của Trung Quốc như: thành phố Sùng Tả, Bách Sắc thuộc tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc, tổ chức các đoàn doanh nghiệp đi tham quan, học hỏi kinh nghiệm, tìm kiếm cơ hội hợp tác đầu tư, thương mại, du lịch; mời các doanh nhân, doanh nghiệp hai nước tham gia các chương trình hội chợ, lễ hội được luân phiên tổ chức giữa hai bên. Tăng cường tổ chức, mời thương nhân tham gia hội chợ, hội thảo quốc tế Trung - Việt. Qua đó, sẽ thu hút được nhiều doanh nghiệp hai nước tham gia, góp phần tích cực trong việc mở rộng giao lưu hợp tác kinh tế.

Cả hai nước đều là thành viên của tổ chức thương mại thế giới, cùng với việc hình thành khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc, quan hệ thương mại Việt - Trung nói riêng, quan hệ trao đổi thương mại biên giới Cao Bằng - Quảng Tây nói riêng chắc chắn sẽ ngày càng thuận lợi, đây là cơ hội để thúc đẩy quan hệ hợp tác thương mại giữa hai địa phương tiếp tục phát triển phù hợp với xu thế hội nhập kinh tế. Các nhà quản lý, các doanh nghiệp hai nước cần tăng cường trao đổi, chia sẻ đề xuất những kiến nghị nhằm thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu ngày càng sôi động hơn và hiệu quả hơn, qua đó thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế thương mại hai bên, góp phần xây dựng vùng biên giới ngày càng giàu đẹp và trở thành những điểm sáng đặc biệt trên biên giới Việt - Trung. Để tận dụng cơ hội thuận lợi này, nhằm khai thác tiềm năng thế mạnh của tỉnh, Cao Bằng cần phải phát huy cao nội lực, thực hiện đồng bộ và có hiệu quả các chương trình giải pháp đề ra, khai thác có hiệu quả tiềm năng thế mạnh của địa phương; tạo điều kiện môi trường thuận lợi cho mọi thành phần kinh tế phát triển, đồng thời tranh thủ tối đa các nguồn lực từ bên ngoài, đặc biệt là đầu tư nước ngoài và lĩnh vực nông sản, kết cấu hạ tầng thương mại, và các công trình phục vụ kinh tế cửa khẩu.

Xuất khẩu hạt điều nói riêng và nông sản nói chung sẽ mang lại hiệu quả rất lớn nếu Cao Bằng tận dụng được lợi thế về vị trí địa lý trên cơ sở xây dựng Cao Bằng trở thành trung tâm logistics lớn kết nối giữa Việt Nam, ASEAN và 6 tỉnh Tây Nam Trung Quốc. Cao Bằng giáp với thành phố Bách Sắc với số dân khoảng 4,5 triệu người, thu ngân sách hàng năm trên 100.000 tỷ đồng, đồng thời là trung tâm nông nghiệp của Trung Quốc. Từ thành phố Bách Sắc đi Bắc Kinh hàng ngày có chuyến tàu chuyên chở hàng nông sản. Các tuyến đường cao tốc từ Trùng Khánh đến giáp biên giới Cao Bằng dự kiến sẽ hoàn thành trong năm 2015. Nếu tận dụng được lợi thế này, hai bên có thể xây dựng chiến lược hợp tác về nông sản, tức là tổ chức nghiên cứu những mặt hàng nông sản mà Việt Nam xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng mà một trong số đó là hạt điều và có kế hoạch đặt hàng theo nhu

cầu. Thông qua tuyến đường này, Cao Bằng sẽ kết nối với các tỉnh phía Bắc, phía Nam của Việt Nam cung cấp nông sản và tổ chức đặt hàng, và đặc biệt mặt hàng điều của các tỉnh phía Nam sẽ được tổ chức xuất khẩu trực tiếp sang Trung Quốc thông qua con đường này. Khi đó, lượng nông sản nói chung và hạt điều nói riêng thông qua Cao Bằng sẽ lớn hơn rất nhiều hiện tại, đồng thời khắc phục tình trạng ùn tắc nông sản ở một số cửa khẩu trong thời gian qua. Như vậy, từ việc trở thành “cầu nối” với các nước ASEAN và 6 tỉnh Tây Nam Trung Quốc, tỉnh Cao Bằng có thể sẽ giải được bài toán tiêu thụ nông sản cho nông dân cả nước và nông dân Cao Bằng trong việc giao thương biên giới.

4. Kết luận

Trung Quốc, trong nhiều năm trở lại đây là thị trường nhập khẩu hạt điều lớn thứ hai của Việt Nam (chỉ sau Hoa Kỳ), điều đó nói lên tầm quan trọng của thị trường này đối với xuất khẩu hạt điều - ngành nông sản mũi nhọn của Việt Nam. Thực tế thống kê cho thấy, tỷ trọng hạt điều xuất khẩu thông qua địa bàn tỉnh Cao Bằng chiếm tỷ trọng khá lớn. Tìm ra những giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng này là cần thiết và đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế xã hội Cao Bằng nói riêng và cả nước nói chung. Cao Bằng đang đứng trước nhiều thuận lợi: sự ủng hộ về mặt chính sách của Chính phủ khi được phê duyệt thành lập khu kinh tế cửa khẩu tại Quyết định 20/2014/QĐ-TTg; thuận lợi về mặt vị trí địa lý khi nằm trong khu vực có thể kết nối thị trường nông sản lớn của Trung Quốc thông qua liên kết với các nước ASEAN và 6 tỉnh Tây Nam Trung Quốc. Vì thế, xuất khẩu nông sản nói chung và hạt điều nói riêng đang đứng trước cơ hội lớn để gia tăng cả về lượng và kim ngạch xuất khẩu qua địa bàn tỉnh Cao Bằng trong thời gian tới nếu như tỉnh Cao Bằng tận dụng được những lợi thế trên và thực hiện các giải pháp một cách đồng bộ./.

Tài liệu tham khảo

1. Quyết định số 20/2014/QĐ-TTg ngày 11 tháng 3 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng.
2. Cục Hải quan tỉnh Cao Bằng (2011), “Báo cáo tổng kết công tác năm 2011 và phương hướng nhiệm vụ công tác năm 2012”.
3. Cục Hải quan tỉnh Cao Bằng (2012), “Báo cáo tổng kết công tác năm 2011 và phương hướng nhiệm vụ công tác năm 2013”.
4. Cục Hải quan tỉnh Cao Bằng (2013), “Báo cáo tổng kết công tác năm 2011 và phương hướng nhiệm vụ công tác năm 2014”.
5. Cục Hải quan tỉnh Cao Bằng (2014), “Báo cáo tổng kết công tác năm 2011 và phương hướng nhiệm vụ công tác năm 2015”.
6. Cục Hải quan tỉnh Cao Bằng (2015), “Báo cáo tổng kết công tác năm 2011 và phương hướng nhiệm vụ công tác năm 2016”.
7. <http://www.mard.gov.vn/Pages/statisticreport.aspx?TabId=thongke>

TỐI ƯU HÓA CHUỖI CUNG ỨNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU SANG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG

经高平省向中国出口农产品的供应链之最优化

*PGS. TS. Nguyễn Hoàng
Trường Đại học Thương mại*

商业大学博士.副教授 阮黄

Tóm tắt

Nông nghiệp có vai trò cực kì quan trọng đối với sự phát triển bền vững của bất kì quốc gia nào, đặc biệt đối với Việt Nam, vốn là một đất nước đang phát triển với nền văn minh lúa nước từ lâu đời, nông nghiệp trở thành nền tảng và mang lại giá trị cho đại bộ phận người dân. Trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, việc xuất khẩu nông sản giúp mang lại giá trị to lớn đối với đất nước, góp phần nâng cao sức tăng trưởng kinh tế và cải thiện đời sống nhân dân. Trong số các thị trường xuất khẩu nông sản, Trung Quốc là thị trường lớn và tiềm năng nhất. Việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng xuất khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng đang là vấn đề cần nhiều sự quan tâm nhằm giảm thiểu ách tắc hàng hóa tại các cửa khẩu, thúc đẩy thông thương hàng hóa giữa hai nước, thúc đẩy phát triển nông nghiệp bền vững của Việt Nam.

Từ khóa: *Chuỗi cung ứng, nông sản, xuất khẩu, thị trường Trung Quốc, Cao Bằng, Việt Nam.*

摘要

农业对任何国家可持续发展起着极其重要的作用，特别是对具有世代相传的水稻文明的发展中国家——越南来说，农业成为给大部分人民带来生活价值的基础。在国际经济一体化进程背景下，农产品的出口给国家带来重大的价值，有助于提高人民经济的增长和改善人民生活的质量。在农产品出口市场中，中国是最有潜能的巨大市场。通过高平省的农产品出口供应链的最优化正需要得到进一步的关怀，以减少在各口岸的货物流通迟滞的现象，促进两国间贸易活动，促进越南农业可持续的发展。

关键词: *供应链, 农产品, 出口, 中国市场, 高平省, 越南。*

1. Mở đầu

Việt Nam là một nước nông nghiệp đang phát triển, hoạt sản xuất nông nghiệp của nước ta có lịch sử phát triển từ lâu đời với nhiều lợi thế về lao động, khí hậu đa dạng, nguồn nước dồi dào. Nền nhiệt độ đa dạng đó cùng với lượng mưa hàng năm lớn, ánh sáng dồi dào cùng với những thuận lợi về khí hậu, thổ nhưỡng... tạo điều kiện tự nhiên để phát triển nền nông nghiệp mang bản sắc riêng của Việt Nam. Bên cạnh đó, lợi thế về nguồn lao động với khoảng 90 triệu dân hiện nay, trong đó có tới 60 triệu nông dân có học vấn khá, rất cần cù và

sáng tạo là nguồn lực vô giá để phát triển nền nông nghiệp Việt Nam. Sản xuất nông nghiệp nước ta rất đa dạng với nhiều loại nông sản khác nhau, trong đó có nhiều nông sản đã trở nên nổi tiếng trên thị trường thế giới như gạo, cao su, mía đường...

Do điều kiện tương đồng về văn hóa và gần về địa lí nên phần lớn các mặt hàng nông sản nước ta được xuất khẩu sang các nước châu Á, còn đối với các thị trường khác như châu Âu, Phi, Mỹ - Latinh thì thị phần còn tương đối hạn chế. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản năm 2013 đạt 19,8 tỷ USD, xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản giữ vị trí quan trọng trong tổng xuất khẩu hàng hóa của cả nước (chiếm tỷ trọng khoảng 15,0%). Trong bốn tháng đầu năm 2015, xuất khẩu nông sản nước ta đạt mức kỷ lục 31 tỷ USD. Các mặt hàng nông sản chiếm vị trí cao trên thị trường thế giới bao gồm hạt tiêu, gạo cà phê, điều, chè, rau củ quả tươi... Số thị trường xuất khẩu của hàng nông sản Việt Nam đã tăng rất nhanh trong những năm qua, từ 107 thị trường năm 2008 lên đến 129 thị trường năm 2014.

Trung Quốc là một thị trường xuất khẩu nông sản tiềm năng của Việt Nam. Nhu cầu của thị trường Trung Quốc khá đa dạng, được đánh giá là tương đối dễ tính hơn so với các thị trường EU, Nhật Bản, Mỹ... do dân số đông, có nhiều tầng lớp dân cư khác nhau với những mức thu nhập khác nhau. Với quy mô dân số lớn gần 1,3 tỷ dân, trong đó có đến 700 triệu dân số thuộc khu vực nông thôn nên nhu cầu lương thực của Trung Quốc rất lớn. Đây là cơ hội lớn đối với một nước phát triển nông nghiệp như Việt Nam. Trong số những mặt hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc đã có những mặt hàng tạo nên thương hiệu như cao su, hạt tiêu, điều, café... Mặc dù vậy, thị trường Trung Quốc cũng có một số rào cản nhất định gây nên những cản trở nhất định đối với hàng nông sản Việt Nam. Thực tế đến nay, xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc vẫn còn khiêm tốn, chưa tương xứng với tiềm năng thị trường và lợi thế của Việt Nam.

Tuy nông nghiệp tiếp tục phát triển ổn định, nhưng sản xuất nông nghiệp gặp nhiều khó khăn. Tình trạng “được mùa, mất giá” và khó tiêu thụ tuy không phải là vấn đề mới mẻ nhưng luôn là bài toán nan giải, đẩy người nông dân vào khó khăn. Để tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng nông nghiệp, việc tích cực tìm thị trường xuất khẩu cho sản phẩm nông nghiệp đã trở nên bức thiết. Đây cũng là nhiệm vụ trọng tâm trong xây dựng nông thôn mới và là một giải pháp cực kỳ đúng đắn trong bối cảnh cầu nông nghiệp nội địa tăng thấp trong những năm gần đây. Xuất phát từ thực tiễn trên, tôi lựa chọn đề tài nghiên cứu “*Tối ưu hóa chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng*” nhằm nhấn mạnh vai trò của chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu đến phát triển nông nghiệp Việt Nam, từ đó xác định các giải pháp nhằm nâng cao giá trị xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.

2. Cơ sở lý luận

Định nghĩa nông sản và các đặc điểm của nông sản

Nông nghiệp được hiểu theo nghĩa rộng bao gồm nông nghiệp (trồng trọt, chăn nuôi), thủy sản, lâm nghiệp và diêm nghiệp. Nông sản là những sản phẩm hoặc bán thành phẩm có nguồn gốc từ hoạt động nông nghiệp. Nông sản bao gồm các sản phẩm nông nghiệp cơ bản như lúa gạo, lúa mì, bột mì, động vật sống, hồ tiêu, cà phê, sữa bò, rau quả tươi; các sản phẩm phái sinh như bánh mì, bơ, dầu ăn, thịt và các sản phẩm được chế biến từ sản phẩm nông

nghiệp như xúc xích, bánh kẹo, sản phẩm từ sữa, thuốc lá, bông xơ, da động vật thô... (van der Vorst và các cộng sự, 2007; Nguyễn Bách Khoa, 2003; Đinh Văn Thành, 2010).

Nông sản có các đặc điểm sau (Nguyễn Bách Khoa, 2003; Fernandez-Stark, Bamber và Gereffi, 2011; Phan Đình Quyết, 2015):

- Quá trình sản xuất, thu hoạch, buôn bán hàng nông sản mang tính thời vụ. Do sự biến động của thời tiết - khí hậu, mỗi loại cây trồng có sự thích ứng nhất định với điều kiện đó, dẫn đến những mùa vụ khác nhau. Hàng hóa nông sản dồn vào thời điểm chính vụ.

- Mặt hàng nông sản chịu tác động và ảnh hưởng lớn của các điều kiện tự nhiên, đặc biệt là các điều kiện về đất đai, khí hậu, thời tiết. Nếu điều kiện tự nhiên thuận lợi thì cây trồng, vật nuôi sinh trưởng và phát triển tốt, cho năng suất cao, chất lượng tốt và ngược lại.

- Hàng hóa nông sản với mục đích chính là phục vụ nhu cầu ăn, uống của con người nên chất lượng hàng nông sản tác động trực tiếp đến sức khỏe của người tiêu dùng. Chính vì vậy, đây luôn là yếu tố đầu tiên được người tiêu dùng quan tâm.

- Mặt hàng nông sản có đặc tính tươi sống nên khó bảo quản được trong thời gian dài. Ngoài ra, hàng nông sản dễ bị hư hỏng, ẩm mốc, biến chất nên cần được chế biến và bảo quản cẩn thận.

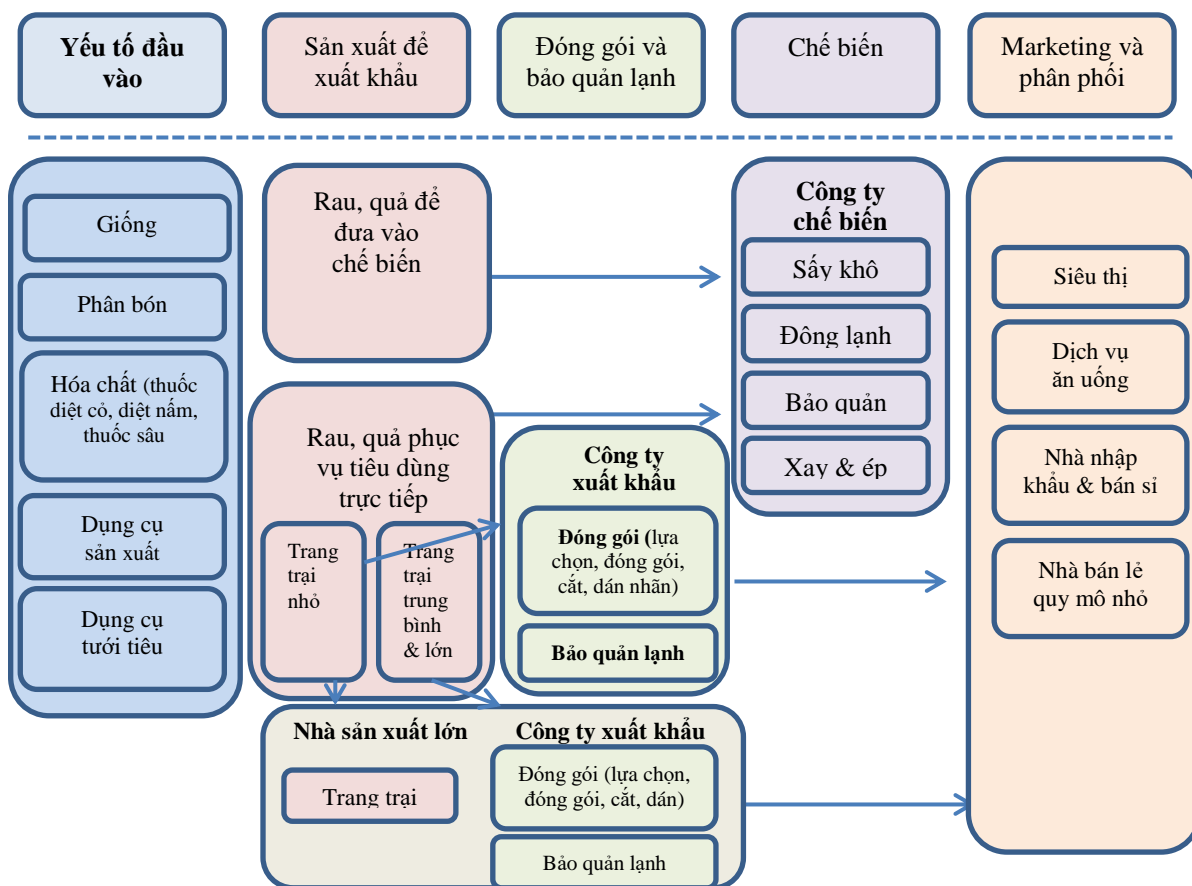
Định nghĩa chuỗi cung ứng nông sản và quản trị chuỗi cung ứng nông sản

Chuỗi cung ứng là một chuỗi các hành động bao gồm ra quyết định và thực hiện quyết định, các quá trình và các dòng lưu chuyển (tiền, thông tin, vật chất) diễn ra một cách liên tục trong các giai đoạn khác nhau từ sản xuất đến tiêu thụ nhằm đáp ứng các yêu cầu của khách hàng. Chuỗi cung ứng bao gồm nhà sản xuất và các nhà cung cấp, các dòng logistics, vận tải, lưu kho, nhà bán lẻ và những người tiêu dùng cuối cùng. Theo nghĩa rộng hơn, chuỗi cung ứng bao gồm phát triển sản phẩm mới, vận hành sản xuất, marketing, phân phối, tài chính và dịch vụ khách hàng (Fernandez-Stark, Bamber, Gereffi, 2011).

Quản trị chuỗi cung ứng nông sản là tích hợp các hoạt động bao gồm lập kế hoạch, thực hiện, phối hợp và kiểm soát tất cả các quá trình kinh doanh và các hoạt động cần thiết để sản xuất và phân phối nông sản sao cho có hiệu quả nhất, đáp ứng tốt nhất các yêu cầu của thị trường (Christopher, 1998).

Trong một chuỗi cung ứng nông sản, các công ty cùng đặt mối quan hệ hợp tác chiến lược trong một hoặc nhiều lĩnh vực khác nhau, tuy nhiên mỗi công ty vẫn duy trì sự tự chủ cũng như bản sắc riêng của mình. Chuỗi cung ứng nông sản bao gồm nhiều chuỗi cung ứng và nhiều quá trình kinh doanh song song hoặc tuần tự theo thời gian. Một tổ chức thuộc chuỗi cung ứng này có thể đảm nhiệm vai trò khác trong chuỗi cung ứng khác, hoặc có thể phối hợp với các đối thủ cạnh tranh trong các chuỗi cung ứng khác (van der Vorst và các cộng sự, 2007). Tóm lại, mỗi thành phần có thể tham gia vào nhiều chuỗi cung ứng khác nhau và thay đổi theo chiều dọc hoặc chiều ngang (nếu cần) để tham gia vào một loạt các quá trình kinh doanh khác nhau.

Mô hình chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu



Nguồn: Fernandez-Stark, Bamber và Gereffi (2011)

Các thành viên trong chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu của Việt Nam bao gồm nhà cung cấp các yếu tố đầu vào, nhà sản xuất, công ty chế biến, nhà nhập khẩu và ngành công nghiệp thực phẩm. Mở đầu chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu là các nhà cung cấp những đầu vào cần thiết cho sản xuất nông nghiệp, bao gồm hạt/cây giống, phân bón, hóa chất (thuốc trừ sâu, thuốc diệt nấm, thuốc diệt cỏ), công cụ sản xuất và phương tiện tưới tiêu (van der Vorst và các cộng sự, 2007; Lemanowicz và Krukowski, 2009). Đối với chuỗi cung ứng của các nước đang phát triển như Việt Nam, sản xuất nông sản xuất khẩu được chia thành sản xuất cho tiêu thụ trực tiếp và sản xuất phục vụ chế biến. Các *nhà sản xuất* nông nghiệp bao gồm các hộ gia đình, các trang trại có quy mô lớn, trung bình hoặc nhỏ, cung cấp nông sản cho các công ty xuất khẩu hoặc các công ty chế biến. Các hiệp hội ngành nghề có vai trò quan trọng trong việc cung cấp các thông tin tư vấn liên quan đến giống mới, quy trình sản xuất tốt nhất. Tại các *Công ty chế biến*, giai đoạn đầu tiên là đóng gói và bảo quản lạnh. Nông sản được phân loại nhằm lựa chọn những sản phẩm đạt chất lượng, sau đó được rửa sạch, cắt tỉa, trộn, đóng gói và dán nhãn, bảo quản lạnh để cung cấp cho các nhà nhập khẩu hoặc nhà bán sỉ nước ngoài. Việc chế biến nông sản bao gồm các công đoạn sấy khô, đông lạnh, bảo quản sản phẩm và xay, ép. Công ty mua nông sản từ những nhà sản xuất thông qua các hợp đồng, sau đó xuất khẩu sản phẩm mang thương hiệu riêng của mình. *Nhà nhập khẩu* mua lượng lớn nông sản từ các nhà sản xuất, đóng gói, trữ lạnh và phân phối lại các sản phẩm đến nhà bán lẻ.

Nhà nhập khẩu điều phối các dao động về cầu sản phẩm cho các nhà sản xuất bằng cách trữ hàng tồn và thực hiện nhiều hoạt động kinh doanh để tìm kiếm và phục vụ khách hàng, môi giới sản phẩm, vận hành, logistics và dịch vụ hậu mãi. Thành phần cuối cùng trong chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu là *Công nghiệp thực phẩm*, phân phối và marketing là giai đoạn cuối cùng trước khi sản phẩm được tiêu thụ bởi người tiêu dùng. Sản phẩm nông sản được phân phối đến các kênh khác nhau bao gồm hệ thống các siêu thị, các nhà bán lẻ quy mô nhỏ, các nhà bán sỉ và dịch vụ ăn uống để đến với người tiêu dùng cuối cùng.

Trong chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu, các thành viên giao kết với nhau qua ba cơ chế cơ bản, gồm: qua kí kết hợp đồng, qua chia sẻ thông tin và ra quyết định chung. Hợp đồng được kí kết giữa các công ty chế biến nông sản và người sản xuất và giữa công ty chế biến với nhà phân phối, xác định mối quan hệ mua - bán hàng giữa các bên dựa trên các thông số như: số lượng, giá cả, thời gian và chất lượng... Mối quan hệ qua kí kết hợp đồng nhằm gia tăng tổng lợi nhuận chuỗi cung ứng, giảm chi phí hàng tồn kho và chia sẻ rủi ro giữa các thành viên thuộc chuỗi cung ứng. Quan hệ chia sẻ thông tin là quan hệ mà thông qua các thông tin được chia sẻ, các thành viên trong chuỗi cung ứng nông sản được liên kết và kết nối với nhau, tăng mức độ tin cậy lẫn nhau, từ đó lập kế hoạch sản xuất, chế biến và phân phối nông sản sao cho đáp ứng tốt nhất nhu cầu của thị trường, bảo đảm chất lượng sản phẩm và giao dịch sản lượng đã cam kết, đồng thời cho phép các bên liên quan của chuỗi cung ứng phản ứng với thông tin thị trường và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng. Hoạt động ra quyết định chung trong chuỗi cung ứng nông sản giúp duy trì dòng thông tin một cách đầy đủ và liên tục giữa các thành viên, phân bổ và sử dụng hợp lý các nguồn lực như: cơ sở vật chất, lao động, vốn, công nghệ kỹ thuật trong quá trình cung cấp, sản xuất và phân phối hàng hóa nông sản, đồng thời giúp mỗi thành viên có những phản ứng thích hợp trước những vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện.

Những thách thức chiến lược đối với chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu hiện nay chủ yếu liên quan đến thị trường, công nghệ, thời gian và tốc độ; cụ thể như sau (van der Vorst và các cộng sự, 2007; Lemanowicz và Krukowski, 2009; Fernandez-Stark, Bamber và Gereffi, 2011):

- Những thách thức liên quan đến thị trường xuất khẩu gồm có sự thay đổi liên tục về nhu cầu do suy thoái kinh tế, bất ổn chính trị, gia tăng số lượng các nhà cung ứng và chủng loại sản phẩm; sự suy giảm lòng trung thành của khách hàng đối với sản phẩm và sự phát triển của thương mại điện tử.

- Những thách thức về mặt công nghệ liên quan đến thời gian dẫn đạo phát triển - yêu cầu phải rút ngắn chu kì đổi mới và phát triển sản phẩm; sự bền vững của công nghệ mới - không phải những công nghệ nào được đầu tư bài bản cũng bền vững với thời gian; thách thức về ý tưởng sáng tạo trong nội bộ chuỗi cung ứng - sản xuất những sản phẩm nông sản công nghệ cao, vừa sạch, an toàn, bảo quản đạt chất lượng tốt, nông sản với những chức năng mới...

- Những thách thức về nguồn lực bao gồm những thách thức về năng lực tài chính, tài nguyên thiên nhiên, nguồn nhân lực, kết cấu hạ tầng... và việc phân bổ, sử dụng nguồn lực sao cho hợp lí và bền vững.

- Những thách thức về thời gian và tốc độ: Đối với chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu, các yếu tố liên quan đến giới hạn (thời vụ, thời hạn giao, tần suất giao...) rất quan trọng, quyết định đến giá trị của chuỗi cung ứng, việc nắm bắt các cơ hội thị trường, giảm thiểu các chi phí trong chuỗi và góp phần củng cố thương hiệu nông sản của Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu

Địa điểm thực hiện nghiên cứu

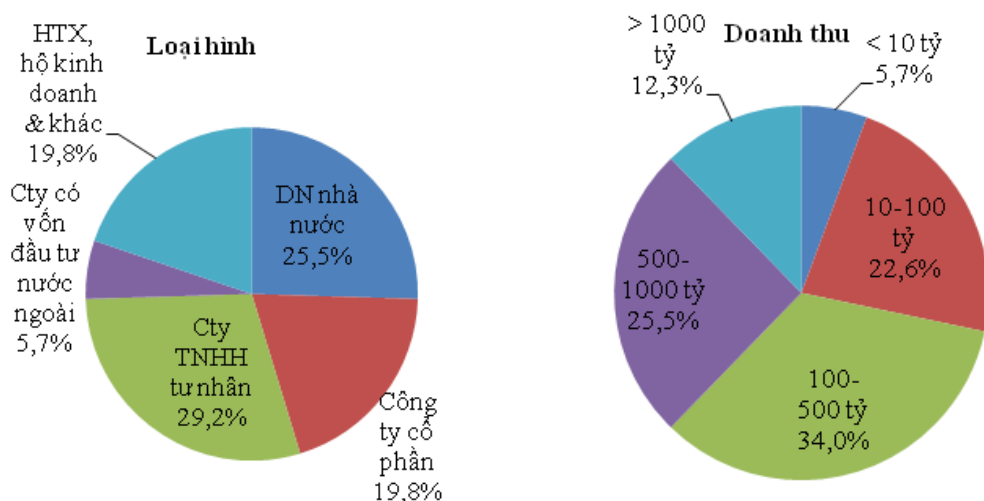
Cao Bằng là tỉnh có tiềm năng xuất khẩu rất cao, chủ yếu là với bạn hàng Trung Quốc và qua cửa khẩu đường bộ. Cao Bằng có đường biên giới đất liền tiếp giáp với Trung Quốc dài trên 333 km, có Cửa khẩu quốc tế Tà Lùng, 3 cặp cửa khẩu chính (Trà Lĩnh, Sóc Giang, Lý Vạn) và nhiều cặp cửa khẩu phụ, lối mở trên biên giới, tạo ra nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển kinh tế biên mậu. Trà Lĩnh là 1 trong 4 cửa khẩu của Việt Nam được lựa chọn để xây dựng các khu hợp tác kinh tế qua biên giới giữa Việt Nam và Trung Quốc. Cặp cửa khẩu Trà Lĩnh (Việt Nam)- Long Bang (Trung Quốc) trong tương lai là tuyến giao thông đường bộ quốc tế từ các tỉnh Tây Nam Trung Quốc đi ASEAN... Khu KTCK tỉnh Cao Bằng có một vị trí địa lý rất quan trọng, khoảng cách kết nối đến các trung tâm kinh tế lớn của Trung Quốc như: Trùng Khánh, Tứ Xuyên, Quý Châu và Quảng Tây thuận lợi hơn các khu vực khác của nước ta. Đây là một trong những động lực quan trọng nhằm đẩy mạnh nhịp độ tăng trưởng, chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tạo động lực cho các vùng kinh tế khác.

Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu

Các phương pháp nghiên cứu được áp dụng trong đề tài bao gồm phương pháp nghiên cứu tài liệu và phương pháp điều tra bằng bảng hỏi. Đầu tiên, tôi áp dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu dựa trên các nguồn từ các tài liệu thứ cấp bao gồm sách báo, tạp chí chuyên ngành trong nước, các công trình nghiên cứu của các tác giả trên thế giới nhằm xây dựng cơ sở lý luận và có những hiểu biết đầy đủ về vấn đề nghiên cứu; những thông tin thời sự và số liệu thống kê về tình hình kinh tế chung và tình hình phát triển nông nghiệp của Việt Nam được tham khảo từ các trang trên Internet như //www.thoibaotaichinhvietnam.vn, //www.vccinews.vn/, báo Công Thương...

Tiếp theo, để có được những thông tin chính xác, khách quan và thực tế nhất về vấn đề nghiên cứu, tôi tiến hành phương pháp điều tra thực tế dựa trên bảng câu hỏi. Đối tượng điều tra được xác định bao gồm các công ty xuất khẩu và các chủ hàng có xuất hàng qua cửa khẩu tỉnh Cao Bằng. Đối với các công ty xuất khẩu, bảng câu hỏi được gửi qua email, còn đối với các chủ hàng tại một số cửa khẩu, bảng câu hỏi được điền trực tiếp. Kết quả thu về tổng cộng 106 bảng hỏi được điền đầy đủ thông tin và sử dụng làm mẫu phân tích điều tra, được phân bố như sau:

Hình 1: Mẫu khảo sát điều tra các đơn vị xuất khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng



Về loại hình doanh nghiệp, trong số 106 công ty xuất khẩu và chủ hàng có xuất hàng qua các cửa khẩu tỉnh Cao Bằng trả lời điều tra, chiếm đa số là các doanh nghiệp nhà nước (25,5%) và các công ty TNHH tư nhân (29,2%), ngoài ra còn có các công ty cổ phần (19,8%), công ty có vốn đầu tư nước ngoài (5,7%), còn lại là các hợp tác xã, hộ gia đình và các thành phần khác. Về doanh thu, có 34% công ty hoặc chủ hàng có doanh thu xuất khẩu nông sản từ 100 đến 500 tỷ, 25,5% đối tượng điều tra có doanh thu từ 500 đến 1000 tỷ, 22,6% có doanh thu từ 10 đến 100 tỷ, chỉ có 12,3% đối tượng có doanh thu trên 1000 tỷ và 5,7% có doanh thu dưới 10 tỷ.

4. Kết quả nghiên cứu

Tổng quan về thị trường Trung Quốc nhập khẩu nông sản

Trung Quốc là một thị trường tiêu thụ lớn, hấp dẫn với hơn 1,3 tỷ dân, trong đó có tới 700 triệu dân thuộc khu vực nông thôn. Theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp Trung Quốc, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu nông sản của Trung Quốc năm 2012 đạt 175,7 tỷ USD, nhập khẩu đạt 112,4 tỷ USD. Nhu cầu nhập khẩu hàng nông sản của Trung Quốc đã tăng trưởng đáng kể trong những năm gần đây vùng với sự mở rộng của quy mô ngoại thương của nước này. Năm 2012, quy mô ngoại thương của Trung Quốc đã lần đầu tiên vượt Mỹ, trở thành quốc gia có kim ngạch xuất nhập khẩu lớn nhất thế giới với trên 3.866 tỷ USD. Trung Quốc thực sự là một thị trường rộng lớn, và còn nhiều khoảng trống để các doanh nghiệp thâm nhập vào.

Thị trường Trung Quốc từ lâu được đánh giá là thị trường tiêu thụ tương đối dễ tính, không những vì nhu cầu của thị trường khá đa dạng do các tầng lớp dân cư khác nhau, có thu nhập khác nhau mà còn vì đây là thị trường mà Việt Nam đã có quan hệ lâu dài và quen thuộc. Nhìn chung, yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng, hàng rào kỹ thuật để xuất khẩu sang thị trường này không cao so với các thị trường khác như EU, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc... Tuy nhiên, đến thời điểm hiện nay, thị trường Trung Quốc đã có những thay đổi mạnh mẽ về nhu cầu hàng nhập khẩu, xu hướng tiêu dùng chuyển dần sang các sản phẩm có ưu thế về chất lượng thay vì giá rẻ. Vụ Thị trường châu Á - Thái Bình Dương nhận định, với chính sách tăng cường và mở rộng quy mô nhập khẩu của Trung Quốc trong thời gian tới, hàng nông sản của Việt Nam được dự báo sẽ có rất nhiều cơ hội để thâm nhập vào thị trường lớn này, với các mặt hàng có thể mạnh truyền thống như cao su, hoa quả nhiệt đới, cà phê, chè, gạo, sắn và các sản phẩm từ sắn (Lê Đỗ Thanh, 2015).

Các loại nông sản của Việt Nam được xuất sang Trung Quốc qua các cửa khẩu Trà Lĩnh, Sóc Giang, Lý Vạn của tỉnh Cao Bằng. Thông qua khu trung chuyển Trà Lĩnh - Cao Bằng, Trung Quốc trở thành thị trường xuất khẩu trọng điểm, đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng tăng trưởng bình quân trong giai đoạn từ năm 2010 đến 2012 đạt 35,9% và chiếm 33,9% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam với thế giới. Các mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng gồm: rau quả, nhân điều, cà phê, chè, gạo, cao su, sắn và các sản phẩm từ sắn. Năm 2012, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này sang Trung Quốc đạt trên 4,33 tỷ USD, tăng 17,37%. Đặc biệt trong nhóm này mặt hàng gạo và cà phê có mức tăng đột biến cả về lượng lẫn kim ngạch. Cụ thể, cà phê tăng 106,1% về lượng và 145,08% về kim ngạch (đạt 130,3 triệu USD), mặt hàng gạo tăng 574,9% về lượng và 459,1% về kim ngạch (đạt 898,4 triệu USD). Riêng 10 tháng đầu năm 2013, kim ngạch thương mại Việt Nam-Trung Quốc đạt 41,07

tỷ USD, gần bằng cả năm 2012 (Kim Thanh, 2015; Lê Đỗ Thanh, 2015). Tuy nhiên, nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng vẫn còn nhiều hạn chế. Tại các cửa khẩu tỉnh Cao Bằng, hầu hết sản phẩm xuất khẩu là sản phẩm thô hoặc sản phẩm sơ chế giá bán thấp, sức cạnh tranh thấp do công nghệ bảo quản và chế biến sau thu hoạch còn rất lạc hậu, mẫu mã chưa phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng và không có thương hiệu. Hầu hết hàng nông sản Việt Nam hiện nay chưa có thương hiệu. Hoạt động XK vào thị trường Trung Quốc vẫn mang tính chất “nghiệp dư”, mạnh ai nấy làm, nhiều khi vẫn “đánh” hàng theo chuyên, vẫn buôn bán theo mùa, theo vụ. Xuất khẩu nông sản vào Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng trong thời gian qua chủ yếu tập trung bằng đường tiểu ngạch và thu hút mọi thành phần kinh tế cùng tham gia.

Thực trạng xuất khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng theo số liệu thống kê

Để giải quyết bài toán về việc thúc đẩy thông quan nông sản xuất khẩu, tránh hiện tượng bị ép cấp, ép giá, giảm chất lượng khi chờ thông quan và không tiêu thụ được của nông sản Việt Nam, trong năm 2015, Cục Hải quan tỉnh Cao Bằng xây dựng địa điểm kiểm tra hàng hóa tập trung tại khu vực cửa khẩu Trà Lĩnh trên diện tích khoảng 50 ha trong tổng thể 100 ha của khu trung chuyển nhằm dần hình thành trung tâm giao dịch thương mại quốc tế và rút ngắn được thời gian lưu thông hàng hóa. Trà Lĩnh là 1 trong 4 cửa khẩu của Việt Nam được lựa chọn để xây dựng các khu hợp tác kinh tế qua biên giới giữa Việt Nam và Trung Quốc. Cửa khẩu Trà Lĩnh (Việt Nam) - Long Bang (Trung Quốc) trong tương lai là tuyến giao thông đường bộ quốc tế từ các tỉnh Tây Nam Trung Quốc đi ASEAN... Ngày 11/3/2014, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 20/2014/QĐ-TTg về việc thành lập Khu Kinh tế cửa khẩu (KTCK) tỉnh Cao Bằng với tổng diện tích tự nhiên hơn 30.130 ha, bao gồm 37 xã và 3 thị trấn của 7/13 huyện, thành phố.

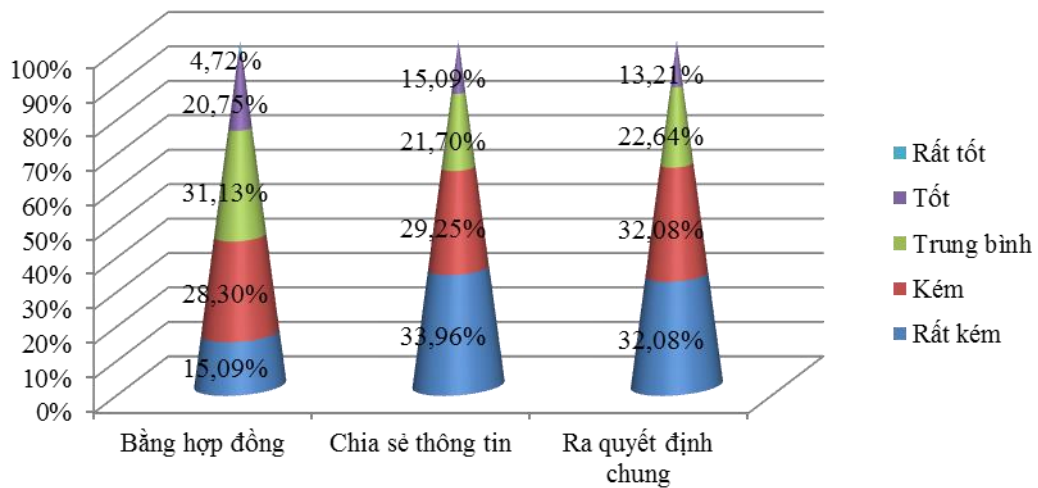
Trong những năm qua, kim ngạch xuất nhập khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng đạt được những con số ấn tượng. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh các năm gần đây tăng bình quân 27%/năm. Năm 2009, kim ngạch xuất nhập khẩu mới đạt 300 triệu USD, đến năm 2013 con số này lên tới 2 tỷ USD. Năm 2014, dù không đạt kết quả cao như năm 2013 nhưng kim ngạch xuất nhập khẩu cũng đạt 1,5 tỷ USD. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là hàng nông lâm sản; mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là máy móc thiết bị, hoa quả tươi, phân bón, hàng công nghiệp tiêu dùng (Kim Thanh, 2015).

Tuy nhiên, các tiềm năng về hoạt động thương mại biên giới tại tỉnh Cao Bằng vẫn chưa được đầu tư khai thác một cách hiệu quả, hoạt động xuất nhập khẩu vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định. Tiến độ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng tại các khu kinh tế cửa khẩu của tỉnh còn chậm, kết cấu hạ tầng phát triển chưa đồng bộ, hoạt động thương mại biên giới, hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu tuy phát triển nhưng kim ngạch xuất nhập khẩu giá trị còn nhỏ bé, không ổn định, nguồn hàng nông sản xuất khẩu chưa nhiều. Do xa các trung tâm kinh tế lớn của vùng và cả nước hệ thống giao thông vẫn còn yếu kém, việc vận chuyển hàng hoá chỉ duy nhất là vận tải bằng đường bộ nên chi phí vận chuyển cao.

Thực trạng xuất khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng theo kết quả khảo sát điều tra

Thực trạng xuất khẩu nông sản được phản ánh rõ nét qua kết quả nghiên cứu khảo sát điều tra các đơn vị xuất khẩu qua tỉnh Cao Bằng sang thị trường Trung Quốc, cụ thể như sau:

Về liên kết giữa các thành viên trong chuỗi, theo kết quả điều tra của nghiên cứu này, có 31,13% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá quan hệ hợp đồng giữa nhà sản xuất và doanh nghiệp, giữa doanh nghiệp và nhà nhập khẩu ở mức trung bình, có tới 43,39% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá quan hệ này ở mức kém hoặc rất kém. Hợp đồng nông sản giữa nông dân và doanh nghiệp còn hạn chế, hợp đồng xuất khẩu. Thực tế trong chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu nước ta hiện nay, mối quan hệ hợp đồng giữa doanh nghiệp thu mua, chế biến nông sản và người dân còn rất hạn chế. Mặc dù đóng vai trò chủ đạo trong đầu tư và phát triển thị trường, các mô hình liên doanh, liên kết nhưng doanh nghiệp vẫn chưa quan tâm nhiều đến phát triển liên kết trực tiếp với nông dân. Đa phần người dân và doanh nghiệp kết nối gián tiếp với nhau thông qua thương lái và không có hợp đồng thu mua chính thức. Hợp đồng sản xuất giữa người nông dân và doanh nghiệp cũng chưa phổ biến và chưa được người nông dân tuân thủ sát sao. Trong khi đó, về bản chất, nếu có hợp đồng sản xuất và tiêu thụ nông sản trực tiếp giữa doanh nghiệp và nông dân sẽ có lợi cho cả hai bên.



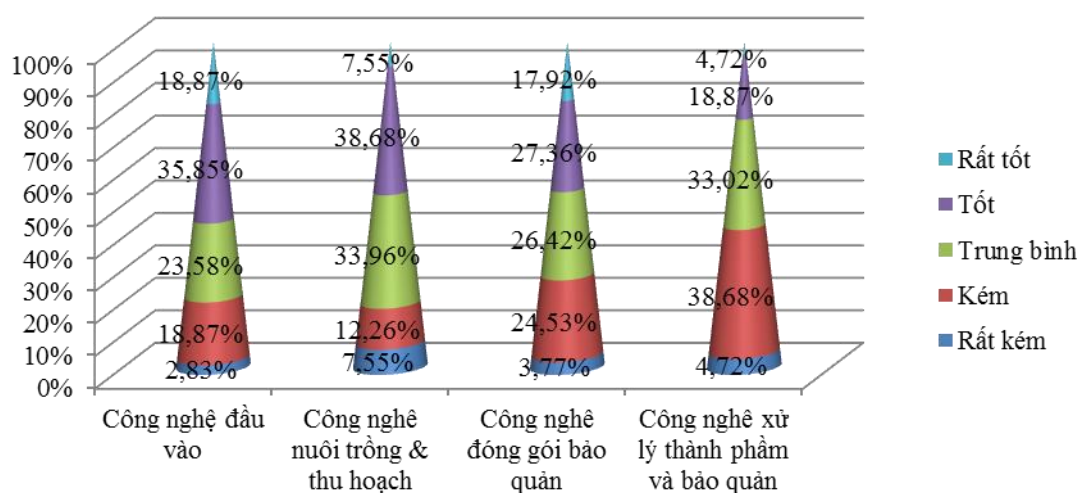
Hình 2: Kết quả điều tra về thực trạng liên kết giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng

Đánh giá về mức độ chia sẻ thông tin giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc, có tới 63,21% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá mối liên kết này ở mức kém và rất kém, chỉ có 15,09% đánh giá ở mức tốt. Nông dân chỉ thuần thực khâu sản xuất, chỉ có doanh nghiệp mới nắm bắt được nhu cầu và các yêu cầu về tiêu chí kỹ thuật, chất lượng sản phẩm của thị trường tiêu thụ. Tuy nhiên, việc thiếu các kênh thông tin trao đổi giữa người dân và doanh nghiệp dẫn đến tình trạng chất lượng và chủng loại nông sản không phù hợp với nhu cầu tiêu thụ của thị trường xuất khẩu dẫn đến việc người dân sản xuất nhưng doanh nghiệp không thu mua, mua với giá rẻ...

Việc ra quyết định chung giữa các thành viên trong bất kỳ chuỗi cung ứng nào, không chỉ riêng chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu, có vai trò quan trọng nhằm xây dựng tiếng nói chung và tăng cường mối liên kết lẫn nhau. Tuy nhiên, theo kết quả điều tra, chỉ có 13,21% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá ở mức tốt, còn lại có tới 64,16% đánh giá ở mức độ kém và rất kém. Đây là yếu tố mà chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu còn rất hạn chế, trong thời gian tới cần có biện pháp khắc phục nhằm nâng cao giá trị cho chuỗi.

Về công nghệ, gồm đầu vào (giống, thuốc phòng chống bệnh, thuốc hỗ trợ tăng trưởng), có 23,58% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá yếu tố này ở mức trung bình, 54,72%

đánh giá ở mức tốt và rất tốt; điểm trung bình đạt 3,49/5 điểm. Hiện nay tại một số địa phương đã triển khai mô hình trồng trọt, chăn nuôi với quy mô lớn, tập trung, toàn bộ cây và con giống được các Viện cung cấp và hướng dẫn cách sản xuất như mô hình trồng cam Vinh tại Quỳnh Hợp - Nghệ An, quy hoạch trồng thanh long ruột đỏ tại Chợ Đồn - Bắc Cạn.



Hình 3: Kết quả điều tra về thực trạng công nghệ sử dụng trong chuỗi cung ứng

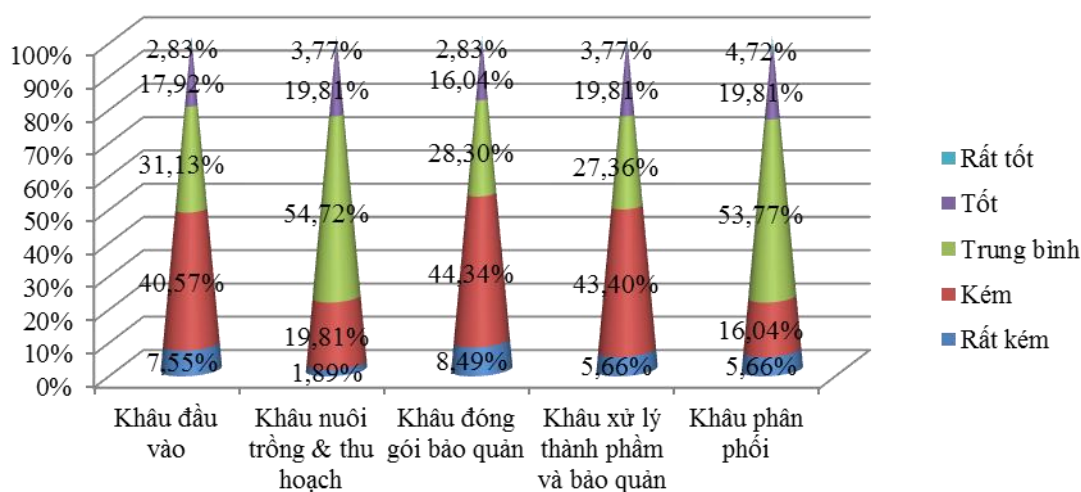
Chi tiết về công nghệ nuôi trồng và thu hoạch, kết quả điều tra cho thấy có 33,96% doanh nghiệp đánh giá công nghệ nuôi trồng và thu hoạch đạt mức trung bình, 46,23% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá ở mức tốt và rất tốt; điểm trung bình đạt 3,25/5 điểm. Ngày nay, nhiều công nghệ mới được ứng dụng và triển khai nhằm nâng cao chất lượng nuôi trồng và thu hoạch nông sản như công nghệ vi sinh, công nghệ nuôi trồng trong nhà kính, công nghệ nuôi trồng theo tiêu chuẩn Global GAP...

Về công nghệ đóng gói và bảo quản, 26,42% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá công nghệ đóng gói và bảo quản đạt mức trung bình, 45,28% đánh giá ở mức tốt và rất tốt; điểm trung bình đạt mức tốt 3,31/5 điểm. Ngày nay, các công nghệ bảo quản nông sản được áp dụng như công nghệ CAS (bảo quản nông sản tươi ngon 99% đến 10 năm), phương pháp bảo quản lạnh, phương pháp điều chỉnh khí quyển... Tuy nhiên, mức độ áp dụng công nghệ này vẫn còn hạn chế.

Về công nghệ xử lý thành phẩm và bảo quản, so với các công nghệ khác từ khâu chọn giống đến khâu thu hoạch, công nghệ xử lý thành phẩm và bảo quản có phần hạn chế hơn. Theo kết quả phân tích điều tra, có tới 43,4% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá công nghệ này ở mức kém và rất kém, 33,02% đánh giá ở mức độ trung bình; điểm trung bình đạt mức độ trung bình 2,8/5 điểm. Công nghệ xử lý thành phẩm ở Việt Nam mới chỉ dừng lại ở kỹ thuật xử lý ozone, sấy khô hay hút chân không sau đóng gói.

Về nguồn nhân lực, nhìn chung, chất lượng các nguồn nhân lực trong chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc còn nhiều hạn chế. Về nguồn nhân lực trong khâu đầu vào, theo kết quả điều tra các đơn vị xuất khẩu qua tỉnh Cao Bằng, có tới 48,12% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá chất lượng nguồn nhân lực khâu đầu vào đạt chất lượng kém và rất kém. Về nguồn nhân lực khâu đóng gói và bảo quản, có 52,83% công ty và chủ hàng đánh giá ở mức kém và rất kém; tại khâu xử lý thành phẩm, 49,06% doanh nghiệp và chủ hàng đánh

giá chất lượng ở mức độ kém và rất kém. Điểm trung bình được đánh giá ở các khâu đầu vào, đóng gói & bảo quản, xử lý thành phẩm chỉ ở mức trung bình và lần lượt là 2,68; 2,6 và 2,73 / 5 điểm. Đây là vấn đề còn tồn tại đặt ra đối với chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu, vì nguồn nhân lực chất lượng không cao sẽ trực tiếp làm giảm giá trị của chuỗi cung ứng.

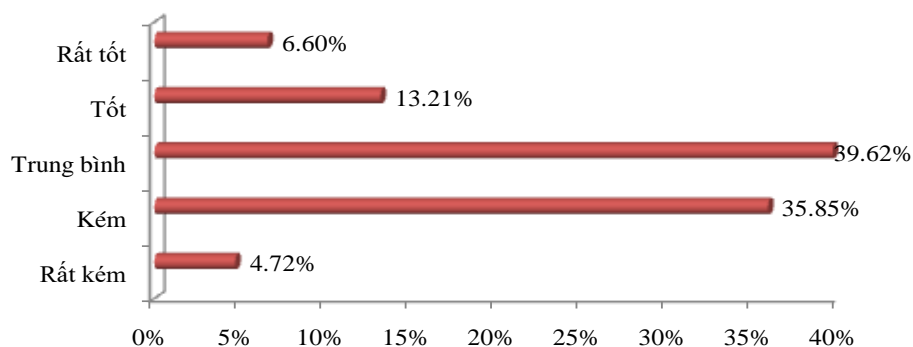


Hình 4: Kết quả điều tra về thực trạng nguồn nhân lực trong chuỗi cung ứng

So với các khâu khác trong chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu, nguồn nhân lực thuộc khâu nuôi trồng & thu hoạch và khâu phân phối được đánh giá là có chất lượng tốt hơn. Theo kết quả điều tra, tại khâu nuôi trồng & thu hoạch có 21,7% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá ở mức kém và rất kém, 54,72% đánh giá ở mức độ trung bình; điểm trung bình ở mức khá 3,04/5 điểm. Những người nông dân sản xuất quy mô lớn thường tích cực tham gia các buổi hội thảo, tư vấn nuôi trồng và truyền đạt lại lẫn nhau, vì thế năng lực sản xuất ngày một cao. Để làm giàu cho chính mình, người dân đã rất cố gắng để đạt năng suất cao nhất có thể. Tại khâu phân phối, có 53,77% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá nguồn nhân lực khâu phân phối có chất lượng trung bình, 24,53% giá ở mức tốt và rất tốt; điểm trung bình đạt mức tốt là 3,02/5 điểm.

Để nâng cao chất lượng các nguồn lực, Bộ NN&PTNT đã làm việc với các nhà khoa học để nghiên cứu những giống cây trồng xuất khẩu hiệu quả như lúa, cà phê, thanh long, cam... có thể sử dụng ổn định khoảng 10 năm trở lên; đồng thời quy hoạch cánh đồng mẫu lớn, thông qua các hợp tác xã và các hiệp hội để đào tạo kỹ năng tiến bộ cho người nông dân, hỗ trợ vay vốn đầu tư sản xuất, khuyến khích mối liên hệ giữa nông nghiệp và người dân, qua đó xây dựng được thương hiệu nông sản xuất khẩu của Việt Nam.

Về thời gian và tốc độ cung ứng sản phẩm nông sản xuất khẩu của chuỗi, kết quả điều tra cho thấy có 40,57% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá thời gian và tốc độ của chuỗi cung ứng kém và rất kém, chỉ có 19,81% doanh nghiệp và chủ hàng đánh giá tốt và rất tốt. Điểm trung bình chỉ đạt mức độ trung bình 2,81/5 điểm.



Hình 5: Kết quả điều tra về thời gian và tốc độ chuỗi cung ứng

Nguyên nhân, *thứ nhất*, là do thời gian và tốc độ của chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu bị hạn chế rất nhiều tại khâu thu mua nông sản từ người sản xuất. Hầu hết người dân Việt Nam sản xuất nông sản không theo hợp đồng nên sau khi thu hoạch, họ thường bán cho các thương lái hoặc các đại lý thu mua nhỏ lẻ. Thiếu sự kết nối trực tiếp giữa nông dân với nông nghiệp, thương lái là cầu nối chính trong việc giải quyết khâu tiêu thụ của nông dân và khâu nhập hàng của doanh nghiệp làm tăng số lượng các trung gian trong chuỗi cung ứng, làm tăng chi phí và tăng độ trễ về thời gian cung ứng, làm giảm tốc độ của chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu. Đặc biệt đối với các mặt hàng như gạo, cà phê, cá tra, rau sạch... Tình trạng "đứt đoạn" giữa sản xuất của nông dân và hoạt động của doanh nghiệp là nguyên nhân chính gây ra các "điểm nghẽn" trong đầu ra của sản phẩm nông nghiệp. *Thứ hai*, tốc độ của chuỗi cung ứng giảm và thời gian cung ứng kéo dài thường xảy ra ở khâu xuất khẩu nông sản. Vì nhiều lý do như thiếu thông tin về thị trường Trung Quốc, thiếu các hợp đồng xuất nhập khẩu uy tín và do chất lượng nông sản xuất khẩu không đảm bảo dẫn đến việc nông sản bị ép giá, bị trì hoãn nhập khẩu, thường phải lưu tại cửa khẩu một thời gian dài trước khi được nhập vào thị trường Trung Quốc. Độ trễ về thời gian xuất hàng cũng gây ra nhiều thiệt hại về chất lượng và giá bán nông sản tại thị trường xuất khẩu.

5. Giải pháp

Trên cơ sở kết quả phân tích thực trạng và kết quả điều tra, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm tối ưu hóa chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc nói chung và qua tỉnh Cao Bằng nói riêng. Cụ thể như sau:

Các giải pháp từ phía Nhà nước và chính quyền tỉnh Cao Bằng

Nhà nước nên có những cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn như cho vay vốn ưu đãi để đầu tư công nghệ bảo quản nông sản sau chế biến, giao chỉ tiêu thu mua, tạm trữ, thực hiện các hợp đồng xuất khẩu nông sản tập trung, hợp đồng Nhà nước chỉ định. Các tổ chức, hợp tác xã cần giám sát và đôn đốc người dân thực hiện đúng quy trình sản xuất theo yêu cầu của các doanh nghiệp. Chính phủ cần tạo thêm cơ chế, giải pháp đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu hàng hóa Việt Nam qua Trung Quốc thông qua các Hợp đồng thương mại Quốc tế; giúp đỡ các tỉnh biên giới khai thác hết tiềm năng giao dịch biên mậu, phục vụ cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

Chính quyền tỉnh Cao Bằng cần nâng cao trách nhiệm tìm nguồn hàng chất lượng cao, phối hợp với địa phương trong nước, nhất là các tỉnh phía Nam, thực hiện cơ chế điều phối

hoạt động của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu nông sản, rà soát quy hoạch và tổ chức sản xuất, chế biến nông sản một cách khoa học, phù hợp với nhu cầu của thị trường hai bên, gắn kết chặt chẽ với cơ chế điều hành cung cầu.

Các giải pháp từ phía nông nghiệp và nông dân

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ở các khâu khác nhau trong quá trình sản xuất và chế biến nông sản xuất khẩu. *Thứ nhất*, ở khâu đầu vào, người nông dân và doanh nghiệp cần liên kết, liên hệ với các đơn vị cung cấp giống, hóa chất và phân bón uy tín và đạt chất lượng. *Thứ hai*, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong khâu sản xuất thông qua việc tăng cường khả năng phân biệt và lựa chọn giống tốt, nâng cao kỹ thuật nuôi trồng, canh tác và chăm sóc cây trồng, vật nuôi, sử dụng hóa chất bảo vệ thực vật đúng cách... *Ba là*, nâng cao chất lượng nhân lực khâu chế biến và phân phối.

Tăng cường mối liên kết giữa doanh nghiệp và người dân. Về phía người dân, cần lập ra các tổ chức đại diện cho người nông dân trong mối liên hệ với doanh nghiệp. Về phía doanh nghiệp, cần tăng cường liên kết với người dân thông qua các hợp đồng bao tiêu sản phẩm từ khâu cung cấp đầu vào đến khâu thu mua nông sản nhằm mục tiêu nâng cao chất lượng của các phương tiện đầu vào như giống, phân bón, hóa chất đủ điều kiện; hỗ trợ nông dân về kỹ thuật nuôi trồng, chăm sóc và thu hoạch cây trồng, vật nuôi; thu mua nông sản kịp thời, đúng sản lượng, đúng chất lượng, đúng giá trị theo những giao kết trong hợp đồng nhằm tăng cường lợi ích cho cả hai bên.

Đẩy mạnh nông nghiệp công nghệ cao nhằm tăng cường khả năng xâm nhập thị trường của nông sản Việt Nam. Để nâng cao khả năng thích ứng của sản phẩm, doanh nghiệp cần phối hợp với nông dân trong việc triển khai áp dụng công nghệ sinh học như lai tạo hạt giống đạt tiêu chuẩn Cao Bằng các hình thức như lai tạo, cấy mô...; áp dụng mô hình trồng rau thủy sinh bên trong nhà kính, nhà lưới kết hợp với những chế phẩm sinh học thân thiện với môi trường; áp dụng công nghệ tự động hoá và công nghệ thông tin được đầu tư để hạn chế nhân công và khử trùng tuyệt đối cho các sản phẩm nông nghiệp được trồng trong các nhà kính, nhà lưới; tích cực nghiên cứu thị trường, nâng cao chức năng cho sản phẩm, chế biến sản phẩm phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng Trung Quốc; đẩy mạnh xúc tiến thương mại, giới thiệu sản phẩm đến thị trường tiêu thụ Trung Quốc.

6. Kết luận

Trung Quốc là thị trường lớn có thị hiếu gần với Việt Nam, nhiều nước trên thế giới đều cố gắng thâm nhập vào thị trường này. Trong cuộc đua đó, Việt Nam là nước láng giềng nên cần phát huy để tiêu thụ nông sản. Nông sản Việt Nam được xuất đi nhiều nước trên thế giới như Nhật, Mỹ, Nga, Úc..., tuy nhiên do những nước này có hàng rào bảo hộ rất nghiêm ngặt và chất lượng nông sản Việt Nam còn hạn chế nên việc xuất khẩu nông sản sang các nước này chưa nhiều. Thị trường tiêu thụ chính của nông sản Việt Nam vẫn là thị trường Trung Quốc. Thông qua việc xây dựng khu trung chuyển Trà Lĩnh (Cao Bằng, Việt Nam) - Long Bang (Trung Quốc) cũng như hàng loạt các chính sách thúc đẩy thông thương hàng hóa giữa hai nước, Cao Bằng trở thành địa điểm chính trong việc xuất khẩu nông sản Việt Nam sang Trung Quốc, góp phần quan trọng giảm ùn tắc hàng hóa xuất khẩu tại các cửa khẩu tỉnh Lạng Sơn.

Do còn nhiều vấn đề tồn tại như thời gian, tốc độ cung ứng, chất lượng nguồn nhân lực cũng như các mối liên hệ giữa các thành viên còn yếu nên giá trị của chuỗi cung ứng nông

sản xuất khẩu sang Trung Quốc của nước ta còn thấp. Để tối đa hóa giá trị của chuỗi nhằm mang lại lợi ích cho các thành phần kinh tế, Nhà nước, doanh nghiệp và người dân cần phối hợp chặt chẽ với nhau trong việc thực hiện các biện pháp nhằm đẩy nhanh tốc độ của chuỗi cung ứng, nâng cao chất lượng nông sản xuất khẩu cũng như tăng cường các mối liên hệ, liên kết với nhau. Có như vậy, bài toán xuất khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng, giảm thiểu tình trạng nông sản bị hỏng trong quá trình chờ xuất khẩu, bị ép giá, nông sản không có thương hiệu... mới được giải quyết một cách triệt để.

Tài liệu tham khảo

1. Christopher M.G. (1998), *Logistics and supply chain management; strategies for reducing costs and improving services*, London, Pitman Publishing.
2. Đinh Văn Thành (2010), *Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu*, NXB Công Thương - Hà Nội.
3. Fernandez-Stark Karina, Bamber Penny, Gereffi Gary (2011), *The Fruit and Vegetables Global Value Chain: economic upgrading and workforce development*, Duke University Center on Globalization, Governance and Competitiveness (Duke CGGC)
4. Kim Thanh (2015), “Gỡ một 'nút thắt' cho nông sản xuất khẩu”, *Thời báo Tài chính Việt Nam*, <http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thoi-su/2015-07-15/go-mot-nut-that-cho-nong-san-xuat-khau-22709.aspx>
5. Lê Đỗ Thanh (2015), “Đề nghị xem xét, thí điểm tại Cao Bằng cơ chế thúc đẩy xuất khẩu nông sản Việt Nam qua Trung Quốc”, *Báo Cao Bằng*, <http://baocaobang.vn/Chinh-tri/De-nghi-xem-xet-thi-diem-tai-Cao-Bang-co-che-thuc-day-xuat-khau-nong-san-Viet-Nam-qua-Trung-Quoc/40502.bcb>
6. Lemanowicz M., Krukowski A. (2009), “Quantitative description of the fruit industry and fruit supply chains in Poland”, Paper prepared for presentation at the *113th EAAE Seminar “A resilient European food industry and food chain in a challenging world”*, Chania, Crete, Greece, date as in: September 3 - 6, 2009.
7. Nguyễn Bách Khoa (2003), *Chính sách Thương mại và marketing xuất khẩu hàng nông phẩm Việt Nam*, NXB Thống Kê.
8. Phan Đình Quyết (2015), “Nghiên cứu sự tác động các nhân tố ảnh hưởng đến mối quan hệ bền vững giữa nhà cung ứng - khách hàng trong chuỗi cung ứng nông sản Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học Thương mại*, số 77+78/2015.
9. van der Vorst Jack G.A.J., da Silva Carlos A., Trienekens Jacques H. (2007), *Agro-industrial supply chain management: concepts and applications*, Food and Agriculture Organization of the United Nations.

**CHÍNH SÁCH THúc ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM
SANG TRUNG QUỐC: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM
TẠI CÁC CỬA KHẨU CỦA TỈNH CAO BẰNG**

促进越南农产品销向中国的政策：在高平省各口岸的实验研究

*TS. Nguyễn Hoàng Quy
Học viện Hành chính quốc gia*

国家行政学院博士 阮黄归

Tóm tắt

Từ khi gia nhập WTO đến nay, xuất khẩu nông sản Việt Nam phát triển khá mạnh mẽ và đã và đang là hoạt động thương mại mũi nhọn có lợi thế nhất của Việt Nam. Tuy nhiên, trong xu thế hội nhập hiện nay hoạt động xuất khẩu thời gian qua đã có dấu hiệu trùng xuống, mặc dù tăng về số lượng kim ngạch xuất khẩu nhưng lợi nhuận giảm, tình trạng được mùa mất giá thường xuyên xảy ra, cung cầu thị trường không ổn định. Trung Quốc là một thị trường đầy tiềm năng và rất nhiều lợi thế của thị trường nông sản Việt Nam. Nghiên cứu các chính sách thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc, cụ thể qua các cửa khẩu điển hình của tỉnh Cao Bằng, là rất cần thiết, góp phần phát triển ngành kinh tế nông nghiệp nói riêng, đất nước nói chung. Để biết thực trạng thực hiện các chính sách xuất khẩu nông sản hiện tại cũng như giải quyết các vấn đề còn tồn tại trong xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc. Nghiên cứu này đề xuất một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang thị trường này, đó là: Xây dựng và hoàn thiện chính sách thuế xuất khẩu, hoàn thiện cơ chế chính sách thúc đẩy sản xuất và xuất khẩu nông sản, đẩy mạnh mở rộng biên giới, tăng cường công tác dự báo thị trường và điều chỉnh tỷ giá, tăng cường quản lý chất lượng nông sản, để xuất khẩu nông sản phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới.

Từ khóa: chính sách, xuất khẩu, thị trường Trung Quốc, Cao Bằng, Việt Nam

摘要

自从加入WTO以来，越南农产品的出口活动较为迅猛地发展，已经并正在成为越南最有优势的前头贸易活动。然而，在目前经济一体化的趋势背景下，最近出口活动已经有停滞不前的表现，虽然出口金额的数量有所增加，但利润减低，丰收却贬值的现象经常出现，市场的供求不稳定……向中国出口农产品越南是具备很多优势和充满潜能的。促进通过高平省各个口岸向中国出口农产品的政策的研究是非常需要的事项，有助于国家经济和农业经济的发展，以了解目前农产品出口政策的实施情况以及解决农产品销往中国所存在的问题。本文提出促进向此市场的农产品出口活动的若干措施，即：建设和完善出口税政策，完善促进农产品生产与出口政策，促进边界贸易，增强市场预报工作和调整汇率；增强农产品质量管理，以农产品的出口活动在今后时间又能够盛旺起来。

关键词：政策，出口，中国市场，高平，越南

1. Mở đầu

Trong xu thế toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay. Hoạt động thương mại nói chung và hoạt động xuất khẩu nói riêng có vai trò vô cùng quan trọng, xuất khẩu thúc đẩy phát triển kinh tế của bất kỳ quốc gia nào trên thế giới. Việt Nam đang là nước phát triển trung bình, kinh tế phụ thuộc nhiều vào nông nghiệp do đó hoạt động xuất khẩu nông sản đóng góp cho nền kinh tế là rất lớn. Những năm qua Việt Nam là một trong những nước đứng đầu trong top những nước xuất khẩu nông sản ra thế giới với kim ngạch xuất khẩu ngày càng tăng, bằng chứng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản năm 2013 đạt 19,8 tỷ USD, năm 2014 đạt 30,87 tỷ USD, năm 2015 ước tính khoảng 32,3 tỷ USD. Xuất khẩu nông sản của chúng ta chủ yếu tập trung vào các thị trường như khối các nước ASEAN, các nước EU, Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản và mới đây năm 2015 chúng ta có ký hợp đồng xuất khẩu gạo hàng triệu tấn với Philippines và Indonesia vào năm tới.

Trong các thị trường xuất khẩu nông sản của nước ta, Trung Quốc là một trong những thị trường trọng điểm, hiện chiếm tỉ trọng cao nhất. Theo số liệu thống kê trong năm 2014, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường này trên mức 8 tỉ USD, chiếm khoảng 25% trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của cả nước. Rõ ràng, với thị trường có dân số hơn 1,3 tỉ người và có nhiều điều kiện thuận lợi về vị trí địa lý và các điều kiện khác, Trung Quốc là thị trường rất lớn và là một thị trường trọng điểm đối với nông sản Việt Nam. Tuy nhiên, trong năm 2015, hoạt động xuất khẩu nông sản của chúng ta sang thị trường này hiện gặp nhiều khó khăn, đáng kể là vào tháng 8 năm nay Trung Quốc đã phá giá đồng nhân dân tệ khiến cho các sản phẩm nông sản của Việt Nam trở nên đắt đỏ hơn so với các sản phẩm cùng loại của các nước khác. Bên cạnh đó là các nhà xuất khẩu của Việt Nam còn thiếu nhiều thông tin và chưa nghiên cứu sâu về thị trường này vì vậy thường xuyên xảy ra hoàn cảnh được mùa mất giá, tác động thêm vào đó là sự thay đổi thường xuyên trong chính sách về hạn ngạch, hàng rào kỹ thuật về xuất nhập khẩu của nước này gây ra những khó khăn đáng kể.

Trong bối cảnh trên, câu hỏi đặt ra với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cũng như các cơ quan quản lý nhà nước là xác định và triển khai những giải pháp đưa ra nhằm giải quyết những khó khăn trong việc xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc trong thời gian tới? Tác động của các chính sách tới việc thúc đẩy xuất khẩu nông sản trong thời gian qua ở mức độ nào? Để làm rõ thêm vấn đề này, bài viết nghiên cứu chuyên sâu về “*Chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam sang Trung Quốc: Nghiên cứu thực nghiệm tại cửa khẩu Cao Bằng*”.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Xu thế phát triển của chính sách thương mại quốc tế

Trong 50 năm qua chúng ta đã chứng kiến sự gia tăng mạnh mẽ về tầm quan trọng của thương mại trong nền kinh tế thế giới. Vào những năm 1950, 1960 và 1970 chính sách thay thế nhập khẩu đã được sử dụng rộng rãi, nhưng dường như nó mang lại ít thành công hơn so với chính sách định hướng xuất khẩu sử dụng nhiều hơn trong các nền kinh tế tăng trưởng cao của khu vực Đông Á. Đến năm 1980, các nhà hoạch định chính sách ở các nước đang phát triển đã bắt đầu quay hướng tới các chính sách liên quan đến cơ chế thương mại cởi mở hơn. Cùng với những cải cách chính sách thương mại ở các nước đang phát triển là một thay đổi đáng kể về bản chất sự tham gia của họ trong thương mại quốc tế. Thể hiện sự cải cách trong chính sách thương mại mạnh mẽ nhất là vào năm 1994 tại Marrakech, 124 nền kinh tế đã ký kết tại

vòng đàm phán Uruguay. Trong cùng năm đó, tại Bogor - Indonesia, các nhà lãnh đạo của các quốc gia châu Á-Thái Bình Dương, đại diện cho gần một nửa trong số các nền kinh tế thế giới, đặt mục tiêu đạt được thương mại tự do tại Thái Bình Dương vào năm 2010 đối với các nước công nghiệp và năm 2020 đối với các nước đang phát triển (Martin, 2001).

Cũng theo Martin (2001) sự thay đổi chính sách thương mại và các rào cản thương mại đã có những thay đổi trong thời gian gần đây. Đặc biệt, các nước đang phát triển đã giảm các rào cản thương mại của họ, cơ cấu xuất khẩu cũng đã thay đổi cơ bản. Từ những năm 1980, các nước đang phát triển đã tăng lên đáng kể sự phụ thuộc vào các nhà sản xuất hàng xuất khẩu, và tăng sự phụ thuộc vào xuất khẩu sang các nước đang phát triển khác. Các chính sách bảo hộ cao tiếp theo là hầu hết các nước đang phát triển trước năm 1980 được thiết kế thường xuyên, để kích thích công nghiệp hóa. Tuy nhiên, một trong những tác động của chúng là hạn chế rất nhiều khả năng tham gia vào các bộ phận năng động hơn của thương mại quốc tế trong sản xuất và thương mại dịch vụ quốc gia. Sự phát triển về hàng rào thương mại ở các nước công nghiệp trong việc cắt giảm bảo hộ đạt được trong năm 1930 được tiến hành tại thời điểm thành lập của GATT vào năm 1947 và tiếp tục dưới các vòng đàm phán của GATT sau này để thành lập tổ chức thương mại thế giới WTO, là tổ chức mà Việt Nam tham gia năm 2007. Bên cạnh đó là việc giảm thuế quan và chính sách hạn chế xuất khẩu, các biện pháp chống bán phá giá. Nghiên cứu của Rodrik (2001) và Martin (2001) cũng chỉ ra những cách tiếp cận để có thể cải tổ chính sách thương mại bao gồm: Tiếp cận đơn phương, tiếp cận đa phương và tiếp cận khu vực. Và đây cũng chính là tiếp cận để phát triển chính sách thương mại của các quốc gia trên thế giới cho đến nay.

Thật vậy, hiện nay các nước đang phát triển ngày càng tham gia nhiều vào các cuộc đàm phán thương mại khu vực và đa phương (Deardorff, 2000). Hướng về khu vực Châu Á một ví dụ điển hình là việc thành lập Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) vào đầu năm 2016. Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) được xem là một tiến trình hội nhập kinh tế khu vực. Khi tham gia vào AEC các nước thành viên phải ký hàng loạt các Hiệp định, Thỏa thuận, Tuyên bố, những cam kết... nhằm hướng tới mục tiêu của AEC đó là: Một thị trường đơn nhất và cơ sở sản xuất chung, Một khu vực kinh tế cạnh tranh, Phát triển kinh tế cân bằng, Hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu (Phuong Dung, 2015).

Tiếp đến là Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement, viết tắt TPP) vừa được các nước thông qua. Đây là một hiệp định, thỏa thuận thương mại tự do giữa 12 quốc gia với mục đích hội nhập nền kinh tế khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Cũng như xu hướng về các hiệp định GATT và WTO, hiệp định TPP, và FTA được thành lập nhằm xóa bỏ các loại thuế và rào cản cho hàng hóa, dịch vụ xuất nhập khẩu giữa các nước thành viên. Bên cạnh đó là việc thỏa thuận thống nhất nhiều các luật lệ, quy tắc chung giữa các nước, như: sở hữu trí tuệ, chất lượng thực phẩm, hay an toàn lao động... (Phuong Linh và Chí Hiếu, 2015).

2.2. Xuất khẩu hàng nông sản trong xu thế chung

Tổng quan về xuất khẩu và nông sản xuất khẩu

Xuất khẩu là hoạt động cơ bản của hoạt động ngoại thương, xuất hiện từ rất sớm trong lịch sử phát triển của xã hội. Hoạt động xuất khẩu diễn ra trên mọi lĩnh vực, trong mọi điều kiện, diễn ra rất rộng về không gian và thời gian của nền kinh tế nhằm mục tiêu đem lại lợi ích cho quốc gia nói chung và các doanh nghiệp tham gia nói riêng. Qua đó có thể định nghĩa xuất khẩu là hoạt động buôn bán hàng hóa hoặc cung cấp dịch vụ giữa các quốc gia trên cơ sở

dùng tiền tệ làm phương tiện trao đổi, nhằm tạo ra doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp, góp phần làm chuyên dịch cơ cấu kinh tế đất nước (Lương Đăng Ninh, 2004).

Theo WTO hàng nông sản được chia làm hai 02 nhóm chính: nông sản và phi nông sản. Nông sản được xác định trong Hiệp định Nông nghiệp là tất cả các sản phẩm liệt kê từ Chương I đến XXIV (trừ cá và sản phẩm cá) và một số sản phẩm thuộc các chương khác trong Hệ thống thuế mã HS (Hệ thống hài hòa hoá mã số thuế). Còn lại tất cả các sản phẩm trong Hệ thống thuế mã HS gọi là sản phẩm phi nông nghiệp (còn được gọi là sản phẩm công nghiệp), (Hiệp định 213/WTO/VB Nông nghiệp). Ở Việt Nam, nông nghiệp bao gồm nông nghiệp (trồng trọt, chăn nuôi), thủy sản, lâm nghiệp và diêm nghiệp. Các ngành công nghiệp chế biến nông lâm thủy sản lại được gộp vào lĩnh vực công nghiệp. Theo WTO thì nông sản lại bao gồm toàn bộ sản phẩm thuộc Chương 1 đến 24 (trừ cá và sản phẩm từ cá) và một số sản phẩm thuộc các chương khác trong Hệ thống thuế mã HS của Việt Nam và không bao gồm các sản phẩm thuộc lĩnh vực thủy sản, lâm nghiệp và diêm nghiệp (Hiệp định Nông nghiệp, WTO).

Xu hướng xuất khẩu hàng nông sản:

Xu thế chung của thế giới là tự do thương mại và hội nhập ngày càng gần gũi hơn giữa các quốc gia, vấn đề toàn cầu hóa đã trở thành không thể ngăn cản. Điều này dẫn đến sự phụ thuộc mạnh mẽ lẫn nhau giữa các quyết định của các nhà hoạch định chính sách của các nước. Nếu một số các quốc gia lớn quay lưng với các thị trường thế giới, sẽ gây ra tổn thương cho thương mại thế giới. Ngay cả ở cấp quốc gia, sự lựa chọn chính sách để quản lý các tương tác với kinh tế thế giới là không đơn giản (Martin, 2001; Đinh Văn Thành, 2010). Qua phân tích xu hướng thay đổi các chính sách thương mại của các quốc gia trên thế giới cũng như trong khu vực trong đó có Việt Nam. Với xu hướng các nước ngày càng quan tâm và tham gia ký kết vào các hiệp định song phương, đa phương như hiệp định thương mại tự do FTA, TPP, tạo ra những chính sách thương mại cởi mở bên cạnh đó cũng có những thắt chặt về chính sách hơn, điều này đã mở ra những cơ hội lớn và những thách thức không nhỏ cho ngành xuất khẩu nông sản Việt Nam trong thời gian tới. Có thể nói khi tham gia TPP, FTA chúng ta kỳ vọng thúc đẩy xuất khẩu nông sản sẽ tăng, tuy nhiên đây là cơ hội để nông sản Việt Nam nhận ra mình đang ở đâu khi mà chất lượng mặt hàng nông sản đang còn ở mức sơ chế. Trong khi tham gia TPP, FTA các bạn hàng lại cần những nông sản có chất lượng tốt, xuất xứ rõ ràng. Do đó, để có thể đứng vững trong sân chơi này, Nhà nước và các nhà hoạch định cần có những chính sách trong cải cách nền nông nghiệp nghèo nàn của chúng ta, đặc biệt cần xây dựng một khung chính sách thật hoàn hảo cho hoạt động xuất khẩu nông sản trong thời gian tới.

2.3. Các chính sách tác động đến hoạt động xuất khẩu nông sản

Trong hoạt động quản lý nhà nước, Chính phủ và các cơ quan hữu quan điều tiết và quản lý hoạt động xuất khẩu nói chung và xuất khẩu nông sản nói riêng thông qua các chính sách cơ bản sau:

Chính sách thuế xuất khẩu: Thuế xuất khẩu có vai trò rất quan trọng đối với mỗi quốc gia nói chung và trong hoạt động thương mại nói riêng, nó góp phần tăng ngân sách nhà nước. Ở góc độ kinh tế, thuế xuất khẩu làm thay đổi cán cân thương mại thông qua việc điều tiết xuất khẩu và nhập khẩu. Thuế xuất khẩu có thể ảnh hưởng tới xuất khẩu nông sản, nếu thuế cao sẽ ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của nông sản do làm tăng giá nông sản dẫn đến làm giảm lượng khách hàng nước ngoài. Tuy nhiên, nếu có những chính sách phù hợp về thuế thì thuế vẫn mang lại rất nhiều lợi ích cho các nước xuất khẩu. Từ những năm 50 cho đến nay, nhiều quốc gia trong khu vực, mới đây là khu vực Châu Á - Thái Bình Dương đã cùng đứng

ra tạo thành một liên minh thuế quan. Việc này ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động xuất khẩu nông sản của các nước trong và ngoài liên minh. Nó tạo ra chính sách bảo hộ và các hàng rào thương mại đối với các nước khác. Và nó như là một xu hướng trong việc hoạch định chính sách thuế quan hiện nay nhằm tự do hóa thương mại và bảo hộ thị trường nông sản của khu vực trước sự cạnh tranh của hàng hóa đến từ bên ngoài.

Chính sách tỷ giá tác động mạnh mẽ đến mọi hoạt động của nền kinh tế như hoạt động xuất nhập khẩu, tài chính tiền tệ, cán cân thanh toán quốc tế... Không ngoại lệ với thị trường xuất khẩu nông sản cũng rất nhạy cảm với chính sách tỷ giá. Tỷ giá thay đổi khiến cho hàng nông sản phải cạnh tranh gay gắt với hàng của các nước khác. Đặc biệt, trong năm 2015 chính sách tỷ giá của các nước luôn thay đổi bất thường như việc phá giá đồng nhân dân tệ của Trung Quốc và tăng lãi suất của IMF.

Chính sách quản lý chất lượng hàng nông sản xuất khẩu: Hiện nông sản Việt Nam thường ở mức độ sơ chế và kém chất lượng, trong khi các nước nhập khẩu ngày càng có những hàng rào tiêu chuẩn rất khắt khe... Một phần do khoa học kỹ thuật còn hạn chế, trình độ lao động thấp cùng với đó là sự nhận thức kém và không chủ động thay đổi trong vấn đề chất lượng nông sản thời gian qua cho đến hiện tại nông sản Việt Nam vẫn đang loay hoay tìm đầu ra cho mình.

Chính sách dự báo nhằm định hướng xuất khẩu có vai trò quan trọng giúp cơ quan nhà nước đưa ra các chính sách chiến lược phát triển kinh tế quốc gia, với các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản dự báo giúp đưa ra chiến lược, quyết định kinh doanh hiệu quả. Do công tác dự báo cung cầu thị trường chưa tốt nên nông sản Việt Nam luôn gặp vấn nạn được mùa, mất giá. Do đó cần có những thay đổi trong thời gian tới.

Chính sách tăng cường quản lý mậu dịch biên giới luôn là mối quan tâm đặc biệt của các địa bàn có biên giới như tỉnh Cao Bằng. Chính sách thực hiện tốt sẽ giải quyết được những bất cập trong thương mại vùng biên giới như phòng chống buôn lậu, ép giá, gian lận thương mại...

Các chính sách đòn bẩy nhằm khuyến khích các doanh nghiệp gia tăng xuất khẩu gồm nhóm chính sách tác động tới sản xuất nông sản trong nước và nhóm chính sách tác động tới tiêu thụ nông sản. Hiện nay, nông sản Việt Nam đang còn sản xuất theo tư duy số lượng hơn chất lượng, việc áp dụng khoa học kỹ thuật trong sản xuất nông sản còn chậm, trình độ lao động còn thấp dẫn tới xuất khẩu nông sản thiếu bền vững. Xuất phát từ đó cần có những chính sách đòn bẩy như chính sách ưu đãi thuế, tín dụng, lãi suất, trợ cấp, xúc tiến thương mại... để phát triển sản xuất cũng như xuất khẩu nông sản.

3. Phương pháp nghiên cứu

Tổng quan về thị trường Trung Quốc và tỉnh Cao Bằng - địa điểm thực hiện nghiên cứu

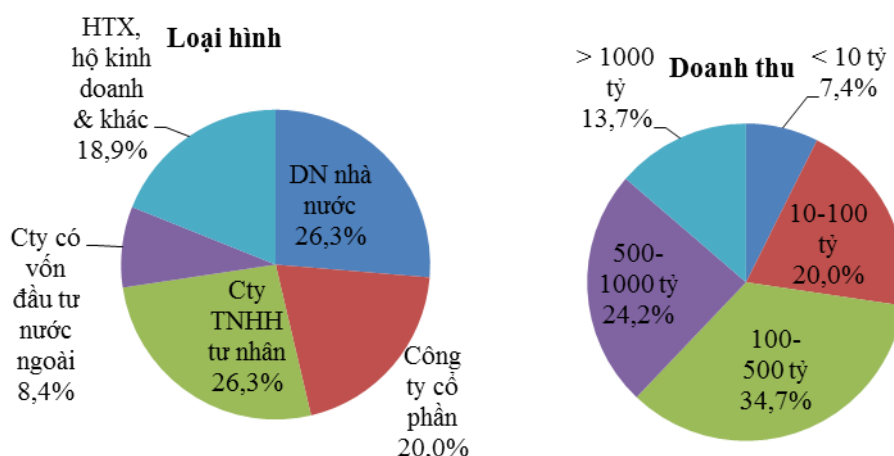
Về thị trường nghiên cứu, được xác định là Trung Quốc, một quốc gia với hơn 1.3 tỷ dân, đây là thị trường lớn và tiềm năng nhất trên thế giới. Những năm qua, Trung Quốc thực hiện chính sách thương mại hóa cởi mở, tham gia nhiều tổ chức kinh tế chính trị trên thế giới. Một thuận lợi lớn nữa là hai nước có đường biên giới trải dài qua 7 tỉnh phía Bắc với nhiều cặp cửa khẩu, điểm thông quan, lối mở thông thương, tạo ra sự thuận lợi tự nhiên cho việc xuất khẩu cả chính ngạch và tiểu ngạch.

Do đó, đối với hàng nông sản xuất khẩu Việt Nam, đây là một thị trường to lớn khổng lồ không chỉ là nông sản mà tất cả các ngành công nghiệp khác đều có thể thâm nhập. Với thị

trường nông sản nói riêng Trung Quốc là thị trường tương đối dễ chịu. Mặc dù nước này có những thay đổi trong chính sách thương mại như áp dụng các rào cản thuế quan và phi thuế quan như hạn chế quyền thương mại và các rào cản kỹ thuật... Nhưng hiện nay Trung Quốc đã giảm dần các rào cản này đặc biệt là sau khi gia nhập WTO và các tổ chức khác. Có thể nói Trung Quốc nhập hầu hết các sản phẩm nông sản của Việt Nam như cao su, sắn, gạo, tiêu, hoa quả... và đây là thị trường cầu luôn lớn hơn cung. Như chúng ta biết, tỉnh Cao Bằng có hơn 332 km đường biên giới với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc), có 3 cửa khẩu chính là Tà Lùng, Trà Lĩnh và Sóc Giang 3 cửa phụ (Bí Hà, Lý Vạn, Pò Peo). Hơn nữa còn có các chợ biên giới và hệ thống cơ sở hạ tầng ngày càng phát triển tạo điều kiện rất thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu. Những năm qua, tỉnh Cao Bằng và Trung Quốc hợp tác thương mại đạt được kết quả rất lớn. Bằng chứng là kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng từ 35,6 triệu USD năm 2004, tới trên 135,8 triệu USD vào năm 2008 và 163,9 triệu USD năm 2009. Với những đặc điểm thuận lợi về vị trí địa lý và tầm nhìn dài hạn về thương mại giữa Cao Bằng và Trung Quốc trong thời gian tới, tác giả đã chọn tỉnh Cao Bằng là nơi tiến hành khảo sát điều tra thu thập dữ liệu thông tin cho nghiên cứu này.

Thu thập và xử lý dữ liệu

Các thông tin dữ liệu thứ cấp thông qua các tài liệu như sách, báo, các báo cáo về tình hình xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong những năm gần đây, bên cạnh có tham khảo các đề tài luận văn có liên quan đến chính sách xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc. Các dữ liệu thống kê được thu thập từ các báo cáo thường niên của các cơ quan trong lĩnh vực nông nghiệp như Sở Nông nghiệp Cao Bằng, Bộ Nông nghiệp & PTNT và một số cơ quan, ban ngành khác. Để thu thập đầy đủ, chính xác và làm đa dạng các dữ liệu thông tin nhằm phục vụ phân tích thực trạng tình hình thực hiện các chính sách quản lý nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản sang Trung Quốc, đề tài thực hiện việc thu thập dữ liệu sơ cấp thông qua việc phỏng vấn bằng bảng câu hỏi điều tra được thiết kế từ trước đối với 95 doanh nghiệp theo quy mô các loại được phân chia theo tỷ lệ ở hình 1. Với hình thức gửi bảng câu hỏi qua email từ danh sách các công ty đã xuất khẩu lưu tại các cửa khẩu Cao Bằng và có thể gọi điện thoại trực tiếp tới các công ty. Song song đó, điều tra bảng hỏi được tiến hành đối với đơn vị (doanh nghiệp và chủ hàng) tại một số cửa khẩu Cao Bằng.



Hình 1: Mẫu khảo sát điều tra

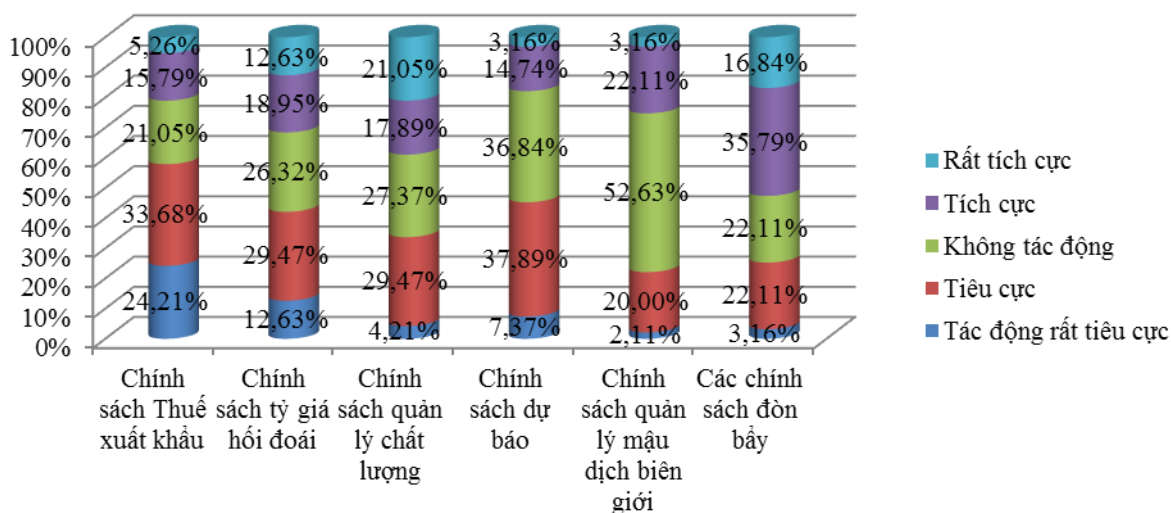
Các thông tin thứ cấp được tiến hành tổng hợp, chọn lọc thông tin có liên quan nhất để phục vụ nghiên cứu; các thông tin sơ cấp cũng được tổng hợp, phân loại và so sánh. Bài viết sử dụng các phương pháp phân tích thông tin như phương pháp thống kê mô tả, phương pháp

so sánh, tổng hợp trong việc phân tích đánh giá thực trạng tác động của các chính sách của nhà nước tới việc thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc trong thời gian qua.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thực trạng chính sách thúc đẩy xuất khẩu nông sản Việt Nam sang Trung Quốc theo đánh giá của các doanh nghiệp xuất khẩu qua cửa khẩu Cao Bằng

Để hiểu rõ những tác động của một số chính sách thúc đẩy xuất khẩu nông sản trong thời gian qua ở Việt Nam, bài viết phân tích đánh giá thực trạng thực hiện một số chính sách xuất khẩu nông sản nước ta sang thị trường Trung Quốc như sau:



Hình 2: Kết quả khảo sát điều tra các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản qua cửa khẩu Cao Bằng về chính sách xuất khẩu hàng nông sản sang Trung Quốc

Về chính sách thuế xuất khẩu, kết quả điều tra các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng chỉ ra thực trạng có 21,05% nhận thấy thuế xuất khẩu tác động tích cực và rất tích cực, 21,05% doanh nghiệp cho rằng thuế xuất khẩu không có tác động tới tình hình xuất khẩu nông sản của họ. Có tới 57,89% doanh nghiệp cho là thuế xuất khẩu đã tác động tiêu cực tới xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc trong thời gian qua.

Kết quả này cho thấy chính sách thuế xuất khẩu chưa thực sự đem lại lợi ích cho các doanh nghiệp, ngược lại có tác động khá tiêu cực tới họ. Trong xu thế đó, Việt Nam thời gian qua cũng đã có những thay đổi mạnh mẽ trong chính sách thuế đối với hàng nông sản. Đặc biệt là từ khi tham gia WTO đến nay, Việt Nam áp thuế 0% với các mặt hàng này đồng thời tăng bảo hộ đối với nhập khẩu nông sản. Cùng với các nước trong khu vực ASEAN, Việt Nam cũng thực hiện lộ trình giảm thuế xuất khẩu với Trung Quốc theo Hiệp định khu vực thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA) và thuế suất sẽ được giảm theo lộ trình từ năm 2004- 2008 của Chương trình thu hoạch sớm (EHP) và đến nay hầu như thuế suất nông sản nhập từ Trung Quốc về là 0%. Tiếp đến, năm 2015 Việt Nam tham gia TPP, trước đây mức thuế ở một số nước tham gia TPP cao đã gây khó khăn cho xuất khẩu hàng hóa nông nghiệp của Việt Nam. Theo thỏa thuận của TPP, các nước tham gia TPP cam kết tạo sự tiếp cận thị trường đáng kể cho Việt Nam bằng cách giảm dần hầu hết các loại thuế và gần như được miễn. Khi Việt Nam giảm thuế nhập khẩu về 0% đã gây cạnh tranh giữa thị trường nông sản chúng ta với hàng nông sản giá rẻ của Trung Quốc đổ bộ vào Việt Nam. Hơn nữa khi

được hỏi các doanh nghiệp cho rằng cơ quan thuế cập nhật chính sách thuế mới cho doanh nghiệp còn chậm, cơ quan thuế còn hạn chế trong việc hướng dẫn tuyên truyền nên doanh nghiệp còn gặp nhiều khó khăn trong thực thi.

Tuy nhiên, nhìn chung với những chính sách thương mại tới nay, trong đó có thuế xuất khẩu nông sản chúng ta thấy Việt Nam đã đạt được những thành công nhất định. Vậy, với những thay đổi trong thời gian tới kỳ vọng các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc sẽ chủ động tiếp cận và nghiên cứu áp dụng các điều kiện về thuế này để xuất khẩu nông sản được tốt hơn.

Về chính sách tỷ giá hối đoái, kết quả điều tra lấy ý kiến có 42,1% các doanh nghiệp cho rằng chính sách tỷ giá chưa thực sự giúp doanh nghiệp cải thiện tình hình xuất khẩu, 26,32% doanh nghiệp không nhận thấy tác động của chính sách tỷ giá, và có 31,58% doanh nghiệp cho rằng chính sách tỷ giá hối đoái của Nhà nước có tác động lớn tới việc xuất khẩu nông sản của doanh nghiệp.

Số liệu thống kê cho thấy năm 2008 suy giảm về kinh tế toàn cầu Ngân hàng Nhà nước đã giảm giá đồng tiền Việt Nam so với đô la Mỹ nhằm tạo thuận lợi cho xuất khẩu. Việc nới rộng biên độ tỷ giá giúp thúc đẩy xuất khẩu nông sản tốt hơn và cũng nhờ chính sách này mà xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc của Việt Nam trong thời kỳ này đã tăng trở lại, năm 2008 xuất sang thị trường Trung Quốc đạt 1,9 tỷ USD đến năm 2009 đạt hơn 2 tỷ USD và đến 2010 ngân hàng Nhà nước tiếp tục điều chỉnh tỷ giá và kết quả là xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc đạt 5,85 tỷ USD. Tháng 8/2015, Trung Quốc điều chỉnh tỷ giá nhân dân tệ một lần nữa làm lay động mạnh đến xuất khẩu nông sản sang nước này.

Trước tình hình đó, ngày 12/8 Ngân hàng Nhà nước ban hành quyết định điều chỉnh biên độ tỷ giá giữa Đồng Việt Nam và Đô la Mỹ với mức điều chỉnh tăng từ +/-1% lên +/-2% điều này đã kịp thời để đáp lại việc phá giá đồng Nhân dân tệ xấp xỉ 2% của Trung Quốc. Tuy nhiên, dường như những điều chỉnh liên tục về tỷ giá cũng chưa phát huy hết hiệu quả trong việc thúc đẩy xuất khẩu nông sản ra thị trường nước ngoài trong đó có Trung Quốc. Phải kể đến một vài lý do là biến động của nền kinh tế thay đổi liên tục, các đồng tiền chính như USD và tiếp đến là Nhân dân tệ và một số đồng tiền ở các nước mà có hàng nông sản cạnh tranh với chúng ta đồng loạt phá giá, cùng với đó có phần hơi chậm trễ trong việc ứng biến của các cơ quan quản lý dẫn tới chính sách tỷ giá. Vì vậy, trong thời gian tới cần có những chính sách về tỷ giá thích hợp hơn nữa để có thể thích ứng được sự thay đổi của đồng Nhân dân tệ và các đồng tiền khác nhằm tạo thế xuất khẩu nông sản và đem lại lợi nhuận.

Về chính sách quản lý chất lượng hàng nông sản xuất khẩu, kết quả khảo sát có 38,95% doanh nghiệp cho rằng trong thời gian qua chính sách quản lý nông sản đã tác động tốt và tích cực đối với xuất khẩu nông sản. 27,37% doanh nghiệp không thấy được tác động của các chính sách này và còn lại 33,68% doanh nghiệp cho rằng chính sách này tác động tiêu cực tới hoạt động xuất khẩu của họ. Từ khi gia nhập WTO, Việt Nam đã có những cải cách về chính sách quản lý chất lượng nông sản như Luật Chất lượng sản phẩm hàng hóa năm 2007, Luật Tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật năm 2006, Bộ NN&PTNT cũng đã tổ chức rà soát trên 1100 tiêu chuẩn ngành, và rất nhiều các văn bản quy định khác về an toàn thực phẩm, chất lượng tiêu chuẩn. Tiếp tục bổ sung những chính sách nhằm đầu tư cho ngành sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao gần đây Chính phủ đã có Nghị định 210/2013/NĐ-CP về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn. Nhìn chung chính sách về quản lý chất lượng nông sản đã phần nào ảnh hưởng tốt và đáp ứng được xuất khẩu nông sản

trong thời gian qua. Tuy nhiên, năm 2015 là năm Việt Nam vừa ký FTA và tham gia TPP thì các quy định về quản lý chất lượng vẫn chưa được giải quyết, nông sản của chúng ta vẫn loay hoay tìm đầu ra vì chưa đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, thương hiệu. Lí do là chúng ta chưa có chính sách phát triển một nền nông nghiệp công nghệ cao, bên cạnh đó là thiếu sự nhận thức của chính người dân và doanh nghiệp về tác động của hội nhập trong thời kỳ thương mại tự do như hiện nay. Do đó cần có những hành động tổng hợp trong thời gian tới để nông sản Việt Nam tranh xa hiện tượng xuất khẩu nhiều nhưng lại thu lợi nhuận được ít hơn nước khác.

Về *chính sách dự báo nhằm định hướng xuất khẩu*, kết quả điều tra cho thấy chỉ 17,09% doanh nghiệp cho rằng chính sách dự báo có tác động tích cực tới hoạt động xuất khẩu nông sản, 36,8% doanh nghiệp nhận xét chính sách này không có tác động gì và có tới 45,26% doanh nghiệp đánh giá chính sách này tác động không tốt và có phần tiêu cực cho việc xuất khẩu nông sản của doanh nghiệp. Do công tác dự báo cung cầu thị trường chưa tốt nên nông sản Việt Nam luôn gặp vấn nạn được mùa, mất giá. Bằng chứng là đầu năm 2008 dự báo lúa gạo dư thừa, tới tháng 4 Chính phủ vội vã ra quyết định tạm ngưng xuất khẩu gạo. Cũng từ khâu dự báo yếu nên trong thời gian qua chúng ta thấy một số các mặt hàng nông sản như khoai lang, hành tím, dưa hấu... luôn bị ép giá và ế ẩm. Bắt đầu từ năm 2009, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã giao cho Viện Chính sách và Chiến lược (IPSARD) về công tác dự báo hàng nông sản. Cho tới nay IPSARD đã có một bước phát triển mạnh mẽ và phối hợp với nhiều tổ chức nổi tiếng trên thế giới dự báo nông nghiệp hiện nay như Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) và Viện Kinh tế của Bộ Nông nghiệp Úc. Mặc dù đã đạt được những kết quả đáng khích lệ nhưng nhìn chung công tác dự báo về xuất khẩu nông sản chưa thực sự tác động nhiều tới hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản.

Về *chính sách tăng cường quản lý mậu dịch biên giới*, theo kết quả điều tra các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng, chỉ có 25,26% doanh nghiệp cho rằng chính sách này có tác động tốt tới hoạt động xuất nhập khẩu nông sản, 52,63% doanh nghiệp đang còn nghi ngờ và chưa rõ về tác động của chính sách này, còn lại 22,11% doanh nghiệp cho rằng chính sách này ảnh hưởng xấu tới xuất khẩu nông sản qua biên giới. Những năm qua Việt Nam và Trung Quốc đã ký rất nhiều các văn bản thỏa thuận về hoạt động thương mại biên giới như: Hiệp định mua bán vùng biên giới, Hiệp định về cơ sở hạ tầng giao thông biên giới, hiệp định hợp tác kinh tế biên giới, các Quy chế về việc tổ chức và quản lý chợ biên giới Việt - Trung, Bản ghi nhớ về hợp tác thương mại hàng nông sản ngày 22/04/2013... Đối với tỉnh Cao Bằng đã ký kết hợp tác kinh tế biên giới cửa khẩu Long Bang - Trà Lĩnh, cửa khẩu Cao Bằng - Sùng Tả, Cao Bằng - Bách Sắc. Tuy nhiên, hiện nay, theo kết quả điều tra, tình trạng tại các cửa khẩu vẫn còn nhiều lo ngại như vấn đề kho bãi đang còn nhỏ hẹp, hàng nông sản để trong thời gian dài gây hao tổn và có thể mất trắng, hơn nữa các mặt hàng nông sản thường xuyên bị phía Trung Quốc ép giá, mua bán theo hình thức biên mậu đang còn tiềm ẩn khá nhiều rủi ro đây chính là những khó khăn của nhiều doanh nghiệp khi xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc thời gian qua. Qua đó chúng ta thấy về cơ bản Việt Nam đã có những chính sách thương mại biên giới với Trung Quốc khá tốt. Tuy nhiên, vấn đề là các chính sách này chưa được triển khai đồng bộ, không phối hợp chặt chẽ, thực hiện chính sách mang tính đối phó, bị động, nhiều cửa khẩu bị ách tắc hàng hóa trong thời gian dài. Vì vậy, trong thời gian tới Nhà nước và các tỉnh biên giới trong đó có Cao Bằng nên tìm những giải pháp để hoàn thiện thêm chính sách này.

Về các chính sách đòn bẩy nhằm khuyến khích các doanh nghiệp gia tăng xuất khẩu: thực tế cho thấy chính sách đòn bẩy của Nhà nước thời gian qua đã phần nào tác động đến xuất khẩu nông sản trong thời gian qua. Hơn nửa số doanh nghiệp xuất khẩu nông sản qua tỉnh Cao Bằng (52,63%) tham gia điều tra cho rằng các chính sách đòn bẩy đã tác động tích cực tới hoạt động xuất khẩu, 22,11% doanh nghiệp chưa thấy tác động của các chính sách này và 25,26% doanh nghiệp nhận xét các chính sách này chưa mang lại thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu nông sản.

Sau khủng hoảng 2008, đến năm 2009 Chính phủ đã đưa ra gói kích cầu giành riêng cho lĩnh vực nông nghiệp tại quyết định 497/QĐ-TTg ngày 17/04/2009 bằng việc hỗ trợ 100% và 4% lãi suất đối với các khoản vay ngắn, trung và dài hạn để các tổ chức, cá nhân mua sắm máy móc, thiết bị, phương tiện, vật tư phục vụ sản xuất nông nghiệp và vật liệu xây dựng nhà ở khu vực nông thôn. Đến năm 2010 Chính phủ đã ban hành Nghị định số 41/NĐ-CP ngày 12/4/2010 về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn. Nghị định số 54/2013/NĐ-CP đã mở rộng đối tượng cho vay tín dụng xuất khẩu (các doanh nghiệp có nhu cầu vay vốn để mua thức ăn chăn nuôi thủy sản phục vụ xuất khẩu) và gia hạn thời gian tối đa cho vay từ 12 tháng lên 36 tháng đối với rau quả và thủy sản; Nghị định số 133/2013/NĐ-CP tiếp tục mở rộng đối tượng cho vay được gia hạn tối đa 36 tháng đối với mặt hàng hạt điều và cà phê (ngoài rau quả và thủy sản).

Gần đây, nhằm khuyến khích liên kết sản xuất gắn với chế biến và tiêu thụ nông sản thuộc các dự án cánh đồng lớn ngày 25 tháng 10 năm 2013, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg. Quyết định này thay thế Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg ngày 24 tháng 6 năm 2002 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng. Tiếp đến Nghị định số 67/2014/NĐ-CP ngày 07 tháng 07 năm 2014 Về một số chính sách phát triển thủy sản, người dân được vay tiền với lãi suất 1% -2% năm. Nghị định số 55/2015/NĐ-CP về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn phục vụ 7 lĩnh vực cho vay phát triển nông nghiệp, nông thôn và vay không tài sản bảo đảm đến 3 tỷ đồng. Bên cạnh đó, hàng năm Nhà nước còn chi khoảng 10 tỉ đồng cho hoạt động xúc tiến thương mại xuất khẩu nông sản. Qua đây, chúng ta thấy các chính sách đòn bẩy phần nào đã mang lại tích cực cho các doanh nghiệp và người dân, thúc đẩy hoạt động sản xuất và xuất khẩu nông sản thời gian qua, tuy nhiên còn thiếu chính sách tín dụng hướng về nông nghiệp công nghệ cao đáp ứng thị trường trong thời gian tới.

4.2. Đánh giá thành công và hạn chế

Qua đánh giá tác động của việc thực hiện các chính sách xuất khẩu nông sản nói chung và chính sách xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc nói riêng ở trên, ta thấy. Những chính sách này đã có những thành công nhất định, như chính sách đòn bẩy trong đó có chính sách đầu tư, xúc tiến thương mại, chính sách hỗ trợ tín dụng tạo điều kiện sản xuất, tiêu thụ nông sản đã hoạt động khá hiệu quả. Chính sách về tỷ giá hối đoái cũng được thay đổi linh hoạt theo thị trường đồng USD và đồng Nhân dân tệ đem đi bớt nỗi lo cho xuất khẩu nông sản. Tiếp đó là chính sách thuế xuất khẩu và chính sách về quản lý chất lượng nông sản ngày càng được hoàn thiện trong những năm gần đây, đặc biệt từ khi hiệp định ASEAN - Trung Quốc và các hiệp định FTA, TPP được ký kết. Chính sách quản lý mậu dịch biên giới cũng ngày được hoàn thiện, trong đó Cao Bằng là điểm sáng trong việc ký kết các thỏa thuận về chính sách này trong xuất khẩu nông sản sang các tỉnh của Trung Quốc. Tuy nhiên, ngoài những thành công đó chúng ta cũng phải nhìn nhận rằng đang còn

rất nhiều những hạn chế, với xu thế hội nhập kinh tế và sự biến đổi thất thường của các nước lớn như Trung Quốc, Mỹ... luôn có những chính sách bất ngờ trong khi đó chúng ta chưa có những biện pháp nhanh chóng giải quyết nó như việc thực hiện chính sách tỷ giá hối đoái, chính sách quản lý chất lượng nông sản và chính sách thuế xuất khẩu. Ngoài ra, với các chính sách mậu dịch và các chính sách đôn bẫy còn hạn chế trong đó có sự thiếu quản lý với mậu dịch biên giới và thiếu đầu tư cho xúc tiến xuất khẩu nông sản. Đây là những hạn chế mà chúng ta cần có những giải pháp nhằm thúc đẩy mạnh hơn xuất khẩu nông sản ra thế giới nói chung và Trung Quốc nói riêng.

5. Một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc

Trên cơ sở phân tích thực trạng và đánh giá trên đây, bài viết đề xuất một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc nói chung và qua các cửa khẩu tỉnh Cao Bằng nói riêng. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, cần xây dựng và hoàn thiện chính sách thuế. Xuất khẩu nông sản đang gặp khó khăn trong đó một phần là do chính sách thuế còn tồn tại những hạn chế, đặc biệt khi chúng ta mới tham gia FTA, TPP gần đây, do đó cần có giải pháp tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu, kinh doanh nông sản như: Khi xây dựng hoạch định chính sách thuế cần xem xét vấn đề về bảo hộ và thương mại hiện nay để xây dựng thuế xuất khẩu, nhập khẩu phù hợp với tình hình kinh tế. Tiếp tục hỗ trợ tối đa cho ngành nông sản vì đây là ngành chủ lực của Việt Nam tuy nhiên tránh bảo hộ tràn lan. Xây dựng thuế xuất khẩu nông sản cần có những ưu đãi với doanh nghiệp nước ngoài để mở rộng thị trường xuất khẩu. Tăng cường cải cách thủ tục hành chính về thuế, sửa đổi, bổ sung phải kịp thời, tuyên truyền phổ biến để doanh nghiệp nắm bắt nhanh chóng.

Thứ hai là đẩy mạnh mậu dịch biên giới. Việt Nam và Trung Quốc cần tiếp tục đẩy mạnh mậu dịch biên giới nhằm giải quyết dứt điểm các hành vi gian lận thương mại, tránh ùn tắc hàng hóa, ép giá hàng và buôn lậu. Biện pháp đó là: Hai nước cần đẩy mạnh thường xuyên phối hợp, tiếp tục hoàn thiện hành lang pháp lý trong thời gian tới. Xây dựng, trao đổi về các quy định trong quản lý, giám sát thương mại giữa hai nước, đặc biệt nơi có nhiều cửa khẩu như Cao Bằng. Do hàng Việt Nam đang còn xuất theo đường tiểu ngạch gây ra hiện tượng ép giá, mất tiền cho đầu nậu vì vậy cần quy định hỗ trợ, ưu tiên xuất khẩu dạng hợp đồng theo con đường chính ngạch. Tiếp tục phối hợp, hội thảo thường xuyên thỏa thuận trong ký kết các hiệp định thương mại vùng biên giới trong thời gian tới.

Thứ ba là tăng cường công tác dự báo thị trường. Thông tin cung cầu thị trường rất quan trọng với các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản do đó cần đẩy mạnh thông tin thị trường. Thường xuyên cập nhật thông tin về thị trường Trung Quốc, ưu tiên nông sản. Các cơ quan nhà nước cần có dự báo và cập nhật nhu cầu thị trường trong nước và ngoài nước để làm căn cứ, định hướng quy hoạch, hướng dẫn sản xuất, tránh sản xuất tràn lan được mùa mất giá. Bên cạnh đó các doanh nghiệp cũng như người dân cần phải chủ động, khôn ngoan, tinh táo trong quyết định sản xuất kinh doanh nông sản đáp ứng được thị trường tiêu thụ. Tăng cường hợp tác với các cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam bên nước bạn để thường xuyên cập nhật thông tin cho doanh nghiệp.

Thứ tư là tăng cường quản lý chất lượng nông sản. Câu chuyện luôn nóng hổi về vệ sinh an toàn thực phẩm, không đảm bảo tiêu chuẩn trong nước thời gian gần đây, đặc biệt khi

việc hướng tới một nền sản xuất sạch ngày càng trở nên cấp bách. Do vậy, ngành nông cần xây dựng chuỗi liên kết để kiểm soát chặt từ khâu sản xuất, chế biến, đến tiêu thụ sản phẩm. Các cơ quan quản lý phải tăng cường năng lực kiểm tra, giám sát nhằm xử lý “mạnh tay” với các trường hợp sản xuất không đảm bảo an toàn thực phẩm, lạm dụng hóa chất gây hại cho người tiêu dùng. Qua đó cần xây dựng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia cho sản phẩm nông sản xuất khẩu, có các cơ quan chức năng kiểm tra, giám sát chất lượng nông sản xuất khẩu. Cùng với đó là chính những doanh nghiệp, những nông dân phải nâng cao nhận thức, thay đổi thói quen canh tác, chế biến của mình để những nông sản thực phẩm làm ra thực sự đảm bảo chất lượng và an toàn, giữ được hình ảnh và chỗ đứng của nông sản Việt trên thị trường thế giới.

Thứ năm, cần hoàn thiện cơ chế chính sách thúc đẩy sản xuất và xuất khẩu. Sản lượng nông sản của Việt Nam luôn rất cao nhưng nghịch đảo với chất lượng, do đó để có một ngành nông nghiệp bền vững cần tạo ra những nông sản có chất lượng, do đó cần có các cơ chế chính sách hỗ trợ đầu tư như: Hỗ trợ đầu tư xây dựng các khu nông nghiệp công nghệ cao theo tiêu chuẩn GAP, Global GAP. Để làm được điều này cần chính sách giải quyết vấn đề đất đai, giải phóng mặt bằng, công ăn việc làm cho các dự án nông nghiệp này. Hỗ trợ nghiên cứu các cây, con có hiệu quả kinh tế đảm bảo chất lượng đối với các doanh nghiệp, đơn vị liên quan. Dành các gói tín dụng cho xây dựng hệ thống nông nghiệp, hỗ trợ cho hoạt động xúc tiến thương mại bằng cách xây dựng các trung tâm giao dịch thương mại, kho chứa và bảo quản hàng hóa tại cửa khẩu để hỗ trợ cho doanh nghiệp xuất khẩu. Có chính sách hỗ trợ hoạt động xây dựng thương hiệu cho các nông sản trong nước.

Cuối cùng là bản thân các doanh nghiệp cần chủ động thâm nhập, cần tìm hiểu thị trường đầu ra cho sản phẩm của mình; tổ chức thu mua và xuất khẩu với giá cả hợp lý giữ thị phần thị trường; và chủ động tiếp cận đầu tư khoa học kỹ thuật trong sản xuất của doanh nghiệp và tăng chất lượng nguồn nhân lực.

6. Kết luận

Xuất khẩu nông sản ra thế giới nói chung và sang thị trường Trung Quốc nói riêng của Việt Nam hiện nay vẫn là bài toán làm các nhà chính sách luôn phải chú tâm suy nghĩ. Những năm qua chúng ta đã có những chính sách thúc đẩy từ sản xuất tới tiêu thụ nông sản và đã đạt được những thành công ngoài mong đợi. Kim ngạch xuất khẩu nông sản hàng năm luôn tăng qua từng năm trong đó nông sản vào thị trường Trung Quốc và các nước khác trong và ngoài khu vực ngày càng được thâm nhập sâu hơn. Có thể nói chính sách thúc đẩy xuất khẩu nông sản luôn được nước ta ưu tiên hàng đầu trong đó phải kể đến những cải cách quan trọng đó là chính sách giảm, miễn các hàng rào thuế quan, chính sách đầu tư cho phát triển sản xuất tiêu thụ nông sản, chính sách quản lý chất lượng nông sản và chính sách mậu biên giữa Việt Nam với các nước đặc biệt là biên giới Trung Quốc. Bên cạnh đó là sự ứng biến kịp thời với sự thay đổi chóng mặt của kinh tế toàn cầu như chính sách tỷ giá của Trung Quốc và Mỹ. Công tác dự báo thị trường thông tin cho doanh nghiệp cũng thường xuyên được cập nhật. Tuy nhiên, ngoài những kết quả thu được, chúng ta vẫn còn nhiều những hạn chế được nêu rất rõ ở các phần nghiên cứu trên trong việc thực hiện các chính sách thúc đẩy nông sản trong thời gian qua. Do đó, trong thời gian tới hy vọng các cơ quan quản lý nhà nước cần có những cải cách thích hợp hơn đáp ứng hội nhập kinh tế ngày càng sâu rộng của Việt Nam. Nghiên cứu này đưa ra một số giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc nói riêng và sang các thị trường thế giới nói chung. Tuy nhiên, kết quả và giải pháp đưa ra còn hạn chế, vì vậy rất cần nhiều các nghiên cứu kỹ hơn, chuyên sâu hơn trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo

1. Deardorff A. (2000), “International Provision of Trade Services, Trade, and Fragmentation”, *Policy Research Working Paper 2548*, World Bank, Washington DC.
2. Đinh Văn Thành (2010), *Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu*, NXB Công Thương - Hà Nội.
3. Kim Thoa (2015), “UBND Tỉnh ban hành quy chế quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng”, <http://www.caobang.gov.vn/node/12348>
4. Lương Đăng Ninh (2004), *Đổi mới quản lý Nhà nước về hoạt động xuất nhập khẩu trên địa bàn các tỉnh biên giới Việt Nam - Trung Quốc*, NXB Khoa học xã hội - Hà Nội.
5. Martin Will (2001), *Trade Policies, Developing Countries, and Globalization*, Development Research Group, World Bank.
6. Phương Dung (2015), “Cộng đồng kinh tế ASEAN: Việt Nam là một trong những nước hưởng lợi nhiều nhất”, *Dân Trí*, <http://dantri.com.vn/kinh-doanh/cong-dong-kinh-te-asean-viet-nam-la-mot-trong-nhung-nuoc-huong-loi-nhieu-nhat-20151123090228071.htm>
7. Phương Linh, Chí Hiếu (2015), “Toàn văn Hiệp định TPP được công bố”, VnExpress, <http://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/vi-mo/toan-van-hiep-dinh-tpp-duoc-cong-bo-3307540.html>
8. Rodrik D. (1997), *Has Globalization Gone too Far?*, Institute for International Economics, Washington DC.

CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN KHU KINH TẾ CỬA KHẨU Ở CAO BẰNG HIỆN NAY ĐỂ HỖ TRỢ XUẤT KHẨU NÔNG SẢN SANG TRUNG QUỐC

目前发展高平口岸经济区以帮助农产品销向中国的政策之状况

ThS. Nguyễn Thị Hương Giang
Đại học Thương mại

阮氏香江硕士
商业大学

Tóm tắt

Khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng mới được thành lập năm 2014 theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ, nhưng thực sự đã có những đóng góp đáng kể cho hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam nói chung và của Cao Bằng nói riêng sang nước láng giềng Trung Quốc. Tận dụng những lợi thế của Cao Bằng và của Việt Nam về mặt hàng nông sản, về đường giao thông thuận tiện, về các chính sách nhất quán, hòa hợp..., Cao Bằng một mặt triển khai các chính sách của Nhà nước, mặt khác đã ban hành và thực thi các chính sách hiệu quả khác như chính sách xây dựng cơ sở hạ tầng, chính sách cạnh tranh, chính sách liên kết, hội nhập khác... để vừa thúc đẩy sự phát triển của khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng, vừa để tăng cả về lượng và trị giá, giá trị gia tăng của hàng nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc. Bài viết đã phân tích thực trạng những chính sách đó của Cao Bằng và đưa ra những đề xuất, kiến nghị để các chính sách phát triển khu kinh tế cửa khẩu có thể hỗ trợ hơn nữa hoạt động xuất khẩu hàng nông sản sang Trung Quốc trong thời gian tới.

Từ khóa: *Khu kinh tế Cửa khẩu, Cao Bằng, xuất khẩu, nông sản, Trung Quốc*

摘要

高平省口岸经济区刚刚于2014年根据政府首相的议决成立，但已经给越南出口活动，特别是给高平省向邻国的中国的出口活动 做出重大的贡献。利用越南和高平省关于农产品、方便的交通路线、一贯和谐政策等优势，高平省一面展开国家政策，另一面实施建设基础设施、竞争政策、链接政策、一体化等其它有效果的政策，致力于一边促进高平口岸经济区的经济发展，一边增加销往中国的农产品的质量、数量和附加值。本文已经分析高平这些政策的情况，并提出一些建议，有助于口岸经济的发展政策在今后时间能够进一步发挥互助农产品销向中国的作用。

关键词: 口岸经济区，高平省，出口，农产品，中国

Đặt vấn đề

Kinh tế - thương mại vùng biên giới luôn là một vấn đề được quan tâm. Việt Nam có đường biên giới đường bộ dài tiếp giáp với các nước Trung Quốc, Lào và Campuchia. Ở phía Bắc, 7 tỉnh tiếp giáp với Trung Quốc, mở ra cơ hội giao thương, trao đổi hàng hóa và dịch vụ.

Hoạt động tại các cửa khẩu của 3 tỉnh Lạng Sơn, Quảng Ninh và Lào Cai có tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua biên giới trên bộ của Việt Nam và Trung Quốc. Các cửa khẩu thuộc tỉnh Hà Giang, Cao Bằng, Điện Biên mặc dù có kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa ở mức thấp hơn, quy mô hoạt động còn nhỏ bé nhưng cũng đóng góp đáng kể vào sự phát triển hoạt động thương mại qua biên giới hai nước Việt - Trung.

Cao Bằng là tỉnh biên giới nằm ở phía Đông Bắc của Tổ quốc, có 332 km đường biên giới tiếp giáp với tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc, với 03 khu kinh tế cửa khẩu chính (Tà Lùng, Trà Lĩnh, Sóc Giang), 03 cửa khẩu phụ (Pò Peo, Lý Vạn, Bí Hà), ngoài ra còn có các cặp chợ, điểm thông quan... Những năm gần đây, mối quan hệ hợp tác hữu nghị giữa tỉnh Cao Bằng và các tỉnh tiếp giáp Trung Quốc đã đạt được những kết quả tích cực, các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa - dịch vụ luôn sôi động. Mặt hàng xuất nhập khẩu qua khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng chủ yếu vẫn là hàng nông sản. Những năm gần đây, Nhà nước và tỉnh Cao Bằng đã có những chính sách thúc đẩy phát triển khu kinh tế cửa khẩu để hỗ trợ xuất khẩu hàng nông sản sang Trung Quốc, và thực tế đã đạt được nhiều thành công nhưng cũng tồn tại một số hạn chế.

1. Một số vấn đề lý luận về phát triển kinh tế tại các khu kinh tế cửa khẩu

1.1. Khái niệm khu kinh tế cửa khẩu

Khu kinh tế cửa khẩu ở Việt Nam do Chính phủ hoặc Thủ tướng thành lập, là một không gian kinh tế xác định, gắn với cửa khẩu quốc tế hay cửa khẩu chính của quốc gia, có dân cư sinh sống và được áp dụng những cơ chế, chính sách phát triển đặc thù, phù hợp với đặc điểm từng địa phương, sở tại nhằm mang lại hiệu quả kinh tế - xã hội cao nhất dựa trên việc quy hoạch, khai thác, sử dụng, phát triển bền vững các nguồn lực.[2]

Tại các khu kinh tế cửa khẩu được áp dụng các loại hình kinh doanh: xuất nhập khẩu, tạm nhập tái xuất, vận chuyển hàng hóa quá cảnh, kho ngoại quan, cửa hàng miễn thuế, hội chợ triển lãm, các cửa hàng giới thiệu sản phẩm, các cơ sở sản xuất, gia công hàng xuất nhập khẩu, các chi nhánh đại diện các công ty trong nước và ngoài nước, chợ cửa khẩu, đầu tư cơ sở hạ tầng, dịch vụ, du lịch.

1.2. Điều kiện hình thành khu kinh tế cửa khẩu

- Phù hợp với Quy hoạch tổng thể phát triển khu kinh tế đã được phê duyệt
- Có cửa khẩu quốc tế hoặc cửa khẩu chính
- Kết nối thuận lợi với các trục giao thông huyết mạch của quốc gia, giao lưu thuận tiện với các nước láng giềng qua cửa khẩu biên giới đất liền của nước bạn; có điều kiện thuận lợi và nguồn lực để đầu tư kết cấu hạ tầng kỹ thuật
- Đáp ứng yêu cầu phát triển tổng hợp
- Gắn kết giữa phát triển kinh tế với việc giữ vững an ninh, chính trị, trật tự, an toàn xã hội, bảo vệ chủ quyền quốc gia tại khu vực biên giới
- Không gây tổn hại đến văn hóa và môi trường

1.3. Đặc điểm của các khu kinh tế cửa khẩu

- Khu kinh tế cửa khẩu thường nằm ở các vùng biên giới, cách xa trung tâm văn hóa - chính trị - xã hội của đất nước nên có sự khác biệt rất lớn về trình độ phát triển kinh tế - xã hội
- môi trường và chất lượng cuộc sống.

- Khu kinh tế cửa khẩu thường xuyên diễn ra các hoạt động giao lưu, hợp tác và cạnh tranh dựa trên nguyên tắc tôn trọng chủ quyền của nhau, bình đẳng, các bên cùng có lợi.

- Dân cư tại các khu kinh tế cửa khẩu với dân cư địa phương lân cận của các nước láng giềng có sự tương đồng với nhau về văn hóa, truyền thống, tín ngưỡng, tôn giáo...

1.4. Vai trò của các khu kinh tế cửa khẩu

Các khu kinh tế cửa khẩu có đóng góp rất lớn đối với kinh tế - xã hội địa phương và kinh tế - xã hội quốc gia, cụ thể:

- Tạo điều kiện khai thác, phát huy tiềm năng, ưu thế các địa phương biên giới
- Góp phần mở rộng giao lưu, buôn bán
- Xây dựng các hệ thống phân phối, cung cấp trên các lĩnh vực
- Góp phần cải thiện chất lượng cuộc sống người dân địa phương và các khu vực lân cận
- Cải thiện cơ sở hạ tầng, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội địa phương

1.5. Chính sách phát triển khu kinh tế cửa khẩu của Việt Nam

Ngay từ năm 1996, Chính phủ Việt Nam đã bắt đầu tiến hành thí điểm xây dựng khu kinh tế Móng Cái thông qua việc phê duyệt một số cơ chế ưu đãi cho khu kinh tế này. Trên cơ sở khu kinh tế Móng Cái, năm 1998, Chính phủ thí điểm ở quy mô rộng rãi hơn với việc phê duyệt chính sách ưu đãi cho Khu kinh tế cửa khẩu Mộc Bài và Khu kinh tế cửa khẩu Lao Bảo. Đây là lần đầu tiên, tên gọi Khu kinh tế cửa khẩu được sử dụng một cách chính thức.

Năm 2001, Thủ tướng Chính phủ ra Quyết định số 53/2001/QĐ-TTg về chính sách đối với khu kinh tế cửa khẩu biên giới. Cuối tháng 12/2002, Chính phủ tổ chức hội nghị sơ kết tình hình thực hiện chính sách khu kinh tế cửa khẩu biên giới.

2. Thực trạng chính sách phát triển khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng nhằm hỗ trợ xuất khẩu hàng nông sản sang Trung Quốc

2.1. Tiềm năng phát triển kinh tế cửa khẩu và xuất khẩu nông sản của Cao Bằng

Cao Bằng là tỉnh miền núi, biên giới, với 1 thành phố và 12 huyện, nằm ở vùng Đông Bắc, phía Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc với đường biên giới dài 332 km. Trung tâm tỉnh là thành phố Cao Bằng, cách thủ đô Hà Nội 286km theo đường quốc lộ 3, cách thành phố Lạng Sơn khoảng 130km theo đường Quốc lộ 4A. Hiện nay, trên địa bàn Cao Bằng có 6 chi cục hải quan cửa khẩu thực hiện việc giao thương với Trung Quốc, nhiều nhất trong các địa phương có biên giới với Trung Quốc, bao gồm: Chi cục hải quan cửa khẩu Tà Lùng, chi cục hải quan cửa khẩu Trà Lĩnh, chi cục hải quan cửa khẩu Sóc Giang, chi cục hải quan cửa khẩu Bí Hà, chi cục hải quan cửa khẩu Pò Peo, chi cục hải quan cửa khẩu Lý Vạn.

Tháng 3/2014, Thủ tướng Chính phủ ký quyết định thành lập khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng. Tổng diện tích tự nhiên của Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng là 30.130,34 ha, bao gồm 37 xã và 3 thị trấn. Ranh giới địa lý Khu kinh tế cửa khẩu tiếp giáp với các huyện: Nà Po, Tĩnh Tây, Long Châu, Đại Tân (Quảng Tây, Trung Quốc), với tổng chiều dài biên giới khoảng 200 km (trong tổng số hơn 330 km đường biên giới của tỉnh Cao Bằng).

Đặc biệt, khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng có một vị trí địa lý rất quan trọng, khoảng cách kết nối đến các trung tâm kinh tế lớn của Trung Quốc như: Trùng Khánh, Tứ

Xuyên, Quý Châu và Quảng Tây thuận lợi hơn các khu vực khác của nước ta. Theo tính toán, tuyến vận tải này nếu được hình thành ra biển qua cảng Hải Phòng (Việt Nam) sẽ rút ngắn được khoảng cách vận chuyển khoảng 1.100 km so với vận chuyển hàng hóa từ các tỉnh này ra cảng gần nhất của Trung Quốc. Trong triển vọng, khu kinh tế cửa khẩu sẽ phát triển là một trong những đầu mối giao thông giao lưu, hợp tác giữa Việt Nam với Trung Quốc cũng như các nước ASEAN với Trung Quốc, trong khuôn khổ xây dựng khu vực thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc. Các tỉnh Tứ Xuyên, Trùng Khánh, Quý Châu và Quảng Tây phía Tây Nam Trung Quốc có diện tích tự nhiên trên 980.000 km², dân số khoảng 194 triệu người, GDP danh nghĩa năm 2011 khoảng 790 tỷ USD, GDP bình quân đầu người khoảng 4.000 USD, giá trị xuất khẩu khoảng 100 tỷ USD/năm. Riêng thành phố Trùng Khánh (Trung Quốc) có dân số khoảng 33 triệu, tỷ lệ dân số đô thị đạt trên 50%; được coi là động lực cho phát triển vùng Tây và Tây Nam Trung Quốc, là trung tâm cơ giới đứng thứ 3 Trung Quốc, đứng đầu về sản xuất xe mô tô. Trùng Khánh còn là 1 trong 9 trung tâm sản xuất thép, 1 trong 3 trung tâm sản xuất nhôm lớn nhất Trung Quốc và nhiều sản phẩm hóa chất khác.

Với khí hậu ôn hòa nhiệt đới, nhiệt độ chưa bao giờ xuống thấp quá 0°C vào mùa đông, nên điều kiện rất thuận lợi cho hoạt động nông nghiệp. Các nông sản đặc trưng của địa phương như: rau, hạt dẻ, hạt điều, sắn củ,... rất phù hợp cho hoạt động xuất khẩu, đóng góp cùng các nông sản khác từ các địa phương để phục vụ hoạt động thương mại cửa khẩu.

Đây là những điều kiện thiết yếu quan trọng cho tỉnh Cao Bằng khai thác hiệu quả tiềm năng, thế mạnh của địa phương, phát triển kinh tế biên mậu và tham gia vào liên kết kinh tế khu vực.

2.2. Những chính sách quốc gia về phát triển kinh tế cửa khẩu

Về cơ chế chính sách trước đây, các khu kinh tế cửa khẩu được thực hiện theo quy định tại *Quyết định số 53/2001/QĐ-TTg ngày 19/4/2001* của Chính phủ về chính sách đối với khu kinh tế cửa khẩu biên giới và *Quyết định số 273/2005/QĐ-TTg ngày 31/10/2005* về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của quyết định số 53.

Trong giai đoạn này, các khu kinh tế cửa khẩu được thành lập và hoạt động theo Quy chế hoạt động riêng do Thủ tướng Chính phủ ban hành. Do được ban hành tại nhiều thời điểm khác nhau, do vậy trong các Quy chế hoạt động này còn một số điểm không giống nhau.

Sau khi ban hành Nghị định số 29/2008/NĐ-CP: Nghị định số 29/2008/NĐ-CP được ban hành nhằm thống nhất áp dụng cơ chế chính sách cho tất cả các khu kinh tế cửa khẩu. Các Quy chế hoạt động của các khu kinh tế cửa khẩu đã ban hành trước đây được rà soát và điều chỉnh cho phù hợp với Nghị định số 29/2008/NĐ-CP và các văn bản pháp luật hiện hành.

Về cơ chế, chính sách tài chính đối với khu kinh tế cửa khẩu: Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 33/2009/QĐ-TTg ngày 2/3/2009 về cơ chế, chính sách tài chính đối với khu kinh tế cửa khẩu; Quyết định số 93/2009/QĐ-TTg ngày 10/7/2009 sửa đổi, bổ sung khoản 4 Điều 21 Quyết định số 33/2009/QĐ-TTg; Quyết định số 100/2009/QĐ-TTg ngày 30/7/2009 về việc ban hành quy chế hoạt động của khu phi thuế quan trong khu kinh tế

Từ năm 2006 đến năm 2014 trung ương đã ưu tiên đầu tư phát triển hạ tầng biên giới, trong đó đầu tư hạ tầng phát triển kinh tế biên mậu từ các nguồn vốn: Trái phiếu chính phủ, hạ tầng khu kinh tế cửa khẩu, chương trình phát triển kinh tế - xã hội các xã biên giới (Chương

trình 120), chương trình phát triển kinh tế - xã hội vùng (Nghị quyết 37, chương trình 135, chương trình 134, Nghị quyết 30a).

Trong khi đó, Trung Quốc có 3 chính sách phát triển biên giới đất liền nằm trong 3 hệ thống chính sách lớn:

- (1) Chính sách Đại khai thác miền Tây
- (2) Chính sách “Hưng biên phú dân”
- (3) Chính sách tự trị dân tộc

2.3. Những chính sách về phát triển kinh tế cửa khẩu Cao Bằng nhằm hỗ trợ xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc

Năm 2014, Thủ tướng Chính phủ đã có quyết định số 20/2014/TT-TTg, ngày 11/3/2014 về việc thành lập Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng, tỉnh đã xây dựng Quy hoạch chung xây dựng Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng và đang được triển khai.

Với Chương trình phát triển kinh tế cửa khẩu của tỉnh giai đoạn 2011-2015 - số 10-CT/TU ngày 29/4/2011, Cao Bằng đã và đang từng bước bổ sung, hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách về phát triển kinh tế cửa khẩu, trong đó đã xây dựng kế hoạch cải tiến hoạt động xuất nhập cảnh qua cửa khẩu và quy định đối với người nước ngoài đến du lịch tại khu kinh tế cửa khẩu; xây dựng quy định riêng về hoạt động xuất nhập khẩu qua cửa khẩu Tà Lùng; duy trì thực hiện tốt công tác kiểm tra, kiểm soát xuất nhập cảnh tại các cửa khẩu đảm bảo chặt chẽ, đúng quy trình, thủ tục, đáp ứng kịp thời lưu thông biên giới, giữ vững an ninh trật tự ở khu vực cửa khẩu, xây dựng biên giới hòa bình hữu nghị.

Sau Quyết định 01/2015/QĐ-UBND của UBND tỉnh Cao Bằng về Quy chế quản lý hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh Cao Bằng, công dân Việt Nam có hộ khẩu thường trú tại các khu vực biên giới của tỉnh Cao Bằng tiếp giáp với Khu tự trị dân tộc Choang (Quảng Tây - Trung Quốc) được phép tham gia các hoạt động mua bán trao đổi hàng hóa qua biên giới theo quy định tại Quyết định số 254/2006/QĐ-TTg và 139/2009/QĐ-TTg (sửa đổi bổ sung Quyết định 254). Cao Bằng cũng đã tăng cường trao đổi với các cấp chính quyền Khu tự trị dân tộc Choang - Quảng Tây - Trung Quốc để cùng thực hiện thỏa thuận, hợp tác nâng cấp cặp cửa khẩu Tà Lùng - Thủy Khẩu lên thành cửa khẩu quốc tế, cặp cửa khẩu Sóc Giang - Bình Mãng, Lý Vạn - Thạch Long thành cửa khẩu chính; trao đổi, đàm phán với phía Trung Quốc về kết nối giao thông từ Tứ Xuyên - thành phố Trùng Khánh - Quảng Tây (Trung Quốc) - Cao Bằng - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng - tới các nước ASEAN và quốc tế để trình Chính phủ hai nước phê duyệt; tổ chức quản lý, xây dựng, nâng cấp và kết nối giao thông tại cửa khẩu, chợ biên giới, quy hoạch và đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, cải thiện điều kiện thông quan tại các cửa khẩu và chợ biên giới.

UBND tỉnh Cao Bằng nghiêm cấm việc lợi dụng hình thức mua bán, trao đổi hàng hóa của cư dân biên giới để thực hiện các hành vi buôn lậu và gian lận thương mại. Các lực lượng chức năng chủ động xây dựng phương án chống buôn lậu, gian lận và tiêu thụ hàng giả hàng nham, phối hợp triển khai thực hiện.

Đã xây dựng chiến lược sản xuất hàng hóa xuất nhập khẩu, nhằm hình thành những mặt hàng chủ lực, ổn định, có sức cạnh tranh trên thị trường trong nước, ngoài nước, tạo điều kiện đẩy mạnh quan hệ thương mại, tăng thu ngân sách cho tỉnh.

Hoạt động và các cơ chế, chính sách đối với Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng thực hiện theo:

- 1) Luật Đầu tư và các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Đầu tư.
- 2) Nghị định số 29/2008/NĐ-CP ngày 14-3-2008 của Chính phủ quy định về khu công nghiệp, khu chế xuất và khu kinh tế.
- 3) Nghị định số 164/2013/NĐ-CP ngày 12-11-2013 của Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 29/2008/NĐ-CP ngày 14-3-2008 của Chính phủ quy định về khu công nghiệp, khu chế xuất và khu kinh tế.
- 4) Quyết định số 72/2013/QĐ-TTg ngày 26-11-2013 của Thủ tướng Chính phủ quy định cơ chế chính sách tài chính đối với khu kinh tế cửa khẩu và các văn bản khác có liên quan.

Trong những năm qua, tiếp tục triển khai thực hiện:

- 5) Quyết định 254/2006/QĐ-TTg ngày 07/11/2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc quản lý hoạt động thương mại biên giới với nước có chung biên giới.
- 6) Quyết định số 139/2009/QĐ-TTg ngày 23/12/2009 của Thủ tướng Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 254/2006/QĐ-TTg ngày 07/11/2006 của Thủ tướng Chính phủ về quản lý hoạt động thương mại biên giới với nước có chung biên giới.
- 7) Thông tư số 05/2014/TT-BCT ngày 27/01/2014 của Bộ Công Thương quy định về hoạt động tạm, tái xuất, tạm xuất, tái nhập và chuyển khẩu hàng hóa.
- 8) Thông tư số 13/2009/TT-BCT ngày 03/6/2009 của Bộ Công Thương quy định xuất nhập khẩu hàng hoá qua các cửa khẩu, lối mở biên giới nằm ngoài các khu kinh tế cửa khẩu
- 9) Thông tư số 42/2012/TT-BCT ngày 27/12/2012 quy định hàng hoá được sản xuất từ nước có chung biên giới nhập khẩu vào nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam dưới hình thức mua, bán trao đổi hàng hoá cư dân biên giới.

Từ năm 2011 đến nay, tỉnh đã lồng ghép các nguồn vốn huy động hơn 530 tỷ đồng thực hiện phát triển kinh tế cửa khẩu; riêng nguồn vốn bố trí đầu tư hạ tầng cơ sở trong giai đoạn này là 518,8 tỷ đồng. Trong đó, Cửa khẩu Trà Lĩnh đầu tư 175,7 tỷ đồng; Cửa khẩu Tà Lùng đầu tư 130,1 tỷ đồng; Cửa khẩu Sóc Giang đầu tư 11,5 tỷ đồng; các cửa khẩu còn lại đầu tư 201,5 tỷ đồng. Đã hoàn thành các dự án đường 205 thị trấn Hùng Quốc - Cửa khẩu Trà Lĩnh; nhà để xe và chốt Biên phòng, Trạm kiểm soát liên hợp Tà Lùng; cải tạo, nâng cấp Trạm kiểm soát liên hợp Cửa khẩu Tà Lùng; cải tạo Trạm kiểm soát liên hợp Cửa khẩu Sóc Giang; hệ thống cấp nước Cửa khẩu Đức Long; đường trục chính Cửa khẩu Đức Long... Đang tiếp tục thực hiện các dự án chuyển tiếp, như: Đường thị trấn Cửa khẩu Tà Lùng, Trạm kiểm soát liên hợp Cửa khẩu Trà Lĩnh, đường vào lối mở Nà Đoòng; cải tạo nâng cấp đường thị trấn Đông Khê - Cửa khẩu Đức Long, Trạm kiểm soát liên hợp Cửa khẩu Lý Vạn, Trạm kiểm soát liên hợp tại lối mở Nà Lạn...

Ngày 14 tháng 5 năm 2015, tỉnh Cao Bằng và thành phố Bách Sắc (Quảng Tây, Trung Quốc) đã ký thỏa thuận khung về hợp tác xuất khẩu nông sản, hải sản và hoa quả qua cửa khẩu Trà Lĩnh - Long Bang, từng bước tạo hành lang pháp lý cho việc nâng cao kim ngạch xuất nhập khẩu hàng nông sản, hải sản, hoa quả tươi theo hợp đồng thương mại quốc tế từ Việt Nam sang thị trường Trung Quốc.

2.4. Thực trạng phát triển các khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng

2.4.1. Kết quả đạt được

- Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu qua các cửa khẩu ở Cao Bằng là hạt điều nhân, mía cây nguyên liệu, gạo, hàng tiêu dùng... Hàng hóa nhập khẩu tập trung vào: phân đạm, ferrosilic (một loại hợp kim với thành phần chính là sắt và silic), than cốc...

Tháng 11/2015, Theo Tổng cục Hải quan, Trung Quốc vẫn là thị trường tiêu thụ gạo lớn nhất của Việt Nam, với 2,02 triệu tấn, tăng 5% so với cùng kỳ năm trước và chiếm 33,4% tổng lượng gạo xuất khẩu của cả nước. Tuy nhiên, sắn và các mặt hàng từ sắn lại chiếm số lượng lớn nhất các mặt hàng nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc.

Bảng 1: Xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc tháng 11/2015

Mặt hàng	ĐVT	Số liệu báo cáo		Cộng dồn đến hết tháng báo cáo	
		Lượng	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá (USD)
Hàng thủy sản	USD		39.815.616		405.755.007
Hàng rau quả	USD		93.638.438		1.083.403.308
Hạt điều	Tấn	5.122	37.358.169	43.524	304.451.354
Cà phê	Tấn	2.377	6.120.682	25.905	65.482.443
Chè	Tấn	670	1.140.755	7.186	11.006.474
Gạo	Tấn	79.459	33.045.323	2.023.775	819.914.162
Sắn và các sản phẩm từ sắn	Tấn	251.571	82.900.137	3.352.085	1.064.973.147

(Nguồn: Cục Hải quan Việt Nam)

- Giai đoạn 2011-2015, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua các cửa khẩu của tỉnh Cao Bằng đạt 1.900,24 triệu USD (trong đó xuất khẩu là 828,52 triệu USD, nhập khẩu là 1.071,71 triệu USD). Tổng thu thuế xuất nhập khẩu tại các cửa khẩu là 834,412 tỷ đồng. Tổng thu phí sử dụng hạ tầng cửa khẩu giai đoạn 2011-2015 là: 615,2 tỷ đồng, trong đó: năm 2011: 37,2 tỷ đồng, năm 2012: 77,9 tỷ đồng, năm 2013: 206,9 tỷ đồng, năm 2014: 143,7 tỷ đồng, dự kiến 2015: 150 tỷ đồng.

Bảng 2: Trị giá xuất, nhập khẩu của Cao Bằng tháng 11/2015

ĐVT: USD

Tỉnh	Xuất khẩu		Nhập khẩu	
	Tháng 11/2015	11 tháng 2015	Tháng 11/2015	11 tháng 2015
Cao Bằng	75.032	1.636.141	1.163.424	25.637.943

(Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam)

Bảng 3: Thuế hải quan qua các cửa khẩu Cao Bằng giai đoạn 2006-2015*(ĐV: tỷ đồng)*

Giai đoạn	Giai đoạn 2006-2010	Giai đoạn 2011-2013	Giai đoạn 2013-2015
Số thuế hải quan	283	495	>600

(Nguồn: Hải quan Cao Bằng)

- Công tác quản lý xuất nhập cảnh, xuất nhập biên cho người và phương tiện, hàng hóa qua lại biên giới cửa khẩu được thực hiện đúng thủ tục, đảm bảo thông thoáng, thuận lợi cho khách du lịch và nhân dân xuất nhập cảnh qua khu vực cửa khẩu. Giai đoạn 2011-2015 có 2.464.162 lượt người và 131.059 lượt phương tiện xuất nhập cảnh qua các cửa khẩu của tỉnh.

- Công tác thu hút vốn đầu tư vào các khu kinh tế cửa khẩu đã đạt được kết quả tích cực. Tính đến 15/5/2015, đã có 46 dự án đầu tư được cấp giấy chứng nhận đầu tư trong khu kinh tế cửa khẩu trên địa bàn tỉnh (trong đó có 08 dự án đầu tư có vốn nước ngoài với tổng vốn đăng ký đầu tư là 30,855 triệu USD và 38 dự án đầu tư trong nước với tổng vốn đăng ký là 2.953 tỷ đồng). Hiện nay đã có 20 dự án đi vào hoạt động bước đầu có hiệu quả góp phần tạo công ăn, việc làm cho người lao động (hơn 200 lao động, với thu nhập từ 2 đến 3,5 triệu đồng/người/tháng) và tăng thu ngân sách cho địa phương.

2.4.2. Một số hạn chế khi phát triển khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng

Do thời gian phát triển chưa lâu, vừa triển khai vừa nghiên cứu, học hỏi kinh nghiệm nên bên cạnh một số kết quả bước đầu đã đạt được, trong thời gian qua phát triển kinh tế tuyến biên giới, nhất là các khu kinh tế đã bộc lộ một số khó khăn, hạn chế như sau:

- *Thứ nhất: Quy hoạch, thành lập khu kinh tế chưa thực sự phù hợp với điều kiện, tiềm năng thực tế*

Việc lập quy hoạch khu kinh tế cửa khẩu và các cửa khẩu còn nhiều bất cập, quá trình thực hiện phải điều chỉnh nhiều lần ảnh hưởng đến tiến độ thực hiện dự án.

Các cửa khẩu chính nằm trong khu kinh tế đang được điều chỉnh quy hoạch; các dự án phát triển cơ sở hạ tầng cửa khẩu tiếp tục được điều chỉnh để triển khai, như: Quy hoạch điều chỉnh thị trấn cửa khẩu Tà Lùng và điều chỉnh quy hoạch chung xây dựng thị trấn Tà Lùng; Điều chỉnh quy hoạch chung xây dựng thị trấn Hùng Quốc và khu vực cửa khẩu Trà Lĩnh.

- *Thứ hai: Thu hút đầu tư vào các khu kinh tế cửa khẩu gặp nhiều khó khăn, đóng góp của các khu kinh tế cửa khẩu vào phát triển kinh tế - xã hội địa phương còn khiêm tốn*

Do thời gian phát triển chưa lâu, nên kết quả thu hút đầu tư của các khu kinh tế cửa khẩu còn khiêm tốn, chưa thu hút được các dự án động lực thúc đẩy sự phát triển của các khu kinh tế. Thực tế cho thấy để một khu kinh tế cửa khẩu có thể phát triển tốt cần có dự án động lực, hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông và thương mại phát triển. Tuy nhiên, khu kinh tế cửa khẩu của Cao Bằng hiện nay chưa đáp ứng được cả 3 yếu tố này nên rất khó khăn trong thu hút đầu tư phát triển khu kinh tế cửa khẩu.

Hiện nay, các khu kinh tế cửa khẩu do mới thành lập, đang triển khai xây dựng cơ sở hạ tầng nên mức độ phát triển, vai trò động lực và đóng góp vào phát triển kinh tế địa phương và phát triển vùng còn khiêm tốn.

Các nguồn vốn đầu tư cơ sở hạ tầng cho Khu kinh tế cửa khẩu còn chưa đáp ứng được yêu cầu, chủ yếu phụ thuộc vào nguồn vốn ngân sách Trung ương hỗ trợ.

Thứ ba: Các khu kinh tế cửa khẩu ở phía Bắc nói chung và tỉnh Cao Bằng chưa được định hướng thu hút các ngành, lĩnh vực có lợi thế so sánh, chưa tạo được sự liên kết, tương hỗ trong quá trình hoạt động

Các khu kinh tế đều có chung định hướng đầu tư, do đó chưa phát huy được lợi thế so sánh dẫn đến sự cạnh tranh trong thu hút đầu tư giữa các khu kinh tế cửa khẩu.

Đồng thời, các khu kinh tế chưa thể hiện được mối quan hệ liên kết, tương hỗ trong quá trình hoạt động mặc dù một số khu kinh tế có vị trí địa lý và các điều kiện thuận lợi về hạ tầng giao thông kết nối để hình thành mối quan hệ này.

Nguyên nhân chủ yếu của các hạn chế trên là do công tác quy hoạch ngành, lĩnh vực phát triển khu kinh tế cửa khẩu chưa thực sự rõ ràng, hợp lý; chưa có cơ chế, chính sách định hướng đầu tư, liên kết theo ngành, lĩnh vực phù hợp với đặc thù từng khu kinh tế.

Thứ tư: Cơ chế, chính sách phát triển khu kinh tế cửa khẩu còn một số bất cập

- Hiện nay, Nghị định 112/2014/NĐ-CP ngày 21/11/2014 quy định quản lý cửa khẩu biên giới đất liền mới chỉ quy định về mô hình cửa khẩu tại các cửa khẩu quốc tế, các cửa khẩu phụ, các điểm thông quan, các lối mở chưa có mô hình về cơ sở hạ tầng và cơ cấu tổ chức hoạt động theo một chuẩn mực.

- Tại cửa khẩu mới có 3 lực lượng: Hải quan, biên phòng và kiểm dịch. Nhưng cơ quan, máy móc kiểm tra, kiểm định chất lượng hàng hóa và vệ sinh an toàn thực phẩm tại các cửa khẩu là chưa có, các văn bản pháp luật chưa đề cập việc bố trí các cơ quan này tại các cửa khẩu.

- Bộ Luật tố tụng hình sự và Pháp lệnh tổ chức điều tra hình sự hiện nay chưa quy định cho cơ quan Hải quan được thực hiện hoạt động điều tra, khởi tố đối với các loại tội phạm về vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, trốn thuế, vi phạm môi trường... Điều này gây khó khăn cho công tác phòng chống buôn lậu của cơ quan Hải quan.

- Văn bản quy phạm pháp luật hiện nay chưa thực sự bao quát hết các khía cạnh hoạt động của khu kinh tế cửa khẩu với những đặc thù khác của khu công nghiệp, khu chế xuất về quy hoạch, về thành lập và cơ chế hoạt động. Nhiều quy định đối với khu công nghiệp được áp dụng chung cho các khu kinh tế trong khi khu kinh tế có những sự khác biệt về quy mô, chức năng, mục tiêu phát triển.

Thứ năm: Nguồn lực phát triển khu kinh tế cửa khẩu còn hạn chế

Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng mới được đầu tư, đưa vào sử dụng, vẫn đang trong quá trình hoàn thiện. Bởi vậy, yếu tố nguồn lực lúc này là rất quan trọng. Nhưng do không đủ nguồn lực để đầu tư đồng bộ nên đường sá, kho tàng, bến bãi phục vụ hoạt động xuất nhập khẩu vẫn thiếu, giảm đi lợi thế cạnh tranh. Thực tế, hiện nay, số lượng cung ứng

các dịch vụ giao nhận, kho tàng, bến bãi, bao bì, đóng gói, bảo quản hàng hóa còn quá mỏng so với khối lượng hàng hóa được xuất nhập khẩu qua biên giới.

Bên cạnh đó, nguồn thông tin về chính sách của cả 2 quốc gia và quốc tế cũng là một cản trở trong sự phát triển khu kinh tế cửa khẩu. Sự thiếu thông tin hoặc thông tin đến chậm, hoặc không nắm bắt thông tin, làm cho sự ứng phó với những thay đổi thiếu linh hoạt. Điều này đặc biệt quan trọng trong giao thương biên mậu với Trung Quốc khi mà quốc gia này luôn có những sự thay đổi chính sách thường xuyên và mang tính chất “bất thành linh”.

Ngoài ra, chính sách phát triển thương mại biên giới của Việt Nam với Trung Quốc vẫn chưa có chiến lược lâu dài, gây ra sự bị động, làm ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động thương mại biên giới của các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là đối với các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản. Những mặt hàng nông sản nếu không được bảo quản mà thời gian thông quan quá lâu, không có kho bãi lưu giữ cẩn thận sẽ giảm chất lượng, thậm chí không đủ tiêu chuẩn sau khi thủ tục thông quan xong. Hiện nay thủ tục thông quan hàng hóa, xuất nhập khẩu theo Hệ thống VNACCS/VCIS, theo đó, thời gian trung bình để giải phóng hàng nhập khẩu giảm từ 42 giờ xuống còn 34 giờ, còn hàng xuất khẩu cũng chỉ cần 6 giờ, thay vì 16 giờ như trước.

3. Một số hàm ý chính sách phát triển khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng để hỗ trợ hoạt động xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc

Hàng hóa xuất nhập khẩu qua khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng chủ yếu là hàng nông sản, bởi vậy, những chính sách phát triển khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng một mặt để khắc phục những hạn chế đã nêu ra, nhưng mặt khác chủ yếu để hỗ trợ hoạt động xuất khẩu nông sản.

3.1. Chính sách xây dựng đồng bộ kết cấu cơ sở hạ tầng khu kinh tế cửa khẩu

Cơ sở hạ tầng là điều kiện nguồn lực cơ bản đầu tiên để phát triển khu kinh tế cửa khẩu. Các chính sách hỗ trợ nguồn vốn, thu hút nguồn vốn, ưu đãi đất đai, giải ngân... bước đầu tạo nên một cơ sở hạ tầng cơ bản cho sự phát triển. Ngoài ra, cần thực hiện chính sách xây dựng đường giao thông để tăng cường sự kết nối Cao Bằng với các địa phương khác, giảm thời gian vận chuyển hàng hóa, đặc biệt cần thiết cho hàng nông sản.

Đẩy mạnh việc hình thành tuyến hành lang kết nối giao thông để vận chuyển hàng hóa từ Thành Đô - Trùng Khánh - Bách Sắc (Trung Quốc) đến Cao Bằng - Hà Nội, Hải Phòng (Việt Nam) đi các nước ASEAN, sẽ là cơ hội, điều kiện thuận lợi để hàng hóa của 2 bên trao đổi hợp tác với nhau về nhiều mặt như: xây dựng nguồn năng lượng, khai thác khoáng sản, du lịch xuyên quốc gia, kỹ thuật nông nghiệp, giao thông vận tải, trao đổi giao lưu hàng hóa và quản lý cửa khẩu.

Phát triển khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng quy mô hơn với các phân khu phục vụ thương mại - dịch vụ - du lịch - công nghiệp - nông, lâm nghiệp, tạo thành khu thu hút đầu tư, có sức cạnh tranh và phát triển bền vững.

Thu hút đầu tư các cơ sở hạ tầng mềm, như các dịch vụ logistic, dịch vụ xúc tiến thương mại... để hỗ trợ, rút ngắn thời gian thông quan.

3.2. Chính sách cạnh tranh

Khu kinh tế cửa khẩu, hoạt động xuất nhập khẩu sẽ mang lại tiềm lực phát triển cho mỗi địa phương. Cao Bằng cần tận dụng khu kinh tế cửa khẩu để có sự bứt phá. Mặc dù khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng được xây dựng sau, nhưng Tỉnh cần đầu tư để khai thác lợi thế, tạo sự khác biệt và nâng cao sức cạnh tranh. Sự cạnh tranh đến từ chính sách thông quan linh hoạt, hạ tầng đầy đủ, giảm chi phí cho các doanh nghiệp... Điều này muốn đạt được, thì những chính sách về nguồn lực phải được thực hiện triệt để, tận dụng đường biên giới tương đối bằng phẳng, tận dụng nguồn nhân lực trẻ, tận dụng hệ thống công nghệ thông tin... để phục vụ hoạt động chính là xuất nhập khẩu tại cửa khẩu.

Bên cạnh đó, khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng cần có chính sách thúc đẩy khả năng gia tăng giá trị. Giá trị mới được tạo ra nhờ tổ chức sản xuất trong khu kinh tế cửa khẩu thông qua các doanh nghiệp. Giá trị hình thành do chênh lệch giá cả các yếu tố sản xuất, sản phẩm, dịch vụ trong nước và nước láng giềng.

Các mặt hàng nông sản vận chuyển từ trong tỉnh và các địa phương đến khu cửa khẩu, cần có khu vực cho các doanh nghiệp thực hiện việc phân loại, bảo quản, chế biến hay sơ chế. Những hoạt động này góp phần tăng giá trị cho nông sản xuất khẩu. Dịch vụ du lịch gắn liền với các hoạt động sản xuất, chế biến nông sản tại chỗ này cũng có cơ hội thu hút khách, tăng cơ hội quảng bá, tăng lợi thế so sánh cho sản phẩm. Chính việc phân loại lại, bảo quản, chế biến tại chỗ này là cơ hội để đánh giá lại chất lượng nông sản, tăng khả năng xuất khẩu.

3.3. Chính sách liên kết, hội nhập với vấn đề an ninh

Trong bối cảnh thế giới luôn biến động cả về kinh tế, chính trị, xã hội, đặc biệt các chính sách đối ngoại, biên mậu của Trung Quốc thì việc liên kết phát triển thương mại giữa các địa phương, vùng sẽ là một giải pháp tốt để ổn định, phát triển cho Cao Bằng. Cao Bằng phải thường xuyên có những thông tin liên quan đến xúc tiến thương mại cho các địa phương, để lượng nông sản xuất khẩu qua khu kinh tế cửa khẩu đạt được mức cao, trở thành cầu nối quan trọng giữa Trung Quốc với doanh nghiệp, hợp tác xã và nông dân trong nước.

Hoạt động thương mại biên giới luôn luôn tiềm ẩn những nguy cơ và có nhiều diễn biến phức tạp, vì vậy, nâng cao hiệu quả quản lý đối với hoạt động thương mại biên giới cần được triển khai thường xuyên. Cùng với việc phân cấp, phân quyền, bố trí công việc phù hợp là việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ tại khu kinh tế cửa khẩu. Đội ngũ cán bộ thực hiện công tác xúc tiến thương mại cần hoạt động chuyên nghiệp hơn, cần được trang bị các kiến thức cơ bản về thị trường xuất khẩu và về ngoại ngữ. Đội ngũ thương nhân cũng cần được chia sẻ nhiều thông tin hơn về thị trường, sản phẩm, chính sách không chỉ trong nước mà cả của thế giới, đặc biệt là của Trung Quốc. Cần khuyến khích đội ngũ cán bộ quản lý tích cực học hỏi, tham chiếu kinh nghiệm quản lý các khu kinh tế cửa khẩu khác thành công và chưa thành công cả trong nước và quốc tế để vận dụng có hiệu quả vào khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng. Nên mạnh dạn xây dựng quan hệ kết nghĩa hoặc hợp tác giữa khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng với các khu kinh tế cửa khẩu khác ở Việt Nam hoặc ở các nước để tranh thủ khai thác các cơ hội xuất hiện nhờ mở rộng quan hệ.

Tài liệu tham khảo

1. Báo Cao Bằng, baocaobang.vn, Cơ hội để Cao Bằng phát triển (2014).
2. Báo Công Thương, bacongthuong.vn, Cao Bằng: Ưu tiên phát triển kinh tế cửa khẩu.
3. Cổng thông tin điện tử tỉnh Cao Bằng, Vài nét giới thiệu về Cao Bằng.
4. Thủ tướng Chính phủ (2013), Quyết định 1531/QĐ-TTg ngày 30/8/2013 “Về việc phê duyệt Đề án “ Rà soát, điều chỉnh quy hoạch phát triển các khu kinh tế cửa khẩu Việt Nam năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030”.
<http://thuvienphapluat.vn/archive/Quyết-dinh-1531-QĐ-TTg-2013-ra-soat-quy-hoach-phat-trien-khu-kinh-te-cua-khau-Viet-Nam-vb205875.aspx>
5. PGS.TS. Nguyễn Ngọc Sơn(2015), Phát triển các khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Hà Giang, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
6. GS.TS. Đỗ Tiến Sâm, Nguyễn Thị Thu Hiền (2015), Chính sách phát triển tuyến biên giới đất liền của Trung Quốc, Viện nghiên cứu Trung Quốc.
7. PGS.TS. Nguyễn Thường Lạng (2015), Một số kinh nghiệm quốc tế về thu hút nguồn lực vào phát triển khu kinh tế cửa khẩu và bài học đối với khu kinh tế cửa khẩu Thanh Thủy, tỉnh Hà Giang, Đại học Kinh tế Quốc dân.
8. TS. Vũ Hoàng Linh, Viện Kinh tế Việt Nam (2015), Thương mại biên giới Việt - Trung: hạn chế của mô hình hiện tại và những tác động đến nền kinh tế Việt Nam, Nghiên cứu kinh tế số 444 - tháng 5/2015.

MỘT SỐ VẤN ĐỀ TRONG PHÁT TRIỂN HẠT DẼ TRÙNG KHÁNH - MỘT ĐẶC SẢN NÔNG SẢN CỦA TỈNH CAO BẰNG

发展重庆板栗——高平省农业特产之一的若干问题

Chữ Bá Quyết
Trường Đại học Thương mại

商业大学 杵伯玦

Tóm tắt

Phát triển kinh tế nông nghiệp, phát triển hoạt động thương mại đối với nông sản, đặc biệt là đặc sản địa phương luôn được các chính quyền địa phương chú trọng. Tuy nhiên, đối với hạt dẻ Trùng Khánh - một đặc sản nông sản Cao Bằng vẫn chưa được quan tâm đúng mức. Bài viết trình bày một số vấn đề và giải pháp khuyến nghị trong phát triển loại đặc sản này.

Từ khóa: Cao Bằng, nông sản, đặc sản, hạt dẻ Trùng Khánh, sản xuất, chuỗi cung ứng, chuỗi thương mại.

摘要

农业经济和农产品贸易活动特别是当地农业特产的发展一直得到当地政府着重关怀。然而，重庆板栗——高平省一个农业特产仍未得到应有的关心。本文提出发展这个特产的一些问题和措施的建议。

关键词: 高平省，农产品，特产，重庆板栗，生产，供应链，商业连锁

1. Giới thiệu về nông sản đặc sản tỉnh Cao Bằng

Cao Bằng là tỉnh địa đầu của Việt Nam, một tỉnh thuộc vùng Đông Bắc Việt Nam. Phía Tây giáp tỉnh Tuyên Quang và Hà Giang, phía nam giáp Bắc Kạn và Lạng Sơn. Phía Bắc và phía Đông giáp các địa cấp thị Bách Sắc và Sùng Tả của Khu tự trị dân tộc Choang Quảng Tây, Trung Quốc. So với các địa phương khác của Việt Nam, Cao Bằng là một trong những tỉnh có khí hậu trong lành và ít ô nhiễm nhất. Với địa hình núi non trùng điệp, rừng núi chiếm hơn 90% diện tích của tỉnh, thiên nhiên còn nhiều nét hoang sơ, nguyên sinh, có lẽ cũng là lí do Cao Bằng đã và đang còn bảo tồn nhiều đặc sản núi rừng như rau dạ hiên, trám đen, hạt dẻ Trùng Khánh... Hiện nay, chưa có số liệu thống kê đầy đủ về giá trị kinh tế mà các đặc sản đem lại, tuy nhiên, các đặc sản lại có giá trị rất quan trọng đối với phát triển kinh tế, thương mại, và đặc biệt là phát triển du lịch của tỉnh Cao Bằng.

Nói đến đặc sản, có nhiều quan điểm khác nhau, nhưng cách hiểu phổ biến hiện nay về đặc sản là tên gọi chỉ chung về những sản vật, sản phẩm, hàng hóa, thường là nông sản, mang tính đặc thù hoặc có nhiều điểm đặc biệt, riêng có mà xuất xứ từ những vùng, miền, địa phương và tạo nên những nét đặc trưng của một vùng, miền hay một địa phương nào đó. Khái niệm đặc sản cũng không nhất thiết chỉ về những sản phẩm, sản vật được ra đời đầu tiên tại vùng, miền hay địa phương nhưng nó phải mang tính chất thông dụng, phổ biến tại địa

phương hay có chất lượng cao hơn hẳn những sản phẩm cùng loại và được nhân dân địa phương coi như sản phẩm truyền thống của địa phương mình. Theo tiếng Anh, khái niệm đặc sản (local food) là một phần của khái niệm mua bán hàng hóa địa phương và nền kinh tế địa phương, và thường được những chế độ ưu đãi để mua hàng hóa sản xuất trong nước, vùng miền sản xuất. Đặc sản cũng không chỉ đơn thuần là một khái niệm địa lý dù những sản phẩm này có chứa những chỉ dẫn địa lý về vùng, miền, quốc gia nó xuất xứ.

Như vậy, đặc sản nông sản là sản phẩm trong nông nghiệp của địa phương do những điều kiện tự nhiên, khí hậu, thổ nhưỡng và chế biến của địa phương để tạo ra những hàng hóa đặc trưng nhất, mà tên đặc sản đó trở lên nổi tiếng. Tên gọi đặc sản thường gắn với tên địa phương, nơi sản vật đó được tạo ra tự nhiên và lao động của con người.

Là một tỉnh miền núi, với những điều kiện tự nhiên, khí hậu đặc thù, Cao Bằng cũng có khá nhiều sản vật nông sản đặc biệt được truyền lại qua nhiều đời, trong đó có những sản vật đã có thương hiệu, tên tuổi nổi tiếng khắp nước, và trên thế giới. Dưới đây là tổng hợp một số đặc sản nông sản của Cao Bằng.

Bảng 1. Tổng hợp một số đặc sản nông sản của Cao Bằng

Tên đặc sản	Mô tả giới thiệu về đặc sản
Rau dạ hiến	Đây là loại rau rất đặc biệt bởi chúng chỉ mọc trên núi đá, có lẽ chính vì vậy mà hương vị của loại rau này cũng rất khác lạ. Rau có vị thơm nồng, vừa giòn, ngọt, lại bùi béo. Ngoài giá trị ẩm thực, loại rau này còn có tác dụng chữa bệnh rất tốt.
Hạt dẻ Trùng Khánh	Hạt dẻ Trùng Khánh - Cao Bằng là loại hạt dẻ to, tròn, béo ngậy và thơm ngon không nơi nào có được. Dù chế biến theo cách luộc, rang hay nấu cùng thực phẩm khác hạt dẻ nơi đây vẫn giữ được hương vị rất đặc trưng
Trám đen	Trám đen là món ăn cực kì dân dã của người Cao Bằng, tuy nhiên đối với các du khách thì lại là một đặc sản vô cùng mới lạ. Trám có cùi dày, mùi thơm đặc trưng, ăn có vị bùi lại rất lạ miệng. Đặc biệt trám có thể bảo quản được rất lâu để dùng dần nên rất được khách du lịch ưa chuộng.
Lạp sườn	Lạp sườn và thịt hun khói là món ăn phổ biến của người dân miền núi trong đó có Cao Bằng. Hương vị lạp sườn nơi này có vị đậm đà của thịt nạc đã được tẩm ướp các loại gia vị, mùi thơm của thịt hun khói và có cả vị chua của lá mắc mật, gừng núi. Lạp sườn dễ dàng chế biến bằng cách rán vàng đều hoặc nướng trên than hoa nên cực kì thích hợp để làm quà tặng, vừa giản dị lại vô cùng độc đáo.
Bánh Khảo	Bánh khảo là loại bánh truyền thống của người Cao Bằng. Với nguyên liệu làm bánh từ bột gạo nếp kết hợp với thịt mỡ, lạc hoặc vừng rang làm nhân trải qua nhiều công đoạn cuối cùng bánh khảo có mùi thơm ngon, để lâu mà không bị hỏng. Đặc biệt người dân địa phương thường làm bánh này vào những dịp lễ Tết để mời bạn bè.

Tên đặc sản	Mô tả giới thiệu về đặc sản
Cá chiên song Gâm	Loại cá lăng màu đen này vốn được một ông chủ quán chả cá Lã Vọng đánh giá là ngon nhất để làm chả cá. Lòng cá được người sành ăn cho là thứ ngon nhất trên đời. Cá chiên có con đến vài chục kg, là loại khó bắt vì chuyên sống trong hang ngầm dưới sông. Người đi câu thường đóng cả lán trại thường xuyên để đợi cá, đến khi câu được con nào là có người đến tận chỗ mua.
Bò gác bếp	Món thịt bò gác bếp, thịt được tẩm ướp bằng các gia vị như muối, nước gừng, rượu trắng. Trước khi ướp, thịt được khía vài đường trên miếng thịt cho gia vị ngấm đều. Sau khi ướp xong dùng dùi lạt tre tươi xâu thịt thành từng xâu rồi treo trên gác bếp.
Các món từ ong vò vẽ	Nhộng ong sau khi được tách ra khỏi tổ thân tròn, béo mập rất mềm và trắng mọng. Để món ăn được ngon thì phải xào với măng chua, ăn vừa béo, giòn, ngọt, chua, theo mọi người nói có lẽ là món ăn làm từ côn trùng ngon nhất. Ngoài xào măng ong còn được nấu cháo. Vào mùa thu chính là mùa ăn ong tại Cao Bằng. Ong được bắt cả ổ, con lớn thì bán hay ngâm rượu, con nhỏ thì chế biến món ăn.
Phở chua Cao Bằng	Phở chua Cao Bằng ngon bởi vì bánh có độ dẻo, kết hợp với độ béo của thịt ba chỉ, vịt quay và còn có vị ngậy của mỡ vịt, vị chua cay của măng ớt... Ăn vào lúc thời tiết hơi lạnh thì thấy rất ấm áp, mùa nóng lại có cảm giác mát lạnh. Khi mà ăn hết tô, có vị chua đọng lại nên vẫn cảm thấy muốn ăn thêm. Ăn lần đầu còn lạ miệng, đến lần hai, lần ba sẽ trở nên nghiện hương vị độc đáo của nó.
Bánh trứng kiến	Cứ vào khoảng tháng bốn tháng năm, người dân tộc Tày tỉnh Cao Bằng lại cùng nhau vào rừng tìm trứng kiến đen mang về làm bánh. Bánh Trứng kiến được làm từ bột nếp và lá non cây vả. Trứng kiến đen rất béo, có hàm lượng protein cao.
Măng ngâm ớt	Măng ngâm ớt là món gia vị xuất hiện phổ biến trong các gia đình và quán ăn của người Cao Bằng. Người ta chỉ dùng măng ớt để ăn với canh bánh cuốn và phở, nước chấm, các món canh khác... Trong những ngày mùa đông giá buốt, trong những bữa cơm, bát phở nếu có thêm vài lát măng ớt sẽ làm cho cái lạnh tự dưng biến mất, trong người dâng lên một cảm giác nồng ấm, phần chần thật dễ chịu. Măng ớt còn mang đến một hương vị khó quên và tinh tế cho ẩm thực Cao Bằng với những hương vị cay, ngọt, chua, hăng hăng của ớt, măng hòa trộn vào nhau.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Khó có thể phủ nhận các giá trị kinh tế, thương mại và du lịch của sản vật đặc sản mang lại. Nếu biết khai thác, các đặc sản sẽ đem lại những giá trị kinh tế to lớn cho địa phương, đặc biệt trong quy hoạch, phát triển chuỗi giá trị thương mại đối với đặc sản. Ngược lại, không biết khai thác, bảo tồn, phát triển, quy hoạch thành chuỗi giá trị thương mại, đặc

sản địa phương có thể thành địa điểm hoặc thương hiệu để người khác sử dụng bất lợi. Và hậu quả lớn hơn, đặc sản có thể mất đi bởi việc lợi dụng thương hiệu của các chủ thể kinh doanh khác, mà việc khôi phục lại đòi hỏi rất tốn kém thời gian và chi phí.

2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp luận nghiên cứu là phương pháp duy vật biện chứng. Phương pháp nghiên cứu cụ thể là phương pháp tổng hợp, phương pháp phân tích. Trên cơ sở tổng hợp lí thuyết về đặc sản nông sản, giới thiệu khái quát về tỉnh Cao Bằng, tổng hợp một số đặc sản nông sản tỉnh Cao Bằng, đặc biệt là đặc sản nông sản hạt dẻ Trùng Khánh. Qua phân tích một số đặc tính của cây dẻ Trùng Khánh, thực trạng sản xuất, gieo trồng, thu hái, và hoạt động thương mại, để làm rõ những ưu điểm và bất cập của cây trồng này, từ đó bài viết đề xuất những kiến nghị hữu ích để phát triển cây hạt dẻ trong thời gian tới năm 2020.

3. Thực trạng về cây hạt dẻ Trùng Khánh tỉnh Cao Bằng

3.1. Khái quát về cây hạt dẻ Trùng Khánh

Cây hạt dẻ Trùng Khánh được trồng ở huyện Trùng Khánh, tỉnh Cao Bằng. Cây hạt dẻ Trùng Khánh, Cao Bằng hay còn gọi là cây dẻ ván, là giống cây thích hợp với đất đồi, sườn núi, đất nương rẫy cũ, thích hợp với khí hậu lạnh. Tên khoa học của cây hạt dẻ là *Castanea Mollissima*. Cây được trồng bằng hạt. Để có cây tốt cho năng suất cao, cần chú ý lựa chọn những cây giống khỏe mạnh, sai quả, hạt to. Sau khi thu hái, hạt giống cần được bảo quản tốt, không gieo trồng ngay, để tránh sâu bệnh.

Về thời gian cây sinh trưởng và trưởng thành, cây con giống được trồng đúng kĩ thuật, và chăm sóc sẽ cho thu hoạch sau 5 đến 7 năm. Trung bình, 1 héc ta cây trưởng thành cho từ 7 đến 8 tạ hạt thu hoạch mỗi năm. Ngoài ra, để tăng sản lượng và chất lượng, ngoài khâu chọn giống cần có chế độ bón phân, tưới nước, chăm sóc, tỉa cành, tạo tán hợp lí.

Hạt dẻ giàu dinh dưỡng, gồm tinh bột, protein, chất béo, vitamin B1, B2, C và các khoáng chất can xi, sắt. Hạt dẻ có công dụng bổ thận, khỏe xương, có thể làm thuốc chữa bệnh. Hạt dẻ Trùng Khánh khác biệt với các loại hạt dẻ khác, như hạt dẻ Trung Quốc, hạt dẻ Lạng Sơn, hạt dẻ Quảng Uyên bởi tính chất và chất lượng đặc thù của nó. Hạt dẻ Trùng Khánh khi thu hoạch có kích thước gấp 5-6 lần hạt dẻ rừng.

Cây hạt dẻ Trùng Khánh có giá trị kinh tế cao. So với các cây trồng khác tại địa phương như ngô, sắn, giá trị kinh tế của cây hạt dẻ Trùng Khánh thường cao gấp từ 3 đến 5 lần.

3.2. Thực trạng sản xuất hạt dẻ Trùng Khánh

Hạt dẻ Trùng Khánh là sản phẩm nông sản, do đó việc sản xuất hạt dẻ Trùng Khánh chủ yếu theo phương pháp trồng trọt, chăm sóc và thu hái. Như trình bày ở trên, cây hạt dẻ Trùng Khánh được trồng ở huyện Trùng Khánh. Tuy nhiên, trong số 19 xã, 1 thị trấn của huyện Trùng Khánh, hiện nay cây hạt dẻ được trồng chủ yếu tại 6 xã chính là xã Chí Viễn, xã Khâm Thành, xã Đình Phong, xã Ngọc Khê, xã Phong Châu và xã Đình Minh.

Mặc dù trồng cây dẻ Trùng Khánh được đánh giá là cây mũi nhọn của huyện Trùng Khánh, tỉnh Cao Bằng nhưng trong những năm qua, cây dẻ Trùng Khánh chưa được chú trọng phát triển và đầu tư đúng mức. Từ năm 2001, Ủy ban nhân dân tỉnh Cao Bằng đã phê duyệt Dự án trồng hạt dẻ ở 3 huyện Trùng Khánh, Quảng Uyên, Hạ Lang với tổng diện tích 2.500 ha, tuy nhiên, dự án này chưa thực hiện thành công. Riêng đối với huyện Trùng Khánh, từ

năm 2005, Hội đồng nhân dân huyện cũng đã xác định “*cây hạt dẻ là cây thế mạnh trong chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp nông thôn, cây chủ lực giảm nghèo cho hộ nông dân*”. Tuy vậy, diện tích trồng cây dẻ không tăng. Tính đến thời điểm hiện tại, tổng diện tích cây hạt dẻ (chủ yếu trưởng thành) là khoảng 250 héc ta. Với năng suất khoảng 8 tạ/ha, tổng sản lượng hạt dẻ thu hoạch vào khoảng 200 tấn/năm

Theo ý kiến một số cán bộ Ủy ban nhân dân huyện Trùng Khánh, những năm qua diện tích trồng cây hạt dẻ không tăng là do nhiều nguyên nhân, nhưng nguyên nhân chủ yếu là do người dân chưa thật sự vào cuộc nên các dự án trồng cây hạt dẻ không đạt hiệu quả. Đa số người dân trồng cây hạt dẻ vẫn theo tập quán cũ, và tự phát. Mặc dù hầu hết các hộ gia đình trồng cây dẻ đã được tập huấn kỹ thuật trồng và chăm sóc cây hạt dẻ, song họ đều không mặn mà với việc áp dụng kỹ thuật, vì vậy năng suất không cao.

Mặc dù hạt dẻ Trùng Khánh đã có thương hiệu nhưng chưa có các giải pháp để bảo vệ và phát huy thương hiệu. Không có tổ chức nào trên địa bàn đứng ra đại diện thu mua để tiêu thụ, bảo vệ thương hiệu nên hạt dẻ Trùng Khánh bị các thương lái trà trộn với hạt dẻ có nguồn gốc từ Trung Quốc đem bán ảnh hưởng không nhỏ tới uy tín thương hiệu hạt dẻ Trùng Khánh. Trong khi giá bán hạt dẻ Trung Quốc chỉ bằng 50% đến 70% giá bán hạt dẻ Trùng Khánh, và do không kiểm soát được chất lượng, người trồng hạt dẻ lại càng thiếu mặn mà với cây này.

Do hạt dẻ trồng chưa đúng kỹ thuật, thiếu chăm sóc, nên năng suất thu hoạch còn thấp. Ngoài ra, do thiếu quy hoạch đầu ra, dẫn tới hạt dẻ cũng như bất kỳ nông sản nào, xảy ra tình trạng được mùa thì mất giá, và mất mùa thì được giá. Do đó, khi hạt dẻ được mùa thu hoạch, giá hạt dẻ xuống thấp thì một số hộ dân trồng cây hạt dẻ đã chặt bỏ để chuyển sang trồng cây khác ngắn ngày như ngô, sắn, mặc dù họ biết rằng về giá trị kinh tế thì thấp hơn trồng cây dẻ, nhưng ổn định trồng trọt hơn.

Do trên địa bàn chưa có doanh nghiệp, hoặc tổ chức đứng ra đại diện thu mua, thiếu bảo quản sau thu hoạch và chế biến, hạt dẻ sau thu hái không được xử lý sẽ hư hỏng nhanh. Việc thu hái, nhặt hạt dẻ chín rụng cũng tốn nhiều công lao động, và phải rất kịp thời. Ngoài ra, các sản phẩm chế biến từ hạt dẻ còn ít, chưa phong phú, thiếu đầu ra cho người trồng hạt dẻ, vì vậy người trồng hạt dẻ lại càng không chú trọng, đầu tư cho cây hạt dẻ.

Tóm lại, với khoảng 15 năm có dự án trồng cây hạt dẻ của Ủy ban nhân dân tỉnh và trên 10 năm quy hoạch, định hướng phát triển cây hạt dẻ là cây mũi nhọn huyện Trùng Khánh, thực trạng trồng trọt về diện tích mới đạt khoảng 10%, về chất lượng và sản lượng cũng được cho là chưa đáp ứng nhu cầu thị trường chỉ riêng trong nước. Cây hạt dẻ chưa thực sự trở thành cây mũi nhọn trong phát triển kinh tế nông nghiệp của địa phương huyện Trùng Khánh nói riêng, và tỉnh Cao Bằng nói chung.

3.3. Thực trạng hoạt động thương mại hạt dẻ Trùng Khánh

Hạt dẻ sau thu hoạch theo phương pháp lao động thủ công, chủ yếu là hái và nhặt hạt được các hộ gia đình bán cho các tư thương, những người thu mua để bán tại các chợ đầu mối.

Hạt dẻ Trùng Khánh được bán tiêu dùng nội địa là chủ yếu, mặc dù hàng chục năm trước, hạt dẻ Trùng Khánh đã được xuất bán sang Trung Quốc.

Ước tính với sản lượng thu hoạch được và giá bán lẻ bình quân tại các chợ đầu mối tại địa phương huyện Trùng Khánh, giá trị kinh tế mà hạt dẻ Trùng Khánh đem lại khoảng 20 tỉ đồng mỗi năm. Đây là một số tiền không lớn trong sản xuất nông nghiệp. Tuy nhiên, đối với

một huyện của một tỉnh thuộc nhóm các tỉnh có thu nhập thấp, với tổng thu ngân sách tỉnh chưa đạt 1000 tỉ đồng/năm, tỉ lệ hộ nghèo gần mức đứng đầu cả nước, giá trị trên hoàn toàn có ý nghĩa kinh tế.

Ngoài ra, với đánh giá thị trường cung ứng và tiêu dùng, sản lượng hạt dẻ Trùng Khánh chưa đáp ứng nhu cầu trong nước. Đối với thị trường ngoài nước, chủ yếu là thị trường Trung Quốc, do hạt dẻ Trùng Khánh xuất bán sang Trung Quốc chủ yếu theo con đường tiểu ngạch, rất khó tính toán được tổng giá trị xuất khẩu trong những năm vừa qua, nhưng thị trường Trung Quốc đối với hạt dẻ Trùng Khánh là thị trường tiềm năng, có thực và rất lớn. Việc quy hoạch trồng hạt dẻ, giữ thương hiệu hạt dẻ Trùng Khánh để tăng thu nhập, giải quyết công ăn việc làm cho người nông dân vẫn thực sự là cần thiết. Khi cây hạt dẻ vẫn là cây đặc sản vùng, có giá trị kinh tế, có thị trường trong nước và hướng xuất khẩu, cây hạt dẻ cần tiếp tục có hướng đi đúng.

Những bất cập trong hoạt động sản xuất và thương mại hạt dẻ Trùng Khánh, tỉnh Cao Bằng

Từ thực trạng trồng và thu hoạch hạt dẻ, và hoạt động mua bán hạt dẻ Trùng Khánh trong những năm qua cho thấy, tồn tại những bất cập chủ yếu sau:

Thứ nhất, thiếu gắn kết sản xuất với thương mại: do vậy, không tìm được đầu ra ổn định, rất khó khuyến khích người trồng. Từ hoạt động trồng trọt cây hạt dẻ đến thu hái, bán và phân phối sản phẩm còn mang tính tự phát, thiếu quy hoạch và kế hoạch. Vì thế, thị trường cung ứng hạt dẻ là yếu kém. Mặc dù hạt dẻ Trùng Khánh có thương hiệu, nhưng không có tổ chức, doanh nghiệp đứng ra bảo vệ. Hậu quả là ngay tại nơi trồng trọt và sản xuất hạt dẻ Trùng Khánh lại bị hạt dẻ nhập từ Trung Quốc lấn át, chiếm lĩnh thị trường, mượn đất và mượn tên bán hàng. Thương hiệu hạt dẻ Trùng Khánh đang bị xâm hại nghiêm trọng.

Thứ hai, trong sản xuất, không gắn kết với ứng dụng khoa học kĩ thuật, từ quy hoạch đất đai, chọn giống, gieo trồng, chăm sóc, bón phân, thu hoạch, bảo quản và chế biến. Thực tế, sản phẩm hạt dẻ Trùng Khánh chưa được chế biến thành các loại sản phẩm, hàng hóa đa dạng. Do vậy, khi gặp khó khăn, người trồng cây dẻ không thấy lợi sẽ loại bỏ, thay cây trồng khác. Tính chuyên nghiệp trong trồng trọt, chế biến hạt dẻ trong nhiều năm qua không thay đổi theo hướng tích cực.

Thứ ba, thiếu biện pháp đồng bộ trong quy hoạch chính sách, thực hiện và triển khai, giữa cơ quan nhà nước tại địa phương, người trồng cây hạt dẻ, các tiểu thương và cá nhân kinh doanh hạt dẻ. Đáng ra, sau khi có quy hoạch trồng trọt, thì việc triển khai trồng, thu mua, xây dựng thương hiệu, bảo vệ thương hiệu phải thực hiện nghiêm túc, đồng bộ. Trước quy hoạch, phải bắt đầu từ đánh giá thực trạng thị trường, tiêu dùng. Thế nhưng tất cả các hoạt động trên mang tính dờ dạc, không sâu kết thành chuỗi giá trị sản xuất và thương mại, dẫn đến hiệu quả sản xuất và thương mại thấp.

3. Một số khuyến nghị đối với phát triển cây hạt dẻ Trùng Khánh tỉnh Cao Bằng

Từ thực tế tồn tại bất cập trên, để giữ gìn và phát triển thương hiệu hạt dẻ Trùng Khánh cần tiến hành các bước đồng bộ sau:

Trước hết, bảo vệ thương hiệu hạt dẻ Trùng Khánh mà đầu tiên là xây dựng thương hiệu hạt dẻ Trùng Khánh để người tiêu dùng có thể phân biệt được hạt dẻ Trùng Khánh với các loại hạt dẻ khác. Việt Nam đã có văn bản pháp luật về bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với địa danh vùng

cho đặc sản nông sản địa phương, và nhiều văn bản pháp luật khác trong bảo vệ thương hiệu hàng hóa. Các cơ quan hỗ trợ xây dựng thương hiệu cả địa phương và trung ương. Do vậy, xây dựng thương hiệu hạt dẻ Trùng Khánh chính thức là việc cần kíp trước tiên.

Thứ hai, cần gắn kết sản xuất với thị trường hàng hóa mà trước hết là thị trường trong nước, định hướng tới xuất khẩu. Hiện nay, theo đánh giá sơ bộ, sản lượng hạt dẻ Trùng Khánh quá ít so với sức mua và nhu cầu tiêu dùng tại thị trường trong nước, do vậy việc trộn lẫn hạt dẻ Trung Quốc với hạt dẻ Trùng Khánh là rất phổ biến để bán tại thị trường trong nước. Cần gắn kết sản xuất với thị trường, tạo lập chuỗi giá trị thương mại cho mặt hàng nông sản đặc sản này.

Thứ ba, cần nhanh chóng quy hoạch phát triển diện tích trồng cây hạt dẻ Trùng Khánh nhằm tăng sản lượng, và phải đảm bảo chất lượng. Hiện nay, huyện Trùng Khánh đang xây dựng Đề án khuyến khích phát triển cây hạt dẻ giai đoạn 2015-2020, theo đó, Trùng Khánh sẽ có khoảng 630 héc ta có khả năng trồng cây hạt dẻ, trong đó đang trồng 242,73 héc ta và có thể mở rộng thêm 387,47 héc ta với tổng ngân sách chi 550 triệu đồng, tập trung tại 6 xã: Chí Viễn, Phong Châu, Đình Minh, Khâm Thành, Ngọc Khê, Đình Phong. Trong triển khai, phải rút kinh nghiệm từ Dự án năm 2001. Phải kết hợp đồng bộ giữa quy hoạch sản xuất, chế biến, quy hoạch thị trường và bảo vệ thương hiệu.

Thứ tư, qua sự thất bại và bất cập trong mua bán hạt dẻ những năm qua cho thấy, cần nâng cao nhận thức cho người dân trồng cây hạt dẻ, nhiều hộ dân chỉ thấy lợi trước mắt, hoặc gian dối trong mua bán sản vật này. Các cơ quan chính quyền địa phương, hội nông dân, phòng kinh tế huyện Trùng Khánh cần đẩy mạnh tuyên truyền để nâng cao nhận thức người dân trồng cây hạt dẻ, đặc biệt trong xây dựng, phát triển thương hiệu và phát triển chuỗi cung ứng giá trị cho hạt dẻ Trùng Khánh.

Thứ năm, cần gia tăng sự hỗ trợ trên nhiều khía cạnh đối với cây dẻ. Đây là lĩnh vực sản xuất nông nghiệp, chịu ảnh hưởng yếu tố thời tiết, mùa vụ, rất cần sự hỗ trợ chính quyền địa phương trong tạo quỹ đất, phát triển thủy lợi tạo điều kiện tốt nhất có thể để người dân gieo trồng, chăm sóc thuận lợi. Cũng như trong khâu thu hoạch, chế biến, cần nghiên cứu các công cụ máy móc hỗ trợ người trồng trong thu hái, chế biến, giảm bớt chi phí lao động; để giá thành giảm xuống nhưng chất lượng vẫn đảm bảo.

Thứ sáu, cần tìm các nguồn vốn hỗ trợ nông dân trồng cây hạt dẻ, giải quyết vấn đề tài chính cho người dân. Theo ý kiến của các hộ nông dân trồng cây dẻ, đây là cây trồng lâu năm, phải từ 5 năm đến 6 năm mới cho quả, trên 15 năm mới cho năng suất, trong khi đó mức hỗ trợ hiện nay rất thấp (khoảng 250.000 đồng/ha), người trồng cây hạt dẻ không đủ trang trải cho cuộc sống nên chỉ muốn trồng cây ngắn ngày để đảm bảo cuộc sống. Do đó, rất cần nghiên cứu, phương án tăng hỗ trợ đối với người trồng cây dẻ Trùng Khánh.

Kết luận

Cao Bằng đã và đang mở cửa, hội nhập sâu rộng với cả nước và quốc tế, thể hiện qua các chủ trương phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh Cao Bằng tới năm 2020, như chú trọng liên kết vùng, phát triển kinh tế cửa khẩu, thương mại biên giới, phát triển nông nghiệp, khu công nghiệp; phát triển kinh tế - xã hội vùng dân tộc thiểu số và miền núi. Thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ 17, Cao Bằng đã đạt một số kết quả tích cực. Tốc độ tăng trưởng kinh tế bình quân 9,2%/năm, thu nhập bình quân đầu người đạt gần 18 triệu VND/năm. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng giảm dần tỷ trọng nông, lâm, ngư nghiệp;

giá trị sản xuất nông nghiệp đạt 35 triệu đồng/ha. Tuy nhiên, Cao Bằng cũng còn nhiều khó khăn, thách thức do điều kiện tự nhiên, điểm xuất phát thấp, tỷ lệ giảm nghèo nhanh nhưng chưa bền vững.

Đối với cây hạt dẻ Trùng Khánh, một sản phẩm đặc sản địa phương đã nổi tiếng từ lâu nhưng chưa thực sự có “thương hiệu pháp lý”. Cây hạt dẻ Trùng Khánh đã có đóng góp đem lại sự nổi tiếng cho tỉnh Cao Bằng trên nhiều khía cạnh, kinh tế, thương mại, du lịch, lao động, thu nhập cho người dân địa phương nhưng “cây hạt dẻ Trùng Khánh” chưa được quy hoạch, phát triển đồng bộ, đúng mức. Trong thời gian tới huyện Trùng Khánh, Cao Bằng cần giải quyết đồng bộ nhiều giải pháp để cây hạt dẻ Trùng Khánh có thương hiệu được bảo vệ, đem lại nhiều lợi ích cho địa phương, góp phần xóa đói, giảm nghèo. Trong thời gian đến năm 2020, phải xây dựng được chuỗi giá trị thương mại đối với hạt dẻ Trùng Khánh để cây dẻ Trùng Khánh là cây phát triển kinh tế mũi nhọn thực sự cho huyện Trùng Khánh.

Tài liệu tham khảo

1. Abate, G. 2008. “local food economies: driving forces, challenges, and future prospects”, *Journal of hunger & environment nutrition*, Vol. 3: pp.384-399.
2. BSA, Kết nối doanh nghiệp và nhà sản xuất, địa phương, đặc sản, làng nghề và bạn trẻ khởi nghiệp.
3. Cục Sở hữu trí tuệ (2007), Bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với địa danh dùng cho đặc sản địa phương
4. Edward Goodell (2007), *Castanea mollissima: A Chinese Chestnut for the Northeast*, Chinese Chestnut.
5. <http://www.congthuongcaobang.gov.vn/gpmaster.gp-media.so-cong-thuong-cao-bang.gplist.110.gpopen.1057.gpside.1.aspx>
6. <http://dacsandatcaobang.com/dac-san-cao-bang-gom-co-nhung-gi/>

XUẤT KHẨU GẠO SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

经高平省销大米向中国市场的现状与措施

TS. Nguyễn Quốc Việt (Đại học Đại Nam)

TS. Lê Thị Thanh Hương (Đại học Đại Nam)

TS. Phạm Văn Hồng (Cao đẳng Vietronics)

Chu Quốc Tế (Sở Kế hoạch - Đầu tư tỉnh Cao Bằng)

Bế Thanh Tịnh (VP UBND tỉnh Cao Bằng)

Trịnh Tiên Dung (Cục Thuế Cao Bằng)

大南大学博士 阮国越

黎氏清香

Vietronics 高专博士 范文宏

高平省计划与投资局 周国际

高平省人民委员会办事处 闭清静

高平省税务局 郑进用

Tóm tắt

Xuất khẩu các mặt hàng nông sản nói chung và xuất khẩu Gạo nói riêng sang thị trường Trung Quốc đã được “4 nhà” quan tâm (nhà nước - nhà nông - nhà khoa học - doanh nghiệp). Để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của thị trường Trung Quốc về các sản phẩm nông sản, đặc biệt là Gạo, rất cần “4 nhà” ngồi lại với nhau để tìm ra các giải pháp tốt nhất cho hoạt động xuất khẩu Gạo bền vững. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế của Việt Nam và Trung Quốc, cơ hội và thách thức của hoạt động xuất khẩu các mặt hàng nông sản đang ngày càng ảnh hưởng mạnh mẽ đến chiến lược phát triển kinh tế, văn hóa - xã hội, chính trị, khoa học công nghệ của cả hai quốc gia. Đây là đề tài cấp bách và cần có các câu trả lời trước thềm Cộng đồng kinh tế ASEAN - AEC chính thức hình thành (ngày 1/1/2016) và chào đón Việt Nam ký chính thức hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương (TPP - Trans-Pacific Partnership Agreement). Bài viết này dựa trên nghiên cứu khảo sát của các tổ chức xuất khẩu nông sản mà cụ thể là xuất khẩu Gạo qua tỉnh Cao Bằng và tác nhân ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng nhằm: Một là đánh giá thực trạng xuất khẩu gạo của Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng; Hai là đề xuất các giải pháp xây dựng chính sách bền vững nhằm kiểm soát và đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu Gạo của Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng.

Từ khóa: xuất khẩu, gạo, Cao Bằng, Trung Quốc, thực trạng, giải pháp

摘要

向中国出口农产品，特别是大米的出口已经被“四个家”（国家-农家-科学家-企业家）着重关心。为了满足中国对农产品，特别是对大米的越来越高的要求，需要这“四个家”一起商量找出关于出口大米的可持续发展的最好措施。在国际经济一体化的背景下，中越两国的农产品出口活动的机遇与挑战正在给两国经济、文化社会、政治、科学技术等领域的发展带来更大的影响。这是一项非常紧迫的问题，并需要在

东盟经济共同体（AEC）于 2016 年 1 月 1 日正式成立，和欢迎越南正式签订《太平洋经济伙伴关系协定》（TPP - Trans-Pacific Partnership Agreement）前夕做出合适的答案。本文根据农产品出口组织，特别是通过高平省向中国出口的考察研究以及越南大米通过高平省向中国出口的影响因素，为的是：其一，评价通过高平省的越南大米出口现状；其二，提出建设可持续发展政策的措施，以控制和促进通过高平省的越南大米出口活动。

关键词：出口，大米，高平省，中国，现状，措施

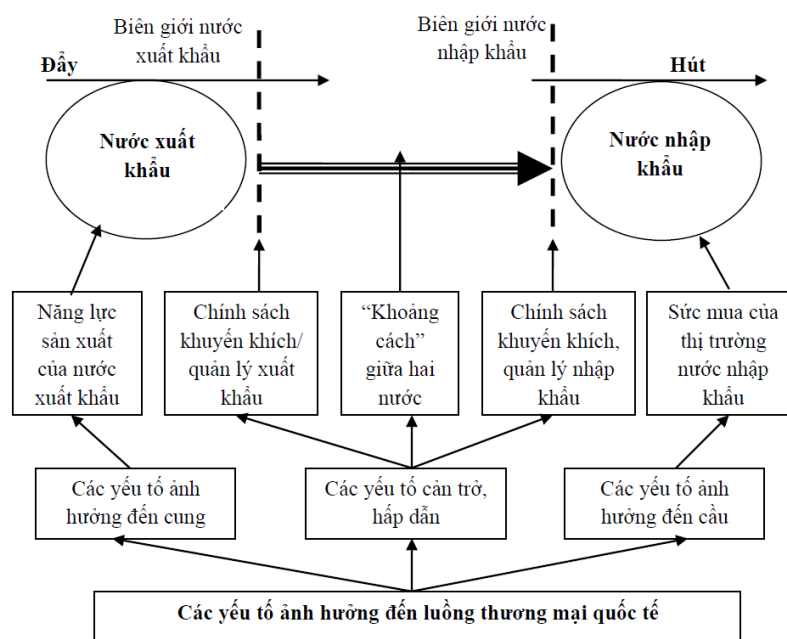
1. Cơ sở lý thuyết liên quan đến hoạt động xuất khẩu

• Mô hình hấp dẫn trong thương mại (Gravity)

Gần đây nhiều nhà nghiên cứu thường sử dụng một mô hình thực nghiệm để phân tích và lượng hóa dòng chảy thương mại quốc tế, có tên là Mô hình hấp dẫn trong thương mại (Gravity Model). Linneman (1996) là tác giả đầu tiên lý giải mô hình hấp dẫn bằng lý thuyết, cụ thể là cân bằng cung cầu xuất nhập khẩu. Sau đó, những nghiên cứu của Bergstrand (1958) và đặc biệt là Anderson và Van Wincoop (2003) đã thành công trong việc phát triển lý thuyết kinh tế vi mô để giải thích công thức hấp dẫn thương mại. Những nghiên cứu này xây dựng hàm cầu trên cơ sở tối đa hóa hàm lợi ích của người tiêu dùng (với điều kiện độ co giãn thay thế không đổi - CES) và hàm cung dựa trên sự tối đa hóa lợi nhuận của hãng sản xuất. Sau đó cân bằng cung cầu được thiết lập và ta thu được công thức của mô hình hấp dẫn.

Bên cạnh đó, một số tác giả khác lại xây dựng mô hình hấp dẫn bằng việc phát triển những lý thuyết thương mại quốc tế: mô hình thương mại dựa trên sự khác biệt về công nghệ của Ricardo, thương mại do sự khác biệt về mức độ dồi dào các yếu tố sản xuất trong mô hình của Heckscher - Ohlin, mô hình thương mại mới dựa trên lợi thế kinh tế theo quy mô,...

Các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu được tóm tắt trong sơ đồ sau:



Hình 1. Các nhân tố ảnh hưởng đến thương mại quốc tế

(Nguồn: Đào Ngọc Tiến (2008))

Các yếu tố ảnh hưởng đến cung

GDP nước xuất khẩu: Biến GDP có tác động cùng chiều tới xuất khẩu của quốc gia đó. Một số ý kiến ngược lại cho rằng GDP của quốc gia càng cao thì khả năng chi trả cho hàng hóa càng lớn, nhu cầu về hàng hóa trong nước tăng lên dẫn đến việc xuất khẩu ra nước ngoài giảm, tác động của GDP tới xuất khẩu trong trường hợp này lại là ngược chiều.

Mức độ tác động của GDP tới xuất khẩu theo 2 chiều hướng trên mạnh hay yếu còn phụ thuộc vào mục tiêu sản xuất của quốc gia. Nếu quốc gia sản xuất hướng đến xuất khẩu thì GDP tăng đồng nghĩa với sản lượng hàng dành cho xuất khẩu tăng và kéo theo đó là sự tăng lên của kim ngạch xuất khẩu. Ngược lại nếu nền kinh tế tập trung sản xuất để thỏa mãn nhu cầu trong nước thì kim ngạch xuất khẩu chịu ảnh hưởng không đáng kể, thậm chí có thể giảm khi GDP tăng.

Tổng giá trị/sản lượng của một ngành/mặt hàng xuất khẩu: Khi nghiên cứu xuất khẩu của một nhóm hàng, mặt hàng cụ thể của một quốc gia, biến số này có thể sử dụng thay cho GDP của nước xuất khẩu, vì GDP có thể không phản ánh đúng sự thay đổi của một nhóm/mặt hàng cụ thể do chỉ thể hiện tổng giá trị của tất cả các sản phẩm quốc nội. Ngoài ra biến số này chỉ thể hiện lượng cung, không hàm chứa cầu trong nó như biến GDP nên tránh được ảnh hưởng 2 chiều.

Dân số nước xuất khẩu: Tác động của dân số của một quốc gia tới kim ngạch xuất khẩu của nước đó có thể được lý giải như sau: dân số càng đông thì quốc gia càng có khả năng sản xuất ra nhiều hàng hóa, lượng cung của nước đó tăng do vậy sự tác động tới kim ngạch xuất khẩu là cùng chiều. Tuy nhiên có một số lập luận khác cho rằng dân số nước xuất khẩu còn có thể có những tác động ngược chiều trong một số trường hợp.

GDP bình quân đầu người nước xuất khẩu: Một số nhà nghiên cứu sử dụng biến số này để thể hiện khả năng cung cấp hàng hóa xuất khẩu của quốc gia, với lập luận rằng GDP bình quân thể hiện năng suất lao động của nước xuất khẩu, mà nhân tố này lại tác động cùng chiều lên sản lượng hàng hóa sản xuất được, do đó có tác động tương tự lên kim ngạch xuất khẩu.

Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu

GDP nước nhập khẩu: Mức GDP cao cho thấy khả năng chi trả cho hàng hóa dịch vụ của người dân nước nhập khẩu tốt hơn, mức cầu của thị trường nước đó cao, kéo theo kim ngạch nhập khẩu được kì vọng cũng tăng lên. Tuy nhiên xét trên góc độ khác, GDP của quốc gia có thể tác động ngược chiều đối với kim ngạch nhập khẩu, bởi vì GDP cao thể hiện sức sản xuất cao hơn của quốc gia, sản xuất trong nước có thể đáp ứng tốt nhu cầu trong nước nên không cần thiết phải nhập khẩu nữa, kim ngạch nhập khẩu có thể giảm. Tóm lại, GDP nước nhập khẩu có thể ảnh hưởng tới kim ngạch nhập khẩu theo 2 hướng ngược nhau.

Cũng tương tự như biến GDP của nước xuất khẩu, sự tác động của GDP nước nhập khẩu tới kim ngạch nhập khẩu theo 2 chiều hướng mạnh hay yếu phụ thuộc vào cơ cấu hàng hóa sản xuất của nước đó. Cụ thể, nếu sản xuất trong nước không tập trung vào thị trường nội địa thì GDP tác động cùng chiều lên kim ngạch nhập khẩu và ngược lại.

GDP bình quân đầu người nước nhập khẩu: Nhân tố này thể hiện khả năng chi trả của mỗi người dân, hay mức sống của nước nhập khẩu, nên cũng có thể hiện phần nào cầu của nước đó. Tuy nhiên, tương tự như biến “GDP bình quân của nước xuất khẩu”, biến số

này trong nhiều trường hợp không giải thích được cho quy mô luồng thương mại quốc tế nên đây không phải biến số tốt cho mô hình.

Tổng mức tiêu thụ nhóm/mặt hàng nhập khẩu: Tương tự như trong phần Các yếu tố ảnh hưởng đến cung, tổng mức tiêu thụ nhóm/mặt hàng nhập khẩu được sử dụng khi nghiên cứu xuất nhập khẩu một nhóm/mặt hàng cụ thể và cũng hạn chế được nhược điểm của biến GDP nước nhập khẩu.

Dân số nước nhập khẩu: Tương tự như biến “Dân số nước xuất khẩu”, dân số của quốc gia cũng có những tác động đến kim ngạch nhập khẩu của nước đó nhưng tác động này không rõ ràng. Dân số có sự ảnh hưởng đến cả 2 mặt cung và cầu của nền kinh tế, dẫn đến tác động theo cả 2 chiều hướng thuận và nghịch tới xuất khẩu và khó có thể trở thành biến hồi quy tốt cho mô hình.

Các yếu tố cản trở, hấp dẫn khác

“Khoảng cách” giữa các quốc gia: Trong những nghiên cứu sử dụng mô hình Gravity đầu tiên, khoảng cách giữa các quốc gia được hiểu theo nghĩa đen là khoảng cách địa lý. Các nhà nghiên cứu sau mở rộng khái niệm “khoảng cách” và thêm vào những biến mới như “khoảng cách” về trình độ phát triển kinh tế, khác biệt văn hóa, chính trị... giữa các quốc gia.

- Khoảng cách địa lý có thể được xem là một yếu tố cản trở việc xuất nhập khẩu giữa các quốc gia. Tác động của khoảng cách địa lý tới xuất nhập khẩu được kỳ vọng là ngược chiều.

- “Khoảng cách” trình độ phát triển kinh tế: Yếu tố này ảnh hưởng đến các nhóm hàng hóa sản xuất và tiêu dùng của nước xuất khẩu và nhập khẩu.

Tuy nhiên, theo lập luận của những lý thuyết thương mại cổ điển, cụ thể là lý thuyết của Heckscher-Ohlin, thương mại được hình thành giữa các nước khác biệt về độ dồi dào các yếu tố sản xuất. Theo đó, những quốc gia càng khác biệt về trình độ phát triển kinh tế thì càng có nhiều sự khác biệt về độ dồi dào các yếu tố sản xuất và các luồng thương mại sẽ càng mạnh mẽ. Ngược lại, những quốc gia có ít sự khác biệt về kinh tế thì hoạt động xuất nhập khẩu sẽ ít hơn.

Tóm lại, những lập luận định tính khó có thể xác định rõ chiều hướng tác động của yếu tố “khoảng cách” kinh tế tới luồng thương mại giữa các quốc gia mà cần có những nghiên cứu định lượng cụ thể.

Chính sách thương mại của quốc gia: Các chính sách liên quan đến thương mại của các quốc gia có thể có tác động thúc đẩy hoặc cản trở luồng thương mại song phương của quốc gia đó. Theo những nghiên cứu mà nhóm tác giả tìm hiểu, nhân tố này thường được đưa vào mô hình gravity dưới các dạng sau:

- Việc tham gia vào các tổ chức kinh tế, thương mại hoặc ký kết các hiệp định thương mại: Việc tham gia vào các tổ chức kinh tế, thương mại (WTO, ASEAN, TPP...), các khu vực thương mại tự do (FTA) hoặc ký kết các hiệp định thương mại có thể làm giảm bớt các rào cản này, vì các cam kết, hiệp định đều chủ yếu gồm những điều khoản thúc đẩy thương mại (giảm thuế, giảm mức độ khắt khe của các hàng rào kỹ thuật,...).

- Tỷ giá hối đoái: Tỷ giá có tác động đến cả 2 phía cung của nước xuất khẩu và cầu của nước nhập khẩu, kéo theo sự tác động lên khối lượng hàng hóa xuất nhập khẩu giữa các nước.

Tóm lại, có nhiều yếu tố ảnh hưởng luồng thương mại quốc tế (ảnh hưởng đến cung, cầu, các yếu tố khác) và theo những lập luận định tính, các yếu tố này đều có thể có những tác động thuận hoặc nghịch chiều tùy thuộc vào những hoàn cảnh cụ thể khác nhau.

Mô hình hấp dẫn trong thương mại được áp dụng lần đầu trong kinh tế bởi Timbergen vào năm 1962 và có nhiều sự thay đổi, bổ sung bởi các nhà nghiên cứu sau này. Các mô hình có dạng chung như sau:

$$EXP_{ij} = AY_i^{a_2} Y_j^{a_3} D_{ij}^{a_4}$$

Với:

EXP_{ij} : kim ngạch xuất khẩu từ nước i sang nước j

A: hằng số hấp dẫn

Y_i : nhóm các yếu tố ảnh hưởng đến cung của nước xuất khẩu i

Y_j : nhóm các yếu tố ảnh hưởng đến cầu của nước nhập khẩu j

D_{ij} : nhóm các yếu tố cản trở, hấp dẫn khác

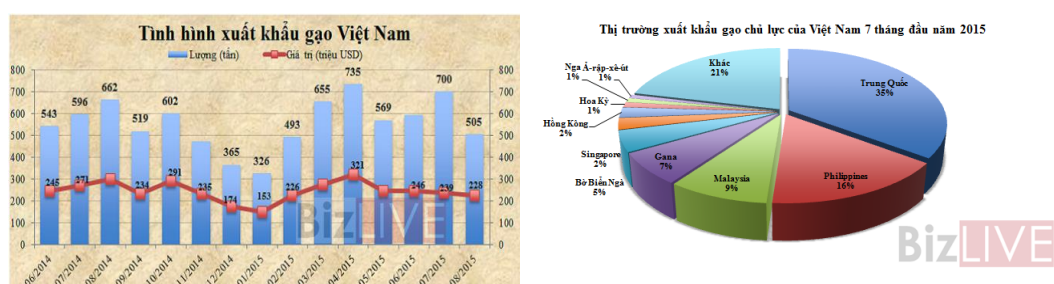
a_2, a_3 và a_4 : hệ số co giãn của Y_i, Y_j và D_{ij}

Dạng log-log của mô hình:

$$\ln EXP_{ij} = a_1 + a_2 \ln Y_i + a_3 \ln Y_j + a_4 \ln D_{ij}$$

2. Thực trạng hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng

2.1. Kết quả xuất khẩu gạo thành phẩm của Việt Nam sang Trung Quốc



Hình 2. Tình hình xuất khẩu Gạo của Việt Nam năm 2014-2015

Nguồn www.tintucnongnghiep.com

Qua biểu đồ ta thấy thị trường Trung Quốc thường nhập khẩu Gạo nhiều về những tháng cuối năm như nhập khẩu 2,954 triệu tấn Gạo trong 11 tháng năm 2015, tăng 32% so với 2,243 triệu tấn cùng kỳ năm ngoái, theo số liệu của Tổng cục Hải quan Trung Quốc. Riêng tháng 11/2015, Trung Quốc nhập khẩu 317.700 tấn Gạo, giảm 2% so với 322.600 tấn trong tháng 10 nhưng tăng 38% so với 230.000 tấn trong tháng 11/2014. Trong 11 tháng đầu năm 2015, xuất khẩu Gạo của Trung Quốc đạt 257.900 tấn, giảm 25% so

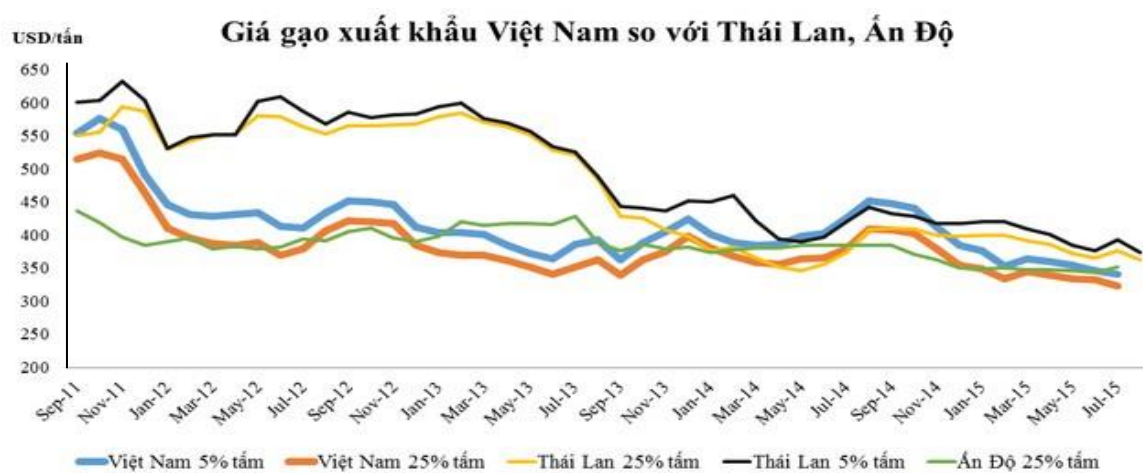
với 345.369 tấn cùng kỳ năm ngoái. Năm 2014, Trung Quốc nhập khẩu 2,563 triệu tấn gạo và xuất khẩu 419.069 tấn.

Riêng kết quả xuất khẩu Gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng những năm gần đây như năm 2013 đạt 1.566 tấn, kim ngạch 626.400 USD, năm 2014 đạt 6.449 tấn, kim ngạch đạt 2.634.564 USD và ước tính năm 2015 xuất khẩu 9.900 tấn; kim ngạch đạt 3.827.000 USD.

Kết quả trên cho thấy, kim ngạch xuất khẩu Gạo qua tỉnh Cao Bằng ngày càng tăng cao về cả sản lượng lẫn giá trị xuất khẩu, tốc độ tăng trưởng cao cũng cho thấy rõ tiềm năng xuất khẩu Gạo vào thị trường Trung Quốc là rất hứa hẹn.

2.2. Giá gạo Việt Nam so với các nước xuất khẩu gạo

Theo báo nhíp cầu đầu tư ngày 21/10/2015, sau một thời gian dài thấp hơn so với gạo cùng loại của Thái Lan, hiện giá nhiều loại gạo xuất khẩu của nước ta đã cao hơn so với gạo Thái. Cụ thể, ngày 19/10, giá gạo 25% tằm của Việt Nam đã tăng lên ở mức 345-355 USD/tấn, tăng 10 USD/tấn so với ngày 15/10, trong khi giá gạo cùng loại của Thái Lan vẫn đứng yên. Vì vậy, gạo 25% tằm của Việt Nam hiện cao hơn Gạo cùng loại của Thái Lan tới 15 USD/tấn. Cũng trong ngày 19/10, gạo 5% tằm của Việt Nam được giao dịch ở mức 365-375 USD/tấn, tăng 10 USD/tấn so với ngày 15/10, trong khi giá giao dịch gạo 100%B của Thái Lan lại giảm xuống. Do đó, giá giao dịch gạo 5% tằm của Việt Nam đang ngang bằng với giá giao dịch Gạo 100%B và cao hơn giá gạo 5% tằm của Thái Lan (vì ở nước này, gạo 5% tằm thường được định giá thấp hơn gạo 100% B khoảng 15 USD/tấn). Riêng chủng loại gạo tằm, thì loại 100% tằm của Việt Nam đang có giá giao dịch 305-315 USD/tấn, ngang bằng với Gạo A1 Super của Thái Lan. So với các nước xuất khẩu lớn khác là Ấn Độ và Pakistan, giá Gạo Việt Nam cũng đang cao hơn khá nhiều: Gạo 5% tằm cao hơn 15 USD/tấn so với gạo Ấn Độ và cao hơn 60 USD/tấn so với gạo Pakistan; gạo 25% tằm cao hơn 15 USD/tấn so với gạo Ấn Độ và 65 USD/tấn so với gạo Pakistan; tằm Việt Nam cao hơn 15 USD/tấn so với tằm Ấn Độ và 30 USD/tấn so với tằm Pakistan. Như vậy từ sau khi trúng thầu cung ứng 450 ngàn tấn gạo cho Philippines và ký hợp đồng bán 1 triệu tấn gạo cho Indonesia, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam đã tăng liên tục. Nhiều doanh nghiệp dự đoán rằng giá gạo xuất khẩu của Việt Nam sẽ còn tăng trong thời gian tới khi mà Indonesia bắt tay vào nhập khẩu gạo.



Nguồn: GIEW FAO

Hình 3. Giá gạo Việt Nam so với các nước có hoạt động xuất khẩu gạo

3. Đánh giá các hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2014-2015

3.1. Thuận lợi về địa lý

Trong những năm qua, công tác quản lý hoạt động xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh Cao Bằng đã phát huy được những lợi thế về địa lý của tỉnh. Hoạt động xuất nhập khẩu phát triển cũng góp phần thu hút dân cư ổn định cuộc sống tại các khu vực biên giới, qua đó, vừa góp phần phát triển kinh tế - xã hội, vừa đảm bảo an ninh - quốc phòng tại khu vực biên giới và xây dựng tình đoàn kết, hữu nghị giữa các huyện biên giới và nhân dân sinh sống hai bên đường biên giới. Tỉnh Cao Bằng có vị trí địa lý thuận lợi với trên 333 km đường biên giới đất liền tiếp giáp với Khu tự trị dân tộc Choang Quảng Tây (Trung Quốc), có nhiều cửa khẩu thông thương, trong đó có 01 cửa khẩu quốc tế (Tà Lùng); 03 cửa khẩu chính (Trà Lĩnh, Sóc Giang, Lý Vạn); 02 cửa khẩu phụ (Hạ Lang, Pò Peo) và 02 lối mở (Nà Lạn-Đức Long-huyện Thạch An và Nà Đổng-Hùng Quốc-Trà Lĩnh)). Ngoài ra Cao Bằng còn có các đường mòn, lối mở biên giới khác tạo cho Cao Bằng có nhiều tiềm năng trong việc đẩy mạnh hoạt động thương mại biên giới cũng như các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa qua biên giới phát triển. Thị trường Trung Quốc được đánh giá là thị trường rộng lớn, đầy tiềm năng. Với số dân đông nhất thế giới lên tới 1,3 tỷ người, chiếm 21% tổng dân số toàn thế giới. Tổng diện tích là 9,6 triệu km² (rộng hơn Úc, nhỏ hơn Nga và Canada), độ dài đường biên giới đất liền là 22.143,34 km, đường bờ biển: 14.500 km, giáp với các nước: Afghanistan, Bhutan, Myanmar, Ấn Độ, Kazakhstan, bắc Triều Tiên, Kyrgyzstan, Lào, Macao, Mông Cổ, Nepal, Pakistan, Nga, Tajikistan và Việt Nam. Với đặc điểm này, Trung Quốc rất thuận lợi cho việc mở rộng các hoạt động buôn bán qua biên giới với các nước láng giềng. Riêng đối với Việt Nam, xuất khẩu hàng hóa sang Trung Quốc sẽ có những thuận lợi hơn so với các nước khác. Hai nước Việt - Trung sơn thủy tương liên, văn hóa tương thông, lý tưởng tương đồng, vận mệnh tương quan đã giúp cho Việt Nam hiểu được cặn kẽ hơn những nhu cầu, đòi hỏi của thị trường Trung Quốc, từ đó tạo ra một cơ cấu hàng hóa xuất khẩu hợp lý cho thị trường xuất khẩu này. Trong những năm gần đây, mối quan hệ hợp tác hữu nghị giữa tỉnh Cao Bằng (Việt Nam) với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc) có bước chuyển biến tích cực đã góp phần thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại giữa tỉnh Cao Bằng với tỉnh Quảng Tây nói riêng và Việt Nam - Trung Quốc nói chung ngày càng phát triển. Cao Bằng với lợi thế tuyến cửa khẩu biên giới dài, hình thành các cặp cửa khẩu được khai thông đã tạo cơ sở pháp lý và điều kiện thuận lợi cho các địa phương và các doanh nghiệp hai bên hợp tác giao lưu trên nhiều lĩnh vực, do đó các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá, quan hệ trao đổi mua bán qua biên giới ngày càng được tăng cường mở rộng. Xuất phát từ đặc thù hai tỉnh Cao Bằng và Quảng Tây có đường biên giới dài, cư dân hai bên có truyền thống giao lưu hàng hoá qua biên giới, ngày nay được Chính phủ hai bên khuyến khích và tạo điều kiện, giữa hai tỉnh đã có nhiều hoạt động tích cực thúc đẩy sự hợp tác phát triển, môi trường kinh doanh thương mại, đầu tư và cơ chế chính sách quản lý ngày càng thông thoáng và hoàn thiện đã tạo thuận lợi cho các hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu và trao đổi thương mại biên giới ngày càng phát triển. Đặc biệt những năm gần đây cơ sở hạ tầng Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng được đầu tư xây dựng, các hoạt động giao lưu, trao đổi hàng hoá, xuất nhập khẩu qua biên giới với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc) phát triển tương đối nhanh, kim ngạch xuất nhập khẩu qua các cửa khẩu của tỉnh có bước tăng trưởng khá, quy mô và địa bàn hoạt động mở rộng, hàng hóa xuất nhập khẩu đa dạng phong phú về chủng loại, các doanh nghiệp tham gia xuất nhập khẩu qua địa bàn cũng tăng lên đáng kể, kim ngạch năm sau cao hơn năm trước.

3.2. Về các chính sách hỗ trợ xuất khẩu tại Cao Bằng

Trong những năm gần đây, tỉnh Cao Bằng đã tạo mọi điều kiện cho các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tham gia hoạt động xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Ủy ban nhân dân (UBND) tỉnh đã ban hành quyết định để hướng dẫn các doanh nghiệp triển khai thực hiện, đồng thời yêu cầu các ngành chức năng tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo. Tỉnh lựa chọn một số doanh nghiệp có uy tín, điều kiện khả năng về nguồn lực để tham gia, tránh sự lộn xộn, cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp, đưa hoạt động xuất khẩu gạo đi vào nề nếp, ổn định. Các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu gạo qua địa bàn đã tuân thủ theo sự quản lý giám sát của các cơ quan chức năng, hàng tháng đều thực hiện chế độ báo cáo theo quy định và thực hiện nghĩa vụ đóng góp cho ngân sách địa phương. Qua đó đã hạn chế được tình trạng buôn lậu, gian lận thương mại trong việc xuất khẩu gạo qua các đường mòn, lối mở, góp phần đảm bảo trật tự an toàn xã hội tại các cửa khẩu, biên giới, tạo công ăn việc làm, thu nhập cho bà con khu vực biên giới, tăng nguồn thu cho danh sách địa phương, góp phần thúc đẩy các hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh.

Trong những năm qua với mục tiêu phát triển thương mại biên giới và thúc đẩy các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa qua biên giới với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc) trên cơ sở các cơ chế chính sách của Chính phủ, tỉnh Cao Bằng đã tổ chức triển khai thực hiện công tác quản lý nhà nước theo các văn bản quy định của Chính phủ và các bộ ngành Trung ương như: *Nghị định số 109/2010/NĐ-CP ngày 04/11/2010 của Chính phủ về kinh doanh xuất khẩu Gạo* và những Quyết định của UBND tỉnh như: *Quyết định số 1223/QĐ-UBND Ban hành quy định tạm thời quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng Gạo của địa bàn tỉnh Cao Bằng*; cùng với đó là hàng loạt các quyết định cho phép các công ty thực hiện dịch vụ kinh doanh xuất khẩu mặt hàng Gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng như: Công ty TNHH thương mại Thu Công; Tổng công ty đầu tư XNK Cao Bằng; Doanh nghiệp tư nhân Thu Hương; Công ty TNHH dịch vụ sản xuất và xuất nhập khẩu Hùng Dũng; Công ty cổ phần XNK nông sản Xuyên Việt; Tổng Công ty Thương mại Hà Nội...

Với sự quan tâm đúng mức các công ty có hoạt động xuất khẩu Gạo sang thị trường Trung Quốc đang ngày càng phát triển theo chiều hướng đi lên, chiếm tỉ trọng cao trong hoạt động xuất khẩu qua biên giới Việt Nam - Trung Quốc nói chung và khu vực biên giới thuộc địa bàn tỉnh Cao Bằng nói riêng. Góp phần gia tăng tỉ lệ lao động trên địa bàn tỉnh, cải thiện đời sống người dân và hỗ trợ không nhỏ vào việc thu ngân sách và phát triển kinh tế trên địa bàn tỉnh.

3.3. Thách thức đối với hoạt động xuất khẩu Gạo của Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng

Trong những năm vừa qua, hoạt động xuất nhập khẩu hàng nông sản nói chung, hàng Gạo nói riêng qua địa bàn tỉnh chủ yếu thông qua con đường tiểu ngạch, xuất khẩu qua các đường mòn, lối mở khu vực biên giới, thời gian giao nhận hàng chủ yếu là ban đêm, vì vậy khó khăn trong việc giám sát hoạt động xuất nhập khẩu của các cơ quan chức năng. Mặt khác, do hệ thống giao thông khu vực biên giới chưa được đầu tư nâng cấp, chủ yếu là đường mòn, nhỏ, hẹp, quanh co, nên việc vận chuyển Gạo thành phẩm xuất khẩu phải qua nhiều khâu vận chuyển, sang tải, bốc xếp, làm chi phí tăng cao, việc vận chuyển, giao nhận hàng khó khăn. Bên cạnh đó, do cơ chế chính sách bất cập, công tác quản lý còn nhiều yếu kém đã dẫn đến tình trạng buôn lậu khá phổ biến, diễn ra phức tạp. Buôn lậu trên đường bộ biên giới giữa hai nước trong thời gian qua là một trong những vấn đề được hai nước quan tâm. Tình trạng này

không có chiều hướng thuyên giảm mà ngày càng trở nên trầm trọng hơn, gây khó khăn cho việc quản lý khu vực biên giới, làm hỗn loạn thị trường và ảnh hưởng tới sự phát triển kinh tế của mỗi nước.

Các doanh nghiệp tham gia xuất nhập khẩu trên địa bàn tỉnh chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, không đủ điều kiện để được cấp hạn ngạch xuất khẩu Gạo vì vậy phải “mua” lại Quota xuất khẩu Gạo của các doanh nghiệp lớn được Bộ Công Thương cấp, gây phát sinh thêm nhiều chi phí và phiền hà cho doanh nghiệp. Thực tế thời gian vừa qua nhiều doanh nghiệp được Bộ Công Thương cấp Quota xuất khẩu Gạo nhưng không trực tiếp xuất khẩu Gạo mà bán lại cho các doanh nghiệp không được cấp Quota. Sự phối kết hợp giữa các ngành chức năng chưa đồng bộ dẫn đến tình trạng nhiều doanh nghiệp chưa được UBND tỉnh cấp phép vẫn thực hiện hoạt động xuất khẩu Gạo, gây nên tình trạng thiếu công bằng bất hợp lý đối với các doanh nghiệp thực hiện theo quy chế.

3.4. Điểm mạnh hoạt động xuất khẩu Gạo của Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng

Việt Nam là đất nước xuất khẩu Gạo lớn thứ 3 trên thế giới, nguồn cung Gạo dồi dào, Gạo Việt Nam có ưu thế về giá so với các nước xung quanh. Bên cạnh đó khoa học công nghệ phát triển giúp cho người nông dân luôn có những giống lúa mới để gieo trồng nhằm đạt năng suất cao hơn. Do vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu Gạo luôn có được nguồn cung ứng Gạo với giá thành cạnh tranh. Bên cạnh đó các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh đã có các hoạt động thông thương qua biên giới với các bạn hàng lâu năm cũng là một ưu thế trong hoạt động xuất khẩu.

3.5. Điểm yếu hoạt động xuất khẩu Gạo của Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng

Các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Cao Bằng chủ yếu vẫn là nhập Gạo thành phẩm từ các nhà sản xuất ở các tỉnh thuộc 2 vựa lúa lớn nhất nước là Đồng bằng sông Hồng và Đồng bằng sông Cửu Long (chiếm 90% tổng sản lượng), chưa chủ động được khâu chế biến và sản xuất lúa Gạo. Rủi ro trong hợp đồng thương mại rất cao khi luôn phụ thuộc vào phương thức mua hàng của bên Trung Quốc.

Các doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ chú trọng vào lợi ích trước mắt mà chưa xây dựng được mối làm ăn lâu dài, hoạt động nhỏ lẻ, mang tính tự phát, tùy tiện theo mùa vụ. Vì vậy, sản lượng xuất khẩu lên xuống thất thường, không ổn định. Lâu nay hầu hết các thương nhân Việt Nam có chung quan niệm rằng, Trung Quốc là thị trường dễ tính, chất lượng thế nào họ cũng mua và buôn bán kiểu gì cũng xong. Nhưng trên thực tế nhu cầu tiêu dùng tại Trung Quốc đã và đang thay đổi rất nhanh (nhất là khu vực thành thị), đặc biệt là khi gia nhập WTO, thị trường Trung Quốc đang chuyển sang tiêu dùng các sản phẩm chất lượng cao, sạch, hàng rào kiểm định ngày càng chặt chẽ hơn... Doanh nghiệp Việt Nam hoàn toàn không bắt kịp sự thay đổi này do không có sự chuẩn bị. Điều này dẫn đến chỗ người xuất khẩu Việt Nam không biết bạn hàng Trung Quốc là ai, đối tượng nào tiêu dùng sản phẩm của mình. Do vậy, giá cả lên hay xuống là do phía Trung Quốc quyết định, ép giá; thương nhân Việt Nam phải bán rẻ hoặc bị nợ xấu. Nhiều khi do thiếu thông tin thị trường tại các cửa khẩu về ngày mở cửa, và đóng cửa giao thương xảy ra, các doanh nghiệp không nắm bắt được đã dẫn đến tình trạng nhập hàng hóa với số lượng lớn, vận chuyển từ nơi sản xuất đến cửa khẩu thì không giao thương được gây ra ứ tắc hàng hóa xuất khẩu tại các cửa khẩu ra. Nguy hiểm hơn, do không nắm được nhu cầu khách hàng cần gì, xu hướng thay đổi ra sao nên luôn ở thế bị động, xuất được chuyến nào là mừng chuyến ấy. Tình trạng này đã gây khó khăn, hậu quả nặng nề

cho cả nông dân và nhà kinh doanh. Song, nhà nước vẫn chưa có chủ trương, chính sách, cơ chế nhằm cải thiện tình hình xuất khẩu qua biên giới.

Ngoài ra, còn một nguyên nhân quan trọng là các doanh nghiệp Việt Nam chưa chú ý đến đặc điểm và tâm lý kinh doanh của thương nhân Trung Quốc. Chính điều này đã gây bất lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa sang Trung Quốc, họ đã không tạo dựng được lòng tin, sự tôn trọng, ủng hộ vào quan hệ hợp tác lâu dài đối với thương nhân Trung Quốc.

Trên đây là xét về mặt chủ quan, tuy nhiên cũng có nhiều nguyên nhân khách quan tác động vào gây ra những hạn chế nhất định trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc như hạn chế từ hàng rào kỹ thuật, trong quá trình hợp tác thương mại với Trung Quốc, một số mặt hàng của Việt Nam vẫn bị áp thuế hoặc bị những quy định khác làm cho khó thâm nhập vào thị trường Trung Quốc. Đây chính là một bất lợi cho Việt Nam khi xuất khẩu vào Trung Quốc. Mặt khác, hoạt động kinh doanh xuất khẩu Gạo qua địa bàn tỉnh còn phụ thuộc vào chính sách biên mậu của phía Trung Quốc, vì vậy hoạt động xuất khẩu không ổn định, phụ thuộc chủ yếu vào đối tác Trung Quốc, nhất là giá cả không ổn định, lên xuống thất thường, nhiều khi gây ùn tắc lớn ở các cửa khẩu do chênh giá nhập Gạo trong nước cao hơn giá xuất Gạo sang Trung Quốc.

4. Các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu gạo của Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng

4.1. Giải pháp từ phía Nhà nước

Một là: Nhà nước cần quản lý chặt chẽ hơn nữa hoạt động xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Trung Quốc

- Các ban ngành cần nhanh chóng phối hợp với các cơ quan hữu quan tiến hành nghiên cứu, nắm vững các quy định trong thỏa thuận hợp tác kiểm tra, kiểm dịch và giám sát vệ sinh an toàn thực phẩm, từ đó có văn bản hướng dẫn cụ thể đối với các doanh nghiệp thuộc ngành mình đang và sẽ kinh doanh xuất khẩu thuộc lĩnh vực này sang Trung Quốc để tránh cho doanh nghiệp những tổn thất không đáng có.

- Các lực lượng hữu quan như bộ đội biên phòng, hải quan, đội chống buôn lậu và gian lận thương mại... cần phối hợp nhanh chóng, hiệu quả để tăng cường công tác kiểm tra, chống xuất khẩu lậu hàng hóa sang Trung Quốc gây thiệt hại cho các doanh nghiệp ta làm ăn chân chính và gây nguy cơ làm mất uy tín của hàng hóa Việt Nam tại thị trường Trung Quốc do chất lượng không đảm bảo và có thể gây ra những tranh chấp thương mại giữa đôi bên.

- Ngoài ra, Nhà nước cần phải tiến hành xây dựng chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa phù hợp với tình hình kinh tế mới trong điều kiện hội nhập kinh tế hiện nay. Với vai trò là người định hướng cho các thành phần kinh tế tham gia xuất khẩu hàng hóa ra thị trường thế giới nói chung và thị trường Trung Quốc nói riêng, nhà nước cần xây dựng chiến lược xuất khẩu quốc gia mang tính chất bền vững, lâu dài. Cho phép và ưu tiên các nhà đầu tư nước ngoài tham gia đầu tư để cải tiến kỹ thuật, công nghệ sản xuất nhằm tăng nhanh khối lượng hàng sản xuất đã qua chế biến và các mặt hàng mới.

Hai là: Tăng cường cung cấp thông tin cho doanh nghiệp về thị trường Trung Quốc

Các thông tin về dự báo thị trường, thông tin liên quan đến tình hình sản xuất kinh doanh các mặt hàng hay nhóm mặt hàng, xu hướng giá cả, sự thay đổi nhu cầu các sản phẩm đó tại thị trường này hay các chính sách, quy định liên quan đến quản lý nhập khẩu của Trung

Quốc... Các thông tin này có thể cung cấp qua các phương tiện thông tin đại chúng như báo chí, đài phát thanh, tivi, internet. Mỗi Bộ liên quan có thể thành lập một bộ phận chuyên trách về vấn đề này.

Ba là: Đầu tư cho xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại tại các cửa khẩu

Nhà nước và địa phương cần đầu tư mua sắm trang thiết bị, máy móc, thông tin viễn thông, nhanh chóng khắc phục tình trạng thủ công, thiếu chính xác làm thiệt hại đến lợi ích của doanh nghiệp tham gia xuất khẩu. Xây dựng hệ thống kho bãi đảm bảo đủ diện tích và các thông số kỹ thuật cần thiết để lưu giữ hàng hóa xuất khẩu. Nhà nước cần đầu tư xây dựng khu thương mại biên giới chuyên về kinh doanh theo sản phẩm xuất khẩu, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về loại hàng hóa này từ Trung Quốc. Cần cải tạo nâng cấp hệ thống giao thông đường bộ, đường sắt nối các tỉnh thành của Việt Nam với các tỉnh thành của Trung Quốc thuộc hai hành lang và một vành đai kinh tế, đến các tỉnh thuộc khu vực biên giới phía Bắc của Việt Nam để kích thích các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu hàng hóa với thị trường Trung Quốc.

Bốn là: Phối hợp giữa Nhà nước - doanh nghiệp - nhà khoa học - nhà nông để xây dựng thương hiệu gạo Việt trên trường quốc tế, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh về giá, về sản lượng xuất khẩu giữa gạo Việt Nam với gạo các nước khác có sản xuất và xuất khẩu gạo.

Năm là: Đầu tư trang thiết bị phục vụ cho sản xuất Lúa, đầu tư cho các nhà khoa học nghiên cứu ra giống lúa mới có năng suất và chất lượng mang thương hiệu Gạo Việt từ đó hạ giá bán để chiếm thị phần.

4.2. Giải pháp từ phía Doanh nghiệp

Một là: Xây dựng và phát triển chuỗi cung ứng sản phẩm xuất khẩu, đảm bảo tính bền vững của các mối liên kết.

Các doanh nghiệp kinh doanh hàng hóa xuất khẩu cần đóng vai trò là “đầu tàu” nhân vật trung tâm điều phối và vận hành hiệu quả hoạt động của chuỗi cung ứng, đặc biệt là với mặt hàng nông sản là Gạo. Để làm được điều đó, các doanh nghiệp cần chủ động đặt hàng với các nguồn cung ứng nguyên liệu, đồng thời phải là chủ thể có vai trò trực tiếp trong việc nghiên cứu thị trường, định hướng sản xuất theo nhu cầu thị trường xuất khẩu và hướng dẫn hoặc đặt hàng các chủ thể có liên quan triển khai các hoạt động một cách phù hợp nhất nhằm hỗ trợ và thúc đẩy hoạt động kinh doanh xuất khẩu của doanh nghiệp đạt hiệu quả cao.

Hai là: Nâng cao chất lượng hàng hóa xuất khẩu

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế Trung Quốc, đời sống của người dân Trung Quốc không ngừng được nâng cao. Nhu cầu tiêu dùng cũng từ đó mà tăng lên cả về quy mô lẫn chất lượng. Do vậy, việc nâng cao chất lượng hàng hóa xuất khẩu là cơ sở, tiền đề để hàng hóa Việt Nam chiếm được chỗ đứng vững chắc trên thị trường Trung Quốc. Đặc biệt đối với hàng nông sản là mặt hàng chủ lực, mặt hàng chịu nhiều áp lực về rào cản chất lượng khi xuất khẩu sang Trung Quốc. Doanh nghiệp nông sản cần thực hiện nghiêm chỉnh các công đoạn trong toàn bộ quy trình sản xuất, từ khâu chọn giống, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản, vận chuyển, chế biến nông sản theo các mô hình quản lý chất lượng hiện đại, tuân thủ tiêu chuẩn mà thị trường xuất khẩu đặt ra. Ngoài ra hiện đại hóa công nghệ chế biến Gạo cũng là một yêu cầu tất yếu và cấp bách để các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các mặt hàng Gạo thành phẩm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường Trung Quốc.

Ba là: Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường và các hoạt động xúc tiến thương mại đối với các mặt hàng xuất khẩu

Hiện nay, nhận thức về tầm quan trọng của công tác xúc tiến thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc của các doanh nghiệp chưa cao, việc giới thiệu quảng bá sản phẩm vẫn chưa được quan tâm đúng mức. Khả năng thu thập thông tin, phân tích thị trường xuất khẩu của các doanh nghiệp còn rất hạn chế. Các nghiên cứu sâu về thị trường xuất khẩu được triển khai có tính đơn lẻ, chưa được tập hợp thành tài liệu tham khảo. Vì vậy, các doanh nghiệp hàng hóa của Việt Nam cần nhận thức đúng và đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, chỉ dẫn địa lý và quảng bá cho sản phẩm của mình, tham gia nhiều hơn vào các hội chợ, triển lãm để tiếp tục thiết lập các mối quan hệ làm ăn trực tiếp với các nhà nhập khẩu Trung Quốc, đồng thời tạo ra sự liên kết, gặp gỡ thường xuyên giữa các đối tác đã có quan hệ buôn bán với nhau.

Bốn là: Chú ý đặc điểm và tâm lý kinh doanh của thương nhân Trung Quốc

Với một thị trường hàng tỉ dân và có hàng triệu thương hiệu lớn nhỏ, thì doanh nghiệp cũng không nên đặt tham vọng là sẽ dễ dàng chiếm lĩnh ngay một thị phần lớn mà cần biết lượng sức mình và tranh thủ vào các "ngách" thị trường, sự ủng hộ của khách hàng lập mạng lưới kinh tiêu. Mỗi nhà phân phối sẽ tự chọn khu vực thị trường cho mình hợp lý. Khi làm việc với đối tác, doanh nghiệp cần tôn trọng quyết định về thị trường của bạn hàng nhưng không bỏ qua mục tiêu tìm kiếm thị trường mới cho công ty. Các thương nhân Trung Quốc có kinh nghiệm sẽ biết nơi nào tiêu thụ tốt sản phẩm của doanh nghiệp và sẽ tập trung đầu tư, làm hết sức để đạt đến thành công như dự tính.

4.3. Một số giải pháp hỗ trợ hoạt động xuất khẩu Gạo qua tỉnh Cao Bằng

Một là: Xem xét chỉ đạo các huyện biên giới bố trí các điểm thu phí xuất khẩu Gạo tại thị trấn các huyện biên giới, để việc thu phí được thuận tiện và tránh thất thu cho ngân sách.

Hai là: Chỉ đạo các ngành chức năng thực hiện nghiêm túc các quy định trong quy trình thu phí.

Ba là: Có chế tài xử lý nghiêm đối với các doanh nghiệp không chấp hành quy định quản lý xuất khẩu Gạo qua tỉnh Cao Bằng.

Bốn là: Đề nghị các sở, ban, ngành phối hợp thực hiện nghiêm túc *QĐ số 30/2015/QĐ-UBND ngày 8/9/2015 của UBND tỉnh Cao Bằng về quy chế quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng Gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng.*

Năm là: Đề nghị các huyện biên giới chỉ đạo các lực lượng chức năng trên địa bàn huyện thực hiện nghiêm túc *Quyết định số 30/2015/QĐ-UBND tỉnh Cao Bằng.* Đặc biệt lực lượng biên phòng, hải quan tăng cường phối hợp chặt chẽ với các cơ quan thuế để việc thực hiện công tác thu phí, thu đúng thu đủ đối với các phương tiện vận chuyển Gạo xuất khẩu, kể cả vào thời điểm ban đêm để tránh thất thu cho ngân sách địa phương.

5. Kết luận

Việt Nam và Trung Quốc núi liền núi, sông liền sông, cùng có quan hệ gần gũi và thân thiết. Điều đáng tự hào là hai bên đã giữ gìn tình hữu nghị truyền thống và duy trì tiếp xúc buôn bán với nhau từ rất lâu. Kể từ năm 1991 đến nay, kim ngạch xuất khẩu Gạo của Việt Nam nói riêng cũng như tỉnh Cao Bằng nói chung sang thị trường Trung Quốc liên tục tăng, đây thực sự

là một tín hiệu đáng mừng cho hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc. Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu hàng Gạo của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Cao Bằng sang thị trường Trung Quốc vẫn còn nhiều khó khăn, thách thức cần phải nhanh chóng khắc phục, phối hợp đồng bộ từ việc xây dựng chính sách đến thực thi các chính sách của “4 nhà” (nhà nước - nhà nông - nhà khoa học - doanh nghiệp) trong hoạt động xuất khẩu Gạo. Bài viết đã phân nào đánh giá bức tranh tổng thể của hoạt động xuất khẩu nông sản nói chung và hoạt động xuất khẩu Gạo qua tỉnh Cao Bằng nói riêng. Đóng góp của bài viết là chỉ ra các điểm yếu trong chính sách, cơ chế quản lý cũng như các khó khăn của doanh nghiệp xuất khẩu Gạo Việt Nam qua tỉnh Cao Bằng đang gặp phải qua đó góp phần cụ thể hóa sáng kiến hợp tác giữa tỉnh Cao Bằng và thành phố Bách Sắc (Quảng Tây, Trung Quốc).

Tài liệu tham khảo

1. Ben Shepherd (2013). “The Gravity Model of International Trade: A User Guide”. United Nations.
2. Đỗ Thái Trí (2006). “A Gravity Model for Trade between Vietnam and twenty-three European countries”. Department of Economics and Society., 12 - 19
3. Nguyễn Bắc Xuân (2010). “The Determinants of Vietnamese Export Flows: Static and Dynamic Panel Gravity Approaches”. International Graduate School of Social Sciences, Yokohama National University.
4. Đào Ngọc Tiến (2009). "Determinants to Vietnam's export flows and government implications under the global crisis". *Nghiên cứu về chính sách thương mại quốc tế*. Trường Đại học Ngoại thương.
5. Từ Thúy Anh và Đào Nguyên Thắng (2008). “Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ tập trung thương mại của Việt Nam với ASEAN+3”. Trung tâm Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách CEPR.

Các website

- <http://vietfood.org.vn>
- <http://sokhdt.caobang.gov.vn>
- <http://www.caobang.gov.vn>
- <http://www.vinafood2.com.vn>
- <http://nongnghiep.vn>
- <http://baoapbac.vn>
- <http://nhipcaudautu.vn>
- <http://agritrade.com.vn>
- <http://gso.gov.vn>

论东兴打造跨境电子贸易中心的可行性

NGHIÊN CỨU TÍNH KHẢ THI CỦA VIỆC ĐÔNG HƯNG XÂY DỰNG TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI

中国广西民族大学硕士研究生 王茜

房芸同

Wang Jian

Fang Yun Tong

Nghiên cứu sinh Thạc sĩ Đại học Dân tộc Quảng Tây Trung Quốc

摘要

随着网络技术的不断发展，跨境商务贸易方式正在被改变，东兴边境贸易中心作为中越边境贸易的重要地区，跨境电子商务贸易在东兴进行推广，打造电子商务平台，塑造东兴中越跨境电子商务中心形象。

关键词：东兴、电子商务、可行性

Tóm tắt

Cùng với sự phát triển không ngừng của công nghệ thông tin, các phương thức kinh doanh thương mại xuyên biên giới đang thực sự thay đổi rõ nét. Trung tâm thương mại biên giới Đông Hưng là một khu vực quan trọng trong thương mại biên giới Việt Trung, vì vậy hình thức thương mại điện tử xuyên biên giới được mở rộng tại đây, sẽ xây dựng một nền tảng thương mại dịch vụ điện tử, gây dựng hình tượng trung tâm thương mại điện tử xuyên biên giới Trung Việt cho tỉnh này.

Từ khóa: Đông Hưng, dịch vụ điện tử, tính khả thi

一、东兴优越的人文条件、发展时机

中越两过之间的交往历史可以向前追溯到公元前 2 世纪，期间两国间交往不断，贸易往来更是愈加频繁。到了现代（1950 年中越建交后至今），中越之间的经贸关系由单方面的经济援助转向多层面的经贸合作；20 世纪 80 年代后期，当中越边界形势

稍有缓和之时，两国边民即开始了边境贸易，但是数额有限。¹

中国与越南是近邻，两国在历史上始终保持着密切的经贸往来，两国之间的政治、经济、文化、民俗风情等方面都有许多相通之处。而拥有着独特地理位置优势的东兴市与越南经贸发展良好的芒街市仅一河之隔，从语言到风俗文化、两地之间的民众在进行贸易交往的过程中更容易理解对方的需求。这就为两国之间的边境贸易往来打下更坚实的民众基础，使得两国之间的贸易往来更加密切。2014年12月22日至26日中越边境（东兴-芒街）商贸·旅游博览会在广西东兴市举办。会上，广西东兴市与越南芒街市签订《中国广西东兴市和越南广宁省芒街市缔结友好城市关系意向书》，正式缔结为国际友好城市。国际友好城市的缔结也是为东兴边境贸易区的更好发展奠定了更加坚实的基础。

中国自1991年与东盟开启对话进程，经过20多年的努力双方政治互信加强，经贸往来日益频繁。2010年1月中国—东盟自贸区全面建成，2013年双方贸易额达到4436亿美元，2014年8月，双方同意开始就打造中国—东盟自由贸易区升级版开始谈判。同时，中国与东盟从“黄金十年”走向“钻石十年”，站在中国与东盟合作钻石十年开端的新台阶上，广西与东盟经贸合作更加频繁，互联互通越来越紧密。从广西南宁向南，沿途连通越南、柬埔寨、泰国、马来西亚、新加坡等国家的“中国南宁-新加坡经济走廊”。双方计划到2015年中国与东盟经贸往来有望达到5000亿元的目标。2013年10月，习近平总书记提出“21世纪海上丝绸之路”的战略构想，随着中国与东盟贸易往来的不断加深，作为中国与越南经贸往来重要口岸，东兴边境贸易中心对中国与越南两国间的贸易推动力将会更加显现。广西作1992年经国务院批准设立，同时成为《广西北部湾经济区发展规划》确定的29个重点园区之一，二十多年的建设东兴边境经济合作区已经完善了口岸、道路、交通、供水、供电、现代商品网络、结合航道、边贸码头等方面的基础设施建设，布局有商贸、交通物流、旅游、各类专业交易市场、大型边贸互市区和城市服务等。2010年6月29日国务院出台《关于深入实施西部大开发战略的若干意见》，将广西东兴开发区上升为国家战略，2011年3月22日正式成立广西东兴互市贸易区，该贸易区是中越边境最大的互市贸易区。

在这样大的经济背景之下，作为我国唯一一个与东盟国家既有陆地接壤又有海

¹ 胡均民、赵修安：《试论中国与越南经贸关系的历史沿革、现状及发展趋势——兼论加快发展中越经贸合作的对策》，《学术论坛》2005年第8期，第119—122页。

上通道的省区，在中国与东盟各国贸易交流中所扮演的重要地位不言而喻。防城港市有 5 个国家级口岸，其中东兴口岸是中国陆路边境通关人数最多的口岸，东兴边境贸易中心也将有望成为自贸区试点，成为中越边境贸易的主要动力支持，东兴的边境贸易价值将会被进一步提升。

二、东兴边境贸易中心的现状

东兴市边境贸易主要有三种形式：边民互市贸易、边境小额贸易和一般贸易。

1、边民互市贸易是指边境地区边民在我国陆路边境二十公里以内，经政府批准的开放点或指定的集市上、在不超过规定的金额或数量范围内进行的商品交换活动。设立边民互市贸易的主要条件有以下几点：1.互市地点应设在陆路、界河边境线附近；2.互市地点应由边境省、自治区人民政府批准；3.边民互市贸易区(点)应有明确的界线；4.边民互市贸易区(点)的海关监管设施符合海关要求。

东兴边民互市贸易区是 1996 年由广西壮族自治区政府批准设立的 25 个对越南互市（区）试点之一，进口的商品种类主要有花生、茶叶、木薯淀粉等农副产品及虾、蟹等海产品，出口商品有轻纺产品、家用电器、建筑材料、日常生活用品等。

2、边境小额贸易是指陆地边境线经国家批准对外开放的边境县（市）边境地区有边境小额贸易经营权的企业，通过国家指定的陆路口岸，与毗邻国家边境地区的企业或其他贸易机构之间进行的贸易活动。

3、一般贸易是指我国有进出口经营权的企业进行单边进出口贸易。

东兴边境小额贸易进口产品主要是海产品、农产品等方面，出口产品集中在轻纺服装、五金电器、家居建材、小商品等。同时，在经济结构的建设上，为了使得本地区的经贸往来效益最大化，东兴逐渐形成了以边贸、物流、加工产业和旅游等第三产业为支柱的产业发展体系。

随着东兴边境贸易中心区的贸易往来愈加频繁，自 2013 年 7 月 10 日中国人民银行南宁中心支行下发《广西边境个人跨境贸易人民币结算业务管理办法》以来,东兴试验区内个人跨境贸易直接用人民币结算业务发展迅速。根据东兴边贸结算中心统计,7 月 10 日到 12 月 10 日,东兴国家重点开发开放试验区个人跨境贸易人民币结算金额达

60.5 亿元,同比增长 212%;结算笔数 5057 笔,同比增长 113%。²2014 年,个人跨境贸易人民币结算总量达 153.3 亿元,同比增长 252%,仅今年前 6 个月,结算量达 90.33 亿元,同比增长 312%。³同时,2014 年 1-8 月,东兴、友谊关口岸国际道路累计完成货运量 107.36 万吨,货运周转量 1049.61 万吨公里,同比分别增长 89.55%和 98.24%;旅客运输量 4.98 万人,客运周转量 2139.85 万人公里;出入境车辆共计 5.6 万辆,同比增长 61.9%,其中,中方出境运输车辆 4.24 万辆,同比增长 51.1%,越方入境运输车辆 1.36 万辆,同比增长 108.17%。⁴这些数据说明东兴边境贸易中心区的巨大商业潜力和完善的配套基础设施建设。

2009 至 2011 年,东兴互市贸易额分别为 49 亿元、65 亿元和 95.29 亿元,互市贸易占边境贸易比重在 58%以上,已成为地方重要的财政来源,对财政的贡献率达到了 60%。⁵东兴边境互市贸易区在 2012 年全市边民贸易进出口总额达到 156.32 亿元,增长 64%,2012 年从事互市贸易边民超过 3 万人,创造相关稳定就业岗位超 7 万个,边民人均年收入超过 9000 元。⁶到 2013 年底,边民互市贸易交易总额达到 128.6 亿元,比 2009 年增长 164.1%,2014 年 1—11 月份边民互市贸易交易总额达到 137.3 亿元,与 2013 年同期相比增加 10%。边民进行互市贸易的商品种类也不断增多,经互市贸易区进口的商品有花生、芝麻茶叶、木薯淀粉等农副产品,各种鱼、虾、蟹、螺等海产品,咖啡、菠萝干、糖果、综合蔬果等副食品,以及开心果、腰果等各种干果;出口商品主要有布匹轻纺织产品、建筑材料等⁷

三、东兴边境贸易中心推广电商交易的可行性

² 数据来源于:中华人民共和国商务部公共信息服务中国投资信息网:《东兴试验区跨境贸易人民币结算突破 60 亿元》http://www.fdi.gov.cn/1800000121_21_55061_0_7.html

³ 数据来源于:中华人民共和国商务部公共信息服务中国投资信息网:《广西东兴试验区个人跨境贸易人民币结算突破 150 亿元》http://www.fdi.gov.cn/1800000121_21_65175_0_7.html

⁴ 数据来源于:中华人民共和国商务部公共信息服务中国投资信息网:《1-8 月广西东兴等口岸国际道路运输量井喷式增长》<http://nntb.mofcom.gov.cn/article/shangwxw/201409/20140900724184.html>

⁵ 数据来源于:中华人民共和国商务部官方网站:《广西东兴边民互市贸易快速发展》<http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/resume/n/201206/20120608157989.html>

⁶ 数据来源于:东兴市官方网站:《东兴互市贸易区简介》http://www.dxzf.gov.cn/zsyf/bsfwjg_612/201306/t20130603_9646.html

⁷ 数据来源于:国务院国有资产监督管理委员会网站:《广西东兴中越边民互市贸易区 1-11 月贸易交易总额达 137.3 亿元》<http://www.sasac.gov.cn/n1180/n1583/n2814690/n2814945/16167054.html>

（一）有利的外部环境

随着互联网在商贸交往中扮演的角色愈加重要，电子商务经济增长的推动作用愈加明显的表现出来。



这张图标中清晰地标明了自 2010 年到 2013 年中国电子商务市场的交易规模，并预测了在 2014 年和 2015 年的电子商务市场交易规模。在已经由中国电子商务研究中心发布的《2014 年（上）中国电子商务市场数据监测报告》显示，截止到 2014 年 6 月，全国电子商务交易额达 5.8 万亿元，同比增长 34.5%。其中，B2B 交易额达 4.5 万亿元，同比增长 32.4%。网络零售市场交易规模达 1.08 万亿元，同比增长 43.9%。2014 上半年电子商务市场细分行业结构中，B2B 电子商务占比 76.9%；网络零售交易规模市场份额达到 18.5%；网络团购占比 0.5%；其他占 4.1%⁸截止 2014 年 6 月底，中国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的 8.7%，2013 年上半年达到 6.8%，同比增长 27.9%。⁹据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止 2014 年 6 月底中国网购用户规模达 3.5 亿人，而 2013 年上半年达 2.77 亿，同比增长 26.4%。¹⁰面对庞大的网络电子消费人群正在把网络购物视为新型日常消费方式，电子商务对于

⁸ 中国电子商务研究中心：《2014 年（上）中国电子商务市场数据监测报告》，2014 年 8 月，第 5 页。

⁹ 中国电子商务研究中心：《2014 年（上）中国电子商务市场数据监测报告》，2014 年 8 月，第 17 页。

¹⁰ 中国电子商务研究中心：《2014 年（上）中国电子商务市场数据监测报告》，2014 年 8 月，第 19 页。

今后一个时期消费模式的改变甚至于对经济的推动都会起到巨大的对东作用。

大的时代和市场环境使得将电子商务引入传统贸易模式显得日益迫切。我国的电子商务在经历了快速成长之后，传统的本国国内跨地区之间的贸易流通已经不能满足我国日益外向型经济的发展脚步。因此，跨境电子商务贸易必将快速兴起。跨境电子商务是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业贸易活动。越南《经济时报》2月10日报道，越南工贸部日前出台第1093号通知，批准“到2025年面向2035年越中边境仓库建设规划”。到2025年，越南在越中边境的仓库将能满足80%的存放需求，同时提供优质的仓储服务。这就为在东推广跨境电子商务的发展提供了往来贸易物资的存储保障。往来货物物资的存储保障作为电子商务发展的重要一环，如果越中边境仓库建设计划建成，这将会成为保障中国与越南之间商往来交流的有利保障。

(二) 东兴边境贸易中心推广跨境电子商务贸易的有利内部条件

1、优越的地理位置

东兴市优越的地理位置，使得其在设立中越跨国贸易区地点方面优势明显。东兴市处在中越边境地区的东兴市处于我国大陆海岸线最西南端，东面毗邻北部湾、西面与越南接壤，是中国与东盟唯一海陆相连的国家一类口岸且距离广西省内其他城市距离较近，这就为边民互市贸易区的设立奠定了地理基础。东兴边境贸易中心与有着越南“深圳”的芒街市仅一河之隔，距离越南海防港206海里，这对于跨境电子商务贸易是得天独厚的有利条件，这将会大大降低物流成本以及商品物资的运送时间。电子商务贸易对于物流的依赖是必然的，而物流成本的降低可以减少商品最终的成交金额，从而增强商品在市场上的竞争力。商品货物运送时间的降低是要建立在商品运送交通便捷、商品采购地距离产品生产源头距离较近的基础之上的。东兴市作为唯一一个我国与越南有陆路交通连接的口岸，往来两国便捷，且距离近，因此作为两国间跨境电子商务的枢纽，东兴边境贸易中心的地理优势非常明显。东兴市距离防城港相距仅38公里，距南宁机场180公里，北海机场180公里。对内来讲，东兴作为贸易往来枢纽的地区辐射中心地位也是使得东兴加大推广跨境电子商务往来的重要地理原因。

2、贸易转型需要

原有边境贸易方式政策不断削弱。自2010年1月1日起，中国—东盟自由贸

易区如期建成之日起，中国与东盟约有 7000 种产品实现进出口“零关税”，这极大地降低了边境贸易的低成本优势，这使得传统边境贸易形式的活力不再，部分享受“零关税”待遇的产品比通过边境贸易方式进出口更具成本优势。因此，越来越多的边境贸易商会选择用一般小额贸易来代替边境大宗贸易。贸易类型转型的需要，使得边境小额一般贸易的活力得以发展。而利用电子商务平台来对一般小额贸易的资源进行整合，会使得跨境贸易往来双方减少因大宗边境贸易货物的成本过大而造成的成本压力。一般小额边境贸易借助电商交易平台进行贸易往来的优势之一就是可以大大降低因考虑货物积压而造成的成本压力。因此，面对贸易转型而带来的改变，借助电子商务平台进行跨境商贸往来是可以实行的。

2013 年，大型企业电子商务交易额为 300.93 亿元，占全部电子商务交易额的 75.7%；中型企业交易额 74.06 亿元，比重占 18.6%；小型企业交易额 22.53 亿元，比重占 5.7%。其中大型批发零售业电子商务交易额为 175.51 亿元，占全部大型企业电子商务交易额的 58.3%；大型工业企业电子商务交易额为 121.86 亿元，占全部大型企业电子商务交易额的 40.5%；大型服务业企业电子商务交易额为 3.51 亿元，占全部大型企业电子商务交易额的 1.2%¹¹。这些数据意味着，广西的电子商务交易还始终有大型企业占据主要地位，中小型企业、个体经营电子商务交易占据的市场份额仍旧是少数。中小型企业 and 个体经营者的电子商务贸易市场仍及潜力巨大，而此部分贸易交易的商品却正是亟待转型的贸易类型。因此，将此部分贸易类型商品搭配以电子商务平台进行推广和销售，将会对促进中小型企业 and 个体经营型经济起到巨大的助力做用。

3、政府政策的扶持

2014 年在全国外贸下降超 1 成的形势下，广西外贸逆势大幅增长，进出口 263 亿元人民币，增长 28.3%，增长幅度接近 3 成。其中，出口 172.4 亿元，增长 35.7%；进口 90.6 亿元，增长 16.1%；贸易顺差 81.8 亿元，扩大 67.2%。¹²在全国外贸下降趋势愈加明显之时，广西能够持续保持增长势头，是与自治区政府的政策扶持有密

¹¹ 数据来源：中华人民共和国南宁海关网站：《2015 年 1 月广西外贸进出口增长近 3 成》

<http://www.customs.gov.cn/publish/portal150/tab61878/info732233.htm>

¹² 数据来源：中华人民共和国南宁海关网站：《2015 年 1 月广西外贸进出口增长近 3 成》

<http://www.customs.gov.cn/publish/portal150/tab61878/info732233.htm>

不可分的联系的。在 2014 年颁布的《广西壮族自治区人民政府关于促进广西北部湾经济区开放开发的若干政策规定》中明确写道，要支持产业园区建设，在项目立项、土地供应等方面予以政策倾斜，同时为小型企业发展提供担保，适当降低税收等。这些利好政策的出台使得边境贸易中心区内的企业得以迅速发展，建立起了对外贸易的内部供货产业链条。

2013 年，广西电子商务交易额 397.50 亿元，比上年增长 16.2%。其中，自营电子商务平台交易额 97.32 亿元，服务类交易额 26.11 亿元，面向大陆区域以外的交易额 39.63 亿元，分别占电子商务交易额的比重为 24.5%、6.6%、10.0%。¹³2013 年东兴市所属的防城港市在广西所有地级市当中电子商务交易额占全自治区总体比重仅为 0.6%¹⁴，是所占比重最低的地级市。这说明电子商务平台在东兴边境贸易中心甚至是整个防城港市并没有被完全利用，电子商务平台在商贸领域的运用的市场潜力巨大。2014 年广西壮族自治区政府《广西电子商务发展规划（2014 - 2020 年）》，推动出台《广西壮族自治区关于进一步加快广西电子商务发展的若干意见》。6 月 11 日，广西“电子商务进万村”工程在河池市巴马县正式启动，广西全区首批 11 个试点同步开始运营，并确定“电商广西、电商东盟”工程，并将其列入“广西商务工作十大工程”项目之中，加大对于电商贸易的扶植力度。作为广西传统跨境贸易中心的东兴边境贸易区可以借此政策扶持的有利契机，对传统跨境贸易进行转换升级，加大对于跨境电子商务贸易往来的推广力度，将传统跨境实体贸易与电子跨境虚拟贸易想结合，使得中越边境贸易产业得以升级。不仅可以助推本地经济、更为跨境电子商务贸易的发展迈出实质性的一步。政策的倾斜可以为东兴边境贸易中心区的跨境电子商业活动解决政府政策上的困难，还可以从政策层面对跨境电子贸易进行指导和调控。在电子商务贸易日益盛行的今天，作为中国和越南跨境贸易开放合作最为重要的省区，广西已经在加快推进中越电商基地建设以及和越南的通信光纤互联网的合作发展，力图打造属于东兴的跨境电子商务贸易平台。

4、贸易商品种类的优势

¹³ 数据来源：广西壮族自治区统计局网站：《广西电子商务发展研究》
http://www.gxtj.gov.cn/tjxx/yjbg/qx_267/201501/t20150119_54067.html

¹⁴ 数据来源：广西壮族自治区统计局网站：《广西电子商务发展研究》
http://www.gxtj.gov.cn/tjxx/yjbg/qx_267/201501/t20150119_54067.html

东兴边境贸易中心的主要贸易种类多为花生、芝麻茶叶、木薯淀粉等农副产品，各种鱼、虾、蟹、螺等海产品，咖啡、菠萝干、糖果、综合蔬果等副食品，以及开心果、腰果等各种干果；出口商品主要有布匹轻纺织产品、建筑材料等。主要集中在农副产品、生活用品、轻纺织品等，这些商品货物都具有体积小、易携带，且多为日常生活必需品。这种小额商品之间的交易，更加适合在电商平台进行交易，电子商务交易平台可以为这些小额贸易商品提供更大量的订单，使商品可以以更大的货物数量进行交易，可以使得相联系产业集聚化发展。产业的集约化发展又可以使得交易货物的数量和质量得以保证，对贸易往来起到正向的促进作用，形成良性循环，跨境电子商务贸易得以迅速且保持良好的势头增长。

农副产品、干果、轻纺织品等商品都具有可大批量生产且方便运输、重量较轻等特征，这些商品特征使得跨境电子商务贸易的商品运输以及产品数量与质量都得以保证。东兴边境贸易区作为中国和越南传统的边境贸易往来中心，本就对进口和出口的这些小额贸易商品货物种类有更清晰的认识，所以在将这些传统小额贸易商品以电子商务平台进行跨境交易的时候就会在货物的储备、商品的调运以及跨境贸易对象国的产品需求方面优势更加明显。同时可以做到最大限度节约成本，对对象国贸易商提供更加具有针对性的产品供给服务，提升东兴边境贸易中心的跨境电商市场竞争力。

5、货币流通顺畅

2014年6月，国家外汇管理局批准同意在广西东兴重点开发开放试验区开展个人人民币与越南盾兑换特许业务试点，即贸易项下人民币与越南盾自由兑换。人民币与越南盾之间自由兑换的主体从个人升级到东兴贸易实验区内的企业、个体商户；特许机构业务范围从个人零星小额现钞兑换扩大到具有真实交易背景的正常项下人民币与越南盾现钞和现汇兑换业务；兑换业务不受个人结售汇年度5万美元和单日累计5000美元额度限制；经批准特许机构可根据需要在中越两国边境银行开立人民币和越南盾账户办理兑换业务。¹⁵货币流通渠道的畅通使得商品的购买者和销售者在交易结束后的交易金额结算方面会更加便捷，从而使得整个跨境电子交易过程更加顺畅。

四、打造东兴跨境电子商务贸易平台存在的问题及解决方案

（一）存在的问题

¹⁵ 《广西日报》，《东兴试验区内实行人民币与越南盾贸易项下自由兑换》

http://www.fdi.gov.cn/1800000121_21_62764_0_7.html

1、跨境贸易商品品牌认知度低

由于电子商务开发商，特别是个体经营小额贸易从业者分散，导致缺乏集中、统一的产品宣传，倒是贸易往来产品的品牌知名度较低。而在借助网络交易平台进行贸易往来的过程中，消费者在进行商品选择时首先会优先挑选品牌知名度较高的商品进行交易。这一点在跨境贸易往来中会显得更加重要，因此，东兴边境贸易中心内的交易商品缺乏品牌形象的包装和宣传，这会在很大程度上制约商品在海外市场的扩展，从而降低商品在国际市场上的竞争力。跨境电子商贸平台经营虽可以在一定程度上将产品推向世界市场，但是缺乏品牌包装，宣传力度不足而导致商品的市场竞争力下降。广西大部分企业的商品缺乏品牌包装和宣传意识，导致广西产品在全国的知名品牌很少，一旦将这些产品推向跨境电子商贸平台，商品的竞争力必然下降。因此，如果想使得贸易区内的商品可以经受国际市场的检验，企业要着力去做的一件事就是要积极树立产品品牌意识，加大对于产品的品牌包装。

在进行网络购物的过程中，商品的形象是消费者首先进行考虑的，从而影响最终的购买结果。例如，从淘宝网到天猫商城，天猫商城的出现本身就是产品品牌效应的一次表现。人们不再单一在淘宝的个体商户的淘宝店中进行交易，更多的高端消费人群会更多选择在天猫商城进行购物。迄今为止，天猫商城已入住 5 万多家商户，7 万多个品牌¹⁶，在这些品牌中不少也是由天猫商城自主开发的品牌。品牌效应带给消费者的是质量的保证和完善的售后服务体系，所以才会更加吸引具有中高端消费水平的消费人群，这为天猫商城的消费者市场定位就拉开与其他电子商贸平台的差距。翻过来，天猫商城这个品牌形象的树立也使得天猫可以对不同的市场进行自主开拓，消费者对于电子商贸交易平台的品牌认可，反过来也会对在平台内交易的商品有品牌认可。如果将交易平台内商品的品牌认知度和交易平台的品牌认知度成功建立，就会形成良性循环，互相增强彼此品牌效应，并将这种品牌效应发挥到极致。

2、电子商贸交易货币资金流通平台的建立难度大

电子商贸交易平台的建立不仅仅限于交易过程的网络化，另一个重要的平台建立就是资金流动平台的建立。在进行网络购物的过程中，资金的流动是虚拟的，在平台内仅只是数字的显示，其背后需建立的是资金流同平台。资金从交易一方的账户到

¹⁶ 数据来源：天猫商城：

http://www.tmall.com/go/chn/mall/zhaoshang_produce.php?spm=3.7396704.0.0.h3JPIJ

另一方账户，流动资金的安全性也是在建立资金流通平台过程中必须要考虑的一个重要方面。如何建立资金流通平台？如何保障流通资金的安全？以及在跨境电子商务交易过程中的货币结算、兑换，以及以何种货币进行交易等这些问题都是要必须要予以解决的。

在跨境资金流通平台的建立方面，在建立的过程中可以借鉴国际知名跨境交易网站的经验，如：亚马逊、ebay 等。这些全球知名跨境电子商务交易平台的资金流通平台几乎都是借助于 VISA 进行，利用国际通用货币—美元来进行结算。这就带来一个问题，消费者必须拥有标示有 VISA 的信用卡在可以在这些网站进行跨境购物，这显然会把一部分低端消费人群自动“筛除”在消费人群名单之中。而且在本国货币非美元的国家进行跨境网络购物时，美元与本国货币之间的汇率也会影响到在交易平台上进行售卖的商品的销售量。而在资金流通过程的安全方面，支付宝在这一点上做得较好，实行第三方支付的方法来保证交易过程中流通资金的安全。

因此，跨境电子交易资金流通平台的建立需要的前期准备资金、技术会更加庞大和复杂。同时东兴边境贸易中心区的金融流通规范也需要加强，以保证跨境资金流的安全，从而保证跨境交易的顺利完成。

3、亟待建立的完善物流体系

广西的物流企业中，物流配送体系亟待完善，无法从整体统筹铁路、公路、水路、航空的调度。现代电子商贸交易过程中，物流配送一直是非常重要的环节。各种调度方式各自独立经营，无法统筹协调一致，导致物流成本始终居高位，这不仅不利于电子交易的顺利完成，同时也不利于广西区域内部物流产业的全面发展。东兴最为中国唯一一个与越南有陆地交通连接的口岸，本是具有得天独厚的地理优势进行电子商贸产业的发展，但相对滞后的物流体系却极大地限制了电子商务产业的快速发展。物流产业是 B2C、B2B、C2C 等产业中中间不可或缺的一环，只有通过这个环节的良好运行，才能够保证电子商务贸易产业链的完整。但是，对于小额跨境贸易来讲，跨国物流运输费用成本高，这会在很大程度上制约小额跨境贸易的发展。且在物流产业中，不少物流企业不够重视对于物品丢失等诚信服务的承诺以及条款的约束，这会涉及消费者在交易过程中一旦涉及维权问题，这些售后承诺以及条款就显得更加重要。所以，树立跨境物流产业的行业规范，也是在完善跨境物流体系的同时要考虑的重要

问题。

在中越之间的跨境贸易的商品种类中，热带水果所占比重不在少数，对于水果的运送而言，完善的物流交通体系的建立显得更加重要。越南可以将热带水果通过跨境电子交易平台尽快运输到中国，而中国的温带水果也可以通过交易平台直接运送到越南。

4、市场竞争激烈

2013年，我国跨境进口电商的交易额为700亿元，而中国电子商务研究中心的监测数据则表明，从2008年到2013年，跨境进口电商交易额年复合增长率高达31%¹⁷。面对如此巨大的市场潜力和商业利润增长空间，传统电子商务巨头纷纷表示要进入中国市场，在跨境电子商务领域占有一席之地。2014年2月天猫商城宣布天猫国际正式上线，提出为国内网络消费者提供直购原装海外进口商品，7月苏宁宣布成立跨境电商项目组，而国际跨境电商巨头亚马逊则面向中国市场正式上线全中文版的亚马逊海外购商店。

面对如此激烈的市场竞争，东兴边境贸易中心的跨境电子商贸交易平台是否还能够建立，以何种方式建立，市场定位的主题消费人群是哪些群体？以贸易往来的商品种类来看，东兴边境贸易中心的跨境贸易种类多集中在农副产品、干果、热带水果、轻纺织品等商品上，主要面向的消费群体多为普通消费者。而在向越南出口的货物中多是轻纺产品、家用电器、建筑材料、日常生活用品等。主要消费群体多为普通消费者，但会有企业等B2B形式的交易存在。因此，东兴边境贸易中心的传统商贸交易缺乏对于具有高消费能力的人群的影响。例如：红木产业。红木产品的消费人群大多集中在中高端消费者群体中，该消费群体在进行网络购物时，更看重对于商品品质的要求以及商品售后服务的保证方面。而且他们的高消费能力也会影响到其他在同一交易平台上的商品，从而起到很好的连带宣传和消费作用。

（二）解决方案

1、对东兴边境贸易中心的交易商品进行品牌包装、宣传

对商品进行品牌包装是首先要解决的一个重要问题，企业对产品的品牌包装就

¹⁷ 数据来源：广西壮族自治区商务厅官方网站：《每日经济新闻》《跨境进口电商生存调查：面朝蓝海未见春暖花开》<http://www.gxswt.gov.cn/zt/sdgc/gc6/detail/40036bc1-c4d2-414f-9310-f60241e104b7>

是对企业最好的宣传，而对于中心入驻的企业而言，如果希望能够借助东兴边境贸易中心的优势顺利打入东南亚市场，对品牌的包装是首先要做的第一步。第二部是要抓住一切可以对品牌产品进行宣传的机会进行宣传，对产品的宣传就是对企业的最好宣传。同时，可以借助东兴市举办的中越边境（东兴—芒街）商贸旅游博览会的契机进行宣传，使自己的品牌可以尽可能大的打开东南亚市场。

2、借鉴传统电子交易资金流通平台的建设经验

如果要边境贸易中心内要建立电子交易资金流通平台，可以借鉴支付宝的第三方交易模式，或者与支付宝合作进行电子交易资金流通合作，以此来达到资金流通顺畅并保证流通资金在交易的全过程中始终处于安全状态的效果。资金流通平台的建立需要大量的专业技术人才进行研发、维护。最佳方案是与国内或国际支付平台进行合作，在建设电子交易资金流通平台的同时可以对其成功经验加以学习。

3、完善物流交通系统的建设

完善的物流系统是完成电子商贸的重要一环，在物流交通网路建设的过程中，必须要把铁路、公路、水路和航空等交通方式进行统一规划，不仅要完善我国境内的物流交通网路，还要努力构建与对象国之间的物流交通道路建设。可以与有国际物流业务的物流企业例如 UPS 进行合作，国际直邮还可以大大缩短因交易商品在因路途遥远需转运而浪费掉得时间。使得整个物流过程在可以在确认货物购买之后在尽可能短的时间内送达消费者的手中。同时在与国际物流公司的合作过程中也可以催生国内物流企业的国际业务的进行和拓展。

4、明确目标消费群

面对巨大的跨境电子交易市场激烈的竞争无法避免，面对如此激烈的竞争首先要做的就是对消费群体的消费需求、以及结合自身特点确定的市场定位。同时把东兴边境贸易中心的实体商业经营与平台内电子贸易经营向结合，使得实体经济与电子商贸都可以得到迅速发展。东兴独特的地理位置决定了主要的跨境消费群体人群为东南亚国家，而在东南亚的国家中又以对越南的跨境贸易往来最为密切。因此，电子交易平台内进行交易的商品必须是东南亚地区国家需求量比较大的商品，因此，在打造跨境贸易电子交易平台时就要充分考虑到产品的目标消费群体，结合群体的消费能力、

产品喜好及时对交易商品进行调整。从而保证电子商贸交易可以保持较好的发展势头。

5、加大人才引进力度

在知识经济时代，人才因素占据主要地位，不论是要建立、维护跨境电子商务平台还是资金流通平台都需要大量具有专业电子商务平台建设知识的人才来进行。而这些具有高等专业素养的人才流动性较大，因此，能否培养、吸引到这些顶尖人才到东兴来从事这项工作能否实现目标，促进地区经济发展的关键。东兴边境贸易中心应充分运用未来跨境贸易前景一片大好之势，完善人才引进极致，把建设跨境电子商务平台的人才吸引到东兴来，才能真正完成把东兴边境贸易中心打造成为东兴跨境电子商务贸易中心的期望。

THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU MẶT HÀNG RAU QUẢ VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA CÁC CỬA KHẨU THUỘC TỈNH LẠNG SƠN

经凉山省各口岸的越南蔬菜和水果销向中国市场的现状与扶持措施

TS. Nguyễn Đức Nhuận
Trường Đại học Thương mại
商业大学博士 阮德润

Tóm tắt

Mặt hàng rau quả là một trong những mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc. Hiện nay, rau quả được xuất khẩu sang một số quốc gia trên thế giới, trong đó, Trung Quốc là một thị trường xuất khẩu chủ lực của mặt hàng này. Trung Quốc có vị trí địa lý chung đường biên giới với nước ta, nên rất thuận lợi cho việc vận chuyển các mặt hàng xuất khẩu. Những năm gần đây mặt hàng rau quả xuất khẩu sang thị trường này chủ yếu được vận chuyển bằng đường bộ qua các cửa khẩu thuộc các tỉnh biên giới phía Bắc, trong đó Lạng Sơn cùng với hệ thống các cửa khẩu, các lối mở phục vụ buôn bán với Trung Quốc là một trong những điểm trung chuyển lớn của các loại rau quả xuất khẩu sang Trung Quốc. Các sản phẩm rau quả xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc qua Lạng Sơn đã có những thành công nhất định, góp phần trong việc phát triển kinh tế xã hội của địa phương, nhưng cũng gặp nhiều khó khăn và còn chiếm tỷ lệ không lớn so với nhu cầu nhập khẩu rau quả của Trung Quốc. Trên cơ sở nghiên cứu thực trạng một số mặt hàng rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc Lạng Sơn thời gian qua, bài viết đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm góp phần thúc đẩy hoạt động xuất khẩu các mặt hàng này sang thị trường Trung Quốc trong bối cảnh hiện nay.

Từ khóa: Xuất khẩu, rau quả, Lạng Sơn, Trung Quốc

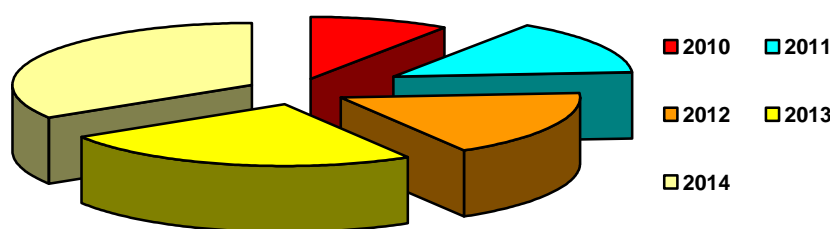
摘要

水果和蔬菜是越南销向中国的重要货品之一。目前，水果和蔬菜被销向世界上的一些国家，其中中国是我国蔬菜水果的主力出口市场。中国与我国共用一段较长的陆上边界，因此向此市场出口的交通运输非常方便。这些年来，蔬菜水果销向中国的主要道路就是通过北部边界口岸的陆运，其中凉山及其口岸系统、服务与中国进行买卖的关口成为蔬菜水果销向中国的重重大中转站。通过凉山向中国出口的蔬菜水果已经获得一定的成功，有助于发展当地经济社会，同时，也遇到了很多困难，而其在中国进口需求的比例仍不高。在研究最近越南蔬菜水果通过凉山口岸销向中国的情况，本文提出一些建议和措施，旨在为促进目前背景下蔬菜水果向中国的出口活动作出贡献。

关键词: 出口, 蔬菜水果, 凉山, 中国

1. Khái quát về tình hình xuất khẩu mặt hàng rau quả Việt Nam

Trước khi hệ thống XHCN tan rã, Việt Nam chủ yếu xuất khẩu nông sản nói chung, rau quả nói riêng sang các nước XHCN như Liên Xô, các nước Đông Âu, Cuba... Tuy nhiên, sau khi hệ thống này tan rã, các doanh nghiệp Việt Nam đã đa dạng hóa các thị trường xuất khẩu sang các nước châu Á, châu Phi và các nước phát triển. Hiện nay, các thị trường xuất khẩu các mặt hàng nông sản lớn nhất của Việt Nam là Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, ASEAN. Hiện nay, hàng nông sản xuất khẩu chiếm khoảng 35% - 40% khối lượng nông sản mà Việt Nam sản xuất ra, trong đó, lúa gạo chiếm khoảng 20%, cà phê 95%, cao su 85%, hạt điều 90%, chè 80%, hạt tiêu 95%. Nhìn chung, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu đã chuyển dịch theo hướng tích cực, giảm dần tỷ trọng hàng nguyên liệu thô, tăng tỷ lệ chế biến sâu. Đã xuất hiện nhiều mặt hàng nông sản có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD/năm và có triển vọng gia tăng xuất khẩu như cà phê, cao su, gạo, rau quả...



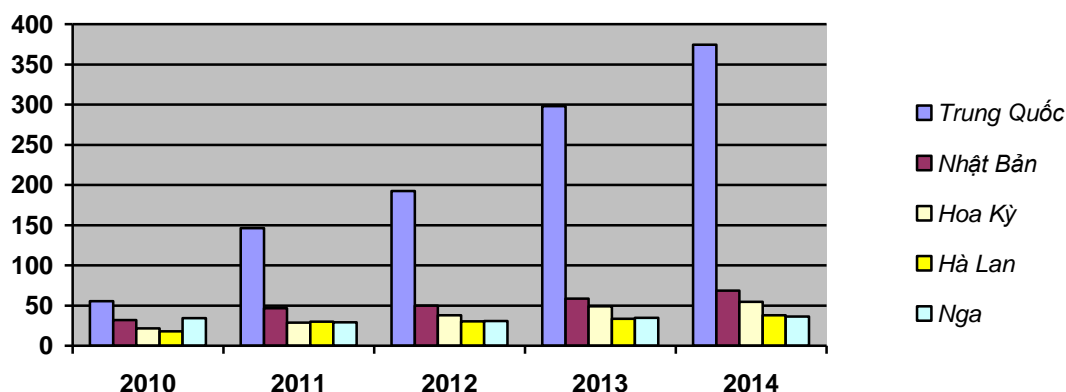
Hình: 1 Kim ngạch xuất khẩu rau quả từ năm 2010 - 2014

Nguồn: Tổng cục Thống kê và Bộ NN&PTNT

Những năm vừa qua, thị trường xuất khẩu mặt hàng rau quả có xu hướng phát triển nhanh, hội nhập kinh tế cũng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp mở rộng thị trường và là điều kiện tốt cho sản xuất phát triển. Rau quả là một trong những ngành hàng xuất khẩu giàu tiềm năng của Việt Nam, những năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu năm sau luôn cao hơn năm trước: năm 2010 kim ngạch xuất khẩu rau quả mới chỉ đạt 409.5 triệu USD, năm 2011 đạt 630 triệu USD, tăng 35,5% so với năm 2010, lọt vào nhóm 5 quốc gia xuất khẩu rau quả lớn nhất thế giới. Năm 2014, xuất khẩu rau quả đạt 1477 triệu USD. Năm 2015, đến hết tháng 10, kim ngạch xuất khẩu rau quả đạt 1,52 triệu USD, tăng 20,89% so với cùng kỳ 2014, nhiều chuyên gia đã dự báo trong cả năm nay, kim ngạch xuất khẩu rau quả có thể sẽ lần đầu tiên chạm mốc 2 tỷ USD.

Hiện nay, các mặt hàng rau quả của Việt Nam đã có mặt trên 40 quốc gia và vùng lãnh thổ. Trong đó, 10 thị trường chủ lực, gồm: Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Đài Loan, Hà Lan, Malaysia, Thái Lan, Singapore, Nga. Xuất sang Nhật Bản đạt 62,32 triệu USD, giảm 0,36% so cùng kỳ; sang Hàn Quốc đạt 56,53 triệu USD, tăng 15,16%; sang Hoa Kỳ đạt 45,03 triệu USD, giảm 7%. Nhìn chung, hầu hết các thị trường đều có mức tăng trưởng kim ngạch so với cùng kỳ năm ngoái. Đáng chú ý là thị trường Campuchia, tuy kim ngạch chỉ đạt 6,23 triệu USD, nhưng lại có mức tăng trưởng mạnh nhất: 238,76%. Tuy nhiên, xuất khẩu rau quả sang Indonesia, Nga và Ucraina lại sụt giảm mạnh, với mức giảm lần lượt là: 42,44%, 34,98% và 39,36% về kim ngạch so với cùng kỳ. Nhiều loại trái cây, như: nhãn, vải, xoài đã tiếp cận được với nhiều thị trường xuất khẩu khó tính, như: Mỹ, Australia, EU, Nhật Bản..., góp phần giúp cho xuất khẩu rau quả trong thời gian qua liên tục tăng trưởng

mạnh. Việc tiếp cận những thị trường này có được là do, thời gian qua, nước ta có nhiều diện tích rau quả đạt tiêu chuẩn VietGAP. Điển hình như: trong tháng 9/2015, đã có trên 20 ha nhân lồng Hưng Yên đạt tiêu chuẩn VietGAP được cấp mã vùng xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Bên cạnh đó, sản phẩm thanh long cũng đã được thị trường Nhật Bản chấp nhận. Có thêm thị trường mới cũng đồng nghĩa với việc giảm bớt sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc nhiều rủi ro. Những biến động của thị trường này đã và đang gây nên những bấp bênh về giá cả, gây khó khăn cho người nông dân sản xuất và các doanh nghiệp xuất khẩu.



Hình 2: Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam trên các thị trường

Nguồn: Tổng cục Thống kê và Bộ NN&PTNT

Những năm gần đây Trung Quốc vẫn là nước nhập khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam. Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu rau quả vào thị trường này đạt 374 triệu USD. Tính đến hết tháng 10 năm 2015, Trung Quốc đã nhập khẩu rau quả từ Việt Nam với giá trị 989,67 triệu USD, tăng 193% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 64,95% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả nước ta. Các mặt hàng XK sang Trung Quốc tương đối đa dạng do kiểm soát và yêu cầu về chất lượng ở thị trường này không quá cao như các nước EU, Mỹ, Nhật Bản. Các mặt hàng chủ yếu gồm: dưa hấu, xoài, chuối, thanh long, nhãn, chôm chôm... Tuy nhiên xuất khẩu vào thị trường này, các sản phẩm của Việt Nam phải cạnh tranh gay gắt với các sản phẩm của Thái Lan. Những mặt hàng thế mạnh của Việt Nam đồng thời cũng là sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Thái Lan. Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp hai nước trên thị trường Trung Quốc ngày càng gay gắt khi cả Việt Nam và Thái Lan đang tìm mọi cách để gia tăng xuất khẩu. Thái Lan đã tìm ra các biện pháp để khắc phục bất lợi về khoảng cách địa lý của mình. Thái Lan và Trung Quốc cũng đầu tư rất lớn để cải tạo sông Mekong thành một đường thủy vận chuyển rất an toàn, chi phí rất rẻ cho những mặt hàng cồng kềnh, đòi hỏi cao về bảo quản như rau quả. Bên cạnh đó, rau quả Thái Lan vẫn đến được với các tỉnh miền Tây của Trung Quốc trong ngày bằng hàng không. Trong khi đó các doanh nghiệp Việt Nam với phương thức vận chuyển chủ yếu bằng xe ô tô nên đã bị bỏ lại rất xa trong cuộc chạy đua rút ngắn thời gian đưa sản phẩm rau quả tươi vào thị trường Trung Quốc.

2. Tình hình xuất khẩu rau quả qua cửa khẩu biên giới tỉnh Lạng Sơn.

Những năm gần đây hoạt động xuất nhập khẩu trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn tiếp tục diễn ra sôi động và có sự tăng trưởng mạnh, các doanh nghiệp của hai bên đã chủ động mở

rộng thị trường và đẩy mạnh quan hệ trao đổi hàng hoá, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam đạt được thành tích tốt do nhu cầu của thị trường Trung Quốc tăng đối với một số hàng hóa của Việt Nam như nông sản, lâm sản. Nhìn chung, nông sản trong đó có các loại rau quả Việt Nam chủ yếu xuất khẩu qua các cửa khẩu Tân Thanh và Cốc Nam sang Trung Quốc. Những năm gần đây khối lượng hàng hóa xuất khẩu qua các cửa khẩu luôn tăng trưởng mạnh, năm 2010 khối lượng hàng hóa xuất khẩu là 2,1 triệu tấn, giá trị xuất khẩu là 498 triệu USD. Đến năm 2014 khối lượng hàng hóa xuất khẩu là 2,3 triệu tấn với giá trị xuất khẩu là 520 triệu USD.

Bảng 1: Tổng hợp xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc tỉnh Lạng Sơn từ 2010 - 2014

Năm	2010	2011	2012	2013	2014
Khối lượng hàng hóa xuất khẩu (<i>Triệu tấn</i>)	2,1	1,9	1,95	2,0	2,3
Giá trị (<i>Triệu USD</i>)	498	400	450	460	520

Nguồn: Báo cáo của Ban quản lý Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Lạng Sơn

Với các mặt hàng rau quả, các doanh nghiệp chủ yếu xuất khẩu tiểu ngạch sang Trung Quốc. Những năm gần đây, Lạng Sơn, với hệ thống đường giao thông biên giới và các cửa khẩu, lối mở phục vụ cho các giao dịch thương mại biên giới đã trở thành điểm trung chuyển cho xuất khẩu rau quả Việt Nam sang Trung Quốc. Hoạt động này đã góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội của địa phương và tạo đầu ra cho các sản phẩm nông sản nói chung, rau quả nói riêng của các vùng miền trong cả nước, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng rau quả sang Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc tỉnh Lạng Sơn luôn giữ mức tăng trưởng ổn định cả về khối lượng và giá trị hàng xuất khẩu. Từ năm 2010 đến nay kim ngạch xuất khẩu một số sản phẩm rau quả chính (chôm chôm, dưa hấu, nhãn, thanh long, vải quả tươi,...) luôn đạt mức trên 400 triệu USD, năm 2014 đạt 594 triệu USD.

Với hình thức này, các doanh nghiệp Việt Nam thường thu mua các sản phẩm rau quả từ các vùng, miền trong cả nước sau đó bảo quản, vận chuyển và tập kết hàng tại cửa khẩu Tân Thanh và Cốc Nam của tỉnh Lạng Sơn, tiếp theo làm các thủ tục xuất khẩu và bán hàng cho các đối tác tại các cửa khẩu biên giới, sau đó các sản phẩm này được các doanh nghiệp Trung Quốc vận chuyển và tiêu thụ tại thị trường sâu trong nội địa của Trung Quốc. Xuất khẩu theo hình thức tiểu ngạch có ưu điểm là thủ tục đơn giản, dễ thực hiện, không đòi hỏi nguồn lực mạnh, nhiều các doanh nghiệp có thể tham gia. Tuy nhiên, xuất khẩu theo hình thức này cũng bất lợi vì thường không có nhiều các ràng buộc lẫn nhau giữa doanh nghiệp của hai bên, các doanh nghiệp Việt Nam thường dễ bị các đối tác gây khó khăn và thường ở thế bất lợi. Vì vậy, khi vào thời điểm chính vụ của các mặt hàng rau quả, nguồn cung xuất khẩu dồi dào các doanh nghiệp Việt Nam thường bị các nhà nhập khẩu ép giá, rau quả khó xuất khẩu,... thì hiện tượng đôn ứ các sản phẩm tại các cửa khẩu thường xảy ra, gây khó khăn cho bảo quản, rau quả bị giảm chất lượng và gia tăng chi phí cho các doanh nghiệp.

Bảng 2. Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng rau quả sang Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc Lạng Sơn

Đơn vị: Triệu USD

Năm	2010	2011	2012	2013	2014
Chôm chôm	102,63	101,24	90,00	80,00	112,50
Dưa hấu	22,91	21,65	25,00	30,00	126,67
Nhãn	119,6	110,68	100,00	105,00	114,29
Thanh Long	172,83	158,28	160,00	160,00	112,50
Vải quả tươi	64,45	37,42	40,00	35,00	128,57
Cộng	482,42	429,27	415,00	410,00	594,53

Nguồn: Báo cáo của Ban quản lý Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Lạng Sơn

Năm 2015, hệ thống kết cấu hạ tầng từ các địa phương trong cả nước đến Lạng Sơn, cũng như hạ tầng cơ sở vật chất (bến bãi, kho bảo quản, sơ chế,...) tại các khu vực cửa khẩu tiếp tục được đầu tư hoàn chỉnh, công tác điều hành xuất khẩu hàng nông sản được chú trọng, doanh nghiệp phát huy tốt kinh nghiệm tổ chức kinh doanh xuất khẩu. Hoạt động xuất nhập khẩu nông sản tiếp tục diễn ra sôi động và có sự tăng trưởng tốt, các hình thức xuất khẩu nông sản nói chung, rau quả nói riêng được đa dạng hơn. Mặt hàng rau quả trước đây chủ yếu xuất khẩu qua cửa khẩu phụ Tân Thanh và Cốc Nam; đến nay một số mặt hàng rau quả, nông sản đông lạnh được xuất khẩu chính ngạch qua cửa khẩu quốc tế Hữu Nghị. Trong những tháng đầu năm, lượng hàng hoá xuất khẩu qua các cửa khẩu tỉnh Lạng Sơn tăng trưởng mạnh, như mặt hàng dưa hấu xuất khẩu liên tục tăng; Tuy nhiên, vẫn còn hiện tượng ùn ứ các xe hàng chờ vào cửa khẩu làm thủ tục thông quan như các năm trước, theo số liệu thống kê của Ban quản lý Khu kinh tế cửa khẩu Lạng Sơn bình quân khoảng 500 xe/ngày - 550 xe/ngày, trong đó: xuất được khoảng 260 xe - 340 xe (trung bình mỗi ngày xuất khẩu khoảng trên 150 xe dưa hấu); tồn cuối ngày khoảng 210 xe - 240 xe. Nắm bắt kịp thời và rút kinh nghiệm từ những năm trước, Tổ công tác liên ngành do Ban Quản lý Khu kinh tế cửa khẩu Lạng Sơn là cơ quan thường trực cùng với Sở Công Thương, Biên phòng, Hải quan cửa khẩu Tân Thanh đã trực tiếp gặp gỡ tại cửa khẩu mốc 1090 với lãnh đạo Ban Quản lý Khu công nghiệp Nam Sơn và các lực lượng chức năng cửa khẩu Pò Chài (Trung Quốc) để trao đổi thông tin liên quan đến lưu thông hàng hóa xuất nhập khẩu tại hai bên (Tân Thanh, Việt Nam - Pò Chài, Trung Quốc), thống nhất về kéo dài thời gian làm việc các lực lượng chức năng tại cửa khẩu, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho hàng hóa nông sản xuất nhập khẩu của hai bên, tăng cường năng lực bốc xếp và phương thức điều hành phía Pò Chài để tăng nhanh lượng hàng hóa Việt Nam được thông quan qua cửa khẩu Tân Thanh sang Pò Chài nhằm khắc phục hiện tượng ùn ứ các xe chờ hàng nông sản nói chung, hoa quả nói riêng tại các cửa khẩu Tân Thanh và Cốc Nam.

Trong 6 tháng đầu năm khối lượng và giá trị các mặt hàng xuất khẩu đều tăng, cụ thể như sau: Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn đạt 1.458,6 triệu USD tăng 33,1 so với cùng kỳ 2014, đạt 44,34% kế hoạch. Trong đó: Kim ngạch xuất khẩu đạt 498,3 triệu USD giảm 1,37% so với cùng kỳ 2014, đạt 32,15% kế hoạch; Kim ngạch nhập khẩu đạt 1.050,3 triệu USD tăng 77,78% so với cùng kỳ 2014, đạt 60,36% kế hoạch. Trong đó kim ngạch xuất khẩu nông sản qua địa bàn tỉnh Lạng Sơn (Tân Thanh, Cốc Nam) ước đạt khoảng trên 1 triệu

tấn hàng hóa (tăng khảng 2,1% so với cùng kỳ năm 2013), giá trị khoảng trên 200 triệu USD (tăng khoảng 2,2% so với cùng kỳ năm 2013). Do một số mặt hàng nông sản được giá hơn mọi năm. Trong đó kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng hoa quả chủ lực như sau: Thanh long: Khối lượng xuất khẩu đạt gần 300 nghìn tấn, trị giá khoảng 80 triệu USD; Nhãn quả tươi: Khối lượng xuất khẩu đạt khoảng 200 nghìn tấn, trị giá đạt 550 triệu USD; Chôm chôm: Khối lượng xuất khẩu đạt 110 nghìn tấn, trị giá đạt khoảng 40 triệu USD; Dưa hấu: Khối lượng xuất khẩu đạt 220 nghìn tấn, trị giá đạt khoảng 18 triệu USD; Vải quả tươi: Khối lượng xuất khẩu đạt 30 nghìn tấn, trị giá đạt khoảng 20 triệu USD.

2. Đánh giá chung hoạt động xuất khẩu mặt hàng rau quả sang thị trường Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc địa bàn tỉnh Lạng Sơn

Qua nghiên cứu thực trạng xuất khẩu các mặt hàng rau quả sang thị trường Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc tỉnh Lạng Sơn trong những năm qua, bài viết có một số nhận xét đánh giá chung như sau:

Những ưu điểm:

Một là, các cơ quan quản lý và doanh nghiệp đã có nhiều cố gắng nhằm đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng rau quả nông nghiệp trong thời gian qua. Nhiều chính sách và các thủ tục trong xuất khẩu hàng hóa như thuế, hải quan ngày càng được cải tiến theo hướng tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp,... Vì vậy, ngày càng có nhiều các sản phẩm rau quả xuất khẩu sang Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc tỉnh Lạng Sơn, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng tăng trưởng đều hàng năm.

Hai là, hệ thống kho hàng, bến bãi đã được Ủy ban nhân tỉnh chú trọng chỉ đạo đầu tư tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong việc lưu kho, bảo quản hàng hóa trong khi chờ làm các thủ tục xuất khẩu, cụ thể như: Đã xây dựng tại các cửa khẩu Tân Thanh và Cốc Nam các bãi kiểm hóa, bãi đỗ xe, kho bãi hàng hóa với tổng diện tích 102185 m². Hệ thống kho bãi này đã hỗ trợ đắc lực cho hoạt động xuất nhập khẩu và bảo quản hàng hóa.

Ba là, công tác phối hợp giữa hai địa phương biên giới trong quản lý, mua bán trao đổi mặt hàng nông sản nói chung, rau quả nói riêng qua các cửa khẩu Tân Thanh, Cốc Nam ngày càng chặt chẽ, tỉnh Lạng Sơn đã chủ động cử các đoàn công tác của tỉnh sang các cơ quan quản lý chức năng của tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc) để giải quyết các khó khăn, vướng mắc phát sinh trong quá trình điều hành các hoạt động xuất nhập khẩu qua biên giới đặc biệt khi các mặt hàng rau quả xuất khẩu vào thời kỳ thu hoạch chính vụ, chủ yếu là các vấn đề kéo dài thời gian thông quan trong ngày, đơn giản hóa các thủ tục kiểm tra, giảm thời gian kiểm soát các xe hàng, nâng cao năng lực dịch vụ của các kho hàng, bến bãi nhằm hạn chế ách tắc.

Bốn là, Ban quản lý Khu kinh tế cửa khẩu đã phối hợp, cung cấp cho các hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp để có sự phối hợp và chủ động trong việc thu hoạch và thu mua hàng hóa và vận chuyển lên các cửa khẩu với số lượng hợp lý. Hạn chế tình trạng tranh mua, tranh bán dẫn đến bị ép giá do xuất khẩu tiêu ngạch dẫn đến tình trạng ách tắc, chất lượng hàng hóa xuống cấp và bị ép giá trong xuất khẩu.

Những hạn chế tồn tại:

Hoạt động xuất khẩu nông sản nói chung, mặt hàng hoa quả nói riêng sang thị trường Trung Quốc thông qua các cửa khẩu thuộc tỉnh Lạng Sơn trong thời gian qua đã đạt những kết quả nhất định, góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Lạng Sơn. Tuy nhiên vẫn còn một số những hạn chế, thể hiện ở:

Thứ nhất, chất lượng các mặt hàng không đồng đều do nhiều nguyên nhân như có nhiều doanh nghiệp cùng xuất khẩu một mặt hàng, nguồn cung các sản phẩm ở nhiều vùng khác nhau nên có sự khác nhau giống rau quả, kỹ thuật thâm canh, thu hoạch, xử lý sản phẩm còn thấp và chưa có sự thống nhất. Ở Việt Nam, rau quả thường được trồng và thu hoạch theo kiểu thủ công. Việc xử lý và bảo quản sản phẩm rau sau thu hoạch cũng còn nhiều hạn chế. Phần lớn các sản phẩm rau quả xuất khẩu chủ yếu ở dạng các sản phẩm rau quả tươi chịu tác động nhiều bởi điều kiện tự nhiên, hàm lượng sản phẩm chế biến thấp. Vì vậy, nhiều sản phẩm từ khi thu hoạch đến khi xuất khẩu thì chất lượng bị giảm trong quá trình vận chuyển, do đó, giá cả và mức lợi nhuận trong xuất khẩu không cao.

Thứ hai, các mặt hàng rau quả xuất khẩu sang Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc tỉnh Lạng Sơn chủ yếu xuất khẩu tiểu ngạch, rất ít các mặt hàng được xuất khẩu chính ngạch, hiệu quả không cao. Đồng thời các doanh nghiệp không có điều kiện để cập nhật, nắm bắt được những đòi hỏi của người tiêu dùng về mẫu mã và chất lượng sản phẩm, không có điều kiện để triển khai các hoạt động marketing với khách hàng về doanh nghiệp, về sản phẩm của mình. Mặt khác, vì xuất khẩu tiểu ngạch nên có nhiều doanh nghiệp cùng tham gia xuất khẩu một mặt hàng dẫn đến có hiện tượng tranh bán và dễ bị các nhà nhập khẩu ép giá, hiệu quả xuất khẩu không cao.

Thứ ba, mặc dù bên bãi và cơ sở hạ tầng đã được UBND tỉnh chú trọng đầu tư tại các cửa khẩu. Tuy nhiên, vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp, các bến bãi này chủ yếu là nơi đỗ xe chờ làm các thủ tục xuất khẩu, thiếu các điều kiện bảo quản và sơ chế sản phẩm. Vì vậy, khi vào chính vụ của các sản phẩm xuất khẩu thì nhiều các sản phẩm rau quả xuất khẩu nếu không xuất khẩu kịp thời thì thường bị giảm chất lượng, nhiều sản phẩm bị hỏng không xuất khẩu được.

Thứ tư, hầu hết các mặt hàng nông sản nói chung, rau quả nói riêng xuất khẩu sang Trung Quốc thường có số lượng lớn, chủng loại tương đối đa dạng và thuộc diện khuyến khích xuất khẩu. Tuy nhiên, do cách quản lý và điều hành của Trung Quốc, ở Trung Quốc gần như quy ước chính ngạch do trung ương quản lý, tiểu ngạch do địa phương quản lý và có sự phân cấp rõ ràng, địa phương được quyền quy định cửa khẩu xuất nhập khẩu hàng hóa và ở các địa phương thì những quy định này thường xuyên thay đổi, các thương nhân Trung Quốc cũng thường xuyên thay đổi địa điểm giao hàng thường là các cửa khẩu phụ hoặc lối mở, gây khó khăn cho công tác quản lý, điều hành hoạt động xuất khẩu, ách tắc giao thông, tồn đọng hàng hóa dẫn tới tổn thất cho doanh nghiệp xuất khẩu.

Thứ năm, nhìn chung giá của nhiều mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc tỉnh Lạng Sơn không cao, ảnh hưởng nhiều đến gia tăng kim ngạch xuất khẩu. Thường xuyên có hiện tượng ách tắc hàng hóa khi rau quả vào vụ thu hoạch chính vụ đối với một số mặt hàng như dưa hấu, vải quả tươi. Nguyên nhân do các mặt hàng này không được phân loại, bảo quản, đóng gói mà các doanh nghiệp thường vận chuyển hàng đến cửa khẩu mới phân loại và đóng gói và mất rất nhiều thời gian để giải phóng các xe hàng. Mặt khác do hoạt động xuất khẩu thường chủ yếu là thỏa thuận, giao dịch trực tiếp nên rủi ro cao.

Thứ sáu, các hình thức xúc tiến xuất khẩu và khai thác thị trường của các doanh nghiệp còn nhiều hạn chế, hầu như các doanh nghiệp thường rất ít nắm bắt và cập nhật được các thông tin thị trường Trung Quốc và cũng không biết được các yêu cầu của người tiêu

dùng đối với các sản phẩm xuất khẩu của doanh nghiệp. Vì vậy, các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong việc hoạch định và triển khai chiến lược của mình gắn với sản xuất để đảm bảo phát triển bền vững.

Thứ sáu, vấn đề xây dựng thương hiệu rau quả và doanh nghiệp tại thị trường Trung Quốc chưa được các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm đúng mức. Các sản phẩm rau quả Việt Nam chủ yếu được bán cho các nhà nhập khẩu Trung Quốc tại các cửa khẩu biên giới, sau đó việc đưa các sản phẩm này đến người tiêu dùng hoàn toàn do các nhà nhập khẩu Trung Quốc thực hiện, và hầu như người tiêu dùng Trung Quốc không nhận biết được các sản phẩm rau quả Việt Nam.

3. Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc qua các cửa khẩu

Xuất phát từ tìm hiểu những nhân tố môi trường ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh và thực trạng xuất khẩu các sản phẩm rau quả Việt Nam sang thị trường Trung Quốc qua các cửa khẩu thuộc tỉnh Lạng Sơn, bài viết đề xuất một số các giải pháp, kiến nghị nhằm đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm rau quả Việt Nam sang thị trường Trung Quốc, bao gồm:

3.1. Nhóm giải pháp đối với doanh nghiệp xuất khẩu rau quả sang thị trường Trung Quốc

Thứ nhất, xây dựng chiến lược xuất khẩu lâu dài của doanh nghiệp gắn với sản xuất để tạo sự ổn định lâu dài cả về nguồn cung và chất lượng các sản phẩm xuất khẩu. Củng cố và giữ vững quan hệ với các bạn hàng truyền thống. Xây dựng mối quan hệ gắn bó với các bạn hàng chủ lực của doanh nghiệp. Gắn kết các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp với người nông dân, mạnh dạn đầu tư cho tổ chức sản xuất, thu mua, nhanh chóng khắc phục các tồn tại về chất lượng hàng hóa xuất khẩu như: Mẫu mã, chủng loại, phân loại, bao bì, đóng gói. Xây dựng thể chế chủ động và thị phần hàng hóa của doanh nghiệp, nhằm tạo ra nguồn hàng ổn định cho xuất khẩu.

Thứ hai, tập trung đầu tư cho hoạt động nghiên cứu nắm bắt xu hướng thay đổi nhu cầu của thị trường và hoạt động kinh doanh nhằm tạo ra nhiều giá trị gia tăng cho khách hàng; nâng cao chất lượng sản phẩm rau quả xuất khẩu, đa dạng hoá các mặt hàng; xây dựng và khẳng định thương hiệu doanh nghiệp và thương hiệu rau quả Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Doanh nghiệp sản xuất rau quả xuất khẩu cần triển khai có hiệu quả chương trình giống, nghiên cứu và chuyển giao nhanh vào sản xuất các loại giống mới có năng suất, chất lượng, độ đồng đều cao, đáp ứng đủ nhu cầu giống cho cải tạo, trồng mới. Phát triển các giải pháp kỹ thuật để đưa vào sản xuất các sản phẩm rau quả chất lượng cao, kháng bệnh, chín muộn. Tăng cường áp dụng quy trình thực hành nông nghiệp tốt, thân thiện với môi trường; từng bước nâng tỷ lệ áp dụng sản xuất bền vững, sản xuất rau quả có chứng chỉ quốc tế. Tổ chức thu hái và phân loại đúng kỹ thuật, hạn chế đến mức thấp nhất tỷ lệ các sản phẩm không đạt tiêu chuẩn vận chuyển lên cửa khẩu để xuất khẩu.

Thứ ba, doanh nghiệp cần nâng cao nhận thức trong việc xây dựng thương hiệu, củng cố sự tin cậy đối với khách hàng và là công cụ bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp. Trên cơ sở cải thiện chất lượng sản phẩm, doanh nghiệp phải tích cực xúc tiến việc xây dựng và phát triển thương hiệu rau quả và thương hiệu doanh nghiệp, từng bước khẳng định xuất xứ và uy tín của sản phẩm rau quả Việt Nam trên thị trường Trung Quốc. Cần chú ý đến việc đăng ký thương hiệu tại Trung Quốc và các tổ chức quốc tế, tránh để mất thương hiệu.

Thứ tư, doanh nghiệp cần thường xuyên cập nhật các thông tin, nghiên cứu nắm bắt cơ chế chính sách của nhà nước, đặc biệt là các cơ chế chính sách về thương mại, tài chính, thuế, hải quan. Trong đó cần quan tâm tiếp cận các cơ chế chính sách, định hướng phát triển xuất khẩu của Chính phủ, Bộ Công thương, Tổng cục Hải quan. Đồng thời tìm hiểu, nghiên cứu và nắm bắt các chính sách, thủ tục xuất nhập khẩu của Trung Quốc và các địa phương biên giới của Trung Quốc, hạn chế tối đa những rủi ro trong xuất khẩu hàng hóa vì không nắm bắt được chính sách và các qui định của Trung Quốc.

Thứ năm, tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại cho xuất khẩu rau quả sang thị trường Trung Quốc. Bên cạnh các hình thức xúc tiến xuất khẩu của nhà nước và các địa phương biên giới, các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả cần triển khai các hình thức xúc tiến như tham gia các hội chợ, triển lãm về rau quả tại Trung Quốc; các hoạt động quảng cáo và sử dụng hiệu quả lực lượng người Việt Nam để tuyên truyền, quảng bá cho các doanh nghiệp và sản phẩm rau quả Việt Nam...

Thứ sáu, đánh giá đúng về năng lực tài chính và các nguồn lực của doanh nghiệp để từ đó có các kế hoạch xây dựng và củng cố các nguồn lực phục vụ cho xuất khẩu. Tăng cường các hoạt động đầu tư và đãi ngộ nhằm tuyển dụng và giữ chân được những nhân lực có chất lượng cao, có kỹ năng, am hiểu và nắm vững các nghiệp vụ kinh doanh xuất nhập khẩu, đặc biệt những người am hiểu về văn hóa và thị trường Trung Quốc.

3.2. Nhóm giải pháp, kiến nghị đối với các cơ quan quản lý Nhà nước

Một là, tiếp tục đổi mới cơ chế, chính sách, cải tiến các thủ tục hành chính, nâng cao hiệu quả trong sản xuất và kinh doanh xuất khẩu sản phẩm rau quả sang thị trường Trung Quốc. Các cơ quan hữu quan cần đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu, đề xuất với Chính phủ các chính sách khuyến khích, hỗ trợ nông dân, các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tổ chức sản xuất lớn, an toàn, bền vững. Tăng khả năng tiếp cận với các nguồn vốn ngân hàng cho các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu rau quả. Nhà nước có cơ chế, chính sách, biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu rau quả sang thị trường Trung Quốc trong việc áp dụng công nghệ kỹ thuật hiện đại; triển khai chương trình giống năng suất cao; phổ biến và ứng dụng các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật quốc tế và của Trung Quốc vào quá trình sản xuất, chế biến, bảo quản rau quả xuất khẩu; tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát để nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất khẩu rau quả sang thị trường Trung Quốc.

Hai là, tổ chức lại quá trình sản xuất rau quả xuất khẩu, tạo liên kết, gắn bó lợi ích giữa người trồng, doanh nghiệp và xuất khẩu rau quả, cụ thể: Phát triển hình thức kinh tế hợp tác, hộ trang trại sản xuất rau quả lớn. Nhà nước có cơ chế, chính sách khuyến khích nông dân tập trung ruộng đất, hình thành các tổ hợp tác, nhóm hộ nông dân sản xuất rau quả; Thực hiện liên kết giữa các doanh nghiệp xuất khẩu và người nông dân sản xuất rau quả, các doanh nghiệp cần chủ động liên kết với các hộ nông dân, hỗ trợ sản xuất, phân phối lợi ích hợp lý để phát triển các vùng trồng và cung ứng các sản phẩm rau quả xuất khẩu theo quy hoạch, nhằm ổn định sản lượng và chất lượng sản phẩm rau quả xuất khẩu.

Ba là, nâng cao hiệu quả công tác thông tin, dự báo thị trường và xúc tiến thương mại ở cấp Nhà nước đối với thị trường Trung Quốc. Nhà nước đẩy mạnh quan hệ hợp tác song

phương với Trung Quốc; Tăng cường theo dõi, nghiên cứu thị trường Trung Quốc, kịp thời cung cấp thông tin thị trường cho các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả; Phát huy vai trò của Đại sứ quán, thương vụ Việt Nam tại Trung Quốc trong việc cung cấp thông tin thị trường, kết nối với nhà nhập khẩu;... Khuyến khích và tạo điều kiện cho các địa phương, các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả tham gia hội chợ quốc tế về nông sản được tổ chức tại Trung Quốc; Thành lập và duy trì hoạt động của các trang website giới thiệu nông sản nói chung và rau quả Việt Nam nói riêng, tăng cường cập nhật thông tin về sản phẩm rau quả và doanh nghiệp xuất khẩu rau quả Việt Nam trên mạng. Thường xuyên và định kỳ, các cơ quan nhà nước thực hiện dự báo thị trường có trách nhiệm phổ biến thông tin dự báo thị trường trên các phương tiện thông tin đại chúng (truyền hình, báo, đài...), trên trang website của cơ quan mình, xuất bản các ấn phẩm, chuyên đề, nội dung dự báo tập trung vào tình hình thị trường, quan hệ cung cầu, biến động giá cả, đưa ra các khuyến nghị để doanh nghiệp và hộ nông dân tham khảo định hướng kế hoạch kinh doanh, sản xuất. Tăng cường công tác nhận biết và ứng phó với các chính sách và các quy định về xuất nhập khẩu và các rào cản phi quan thuế trên thị trường Trung Quốc.

Bốn là, đẩy mạnh việc nâng cấp hiện đại hóa cơ sở hạ tầng tại các cửa khẩu, đầu tư áp dụng khoa học công nghệ trong quản lý, cung ứng hệ thống dịch vụ đạt tiêu chuẩn quốc tế, quy hoạch và từng bước nâng cấp hệ thống đường giao thông đặc biệt tại các khu vực cửa khẩu, điểm thông quan hàng hóa tạo các điều kiện thuận lợi nhất cho doanh nghiệp trong hoạt động xuất nhập khẩu, các cơ quan quản lý nhà nước và địa phương cần chủ động tổ chức trong việc xây dựng mối quan hệ và đàm phán với phía chính quyền Trung Quốc nhất là các cơ quan quản lý, các cấp chính quyền của tỉnh Quảng Tây nhằm xây dựng cơ chế tiện lợi hóa thông quan giữa Lạng Sơn và Quảng Tây, đồng thời thông nhất giải quyết kịp thời các vướng mắc, tạo các điều kiện thuận lợi nhất cho các doanh nghiệp hoạt động xuất nhập khẩu qua địa bàn hai Tỉnh.

Năm là, đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại, triển khai các chiến dịch truyền thông để quảng bá hình ảnh của địa phương. Thực hiện triệt để cải cách, hiện đại hóa các thủ tục thông quan hàng hóa xuất nhập khẩu trong lĩnh vực hải quan theo lộ trình, kiểm tra kiểm soát thị trường theo hướng giúp đỡ và hỗ trợ doanh nghiệp trong hoạt động xuất nhập khẩu, tạo các cơ chế thông thoáng nhằm thu hút các thương nhân và doanh nghiệp thực hiện hợp tác, đầu tư và kinh doanh xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh.

Kết luận

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng và cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường quốc tế nói chung và thị trường Trung Quốc nói riêng như hiện nay, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu các mặt hàng rau quả sang thị trường Trung Quốc là một yêu cầu tất yếu khách quan, nhằm góp phần tiêu thụ các sản phẩm nông sản nói chung và rau quả nói riêng, đây là những mặt hàng chủ lực của sản xuất nông nghiệp Việt Nam, góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế cho các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh các sản phẩm rau quả và người nông dân, bộ phận chiếm số đông ở các vùng nông thôn Việt Nam. Để đạt được điều này, mỗi quốc gia, mỗi doanh nghiệp và người sản xuất rau quả xuất khẩu phải xác định và thực thi đồng bộ các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng rau quả Việt Nam sang thị trường Trung Quốc trong điều kiện hiện nay.

Tài liệu tham khảo

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011-2020*
2. GS. TS. Nguyễn Bách Khoa, *Chính sách thương mại và marketing quốc tế các sản phẩm nông nghiệp Việt Nam*, NXB Thống kê, 2004
3. Thủ tướng Chính phủ (2012), *Quyết định số 124/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển sản xuất ngành nông nghiệp giai đoạn 2011-2020 và tầm nhìn đến năm 2030*
4. Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định số 2471/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030*
5. Trung tâm Tin học - Thống kê, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, *Tổng quan và dự báo thị trường một số nông sản*.
6. Sở Công Thương Lạng Sơn, *Báo cáo đánh giá hoạt động xuất nhập khẩu năm 2010 - 2014*
7. Ban quản lý Khu kinh tế cửa khẩu Đồng Đăng, *Các báo cáo điều hành và báo cáo tổng kết năm từ 2010 - 2014*.
8. Websites: <http://www.moit.gov.vn> (Bộ Công Thương)
<http://www.agroviet.gov.vn> (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn)
<http://www.gso.gov.vn> (Tổng cục Thống kê)
<http://www.customs.gov.vn> (Tổng cục Hải quan)

**KHU KINH TẾ CỬA KHẨU CAO BẰNG:
MỘT SỐ HÀM Ý CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN**

高平口岸经济区：发展政策之若干含义

*PGS,TS Nguyễn Hoàng Việt
Đại học Thương mại*

商业大学博士.副教授 阮黄越

Tóm tắt

Bài viết này nghiên cứu mô hình khu kinh tế cửa khẩu gắn với đặc điểm tự nhiên - kinh tế - xã hội và các mục tiêu phát triển thương mại biên giới của tỉnh Cao Bằng; từ đó đề xuất một số kiến nghị về chính sách phát triển khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng đặt trong những rủi ro về chính sách thương mại biên giới Trung Quốc trong bối cảnh hiện nay.

Từ khóa: Chính sách thương mại biên giới; Cao Bằng; Khu kinh tế cửa khẩu; Một con đường - một vành đai.

摘要: 本文研究高平省有关自然、经济社会条件以及边界经贸发展目标的口岸经济区模型；从而提出在目前中国边界经贸政策的风险的背景下，对发展高平口岸经济区的政策得一些建议。

关键词: *边贸政策, 高平, 口岸经济区, 一带一路*

Thuật ngữ khu kinh tế cửa khẩu (KKTCK) mới được dùng ở Việt Nam trong thời gian gần đây khi quan hệ kinh tế - thương mại Việt Nam và Trung Quốc đã có những bước phát triển mới, đòi hỏi phải có mô hình kinh tế phù hợp nhằm khai thác các tiềm năng, thế mạnh kinh tế của hai nước thông qua các cửa khẩu biên giới. KKTCK Cao Bằng được thành lập ngày 11/3/2014 theo quyết định của Thủ tướng chính phủ, sau gần hai năm hoạt động KKTCK đã từng bước thành hình và có những đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Trong bối cảnh Trung Quốc liên tục có những thay đổi, điều chỉnh về chính sách thương mại biên giới, đặc biệt là những tác động về địa kinh tế từ chiến lược "Một vành đai - Một con đường" đặt ra cho các tỉnh biên giới phía Bắc nói chung và Cao Bằng nói riêng những triển vọng phát triển và cả những rủi ro để phát triển bền vững. Mục tiêu của bài viết này là nhận dạng những thách thức để từ đó đề xuất một số khuyến nghị về chính sách phát triển KKTCK Cao Bằng. Phần lớn các dữ liệu sử dụng trong bài viết này được thu thập trong chuyến khảo sát thực tế các địa phương trong khuôn khổ đề tài nghiên cứu cấp Nhà nước về phát triển chuỗi cung ứng hàng nông sản vùng Tây Bắc do trường Đại học Thương mại chủ trì, có kết hợp với số liệu thứ cấp được đăng tải trên các trang website chính thức của UBND, ban quản lí khu kinh tế tỉnh Cao Bằng.

1. Khu kinh tế cửa khẩu: một số vấn đề lý thuyết

Về mặt bản chất các KKTCK đều có đặc điểm chung về hành chính là nơi tiếp giáp hai hay nhiều quốc gia, có vị trí địa lý riêng trên đất liền, biển, sông hồ nằm trong tài liệu phân chia biên giới theo Hiệp định và được Nhà nước cho áp đặt một số chính sách riêng [4]. Quyết định số 33/2009/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ xác định KKTCK ở Việt Nam là "một không gian kinh tế xác định, gắn với cửa khẩu quốc tế hay cửa khẩu chính của quốc gia, có dân cư sinh sống và được áp dụng những cơ chế, chính sách phát triển đặc thù, phù hợp với đặc điểm từng địa phương sở tại nhằm mang lại hiệu quả KT-XH cao nhất dựa trên việc qui hoạch, khai thác, sử dụng, phát triển bền vững các nguồn lực, do Chính phủ hoặc Thủ tướng quyết định thành lập".

Để hiểu rõ về khái niệm KKTCK này, cần phải dựa trên cơ sở của nhiều khái niệm có liên quan. Đầu tiên là khái niệm "thương mại biên giới - TMBG" hay "kinh tế qua biên giới" thường được hiểu theo nghĩa hẹp là các hoạt động trao đổi thương mại, trao đổi hàng hoá giữa cư dân sinh sống trong khu vực biên giới, hoặc giữa các doanh nghiệp (DN) nhỏ đóng tại các địa bàn biên giới xác định, thuộc tỉnh có cửa khẩu biên giới. Thương mại qua các cửa khẩu biên giới có thể được thực hiện dưới nhiều hình thức khác nhau: trao đổi hàng hoá qua các cặp chợ biên giới, nơi cư dân 2 bên biên giới thực hiện các hoạt động mua/bán hàng hoá trên cơ sở tuân thủ các quy định của Nhà nước về tổng khối lượng hoặc tổng giá trị trao đổi. Địa điểm cho các cặp chợ này do chính quyền của cả 2 bên thỏa thuận (P.V. Linh, 2001). Hoặc là thực hiện dưới dạng trao đổi hàng hoá giữa hai DN nhỏ tại địa phương với các đối tác của mình ở bên kia biên giới. Thông thường, đây là các hoạt động trao đổi hàng hoá với giá trị không lớn.

Tuy nhiên, hiểu theo nghĩa rộng, TMBG bao gồm các dạng hoạt động trao đổi kinh tế, kỹ thuật qua các cửa khẩu biên giới, trong đó các hoạt động trao đổi thương mại là một trong những yếu tố cấu thành. Trong vòng hơn một thập kỉ vừa qua, TMBG đã có những thay đổi lớn và trở thành các hoạt động hợp tác kinh tế, kỹ thuật ngày càng đầy đủ và toàn diện hơn, bao gồm cả các hoạt động hợp tác kỹ thuật, XNK dịch vụ, thực hiện các liên doanh xuyên biên giới, các doanh nghiệp 100% vốn đầu tư của phía bên kia biên giới, buôn bán các trang thiết bị kỹ thuật, liên doanh phát triển cơ sở hạ tầng, du lịch qua biên giới [5]. Như vậy, trao đổi hàng hoá đơn giản đã trở thành các hoạt động hợp tác sản xuất kinh doanh.

P. Krugman (1991) đã chỉ rõ rằng thương mại biên giới có thể mang lại 4 lợi thế cho các quốc gia: *Thứ nhất*, các nước láng giềng có ưu thế về vị trí địa lý, khoảng cách nối liền qua biên giới sẽ làm giảm nhiều chi phí giao thông vận tải và liên lạc; các vùng biên giới lại thường là các vùng có nguồn tài nguyên dồi dào, sản vật quý đa dạng, là những tiền đề tốt để phát triển thương mại và du lịch. *Thứ hai*, khu vực các cửa khẩu biên giới trên bộ hiện còn chưa phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt như các vùng cửa khẩu hàng không, hàng hải, mà chỉ là một thị trường mới mở, mang tính chất bổ sung cho các nhu cầu của nhau. *Thứ ba*, các nước láng giềng có trình độ phát triển không quá chênh lệch về cơ cấu ngành nghề, sản phẩm, nguyên liệu, nhu cầu thị trường. *Thứ tư*, buôn bán biên giới trên bộ có thể có những hình thức đa dạng hơn so với buôn bán qua các cửa khẩu hàng không, hàng hải.

Do đặc điểm đặc trưng của KKTCK, đặt lên hàng đầu là các hoạt động thương mại, dịch vụ, gắn với các cửa khẩu và chịu tác động mạnh của các khu vực kinh tế, các vùng kinh tế cũng như chính sách biên mậu trong và ngoài nước. Nguồn hàng hóa, dịch vụ,... tại chỗ hay từ nơi khác đến đóng vai trò rất quan trọng để đảm bảo hoạt động và vận hành có hiệu quả. Đồng thời, trong quá trình hoạt động của mình, các chính sách quản lý điều hành liên

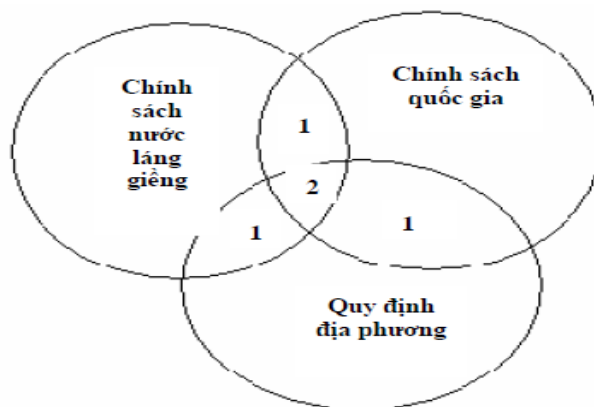
quan rất nhiều đến các thông lệ quy luật chung của quốc tế, vấn đề chủ quyền và an ninh biên giới, các hiệp định thỏa thuận chung giữa các nước có chung đường biên thông qua thực tế tại các cửa khẩu, các tuyến lực,... Vì vậy, tùy vào điều kiện từng nơi, trình độ tổ chức, quy mô phát triển (cửa khẩu quốc tế, quốc gia, cửa khẩu phụ,...) sẽ hình thành các mô hình kinh tế cửa khẩu khác nhau. Mỗi mô hình ứng với một giai đoạn phát triển riêng biệt theo xu hướng phát triển từ đối ứng sang đối trọng, từ thế bị động sang chủ động sao cho phát huy hết những lợi thế cạnh tranh tĩnh và động của quốc gia trong quá trình hội nhập và phát triển.

KKTCK là mô hình căn cứ vào nhu cầu phát triển kinh tế của mỗi nước, dựa trên các điều kiện tự nhiên thuận lợi các nước sẽ bố trí các cặp cửa khẩu quốc tế, quốc gia và địa phương; dựa trên một số các nguyên tắc như: thuận lợi cho việc kiểm soát các phương tiện, người và hàng hoá qua lại, trong đó cần có sự phối hợp hỗ trợ về các tiện ích công cộng [4]. Ngoài ra cần có dịch vụ tốt cho sự lưu trú của người cũng như của hàng hoá và các phương tiện quá cảnh, ... Có 2 mô hình phổ biến sau:

- Mô hình đối xứng: là mô hình được xây dựng theo định hướng phát triển của mỗi bên và thỏa thuận quốc gia, mỗi bên xây dựng KKTCK độc lập, cạnh tranh phát triển, do vậy nó có nét đối xứng mỗi bên có kết cấu hạ tầng giống nhau do đó chúng có những điểm bố trí tương đồng với nhau về kết cấu bao gồm: khu dân cư, khu thương mại, khu sản xuất, khu vui chơi giải trí, khu hành chính.

- Mô hình đặc biệt: đây là mô hình liên kết tạo ra vùng lãnh thổ đặc biệt, hai bên có thể thỏa thuận bằng một hiệp ước, theo đó chỉ ra vùng lãnh thổ hợp lý, có hàng rào, không có dân cư sinh sống. Điểm khác biệt về nguyên tắc của mô hình là hình thành một công ty kinh doanh hạ tầng cho thuê toàn bộ các tiện ích trong khu theo danh mục ngành nghề kinh doanh. Mô hình này có lợi thế khai thác tốt nhất hạ tầng và khả năng thu hút đầu tư quốc tế. Tuy nhiên, cơ chế trách nhiệm và lợi ích mỗi bên cần được phân định một cách thật rõ ràng.

Về thể chế, chính sách: Vì các KKTCK có vị trí đặc biệt và nhạy cảm nên được cho phép thí điểm một số cơ chế chính sách nhằm thúc đẩy phát triển KT-VH-XH toàn diện, được phân cấp trong quản lý từng bên cũng như chịu sự tác động của cơ chế, chính sách TMBG mà nước bạn áp dụng. KKTCK thuộc khu vực hành chính đến cấp cơ sở (thôn, tổ dân phố) được chính quyền Trung ương phân cấp quản lý theo hướng khuyến khích phát triển hơn các vùng khác nhưng không phải khu hành chính riêng như các đặc khu kinh tế. Kết quả là hình thành nên sự giao thoa về cơ chế chính sách giữa Trung ương và địa phương trong nước cũng như tại nước bạn được thể hiện trong hình 1. Trong đó: 1: các chính sách hỗ trợ KKTCK; 2: thể chế kinh tế cửa khẩu.



Hình 1: Mô hình thể chế, chính sách quản lý của KKTCK [1]

2. Thương mại biên giới và sự phát triển của các khu kinh tế cửa khẩu Việt - Trung

Những năm gần đây, hoạt động TMBG Việt Nam - Trung Quốc đã góp phần thúc đẩy phát triển KT-XH các tỉnh miền núi biên giới phía bắc và luôn duy trì đà phát triển, góp phần đưa Trung Quốc trở thành đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam với mức tăng trưởng đạt 23%/năm trong giai đoạn 2006-2014, chiếm tỷ trọng trung bình hơn 31% trong tổng kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam - Trung Quốc cùng giai đoạn. Tổng kim ngạch XNK hàng hóa qua biên giới từ năm 2008 đến năm 2013 đạt trên 72 tỷ USD. Trong giai đoạn 2008-2014, kim ngạch XNK, trao đổi hàng hóa qua biên giới cơ bản duy trì được đà phát triển với mức tăng trưởng bình quân trên 10%/năm.

Ngay từ 1996, Chính phủ Việt Nam bắt đầu tiến hành thí điểm xây dựng khu kinh tế Móng Cái thông qua việc phê duyệt một số cơ chế ưu đãi cho khu kinh tế này. Đầu 2008, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt "Quy hoạch phát triển các KKTCK của Việt Nam đến năm 2020". Từ việc áp dụng chính sách thí điểm này, đặc biệt là Quyết định số 53/2001/QĐ-TTg, các KKTCK đã có những tác dụng tích cực, góp phần thúc đẩy tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh cũng như của cả nước. Trong số đó, các KKTCK nằm trên tuyến biên giới Việt - Trung đã có đóng góp lớn cho sự phát triển quan hệ thương mại du lịch qua các cửa khẩu biên giới.

Bảng 1: Các khu kinh tế cửa khẩu trên tuyến biên giới Việt - Trung

Khu vực cửa khẩu	Phạm vi hành chính các địa phương thuộc KKTCK của Việt Nam	Cửa khẩu phía Trung Quốc
Quảng Ninh	- Thị xã Móng Cái và các xã: Hải Xuân, Hải Hòa, Bình Ngọc, Trà Cổ, Ninh Dương, Vạn Ninh, Hải Yến, Hải Đông, Hải Tiến, Vĩnh Trung, Vĩnh Thục	Đông Hưng - Tỉnh Quảng Tây
Lạng Sơn	- Cửa khẩu Đồng Đăng (đường sắt); - Cửa khẩu Hữu Nghị (đường bộ), gồm thị trấn Đồng Đăng và xã Bảo Lam- huyện Cao Lộc.	Hữu Nghị Quan - Tỉnh Quảng Tây
Cao Bằng	- Cửa khẩu quốc gia Tà Lùng - xã Tà Lùng - huyện Quảng Hà. - Cửa khẩu Hùng Quốc - xã Hùng Quốc - huyện Trà Lĩnh. - Cửa khẩu Sóc Giang - xã Sóc Hà - huyện Quảng Hà.	- Thủy Khẩu - Long Bằng - Bình Mãng Tỉnh Quảng Tây
Lào Cai	- Cửa khẩu quốc tế Lào Cai gồm: phường Lào Cai, Phố Mới, Cốc Lếu, Duyên Hải; xã Vạn Hòa, thôn Lục Cầu, xã Đông Tuyển, thôn Na Mo - huyện Bảo Thắng. - Cửa khẩu Mường Khương ở xã Mường Khương	- Hà Khẩu - Tỉnh Vân Nam - Kiều Dâu
Hà Giang	- Cửa khẩu quốc tế Thanh Thủy và 03 cặp cửa khẩu phụ Phó Bảng- Đồng Cán, Xín Mần - Đò Long và Săm Pun - Điền Bồn.	Thiên Bảo - Tỉnh Vân Nam
Lai Châu	- Cửa khẩu quốc gia Ma Lò Thành gồm 2 xã Ma Li Pho và Mường So thuộc huyện Phong Thổ và xã Huổi Luôn thuộc huyện Sìn Hồ	Kim Thủy Hà - Tỉnh Vân Nam
Điện Biên	- Cửa khẩu quốc tế Tây Trang gồm các xã Na U, Pa Thơm, Sam Mứn thuộc huyện Điện Biên	Sop Hun - Tỉnh Vân Nam

Nguồn: Tổng hợp các QĐ của Thủ tướng Chính phủ

Theo Bộ Công Thương, tuyến biên giới Việt Nam - Trung Quốc, kim ngạch XNK, trao đổi hàng hóa qua biên giới chiếm tỷ trọng trung bình 30% tổng kim ngạch thương mại song phương. Hàng hóa XNK trao đổi rất phong phú, trong đó, hàng hóa XK chủ yếu là nhóm hàng nông lâm thủy sản như đường, gạo, cao su, sắn, hoa quả tươi các loại (dưa hấu, vải quả, chuối, thanh long, xoài, ...). Còn hàng hóa NK là nguyên nhiên vật liệu, vật tư đầu vào cần thiết cho sản xuất như phân bón các loại, lá thuốc lá, than cốc, hóa chất, máy móc thiết bị, phương tiện vận tải, hàng điện tử, thực phẩm, hàng tiêu dùng và điện năng, ... Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản, kim ngạch XK chiếm tỷ trọng trung bình hơn 20%/năm trong tổng kim ngạch XK. Nhóm hàng công nghiệp chiếm tỷ trọng trung bình trên 10%/năm trong tổng kim ngạch XK và tỷ trọng cả hai nhóm này có xu hướng tăng dần lên từ năm 2010 (khoảng 30%/năm), trong đó có nhiều mặt hàng trước đây ta phải NK từ Trung Quốc, thì hiện nay có khả năng XK trở lại như hóa chất, thiết bị phụ tùng, sắt thép, gỗ, ... Tiếp đến là nhóm hàng nguyên, nhiên liệu và khoáng sản trước đây chiếm tỷ trọng lớn khoảng 55 - 60% trong tổng kim ngạch XK, nhưng đang có xu hướng giảm dần chỉ chiếm khoảng 25%.

Cửa khẩu XNK, trao đổi hàng hóa đa dạng có cửa khẩu quốc tế, cửa khẩu chính (còn gọi cửa khẩu song phương hay quốc gia), cửa khẩu phụ, lối mở biên giới, cặp chợ biên giới với quy mô XNK, trao đổi hàng hóa lớn nhất thuộc về cửa khẩu quốc tế chiếm trên 57%, thứ hai là cửa khẩu phụ biên giới chiếm 17%, thứ ba là điểm kiểm tra hàng hóa XK chiếm 12%. Bên cạnh đó, phương thức kinh doanh rất đa dạng: XNK trực tiếp, tạm nhập - tái xuất (TNTX), chuyển khẩu, kho ngoại quan, trao đổi của cư dân biên giới. Phương thức TNTX, kho ngoại quan tăng trưởng không đều. Phương thức chuyển khẩu duy trì được sự tăng trưởng đều qua các năm. Phương thức trao đổi của cư dân biên giới về cơ bản duy trì được tăng trưởng đều qua các năm, với quy mô kim ngạch nhỏ nhất trong các phương thức thương mại qua biên giới.

Hệ thống cơ sở pháp lý về quản lý thương mại biên giới đã dần được hoàn thiện và phù hợp với tình hình phát triển hiện nay. Quyết định số 45/2013/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế điều hành hoạt động tại các cửa khẩu biên giới đất liền là cơ sở để phối hợp các lực lượng tại chỗ tạo thuận lợi XNK hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới. Mới đây, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 52/2015/QĐ-TTg về quản lý hoạt động thương mại biên giới. Trên cơ sở này, Bộ Công Thương hướng dẫn thực hiện các quy định về thương nhân, hàng hóa và các quy định khác về hoạt động thương mại biên giới.

3. Chính sách thương mại biên giới của Trung Quốc

Từ thập niên 2000, Việt Nam - Trung Quốc đã thỏa thuận nhiều kế hoạch thúc đẩy giao lưu và phát triển kinh tế các tỉnh biên giới. Hai tỉnh của Trung Quốc giáp với Việt Nam là Vân Nam và Quảng Tây. Dân số hai tỉnh cộng lại lên tới trên 97 triệu người, lớn hơn dân số cả nước Việt Nam. Cơ cấu GDP cho thấy công nghiệp hóa của hai tỉnh đã lên mức khá cao với mức GDP gấp rưỡi Việt Nam. Phía Việt Nam có 7 tỉnh tiếp giáp biên giới với Trung Quốc. Như Bảng 1 cho thấy, dân số cả 7 tỉnh cộng lại chỉ khoảng 5 triệu người và trừ Quảng Ninh, cả 6 tỉnh còn lại đều là vùng núi với ngành nông lâm khoáng sản chiếm vị trí lớn trong GDP. Do chênh lệch lớn về quy mô, quan hệ kinh tế giữa 2 tỉnh của Trung Quốc với Việt Nam không giới hạn trong 7 tỉnh này mà mở rộng đến phần lớn miền Bắc bao gồm Hà Nội và Hải Phòng.

Năm 2002, theo đề khởi của 2 thủ tướng Chu Dung Cơ và Phan Văn Khải, ý tưởng *Hai hành lang một vành đai* ra đời. Nhân chuyến thăm Việt Nam của Thủ tướng Ôn Gia Bảo vào tháng 10/2004, hai bên đã ra thông cáo chung về chiến lược hợp tác này. Theo kế hoạch

hợp tác này, hai hành lang sẽ được xây dựng: một từ Côn Minh (thủ phủ tỉnh Vân Nam) đến Hải Phòng đi ngang qua Lào Cai và Hà Nội, và một từ Nam Ninh (thủ phủ tỉnh Quảng Tây) đến Hải Phòng xuyên qua Lạng Sơn và Hà Nội, đồng thời xây dựng vành đai phát triển kéo dài từ Phòng Thành và Đông Hưng (giáp giới với Móng Cái) sang Hạ Long và Hải Phòng. Để cụ thể hóa chiến lược này, hai bên có kế hoạch xúc tiến xây dựng các đường cao tốc hoặc/và đường sắt và đơn giản hóa thủ tục ở các cửa khẩu để hàng hóa di chuyển dễ dàng giữa hai nước. Tuy nhiên, cho đến nay, chỉ có đường cao tốc của hành lang Nam Ninh-Lạng Sơn-Hà Nội-Hải Phòng là hoàn thành. Phía Trung Quốc xem như đã hoàn tất các tuyến đường cao tốc nối Côn Minh và Nam Ninh đến các điểm chính ở biên giới. Phía Việt Nam chủ yếu do thiếu vốn, do phải ưu tiên xây dựng hạ tầng ở các nơi khác, việc đầu tư cho vùng này chưa tiến triển nhiều.

Sau đó Trung Quốc phát triển một chiến lược khác, hoành tráng hơn, nhằm nối kết Vân Nam và Quảng Tây với khối ASEAN, không phải chỉ với Việt Nam. Đó là chiến lược *Một trục hai cánh*, do chính quyền Quảng Tây công bố 2006, trong đó *một trục là hành lang kinh tế dài 3.900 km, kéo dài từ Nam Ninh đến tận Singapore, xuyên qua Hà Nội, Vientian, Phnom Penh và Kuala Lumpur*. Về *hai cánh*, một là vùng liên đới kinh tế khu vực sông Mekong (nối kết Vân Nam với các nước trong khu vực Mekong) và một là vùng liên đới kinh tế vịnh Bắc bộ mở rộng (nối kết vùng Hoa Nam gồm Quảng Đông, Quảng Tây, Hải Nam và Hong Kong với Việt Nam, Philippines, Brunei, Cambodia, Singapore, Malaysia và Indonesia. Trung Quốc muốn thông qua 3 tỉnh cực đông nam, nhất là tỉnh Vân Nam và Quảng Tây, để đẩy mạnh quan hệ với ASEAN [1].

Trong so sánh với Vân Nam, điều kiện địa lý và kế hoạch phát triển của Quảng Tây sẽ tác động mạnh đến Việt Nam nhiều. Đặc biệt thủ phủ Nam Ninh và các thành phố ven vịnh Bắc bộ có vai trò quan trọng. Năm 2014 riêng Nam Ninh chiếm tới hơn 30% tổng kim ngạch XK của Trung Quốc sang Việt Nam và 10% kim ngạch NK của Trung Quốc từ Việt Nam. Một đặc điểm lớn của kế hoạch phát triển Quảng Tây là khai thác tiềm năng các thành phố vùng ven biển gần vịnh Bắc bộ và xây dựng mạng lưới giao thông nối các thành phố đó với những trung tâm kinh tế trong và ngoài tỉnh.

Theo mục tiêu phát triển của Quy hoạch 5 năm lần thứ 12 (2011-2015) của Quảng Tây, chất lượng các đường cao tốc sẽ cải thiện để rút ngắn thời gian từ Nam Ninh đến các thành phố lớn khác trong tỉnh (Quế Lâm, Liễu Châu) còn 2 tiếng, và từ Nam Ninh đến các thủ phủ của 2 tỉnh lân cận là Quảng Châu (Quảng Đông) và Côn Minh (Vân Nam) còn 3 tiếng. Phòng Thành là một trong những hải cảng lớn, tàu 20 vạn tấn có thể cập bến. Hàng hóa của khu vực miền tây (Vân Nam, Trùng Khánh, Tứ Xuyên, Hồ Nam) xuất ra nước ngoài cũng qua cảng Phòng Thành. Bắc Hải đã có sân bay. Khâm Châu có kho ngoại quan. Cùng với Phòng Thành, ba thành phố ở vịnh Bắc bộ này ngày càng kết hợp thành một quần thể phát triển công nghiệp lớn. Về mậu dịch giữa Quảng Tây và Việt Nam, ngoài các cửa khẩu như Đồng Đăng (Lạng Sơn) - Bằng Tường và Móng Cái (Quảng Ninh) - Đông Hưng, hàng hóa còn di chuyển bằng đường biển giữa hai cảng Phòng Thành và Khâm Châu với Hải Phòng và Đà Nẵng. Với mạng lưới giao thông như đã nói, ngoài các cơ sở sản xuất tại Quảng Tây, hàng công nghiệp sản xuất ở Quảng Đông, Trùng Khánh và các tỉnh khác của Trung Quốc cũng dễ dàng đến Việt Nam qua các cửa khẩu ở vịnh Bắc bộ [9].

Gần đây, Trung Quốc tăng cường nỗ lực tuyên truyền về chiến lược “*Một vành đai, một con đường*” đầy tham vọng của mình, nhằm tạo ra một hành lang kinh tế mới mở rộng lên

tới 60 quốc gia trên toàn thế giới. Trung Quốc đầu tư rất mạnh vào các dự án cơ sở hạ tầng bao gồm đường sá, hệ thống cảng biển trải dài từ Đông Nam Á, Tây Á, Châu Phi sang Châu Âu,... Đối với khu vực Đông Nam Á, Trung Quốc đầu tư rất mạnh vào Myanmar, Lào, Campuchia, Malaysia,... và tạo “đòn bẩy cơ sở hạ tầng” tại Khu vực tiểu vùng sông Mekong (GMS). Khu vực GMS là khu vực bao gồm lãnh thổ của 6 quốc gia: Trung Quốc (gồm tỉnh Vân Nam và Quảng Tây), Myanmar, Thái Lan, Lào, Campuchia và Việt Nam; được kết nối với nhau qua: Sông Mekong (khởi nguồn từ Trung Quốc); 9 hành lang kinh tế; và các liên kết về văn hóa, xã hội. Từ khi Chương trình hợp tác kinh tế GMS được triển khai năm 1992, các quốc gia GMS đã cùng hợp tác tăng cường các chương trình đầu tư trong nhiều lĩnh vực khác nhau, trong đó nổi bật nhất vẫn là lĩnh vực giao thông chiếm hơn 90% vốn đầu tư. Đây là một trong những lý do chính thúc đẩy các quốc gia GMS phát triển hệ thống hạ tầng giao thông từ những năm cuối thế kỷ 20 đến nay. Quá trình mở rộng và hình thành mạng lưới hạ tầng giao thông GMS đã tái định hình khu vực, trong đó nổi bật là sự xuất hiện “vùng tập Trung Quốc tế” (mà Trung Quốc gọi là International Hub) - yếu tố tác động đến mức độ hội nhập của từng vùng khác nhau, từng quốc gia khác nhau trong khu vực [6].

Tuy nhiên, điểm mấu chốt chính là Trung Quốc chọn lựa những địa phương mang tính chiến lược - vừa giúp nền kinh tế Trung Quốc phát triển về mặt tổng thể, vừa nâng tầm các vùng kinh tế vốn nghèo nàn, lạc hậu của Trung Quốc nhưng nằm trong liên kết với các nước GMS còn lại. Rõ ràng và cụ thể nhất chính là hai tỉnh Quảng Tây, và đặc biệt quan trọng là Vân Nam thông qua chiến lược “Tiến về phía tây nam”. “Đầu mối” của Trung Quốc với các nước GMS là Vân Nam, hiểu chữ “đầu mối” ở đây không những theo nghĩa các kết cấu về giao thông vận tải, và còn là sự kết nối về hàng hóa, thương mại và các chính sách hỗ trợ phát triển các vùng biên giới.

Chiến lược đầu tư hạ tầng của Trung Quốc đưa Vân Nam, mà trọng tâm là thành phố Côn Minh, trở thành Vùng tập trung với sự giao thoa của hầu hết các tuyến đường bộ, đường sắt, đường viễn thông, lẫn đường năng lượng. Mục tiêu chiến lược của Trung Quốc là nối các vùng đất hàng lang giữa tây nam Trung Quốc (cụ thể là Vân Nam) với bán đảo Đông Dương, kết nối thị trường giữa tây nam Trung Quốc và Đông Nam Á. Đó là lý do mà từ năm 1992, Trung Quốc đã rất nỗ lực kết nối tỉnh Vân Nam (và sau này thêm Quảng Tây) với các quốc gia khu vực GMS. Trung Quốc chi 30 triệu USD cho việc xây dựng đường cao tốc từ thành phố Côn Minh, sang thủ đô Bangkok (Thái Lan), chạy qua Lào; 5 triệu USD cho dự án cải tiến kênh hàng hải tại khu vực thượng nguồn sông Mekong. Hầu hết các giao dịch thương mại giữa Trung Quốc với Lào, Myanmar tập trung tại Vân Nam. GDP của tỉnh Vân Nam tăng mạnh từ 33 tỷ USD năm 2000 lên 160 tỷ USD năm 2012, và tỉnh này quyết tâm đẩy con số này lên gấp đôi vào năm 2017 thông qua việc đẩy mạnh giao thương xuyên biên giới [6].

Số dự án trong lĩnh vực giao thông vận tải của Trung Quốc tại khu vực GMS chiếm 33% trên tổng dự án. So sánh số vốn đầu tư đưa ra một kết quả ấn tượng hơn khi 89% vốn của các nhà đầu tư Trung Quốc tập trung vào lĩnh vực này. Tuy nhiên, chiến lược đầu tư hạ tầng của Trung Quốc tập trung chủ yếu cho Vân Nam “phình to”, trở thành "Vùng tập trung" với sự giao thoa của hầu hết các tuyến đường bộ, đường sắt, viễn thông, năng lượng. Thông qua đó, Trung Quốc tiến hành các chính sách sản xuất và thương mại với các quốc gia khu vực. Bên cạnh đó, xét tổng thể GMS, hạ tầng giao thông chỉ giao thoa tại ba địa điểm chính, bao gồm Vân Nam (Trung Quốc), Viên Chăn (Lào) và Bangkok (Thái Lan) [6].

Có thể hình dung về viễn cảnh khi các kết nối cơ sở hạ tầng tại ASEAN trong khuôn khổ GMS hình thành, cùng với sự trỗi dậy về kinh tế của Lào, Myanmar, Campuchia, hàng hóa sẽ được vận chuyển dọc theo các trục hành lang kinh tế qua các quốc gia này sang Nam Á (qua đường Myanmar), sang Trung Quốc (qua Lào vào Vân Nam) và XK qua hệ thống cảng biển của Thái Lan. Một khi mạng lưới đó thông suốt, hàng hóa của Trung Quốc có thể tiếp cận khu vực Đông Nam Á bằng nhiều cách mà không cần thông qua hệ thống đường, cảng của Việt Nam.

4. Khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng và một số rủi ro trong chính sách phát triển hiện nay

Cao Bằng là tỉnh có đường biên giới dài nhất với Trung Quốc - trên 330 km đường biên giới - với 1 cửa khẩu quốc tế, 3 cửa khẩu quốc gia cùng nhiều đường mòn, lối mở. Cao Bằng giáp với thành phố Bách Sắc (Quảng Tây) kết nối với Quý Châu - Trùng Khánh (Tứ Xuyên) - 1 trong 4 trung tâm công nghiệp lớn của Trung Quốc với kim ngạch XNK lên tới 60-70 tỷ USD/năm. Trùng Khánh cũng là điểm trung chuyển hàng hóa của 6 tỉnh Tây Nam Trung Quốc tới Bắc Kinh, Thượng Hải, ... Tuyến đường nối từ Trùng Khánh đến Bách Sắc - Cao Bằng về Hải Phòng khoảng 320 km là tuyến đường ngắn nhất, theo tính toán, tuyến vận tải này nếu được hình thành ra biển qua cảng Hải Phòng sẽ rút ngắn được khoảng cách vận chuyển khoảng 1.100 km so với vận chuyển hàng hóa từ các tỉnh này ra cảng gần nhất của Trung Quốc [11].

Ngày 11/3/2014, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định 20/2014/QĐ-TTg về việc thành lập KTKK tỉnh Cao Bằng với tổng diện tích tự nhiên hơn 30.130 ha, bao gồm 37 xã và 3 thị trấn của 7/13 huyện, thành phố. Trong đó, cửa khẩu Trà Lĩnh sẽ tập trung phát triển trở thành trung tâm của KTKK Cao Bằng, có vai trò kết nối giao thông với các thành phố Bách Sắc, Trùng Khánh của Trung Quốc. Ranh giới địa lý KKT cửa khẩu tiếp giáp với các huyện: Nà Po, Tĩnh Tây, Long Châu, Đại Tân (Quảng Tây, Trung Quốc), với tổng chiều dài biên giới khoảng 200 km (trong tổng số hơn 330 km đường biên giới của tỉnh Cao Bằng).

Năm 2014 được đánh giá là năm có nhiều khó khăn nhưng kết thúc năm 2014 tổng thu ngân sách toàn tỉnh Cao Bằng vẫn đạt 1.175 tỷ đồng (cao hơn so với 1.150 tỷ đồng kế hoạch). Một điểm nhấn khác của Cao Bằng đó là trong lĩnh vực XNK. Theo đó, nếu 2009, kim ngạch XNK của Cao Bằng chỉ đạt 300 triệu USD thì đến năm 2013 con số này lên tới 2 tỷ USD. Năm 2014, dù không đạt kết quả cao như năm 2013 nhưng kim ngạch XNK qua địa bàn cũng đạt 1,5 tỷ USD. Hiệu quả hoạt động của KTKK của tỉnh càng ngày càng rõ nét. Giai đoạn 2011 - 2015, tổng kim ngạch XNK qua các cửa khẩu của tỉnh đạt 1.900,24 triệu USD (trong đó: XK là 828,53 triệu USD; NK là 1.071,71 triệu USD); Tổng thu thuế XNK tại các cửa khẩu là 834,412 tỷ đồng; Tổng thu phí sử dụng hạ tầng cửa khẩu giai đoạn 2011-2015 là: 615,2 tỷ đồng, trong đó: năm 2011: 37,2 tỷ đồng; năm 2014: 143,7 tỷ đồng. Giai đoạn 2011 - 2015 có 2.464.162 lượt người và 131.059 lượt phương tiện xuất nhập cảnh qua các cửa khẩu của tỉnh [12].

Khu hợp tác kinh tế biên giới Trà Lĩnh (Việt Nam) - Long Bang (Trung Quốc) được Bộ Công Thương đưa vào Đề án tổng thể xây dựng khu hợp tác kinh tế biên giới Việt - Trung. Hai bên đã thống nhất được nhiều nội dung, trong đó, quan trọng là thúc đẩy khai thông tuyến vận tải quốc tế từ Cao Bằng qua Cửa khẩu Trà Lĩnh - Long Bang đến Bách Sắc (Quảng Tây), đi vào hoạt động từ tháng 7/2013, tạo bước khởi đầu cho việc hình thành tuyến vận tải đường bộ quốc tế: Cao Bằng (Việt Nam) - Quảng Tây - Quý Châu - Trùng Khánh (Trung Quốc). Việc kết nối tuyến đường bộ này sẽ hình thành hành lang kinh tế từ Trùng Khánh - Quý Châu

- Quảng Tây (qua Bách Sắc) của Trung Quốc qua Cửa khẩu Trà Lĩnh (Cao Bằng) kết nối với các nước ASEAN theo đường Hồ Chí Minh và nối trục Cao Bằng - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng theo Quốc lộ 4A ra các nước ASEAN và quốc tế [10].

Cao Bằng [7] cũng đã tập trung nguồn lực để đẩy mạnh đầu tư vào các dự án liên quan đến cơ sở hạ tầng các khu vực cửa khẩu để phục vụ hoạt động XNK. Điều kiện đường sá, kho bãi được xây dựng cơ bản giúp cho hoạt động XNK qua Cao Bằng cũng có sự tăng trưởng đáng kể, nhất là kinh doanh TNTX và kho ngoại quan. Theo Cục Hải quan Cao Bằng, từ đầu năm 2015, trái với sự đi xuống của hàng hóa XNK đăng ký làm thủ tục tại đơn vị, lượng hàng hóa kinh doanh TNTX và gửi kho ngoại quan qua Cao Bằng vẫn tăng trưởng mạnh (đa phần hàng hóa được mở tờ khai ở Hải quan Hải Phòng). Theo Ban Quản lý KKT Cao Bằng, từ năm 2011 đến năm 2015, tổng số thu phí sử dụng cửa khẩu ở địa bàn dự kiến đạt khoảng 545 tỷ đồng (trong đó riêng năm 2015 dự kiến đạt 150 tỷ đồng). Số liệu này cho thấy tiềm năng lớn trong việc thu hút nguồn hàng trung chuyển qua KKTCK Cao Bằng để kết nối với thị trường ASEAN [10]. Công tác thu hút vốn đầu tư vào KKTCK Cao Bằng cũng đã đạt được kết quả tích cực. Tính đến 15/5/2015, đã có 46 dự án đầu tư được cấp giấy chứng nhận đầu tư (trong đó có 08 dự án đầu tư có vốn nước ngoài với tổng vốn đăng ký đầu tư là 30,855 triệu USD và 38 dự án đầu tư trong nước với tổng vốn đăng ký là 2.953 tỷ đồng). Hiện nay đã có 20 dự án đi vào hoạt động bước đầu có hiệu quả góp phần tạo công ăn, việc làm cho người lao động (hơn 200 lao động, với thu nhập từ 2 đến 3,5 triệu đồng/người/tháng) và tăng thu ngân sách cho địa phương.

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, mục tiêu phát triển kinh tế cửa khẩu của tỉnh Cao Bằng cũng bộc lộ một số rủi ro chính sau:

- Một là, theo lý thuyết địa kinh tế (P. Krugman, 1991) cho thấy khi hai nước hoặc hai vùng kinh tế có sự chênh lệch về quy mô và thời điểm phát triển sẽ dễ trở thành quan hệ giữa một bên là “trung tâm” (center) và một bên là “ngoại vi” (periphery). Nếu “trung tâm” phát triển với tốc độ nhanh hơn sẽ ngày càng kéo “ngoại vi” vào quỹ đạo của mình nếu khu vực “ngoại vi” không thay đổi được các điều kiện kinh tế để xác lập cho mình thành một “trung tâm” riêng. Khi có sự chênh lệch quá lớn về quy mô và về thời điểm cũng như tốc độ phát triển, các hoạt động sản xuất kinh doanh có khuynh hướng tập trung về “trung tâm”. Ví như GDP của Cao Bằng đạt trên 1.000 tỷ VNĐ thật quá nhỏ so với thu ngân sách hàng năm hơn 100.000 tỷ của Bách Sắc hay GDP của 2 tỉnh Vân Nam và Quảng Tây gần gấp rưỡi của Việt Nam. Tính quy mô giúp cho vùng sản xuất với quy mô lớn có lợi thế ngay về chi phí sản xuất. Hàng Trung Quốc rẻ phần lớn là nhờ tính quy mô. Thời điểm phát triển sớm hơn lại với tốc độ nhanh hơn cũng giúp nước (hoặc vùng) phát triển trước tạo lập được ưu thế về phí tổn sản xuất so với nước đi sau. Giữa “trung tâm” và “ngoại vi”, nếu hàng rào thuế quan và chi phí giao thông đủ lớn sẽ làm yếu sức thu hút (lực dẫn) của “trung tâm” và các khu vực “ngoại vi” cũng có thể phát triển độc lập hoặc tạo dựng được sự phân công hợp lý với “trung tâm”. Nhưng với trào lưu tự do ngoại thương ngày nay và phí tổn giao thông giảm do sự kết nối về hạ tầng giao thông giữa “trung tâm” và “ngoại vi”, nguy cơ lệ thuộc vào trung tâm của vùng ngoại vi có khả năng cao [9]. Rủi ro về quy mô này có thể dẫn đến TMBG và kinh tế của tỉnh Cao Bằng sẽ bị ảnh hưởng mạnh và dẫn đến dần dần phụ thuộc vào "lực hút" của tỉnh Quảng Tây nói chung và thành phố Bách Sắc nói riêng.

Hai là, về lý thuyết con đường tiếp cận thẳng với thị trường Việt Nam từ Trùng Khánh (Tứ Xuyên) đến Bách Sắc - Trà Lĩnh - Cao Bằng - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng là ngắn

nhất và rất tiềm năng phát triển dịch vụ logistics cửa khẩu theo 2 chiều: XK hàng nông sản sang Trung Khánh - Trung Quốc và NK hàng hóa vào thị trường Việt Nam và ASEAN. Tuy nhiên, như phần 3 đã phân tích trong trung và dài hạn (khoảng từ 3 năm nữa) khi cơ sở hạ tầng kết nối từ Vân Nam với khu vực các quốc gia GMS được hình thành điều này mở ra nhiều quan ngại rằng Việt Nam và các tỉnh biên giới Việt Trung như Cao Bằng sẽ chỉ nằm trong “trục đường phụ”, thiếu sức ảnh hưởng và khả năng “mặc cả” khi tiến hành hoạt động thương mại với Trung Quốc mà Vân Nam đóng vai trò là một vùng tập trung quan trọng.

Hiện nay, quy hoạch phát triển cơ sở hạ tầng của Việt Nam vẫn chỉ dựa trên trục hình chữ Y chạy dọc từ Bắc vào Nam mà thiếu đi các dự án phát triển giao thông kết nối trục Đông - Tây và xuyên biên giới để kết nối với các nước Thái Lan, Lào, Campuchia,... Ngoài ra, quy hoạch phát triển hệ thống cảng còn mang tính chất địa phương, chi phí đất đỏ, dịch vụ kém, thời gian thông quan lâu cũng là những bất cập hiện tại nên dù có nhiều cảng biển nhưng hiện thời Campuchia và Lào vẫn không mấy mặn mà trong việc XNK hàng hóa qua cảng của Việt Nam [6]. Trong bối cảnh đó, lưu thông hàng hóa qua Việt Nam sẽ giảm xuống. Chúng ta thấy rằng rủi ro của các nước không thể và không kịp kết nối với cơ sở hạ tầng khu vực là làm suy giảm sức hấp dẫn từ phía các nhà đầu tư và khiến cho đầu tư vào cơ sở hạ tầng trở nên lãng phí.

Ba là, về mặt dịch giữa Quảng Tây và Việt Nam, ngoài các cửa khẩu có nhiều thuận lợi về kết nối như Đồng Đăng (Lạng Sơn) - Bằng Tường và Móng Cái (Quảng Ninh) - Đông Hưng, hàng hóa còn dễ dàng di chuyển bằng đường biển giữa 2 cảng Phòng Thành và Khâm Châu với Hải Phòng và Đà Nẵng. Với mạng lưới giao thông như đã nói, ngoài các cơ sở sản xuất tại Quảng Tây, hàng công nghiệp sản xuất ở Quảng Đông, Trung Khánh và các tỉnh khác của Trung Quốc cũng dễ dàng vào Việt Nam qua các cửa khẩu ở vịnh Bắc bộ. Rủi ro về người đi sau đặt KKTCK Cao Bằng phải cạnh tranh về môi trường đầu tư với các tỉnh, thành phố có lợi thế về môi trường kinh doanh như Quảng Ninh xếp thứ 5 trong bảng xếp hạng PCI năm 2014.

Bốn là, hoạt động TMBG Việt Trung cần phải tính đến những rủi ro từ sự tác động của mối quan hệ chính trị - ngoại giao của 2 nước trong thời gian vừa qua, đặc biệt sau sự kiện giàn khoan 981 và sự gia tăng tranh chấp trên Biển Đông [3]. Thực tế cho thấy Trung Quốc thường thay đổi "bất thành linh" chính sách hoặc thực hiện chính sách "cấm biên" với nhiều hình thức như tăng cường giám sát, chống buôn lậu, kiểm tra, kiểm dịch,... Thường trong 1 năm phía Trung Quốc có từ 1-2 đợt tăng cường, mỗi đợt từ 1-2 tháng làm khó khăn và cản trở các hoạt động giao thương của hàng hóa Việt Nam và hoạt động của các KKTCK. Do vậy luôn đặt Việt Nam ở thế bị động và không thể đối phó kịp thời. Như nông sản XK khi đến cửa khẩu biên giới đã bị phía Trung Quốc buộc phải chuyển sang một cửa khẩu khác mới được thông quan, dẫn tới tình trạng dón xe về cửa khẩu này. Hậu quả, sản phẩm bị hư hỏng do giao thông ùn tắc quá lâu.

Năm là, cần thẳng thắn nhìn nhận TMBG Việt - Trung là mô hình thương mại gắn với buôn lậu [1]. Trên dọc tuyến biên giới Việt - Trung dài hơn 1.450 km đi qua 7 tỉnh, tình hình buôn lậu luôn diễn ra rất phức tạp, khó kiểm soát. Các mặt hàng nhập lậu từ Trung Quốc đa phần là hàng cấm, có thuế NK cao, hàng phải qua kiểm tra chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm,... Trong khi đó, xuất lậu chủ yếu là khoáng sản. Đơn cử như mặt hàng quặng sắt, phía Việt Nam thống kê xuất sang Trung Quốc 23.000 tấn nhưng nước này ghi nhận nhập từ Việt Nam tới 1,74 triệu tấn. Chỉ với quặng sắt, giai đoạn 2011 - 2012, Việt Nam thất thu do xuất

lậu quặng sắt khoảng 1.700 tỉ đồng/năm. Số liệu thống kê hàng NK vào Việt Nam của hai phía Việt Nam và Trung Quốc cho thấy độ vênh giữa hai phía ngày càng lớn theo năm tháng. Nếu như 2011, độ vênh chỉ là 4,5 tỷ đô la, thì đến năm 2014, con số này đã là 20 tỷ. Cho dù, không phải tất cả số vênh này đều có thể quy là buôn lậu, nhưng có thể khẳng định do một lượng hàng hóa quy mô lớn nhập lậu và xuất lậu tiểu ngạch qua biên giới mà Việt Nam chưa quản lý được.

Cuối cùng, rủi ro từ khả năng huy động nguồn vốn và quản trị hiệu quả các dự án đầu tư cơ sở hạ tầng giao thông để đảm bảo khả năng kết nối từ cửa khẩu Trà Lĩnh [4]. Mặc dù tỉnh Cao Bằng có nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển kinh tế đối ngoại, thương mại, dịch vụ,... nhưng do điều kiện tự nhiên không thuận lợi, địa hình phức tạp, xuất phát điểm kinh tế thấp, đặc biệt hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông còn nhiều yếu kém nên đến nay Cao Bằng vẫn là một trong những tỉnh nghèo nhất nước. Hiện toàn tỉnh vẫn còn 119 xã đặc biệt khó khăn, 5 huyện nghèo và tỷ lệ hộ nghèo còn trên 20%. Do đặc điểm tự nhiên nên đường bộ là loại hình giao thông duy nhất trên địa bàn. Các tuyến quốc lộ trên địa bàn tỉnh đã và đang được đầu tư xây dựng, cơ sở hạ tầng giao thông đã được cải thiện nhưng vẫn chưa đáp ứng được với nhu cầu phát triển KT-XH của địa phương. Cụ thể, mạng lưới đường giao thông trên địa bàn tỉnh nhìn chung chất lượng còn thấp, các tuyến quốc lộ hiện nay mới đạt quy mô cấp IV và cấp V miền núi, mặt đường rộng nhỏ hẹp với thiết kế tải trọng và lưu lượng xe hạn chế. Tuyến QL3 kết nối với cửa khẩu biên giới đã có hiện tượng xuống cấp, nhất là những đoạn qua đèo, không đáp ứng được lưu lượng xe tăng nhanh để phục vụ vận chuyển hàng hóa giao lưu kinh tế, xuất nhập khẩu với Trung Quốc. Đặc biệt, tuyến QL4A, từ Lạng Sơn đến Cao Bằng hiện nay cũng đã xuống cấp nghiêm trọng. Nguồn vốn bố trí hàng năm để đầu tư cơ sở hạ tầng còn thiếu chưa đáp ứng được nhu cầu đầu tư nhất là đối với hệ thống giao thông trên địa bàn tỉnh ra các lối mở được phép thông quan hàng hoá. Môi trường kinh doanh tại KKTCK chưa thuận lợi, xa trung tâm kinh tế của vùng và của cả nước, mạng lưới vận tải duy nhất chỉ có đường bộ, cước chi phí vận tải cao khó cạnh tranh so với các tỉnh khác.

5. Một số hàm ý kiến nghị

Với Chính phủ, Bộ Giao thông - Vận tải, Bộ Công Thương, ...

- Nhìn vào chiến lược "Một vành đai - Một con đường" của Trung Quốc và các chính sách phát triển thương mại với khu vực GMS thì rõ ràng Việt Nam không có nhiều lựa chọn trước một hệ thống cơ sở hạ tầng đã được xác lập tương đối rõ ràng. Trong số 10 nước ASEAN, hệ thống cơ sở hạ tầng của Việt Nam tương đối phát triển, nhưng đang tồn tại nhiều bất cập. Hệ thống giao thông đường bộ của Việt Nam hiện phát triển theo hình chữ Y chạy theo trục Bắc - Nam nhưng vẫn "rụt rè" với các kết nối Đông - Tây. Các kết nối Đông - Tây cần vượt lên nỗi lo an ninh truyền thống và tính tới các kết nối dài hạn với khu vực, nhất là trong bối cảnh Trung Quốc có nhiều chuyển động nhanh, mạnh thời gian gần đây. Hệ thống cơ sở hạ tầng đường bộ cần được quy hoạch để phục vụ kết nối với các quốc gia ASEAN khác, và kết nối với các cảng biển của Việt Nam. Một quy hoạch đồng bộ hệ thống cảng biển Việt Nam vào thị trường ASEAN dựa trên hệ thống đường bộ là giải pháp cấp thiết. Trong các kết nối Đông - Tây, kết nối với Lào và Campuchia đặc biệt quan trọng, nhưng lựa chọn kết nối với 2 quốc gia này từ tỉnh nào cũng là một câu hỏi cần nghiên cứu. Nếu chúng ta có điều chỉnh kịp thời về quy hoạch và cải thiện chất lượng thực thi dự án một cách rõ nét, sẽ tận dụng được trọn vẹn các kết nối cơ sở hạ tầng của khu vực trong tương lai.

- Ngoài ra, để có thể tận dụng tốt hệ thống cơ sở hạ tầng hiện có và phát huy lợi thế này trong tương lai, Việt Nam cần nâng cao chất lượng quản trị đối với các dự án đầu tư cơ sở hạ tầng, đặc biệt hạ tầng giao thông. Đa phần các dự án hạ tầng giao thông đều có số vốn lớn, tiêu chuẩn môi trường nghiêm ngặt, trình độ công nghệ đòi hỏi sử dụng được trong thời gian hàng chục năm, mặc dù vậy, ở Việt Nam các công trình đều mới chú ý đến khía cạnh đầu thầu theo giá thấp mà lơ là các tiêu chí khác.

- Bên cạnh đó, cần điều phối lợi ích giữa các địa phương và giữa các Bộ ngành trong quy hoạch cơ sở hạ tầng, đặc biệt giữa các tỉnh tiếp giới với Trung Quốc cũng là một vấn đề cần thực hiện triệt để hơn. Rất rõ ràng là có sự cạnh tranh theo hàng ngang giữa các địa phương, nhưng tiêu chí hiệu quả cạnh tranh cụ thể, rõ ràng để loại bỏ các trường hợp kém hiệu quả thì chưa được xác lập.

- Cần tiến tới lập “danh sách đen” những mặt hàng cấm nhập của các cơ sở sản xuất Trung Quốc không đảm bảo chất lượng. Thiết lập một cơ chế kiểm soát riêng và cụ thể chuyên thẩm định chất lượng các mặt hàng NK tiêu ngạch từ nước này.

Với UBND tỉnh Cao Bằng:

- Nâng cao nhận thức và vai trò của phát triển TMBG đối với phát triển KT-XH của tỉnh và cả nước: cần tập trung làm tốt công tác giáo dục tuyên truyền pháp luật, kiến thức về thương mại cho cán bộ và nhân dân trong tỉnh, đặc biệt là Luật Thương mại và các văn bản hướng dẫn thi hành; các cơ chế, chính sách của Nhà nước về phát triển TMBG, KKTCK, lợi ích của phát triển TMBG. Ngoài ra, để hạn chế tình trạng buôn lậu, gian lận thương mại, cần tăng cường công tác tuyên truyền, vận động quần chúng nhân dân, đồng bào dân tộc không tiếp tay cho buôn lậu.

- Thúc đẩy và nâng cao hiệu quả các liên kết thương mại và thị trường giữa Cao Bằng với các thành phố thuộc tỉnh Quảng Tây và các địa phương trong nước để phát huy vai trò trung chuyển của thị trường Cao Bằng và tận dụng các điều kiện thuận lợi của hợp tác kinh tế trên tuyến Trùng Khánh - Quý Châu - Quảng Tây (qua Bách Sắc) của Trung Quốc qua Cửa khẩu Trà Lĩnh (Cao Bằng) kết nối với các nước ASEAN theo đường Hồ Chí Minh và nối trực Cao Bằng - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng theo Quốc lộ 4A ra các nước ASEAN và quốc tế: Đây được coi là một giải pháp có tính đột phá nhằm khai thác lợi thế vị trí “cầu nối” của Cao Bằng trên tuyến hành lang kinh tế này.

- Đặc điểm nổi bật của KKTCK Cao Bằng là sự thiếu hụt về kết cấu hạ tầng giao thông và thương mại. Do đó, giải pháp vốn đầu tư rất quan trọng, quyết định sự hình thành và phát triển nhanh hay chậm của KKTCK. Về chính sách đầu tư: Cao Bằng cần có chính sách để thu hút mạnh mẽ đầu tư trong nước và nước ngoài thông qua: môi trường đầu tư thông thoáng, luật pháp rõ ràng và cơ sở hạ tầng tốt, ... Nghiên cứu, cụ thể hóa chính sách phát triển KKTCK Cao Bằng để tranh thủ sự đầu tư, hỗ trợ của Chính phủ; thực hiện hiệu quả chính sách của Trung ương đối với các dự án đầu tư tại KKTCK Cao Bằng; ban hành chính sách khuyến khích đầu tư để huy động mọi thành phần kinh tế tham gia.

- Cần xây dựng, hoàn thiện tập trung vào các chính sách thương mại về mặt hàng và thị trường nhằm khai thác có hiệu quả tiềm năng và phát huy lợi thế của Tỉnh. Cao Bằng cần xác định trở thành trung tâm XK các mặt hàng rau, quả của các tỉnh, thành phố phía Bắc và Nam bộ, sau đó, trở thành trung tâm giao dịch và chế biến hàng XK của vùng Tây Bắc [8]; chú trọng XK các mặt hàng có tiềm năng, lợi thế cạnh tranh, tốc độ tăng trưởng và giá trị gia

tăng cao, nhất là các sản phẩm chế biến sâu từ khoáng sản, thông qua chính sách thu hút đầu tư, ưu đãi về thuế, hỗ trợ trong sản xuất và hỗ trợ trong hoạt động xúc tiến XK, ... Về NK: cần kiểm soát tốt NK theo đúng các quy định của pháp luật, ưu tiên NK các loại máy móc, thiết bị, công nghệ tiên tiến, hiện đại mà trong nước và các nước ASEAN chưa đáp ứng được.

- Xây dựng Khu trung chuyển hàng hóa nông, lâm, thủy sản tại cửa khẩu Trà Lĩnh là ưu tiên trong ngắn hạn để đảm bảo mục tiêu phát triển của KKTCK, tạo thuận lợi cho việc XNK hàng hóa là nông sản, thủy hải sản của Việt Nam, dần dần hình thành trung tâm giao dịch TMQT và rút ngắn được thời gian lưu thông hàng hóa nông sản, hải sản qua các cửa khẩu khác. Xây dựng Khu trung chuyển hàng hóa tại Cao Bằng nhằm mục tiêu xây dựng hạ tầng đồng bộ để cung cấp những dịch vụ hỗ trợ XK, như tiếp nhận, đóng gói, bảo quản, làm thủ tục kiểm dịch, thông quan, ... sẽ góp phần tạo thuận lợi cho XK hàng hóa, nhất là hàng nông sản, góp phần giải quyết tình trạng ách tắc hàng hóa tại khu vực cửa khẩu. Tuy nhiên cần nghiên cứu để trùng lặp chức năng với KKTCK trên địa bàn và cần tính toán các hạng mục đầu tư cho phù hợp, hạng mục nào phải từ nguồn vốn ngân sách và hạng mục nào thì cần thu hút DN tư nhân đầu tư.

- Kiện toàn Ban quản lý Khu kinh tế tỉnh Cao Bằng; xác định rõ ràng về cơ cấu, chức năng, nhiệm vụ của BQL; phân công, phân cấp nhiều hơn cho BQL. Ban chỉ đạo chống buôn lậu, hàng giả và gian lận thương mại của tỉnh cần tăng cường kiểm tra, chống buôn lậu, gian lận thương mại qua biên giới. Tăng cường vai trò của các lực lượng Hải quan, Quản lý thị trường, Biên phòng, Công an và Kiểm dịch trong quản lý hoạt động TMBG và chống buôn lậu.

- Hiện nay, tuyến vận tải Cao Bằng - Bách Sắc hầu như mới chỉ thông xe được một chiều từ Trung Quốc sang Việt Nam. Các phương tiện vận tải hàng hóa chỉ đỗ tại cửa khẩu và chuyển hàng qua cửa khẩu rồi chuyển hàng lên xe của Trung Quốc. Bên cạnh đó, đối với khách Việt Nam sang Trung Quốc, phía Trung Quốc chỉ nhất trí cấp Giấy thông hành cho hành khách đi lại trong ngày, nhưng với quãng đường từ Cao Bằng đến Bách Sắc dài 260 km nên rất khó thực hiện đi lại trong ngày (giờ mở cửa khẩu từ 7h - 17h). Về bảo hiểm phương tiện cơ giới và bảo hiểm đối với con người thì mức bảo hiểm phía Trung Quốc cao gấp nhiều lần so với mức bảo hiểm của Việt Nam. Do đó, muốn phát triển kinh tế - thương mại và du lịch qua biên giới cần tăng cường tuyên truyền, giải quyết những vướng mắc, thông thoáng về thủ tục hành chính qua biên giới, trong đó có vấn đề cho lưu trú qua đêm. Đối với doanh nghiệp vận tải, 2 bên cần phải thống nhất về vấn đề bảo hiểm phương tiện và con người.

Tài liệu tham khảo

[1] Đỗ Tiến Sâm & Kurihara Hirohide (2012), Hợp tác phát triển hai hành lang một vành đai kinh tế Việt Nam - Trung Quốc trong bối cảnh mới, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.

[2] Krugman, Paul (1991), Geography and Trade, Cambridge: The MIT Press.

[3] Nguyễn Đình Liêm (2012), Quan hệ biên mậu giữa Tây Bắc - Việt Nam với Vân Nam - Trung Quốc, NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội.

[4] Phạm Văn Linh (2001), Các khu kinh tế cửa khẩu biên giới Việt - Trung và tác động của nó tới sự phát triển kinh tế hàng hoá ở Việt Nam, NXB Chính trị Quốc gia, TP. HCM.

[5] Lương Đăng Ninh (2004), *Đổi mới quản lí Nhà nước về hoạt động xuất nhập khẩu trên địa bàn các tỉnh biên giới Việt Nam - Trung Quốc*, NXB Khoa học - Xã hội.

[6] Bruce Jones, David Steven & Emily O'Brien (2015), *Thúc đẩy một trật tự mới? Những tác động mới về địa chính trị và an ninh của năng lượng*, Tài liệu dịch của Chương trình Nghiên cứu Kinh tế Trung Quốc thuộc VEPR (VCES) - Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (VEPR) - Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.

[7] Quyết định 1864/QĐ-UBND của UBND tỉnh Cao Bằng phê duyệt Quy hoạch phát triển thương mại biên giới tỉnh Cao Bằng đến 2015 và định hướng đến 2020.

[8] Nguyễn Thị Đường (2012), *Giải pháp đẩy mạnh XK hàng nông sản VN vào thị trường Trung Quốc*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Viện NCTM.

[9] Trần Văn Thọ (2014), *Kinh tế biên giới Việt Trung trước sự trỗi dậy của Trung Quốc*, Tạp chí Thời đại mới, số 31 tháng 7/2014.

[10] Website của BQL Khu kinh tế của tỉnh Cao Bằng: www.kktcaobang.gov.vn.

[11] Công thông tin điện tử của tỉnh Cao Bằng: www.caobang.gov.vn.

[12] Website của Sở Công thương tỉnh Cao Bằng: congthuongcaobang.gov.vn.

XÂY DỰNG CÔNG THÔNG TIN XUẤT KHẨU - GIẢI PHÁP HỖ TRỢ XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CHO TỈNH CAO BẰNG

建立农产品出口相关信息门户—高平省农产品出口扶持有效措施

PGS,TS Nguyễn Văn Minh
Trường Đại học Thương mại
商业大学博士.副教授 阮文明

Tóm tắt

Cao Bằng là một trong bảy tỉnh biên giới phía Bắc của Việt Nam tiếp giáp với Trung Quốc. Với sáu cửa khẩu, với hệ thống hạ tầng giao thông, hạ tầng thương mại ngày càng được cải thiện, với lợi thế về thị trường tiêu thụ từ phía nước bạn Trung Quốc, Cao Bằng có nhiều tiềm năng biến địa phương mình thành một trong các trung tâm xuất khẩu hàng nông sản từ các tỉnh của Việt Nam sang Trung Quốc. Xây dựng cổng thông tin xuất khẩu là một giải pháp hỗ trợ hữu hiệu cho mục tiêu này.

Cao Bang is one of the seven northern border provinces of Vietnam bordering China. With six border gate to China, with transport and commercial infrastructure increasingly improved, with the advantages derived from the large Chinese consumer market, Cao Bang has many potential to make itself into a center for the export of agricultural products from the provinces of Vietnam to China. Developing an export-soupport portal is an effective solution to achieve this goal.

Từ khóa (key words): cổng thông tin (portal), cổng thông tin xuất khẩu (export-soupport portal; export portal), xuất khẩu (export), hàng nông sản (agricultural product).

摘要

高平省是七个与中国接壤的越南北部边界省区之一。以交通设施、经贸设施日益得以改善的六个口岸，以及中国销售市场的优势，高平省具备使自己发展成为越南农产品向中国出口的中心的潜能。出口信息门户网站的开张是有助于实现此目标的有效措施。

关键词：信息门户网站，出口信息门户网站，出口，农产品

1. Đặt vấn đề

Việt Nam là quốc gia có nhiều tiềm năng trong sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản. Hàng nông sản hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm sản phẩm của ngành nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản. Trong những năm gần đây, xuất khẩu hàng nông sản có xu hướng tăng trưởng, nhưng không ổn định, giao động khá nhiều qua các năm.

Bảng 1: Doanh thu hàng nông sản xuất khẩu Việt Nam

Năm	2011	2012		2013		2014		10 tháng đầu năm 2015	
	Giá trị (Tỷ USD)	Giá trị (Tỷ USD)	% so với năm trước	Giá trị (Tỷ USD)	% so với năm trước	Giá trị (Tỷ USD)	% so với năm trước	Giá trị (Tỷ USD)	% so với cùng kỳ năm trước
Doanh thu	25,1	27,57	109,7	27,76	100,7	30,54	110,0	24,61	93,9

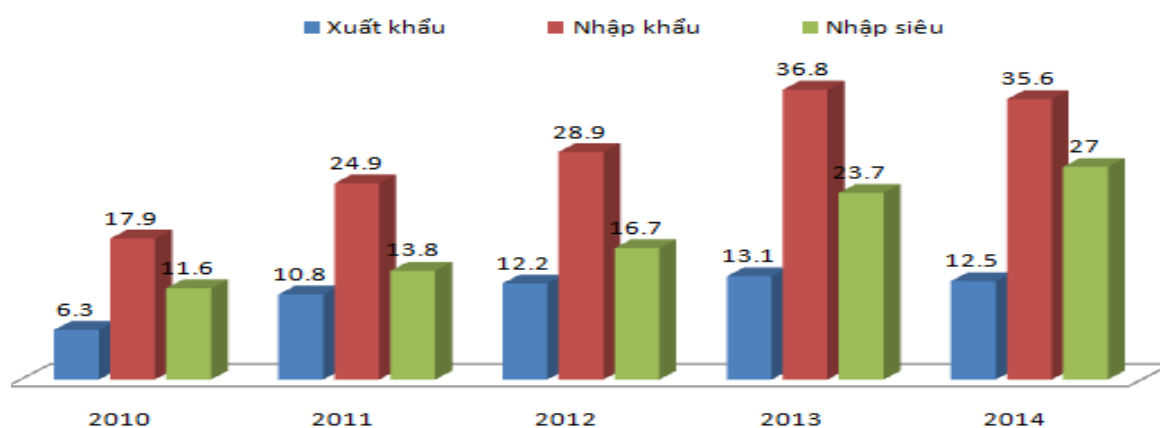
Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Báo cáo thống kê

Trong tổng giá trị xuất khẩu hàng nông sản 30,54 tỷ USD năm 2014, xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc là 5,6 tỷ, chiếm 18,33%.

Trong cán cân thương mại, sau một thời gian dài liên tục nhập siêu, bắt đầu từ năm 2012, Việt Nam đã trở nên xuất siêu. Tuy nhiên, trong quan hệ xuất nhập khẩu với Trung Quốc, nhập siêu của Việt Nam ngày càng tăng cao cả về giá trị tuyệt đối lẫn tương đối.

Hình 1: Tình hình xuất nhập khẩu và nhập siêu của Việt Nam với Trung Quốc giai đoạn 2010-2014

Đơn vị tính: Tỷ USD



Nguồn: <http://dantri.com.vn/kinh-doanh/sau-4-nam-nhap-sieu-tu-trung-quoc-tang-23-lan-1416590986.htm>

Trong cơ cấu sản phẩm, Việt Nam có thế mạnh xuất khẩu sang Trung Quốc nhiều mặt hàng nông sản, đặc biệt là các sản phẩm rau hoa quả nhiệt đới và thủy sản nuôi trồng. Trung Quốc là một thị trường lớn, tương đối dễ tính về mặt yêu cầu chất lượng sản phẩm so với nhiều thị trường khác như Hoa Kỳ, châu Âu, Nhật, Úc... Do vậy, đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng nông sản sang thị trường Trung Quốc, một mặt, tạo đầu ra, động lực quan trọng cho phát triển các ngành nông - lâm - ngư nghiệp của đất nước, mặt khác, góp phần làm giảm

thâm hụt cán cân thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc và các tác động không mong muốn xuất phát từ thâm hụt cán cân thương mại.

Cao Bằng có hơn 300 km đường biên giới với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc), có 2 cửa khẩu chính là Tà Lùng và Trà Lĩnh, 4 cửa phụ: Sóc Giang, Hạ Lang, Lý Vạn, Pò Peo, ngoài ra còn có các cặp chợ biên giới, điểm thông quan, lối mở biên giới và hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại dọc tuyến biên giới... Trong những năm qua, hợp tác thương mại biên giới giữa tỉnh Cao Bằng với Trung Quốc (đặc biệt là tỉnh Quảng Tây) đã đạt được những kết quả đáng kể. Tuy nhiên, so với các tỉnh có biên giới với Trung Quốc, về kim ngạch xuất nhập khẩu, Cao Bằng tương đương với Hà Giang, Lai Châu + Điện Biên, nhưng kém xa Quảng Ninh, Lạng Sơn, Lào Cai.

Bảng 2: Kim ngạch xuất khẩu/nhập khẩu của 7 tỉnh biên giới phía Bắc năm 2014

ĐVT: Triệu USD

	Quảng Ninh	Lạng Sơn	Cao Bằng	Hà Giang	Lào Cai	Điện Biên + Lai Châu
Xuất khẩu	2.964	663	53	49,5	837	121
Nhập khẩu	3.818	1446	74	83,2	729	21

Nguồn: <http://hoithaoktxh.hagiang.gov.vn/index.php?nv=van-ban-tai-lieu&op=Tham-luan/Mot-so-van-de-ve-xuat-nhap-kaux-cua-Ha-Giang> và chính sách quản lý nhà nước về hải quan

Trong xuất khẩu hàng hóa nông sản, đặc biệt là các sản phẩm thực phẩm tươi sống như rau quả, thịt và thủy sản, Cao Bằng, so sánh với Lạng Sơn và Quảng Ninh, có những bất lợi thế, trong đó nổi bật là bất lợi thế về giao thông: khoảng cách Hà Nội - cửa khẩu Trà Lĩnh (Cao Bằng) là 304 km, so với Hà Nội - cửa khẩu Đồng Đăng (Lạng Sơn) là 158 km. Khoảng cách Hà Nội - Cửa khẩu Móng Cái, Quảng Ninh (300 km), tuy dài, nhưng có giao thông đường thủy hỗ trợ. Quảng Ninh nằm trong Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, thuận lợi hơn trong việc tổ chức vận tải hai chiều.

Lợi thế của Cao Bằng nằm ở yếu tố thị trường và các hoạt động hợp tác kinh tế biên mậu của tỉnh với Thành phố Bách Sắc (Quảng Tây, Trung Quốc). Trên góc độ thị trường, Quảng Tây giữ vị trí quan trọng trong chiến lược “rau miền Nam vận chuyển lên miền Bắc” và “vườn rau sau nhà” của khu vực Hồng Kông, Quảng Đông; Bách Sắc cung cấp nguồn hàng phong phú cho khu vực Hoa Bắc, tam giác Trường Giang, tam giác Chu Giang. Bách Sắc là một địa cấp thị thuộc Khu tự trị Quảng Tây, Trung Quốc với dân số gần 4 triệu người. Bách Sắc cung cấp đến 30% tổng lượng hàng nông sản toàn Trung Quốc (đến 200 thành phố) và nhu cầu nhập khẩu nông sản bổ sung cho sản xuất nội địa của thành phố này là rất lớn¹. Bách Sắc có kế hoạch triển khai Dự án đồng bộ tàu chuyên chở rau xanh, hoa quả Bách Sắc - Bắc Kinh - Trung tâm giao dịch nông sản Trung Quốc - ASEAN. Điều đó có nghĩa là nông sản Việt Nam xuất khẩu qua Cao Bằng có cơ hội thuận lợi trong tiếp cận tới thị trường sâu trong nội địa Trung Quốc rộng lớn. Hơn nữa, với các đầu mối nhập khẩu hàng lớn - các doanh nghiệp chế biến và doanh nghiệp phân phối, sẽ tăng tỷ lệ xuất khẩu chính ngạch, giảm xuất khẩu tiểu ngạch, giảm rủi ro trong hoạt động xuất khẩu hàng nông sản của các doanh nghiệp Việt Nam.

¹<http://baophapluat.vn/Utilities/PrintView.aspx?distributionid=221194Nam-Phuong>

Trên phương diện hợp tác kinh tế biên mậu, các cơ quan Đảng, Chính quyền tỉnh Cao Bằng và thành phố Bát Sắc, tỉnh Quảng Tây đã tích cực triển khai nhiều hoạt động trao đổi, phối hợp, nhiều dự án đầu tư, hợp tác, đặc biệt là trong lĩnh vực phát triển nông nghiệp, giao thông và thương mại. Tỉnh Cao Bằng có chủ trương và định hướng biến các cửa khẩu trên địa bàn Tỉnh thành một trong các trung tâm trung chuyển hàng hóa nông sản xuất khẩu Việt Nam - Trung Quốc, và xa hơn nữa là ASEAN - Trung Quốc. Các hoạt động hợp tác và các chủ trương, định hướng nói trên tạo ra một môi trường thuận lợi cho phát triển sản xuất, kinh doanh và xuất nhập khẩu.

Để phát triển kinh doanh xuất nhập khẩu, đặc biệt là xuất khẩu sản phẩm hàng hóa nói chung, hàng nông sản nói riêng, chính quyền nhiều địa phương, nhiều quốc gia trên thế giới triển khai các chính sách và giải pháp khuyến khích và hỗ trợ. Trong bối cảnh công nghệ thông tin - truyền thông (CNTT-TT) và thương mại điện tử (TMĐT) phát triển hiện nay, một trong các giải pháp hỗ trợ phổ biến và hữu hiệu là xây dựng và triển khai *cổng thông tin xuất khẩu* (nói một cách đầy đủ là *cổng thông tin điện tử hỗ trợ xuất khẩu*). Giải pháp này có thể phù hợp với Cao Bằng trong tương lai.

2. Khái quát về cổng thông tin điện tử

2.1. Khái niệm, chức năng của cổng thông tin điện tử

Cổng thông tin điện tử (còn gọi là cổng thông tin, cổng web, cổng thông tin web, cổng internet) là một "siêu trang web", cung cấp một điểm truy cập tới các nguồn tài nguyên và dịch vụ phong phú trên Internet. Một cổng thông tin điển hình thường bao gồm dịch vụ tin tức, dịch vụ e-mail miễn phí, công cụ tìm kiếm, mua sắm trực tuyến, phòng chat, diễn đàn thảo luận và liên kết đến các trang web khác. Ý tưởng ban đầu về một cổng thông tin là nhằm thu thập thông tin từ các nguồn khác nhau và tạo ra một điểm truy cập duy nhất tới các thông tin - một thư viện nội dung được phân loại và cá nhân hóa. Cổng thông tin hoạt động như một điểm khởi đầu để duyệt Web.

Cổng thông tin thu thập thông tin từ một hoặc nhiều máy chủ, cũng như từ mạng Internet, và cung cấp thông tin đó thông qua một giao diện duy nhất, nhất quán. Điều này đem lại cho người dùng một giao diện cho tất cả các tài liệu, e-mail, các trang web, thông tin cạnh tranh, cơ sở dữ liệu, v.v... cần cho công việc của người dùng.

Cổng thông tin có các chức năng cơ bản: Tìm kiếm và điều hướng; Tích hợp thông tin (quản lý nội dung); Cá nhân hóa; Thông báo (công nghệ đẩy); Quản lý công việc và quy trình làm việc; Cộng tác và phần mềm nhóm; Tích hợp các ứng dụng và trí tuệ kinh doanh; Chức năng cơ sở hạ tầng. Giá trị và lợi ích do cổng thông tin đem lại bắt nguồn từ sự tích hợp, tương tác giữa tất cả các chức năng nói trên.

Chức năng tìm kiếm và điều hướng

Chức năng này tạo cơ sở quan trọng nhất cho các cổng thông tin web, nghĩa là một cổng thông tin phải hỗ trợ người dùng trong tìm kiếm nội dung một cách hiệu quả. Một cổng thông tin cần:

- Tự động cung cấp cho người dùng các thông tin phù hợp với vai trò của họ;
- Đề xuất thông tin bổ sung cho người dùng, và/ hoặc cho phép người dùng cá nhân hoá theo mong muốn của mình các thông tin được cổng thông tin cung cấp;

- Cho phép người sử dụng để tìm kiếm thông tin phù hợp mà trước đây người dùng chưa viết tới, mặc dù có thể sẵn có thông qua cổng thông tin.

Chức năng tích hợp thông tin

Một cổng thông tin cần đảm bảo tích hợp thông tin từ các nguồn khác nhau. Hơn nữa, người dùng cũng có thể sử dụng tối ưu các thông tin này. Hầu hết các cổng thông tin cung cấp Bộ công cụ phát triển cổng thông tin (Portal Development Kit - PDK) giúp phát triển các ứng dụng cổng thông tin trong một khoảng thời gian ngắn.

Chức năng cá nhân hóa

Cá nhân hóa có ý nghĩa quan trọng trong việc cung cấp thông tin thích hợp với người dùng: mỗi người dùng chỉ nhận các thông tin phù hợp với nhu cầu của mình. Cá nhân hóa phải dựa trên vai trò và sở thích của người dùng.

Có một số loại cá nhân hóa: Cá nhân hóa điều hướng; Cá nhân hóa dữ liệu/nội dung; Cá nhân hóa bố cục trang web. Cá nhân hóa có thể được định trước, không phụ thuộc vào mong muốn của người dùng, hoặc theo lựa chọn của người dùng trong menu các phương án.

Chức năng thông báo

Thông báo (công nghệ đẩy) là một hệ thống trong đó người dùng nhận được thông tin tự động từ một máy chủ mạng. Công nghệ đẩy được thiết kế để gửi thông tin và phần mềm trực tiếp tới máy tính của người dùng mà không cần người dùng chủ động yêu cầu nó. Do vậy, người dùng có cơ hội đăng ký vào các nguồn thông tin chủ động (chẳng hạn như nguồn cung cấp tin tức và báo cáo cập nhật định kỳ) và được cảnh báo khi tài liệu được cập nhật.

Chức năng quản lý công việc và quy trình làm việc

Cổng thông tin cung cấp dịch vụ quản lý công việc, có thể giúp người dùng tham gia và/hoặc quản lý quy trình kinh doanh được xác định chính thức.

Chức năng quy trình làm việc cho phép tự động hóa các quy trình kinh doanh. Do vậy, như một bộ phận của quá trình kinh doanh tự động hóa, cổng thông tin có thể nhắc nhở người dùng khi họ có nhiệm vụ phải thực hiện.

Chức năng cộng tác và phần mềm nhóm

Quản lý tri thức và phần mềm nhóm đảm bảo các thông tin được lưu giữ ở đúng nơi và đúng cách thức. Bằng cách đó, người có quyền sử dụng thông tin được cung cấp đúng thông tin họ cần. Trong khi các công cụ quản lý quy trình công việc chủ yếu hỗ trợ các hoạt động chính thức, phần mềm nhóm (groupware) hướng tới hỗ trợ sự cộng tác phi chính thức giữa các nhân viên trong một tổ chức cũng như thuộc các tổ chức khác nhau - các đối tác kinh doanh. Tuy nhiên, các phần mềm nhóm có khả năng đem lại nhiều lợi ích, ví dụ, làm tăng sự hấp dẫn của cổng thông tin thương mại điện tử doanh nghiệp với người tiêu dùng, hỗ trợ giao tiếp không chính thức giữa các nhà cung cấp và khách hàng trong các cổng thông tin thương mại điện tử doanh nghiệp - doanh nghiệp (B2B).

Cổng thông tin chuỗi cung ứng cũng phụ thuộc vào sự hỗ trợ hợp tác giúp các nhà cung ứng và khách hàng quản lý các mối quan hệ. Hơn nữa, hỗ trợ hợp tác là một yêu cầu quan trọng đối với các cổng thông tin tri thức.

Chức năng tích hợp các ứng dụng/trí tuệ doanh nghiệp

Ngoài các chức năng đã được đề cập, một cổng thông tin có thể tích hợp và hỗ trợ một loại ứng dụng cụ thể, ví dụ: Ứng dụng nhà cung cấp dịch vụ ứng dụng (ASP); Chức năng trí tuệ doanh nghiệp; Hỗ trợ thương mại điện tử.

Chức năng cơ sở hạ tầng

Chức năng cơ sở hạ tầng tạo nền tảng cho môi trường làm việc: 7 chức năng đề cập ở trên được xây dựng trên cơ sở này. Cơ sở hạ tầng vận hành kết hợp với cổng thông tin sẽ có tác động trước tiên đối với khả năng quản lý, khả năng mở rộng, tính an toàn và tính sẵn sàng của cổng thông tin.

2.2. Các loại hình cổng thông tin điện tử

Có thể căn cứ vào các tiêu chí cấu trúc hoặc chức năng để phân loại cổng thông tin.

Căn cứ vào cấu trúc, cổng thông tin được phân thành cổng thông tin theo chiều ngang và cổng thông tin theo chiều dọc.

Cổng thông tin theo chiều ngang

Cổng thông tin theo chiều ngang hướng tới mục tiêu phục vụ toàn bộ cộng đồng Internet. Những trang web này, thường được gọi là "cổng thông tin lớn", thường chứa các công cụ tìm kiếm và cung cấp khả năng cho người dùng cá nhân hóa trang web bằng cách cung cấp các kênh khác nhau (ví dụ, truy cập vào các thông tin khác như thời tiết khu vực, giá cổ phiếu hoặc tin tức cập nhật). Yahoo!, MSN và AOL là ví dụ về các cổng thông tin lớn. Những cổng thông tin này là đường dẫn tới các nội dung và dịch vụ của các trang web khác.

Cổng thông tin theo chiều dọc

Cổng thông tin theo chiều dọc khác cổng thông tin theo chiều ngang ở chỗ cổng thông tin theo chiều dọc chứa nhiều các đối tượng và nội dung cụ thể hơn so với cổng thông tin theo chiều ngang. Công nghệ được sử dụng ở cả hai loại cổng là như nhau. Cổng thông tin theo chiều dọc là trang web cung cấp một cửa ngõ để tiếp cận tới thông tin và dịch vụ tùy biến cho các thành viên cộng đồng liên quan đến một ngành công nghiệp hay lĩnh vực cụ thể, chẳng hạn như ngành bảo hiểm, công nghiệp ô tô, v.v...

Căn cứ vào chức năng, cổng thông tin được phân thành bốn loại khác nhau tùy theo mục đích và chức năng của chúng. Bốn loại cổng thông tin này không loại trừ lẫn nhau và có thể được tích hợp và cùng tồn tại.

* **Cổng thông tin công ty hoặc doanh nghiệp (Company/Business Portals)**. Đây là cổng thông tin được thiết kế cho các quá trình B2E (doanh nghiệp - nhân viên doanh nghiệp), các hoạt động và các cộng đồng để cải thiện khả năng tiếp cận, xử lý và chia sẻ thông tin có cấu trúc và phi cấu trúc bên trong và giữa các doanh nghiệp. Cổng thông tin công ty kết hợp các vai trò, các quy trình, các dòng công việc, cộng tác, quản lý nội dung, kho dữ liệu và siêu thị, các ứng dụng doanh nghiệp và trí tuệ doanh nghiệp.

* **Cổng thông tin kinh doanh điện tử**, gồm ba phân nhóm:

- Cổng thông tin doanh nghiệp mở rộng (Extended Business Portals). Ví dụ về cổng thông tin doanh nghiệp mở rộng là: cổng B2C mở rộng doanh nghiệp tới khách hàng cá nhân, phục vụ các mục đích đặt hàng, thanh toán, dịch vụ khách hàng, tự phục vụ, v.v...; Cổng B2B

mở rộng các doanh nghiệp tới các nhà cung cấp và các đối tác kinh doanh, cung cấp cho họ các thông tin từ các kho lưu trữ thông tin tập trung của doanh nghiệp thông qua các điểm truy cập duy nhất.

- Cổng thông tin sàn giao dịch (chợ điện tử, thị trường điện tử, E-Marketplace Portals). Cổng thông tin loại này cung cấp dịch vụ thương mại liên quan đến cộng đồng của người mua, người bán và các nhà tạo lập thị trường, chúng kết nối người mua và người bán trực tuyến bằng cách cung cấp thông tin cụ thể theo ngành và sản phẩm và dịch vụ thông tin liên quan. Người mua có thể tìm thấy những thông tin mà họ cần phải nhanh chóng xác định, nguồn, các sản phẩm cần mua và dịch vụ trực tuyến. Các nhà cung cấp có thể mở rộng cơ hội bán hàng bằng cách trưng bày sản phẩm và dịch vụ qua nhiều chợ trực tuyến, tiếp cận tới nhiều người mua tiềm năng.

- Cổng thông tin nhà cung ứng dịch vụ ứng dụng (Application Service Provider Portals - ASP Portals)). Là cổng thông tin B2B, đem lại cho các khách hàng doanh nghiệp khả năng thuê các sản phẩm và dịch vụ, trong đó rất phổ biến là các ứng dụng web, các phần mềm quản trị doanh nghiệp, phần mềm quản trị bán hàng, tồn kho, quan hệ khách hàng v.v...

* *Cổng thông tin cá nhân*, bao gồm hai loại chính:

- Cổng thông tin phổ biến (hay cổng thông tin di động). Đây là cổng thông tin được nhúng trong điện thoại web, điện thoại di động, PDA không dây, máy nhắn tin, v.v... Cổng thông tin di động đang ngày càng trở nên phổ biến và quan trọng đối với người tiêu dùng và các nhân viên làm việc trong các công ty để có được sản phẩm và thông tin về giá cả, giảm giá, tình trạng đơn hàng, tình trạng thanh toán, tình trạng vận chuyển v.v...

- Cổng thông tin thiết bị. Đây là cổng thông tin được nhúng trong các thiết bị truyền hình (WebTV), xe ô tô, v.v...

* *Cổng thông tin công cộng* (hay cổng thông tin siêu lớn, cổng thông tin internet). Có hai loại cổng thông tin công cộng chính:

- Cổng thông tin công cộng chung. Những cổng này hướng tới toàn bộ đối tượng người dùng trên Internet, đa dạng lứa tuổi, giới tính hoặc định hướng nghề nghiệp, chứ không chỉ một cộng đồng quan tâm cụ thể, bao gồm: Yahoo, Google, Overture, AltraVista, AOL, MSN, Excite, v.v... Các tổ chức vận hành cổng thông tin loại này trở thành các công ty truyền thông kiểu mới.

- Cổng thông tin công nghiệp (hay cổng thông tin theo chiều dọc). Cổng thông tin theo chiều dọc đang phát triển nhanh chóng và tập trung vào đối tượng khán giả hoặc cộng đồng hẹp như hàng tiêu dùng, máy tính, bán lẻ, ngân hàng, bảo hiểm, v.v...

2. Một số cổng thông tin xuất khẩu trên thế giới và ở Việt Nam

Các cổng thông tin xuất khẩu (hay cổng thông tin hỗ trợ xuất khẩu) được thành lập nhằm cung cấp các dịch vụ, trước hết là các dịch vụ thông tin phục vụ các doanh nghiệp đẩy mạnh kinh doanh xuất khẩu.

Cổng thông tin xuất khẩu, theo tiêu chí phân loại, có thể xếp vào loại cổng thông tin sàn giao dịch (chợ điện tử, thị trường điện tử). Phần lớn các cổng thông tin xuất khẩu là cổng thông tin theo chiều ngang. Mục đích lớn nhất của các cổng thông tin này là kết nối người bán/nhà xuất khẩu và người mua/nhà nhập khẩu. Các cổng thông tin - sàn giao dịch điện tử

lớn trên thế giới (như Alibaba, Amazon v.v...) hướng tới phục vụ thị trường quy mô toàn cầu. Người bán/người mua trong các thị trường này không phân biệt là các doanh nghiệp trong hay ngoài nước. Các cổng thông tin xuất khẩu quốc gia thường phục vụ người xuất khẩu trong nước và nhà nhập khẩu từ các quốc gia khác. Một số thành phố, trung tâm kinh tế lớn có thể thành lập cổng thông tin xuất khẩu phục vụ các doanh nghiệp thuộc địa phương mình.

Cổng thông tin xuất khẩu có thể do tư nhân (các công ty tư nhân), cộng đồng (các hiệp hội ngành nghề, tổ hợp công nghiệp v.v...) hoặc các cơ quan nhà nước tổ chức và quản lý. Các cổng thông tin xuất khẩu tư nhân thường hoạt động trên cơ sở vì lợi nhuận. Nhiều cổng thông tin điện tử cộng đồng hoạt động trên cơ sở phi lợi nhuận. Các cổng thông tin điện tử nhà nước có thể cung cấp các dịch vụ hoàn toàn miễn phí hoặc thu phí một phần.

2.1. Một số cổng thông tin hỗ trợ xuất khẩu trên thế giới

Alibaba.com

Tập đoàn Alibaba là một công ty TMĐT được thành lập năm 1999, có trụ sở tại Trung Quốc. Alibaba kinh doanh trên nhiều mảng TMĐT: B2B (Alibaba.com), B2C (Taobao.com), thanh toán (Alipay.com) và nhiều mảng khác.

Alibaba.com là một trung gian TMĐT B2B, hoạt động như một cổng thông tin điện tử. Thành viên tham gia trên Alibaba.com chủ yếu là các nhà xuất và nhập khẩu từ rất nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có hàng vạn doanh nghiệp Việt Nam. Website Alibaba.com cung cấp cho các thành viên (tùy hạng thành viên tương ứng với mức phí phải đóng góp) các tiện ích như thứ tự hiển thị thông tin, tiếp cận chào mua, xác thực toàn cầu, kệ trưng bày sản phẩm (Product Showcase), số sản phẩm trưng bày, website chuyên nghiệp, video clip và hình ảnh công ty, phân tích hoạt động (Biz Trends) và phân tích từ khóa (Keyword Trends), các tài khoản phụ cho nhân viên, bảo mật tài khoản, quảng bá trong hội chợ xuất nhập khẩu toàn cầu, đào tạo kỹ năng xuất nhập khẩu, nhận bản tin Alibaba. Kế hoạch của Alibaba trong năm 2015 sẽ triển khai bổ sung các dịch vụ như kê khai hải quan, hỗ trợ logistics, dịch vụ kiểm định hàng hóa.

Amazon.com

Amazon.com, hay đơn giản là Amazon, là công ty TMĐT hàng đầu thế giới. Amazon thực hiện các hoạt động kinh doanh trong nhiều lĩnh vực: TMĐT B2C, B2B, logistics, CNTT (phần mềm và dịch vụ điện toán đám mây), đầu tư, v.v... tại nhiều quốc gia trên thế giới.

Trong lĩnh vực TMĐT B2B, năm 2012, Amazon đã đưa vào vận hành đơn vị kinh doanh AmazonSupply phục vụ các khách hàng thuần túy doanh nghiệp và tổ chức. Cho đến năm 2014, Amazon Supply đã chào bán hơn 2,2 triệu tên hàng thuộc 17 nhóm hàng, với tập khách hàng hơn 35 nghìn doanh nghiệp tại Hoa Kỳ (chưa tính đến doanh nghiệp thuộc các quốc gia khác).

Vào tháng tư năm 2015, Amazon đưa vào vận hành cổng thông tin AmazonBusiness, một nền tảng TMĐT B2B mới, thay thế cho AmazonSupply. Định hướng kinh doanh và các dịch vụ cung ứng của Amazon khác với Alibaba. Trong khi Alibaba.com hoạt động như một cổng thông tin điện tử thuần túy, cung cấp các thông tin về chào mua, chào bán và một số dịch vụ hỗ trợ, thì Amazon, ngoài việc phát triển một hệ thống thông tin TMĐT B2B, đã triển khai xây dựng và khai thác một hạ tầng vật lý hiện đại phục vụ các hoạt động thương mại: các kho chứa, các trung tâm phân phối rộng khắp, tự động hóa cao trong vận hành và

quản lý. Amazon cộng tác chặt chẽ với các hãng vận tải như FEDEX, UPS, CEVA..., đảm bảo vận chuyển nhanh, chính xác và an toàn.

Tradeindia.com

Cổng thông tin phục vụ xuất nhập khẩu Tradeindia.com rất phổ biến ở Ấn Độ, ra mắt vào năm 1996 với mục đích cung cấp cho cộng đồng doanh nghiệp Ấn Độ một nền tảng để thúc đẩy kinh doanh xuất nhập khẩu trên toàn cầu. Tradeindia.com đã tạo ra một thị trường B2B lớn nhất của Ấn Độ, cung cấp các giải pháp kinh doanh toàn diện cho cộng đồng doanh nghiệp xuất nhập khẩu với nhiều dịch vụ trực tuyến, các dịch vụ thư mục và tạo thuận lợi cho hoạt động xúc tiến thương mại. Cổng thông tin là một diễn đàn lý tưởng cho người mua và người bán trên toàn cầu tương tác và tiến hành kinh doanh thuận lợi và hiệu quả.

Với nhiều kinh nghiệm trong trong thu thập dữ liệu và quảng cáo trực tuyến, Tradeindia quản lý một số lượng lớn các hồ sơ công ty và danh mục sản phẩm tới 2.250 loại sản phẩm khác nhau. Cổng cũng hỗ trợ tất cả các công cụ tìm kiếm và nhận được trung bình 20,5 triệu lượt truy cập mỗi tháng.

Tradeindia được duy trì và phát triển bởi Công ty Trách nhiệm hữu hạn INFOCOM NETWORK LTD. Hiện nay, cổng đã có cơ sở dữ liệu của 3.327.013 người đăng ký, và tiếp tục tăng trưởng quy mô với một số lượng đáng kể người dùng mới gia nhập/dăng ký hàng ngày.

Made-in-China.com

Made-in-China.com được phát triển bởi Công ty Trách nhiệm hữu hạn Focus Technology Co., Ltd. Focus Technology là một công ty tiên phong trong lĩnh vực kinh doanh điện tử ở Trung Quốc. Được thành lập vào năm 1996, với nhiệm vụ cho hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Trung Quốc giảm chi phí, tăng doanh thu và lợi nhuận, tăng khả năng cạnh tranh trong thương mại quốc tế bằng các giải pháp dựa trên web.

Với sự tăng trưởng liên tục và bùng nổ của xuất khẩu Trung Quốc và số lượng người dùng internet, Focus Technology ra mắt cổng thông tin xuất khẩu - nền tảng thương mại trực tuyến của mình: Made-in-China.com. Made-in-China.com cung cấp đầy đủ, chính xác và cập nhật thông tin về các sản phẩm của Trung Quốc và các nhà cung cấp Trung Quốc có sẵn ở bất cứ đâu trên web. Ngày nay, Made-in-China.com là một cổng thông tin hàng đầu thế giới trong lĩnh vực TMĐT B2B. Cổng thông tin Made-in-China.com cung cấp các dịch vụ chủ yếu sau:

Đối với người mua (nhà nhập khẩu sản phẩm từ Trung Quốc):

- Tham gia Made-in-China.com và truy cập các loại thông tin và chức năng khác nhau miễn phí.
- Tìm kiếm sản phẩm, sau đó liên hệ với nhà cung cấp từ Trung Quốc, trên Danh mục sản phẩm (Product Directory) của cổng thông tin.
- Báo cáo kiểm toán (Audit Reports) dùng để tìm các nhà cung cấp có năng lực và đáng tin cậy từ Trung Quốc.
- Đưa ra yêu cầu cung ứng (Post Sourcing Requests) để nhận được báo giá chất lượng từ nguồn cung.
- Nhận được hỗ trợ với chi phí thấp, tiến hành thương mại với nhà cung cấp từ Trung Quốc thông qua mục Dịch vụ mua (Buyer Service).

Đối với các nhà sản xuất, nhà cung cấp và xuất khẩu từ Trung Quốc:

- Bổ sung sản phẩm và thông tin công ty vào mục Danh mục sản phẩm (Product Directory).
- Tìm kiếm các yêu cầu tìm nguồn cung ứng từ người mua toàn cầu, trong mục Kênh cung ứng (Sourcing Channel).
- Nhận xếp hạng các kết quả tìm kiếm đảm bảo với mục Xếp hạng cao (TopRank), nhận dịch vụ xúc tiến phổ biến nhất được Made-in-China.com cung cấp.
- Nhận được cơ hội trưng bày trang chủ web bằng cách sử dụng mục Tiêu điểm quảng bá (Spotlight Exhibits) - dịch vụ xúc tiến của Made-in-China.com.
- Nhận được cơ hội quảng bá sản phẩm và thương hiệu qua mục Biểu ngữ quảng bá (BannerPro) - dịch vụ xúc tiến của Made-in-China.com.
- Nhận được cơ hội quảng bá sản phẩm và thương hiệu sử dụng mục Nút quảng cáo (ButtonAD) - dịch vụ xúc tiến của Made-in-China.com.
- Nhận được sự chú ý và tin tưởng hơn từ người mua toàn cầu qua mục Các nhà cung cấp được xác nhận (Audited Suppliers) - một tiêu chuẩn về dịch vụ kiểm toán trên trang web của Made-in-China.com.

- Tìm được các tin tức mới nhất, tìm hiểu và tương tác với các thành viên khác, cũng như nhận được sự hỗ trợ từ cộng đồng tin.

2.2. Một số cổng thông tin xuất khẩu ở Việt Nam

Vietnamexport.com

Vietnamexport.com là cổng thông tin do Cục Thương mại điện tử Việt Nam và Công nghệ thông tin (thuộc Bộ Công Thương) xây dựng và quản lý hoạt động nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc thúc đẩy hoạt động xuất khẩu, nâng cao khả năng cạnh tranh và hiệu quả cho hoạt động kinh doanh nói chung.

Cổng thông tin Vietnamexport.com là một kênh thông tin kinh doanh chính thức, được xuất bản bằng tiếng Việt (chủ yếu dành cho các nhà xuất khẩu Việt Nam) và tiếng Anh (chủ yếu dành cho các nhà nhập khẩu nước ngoài), được thiết kế để cung cấp cơ sở dữ liệu về doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam phân theo khu vực kinh doanh, đặc biệt là có danh sách các nhà xuất khẩu được xác nhận để cung cấp thêm thông tin chi tiết.

Vietnamexport.com sẽ trở thành một địa chỉ tin cậy để giúp các công ty nước ngoài trong việc tìm kiếm các thông tin về các thị trường và các doanh nghiệp xuất khẩu cụ thể của Việt Nam. Vietnamexport sẽ giới thiệu rộng rãi thông tin tới các tổ chức kinh tế và kinh doanh, các hiệp hội thương mại và các công ty nước ngoài để quảng bá hình ảnh và tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam.

Mục tiêu của Vietnamexport.com:

- Cung cấp các thông tin đầy đủ, chính xác và cập nhật nhất về các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam;
- Giới thiệu tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có 63 tỉnh, thành phố dọc theo đất nước;

- Giới thiệu triển vọng của Việt Nam một cách hệ thống;
- Dễ dàng cho việc tìm kiếm thông tin, thay đổi và nâng cấp phần mềm;
- Trở thành địa chỉ đáng tin cậy cho tất cả các công ty trong nước và nước ngoài.

Để được hiển thị trong danh sách các nhà xuất khẩu được xác nhận, doanh nghiệp phải được xác nhận thông qua một quy trình xác thực và xác nhận gồm 17 lĩnh vực thông tin thiết yếu, giúp đối tác liên lạc trực tiếp "đúng người".

Vietnamexport.com còn cung cấp tất cả các báo cáo cũng như dự báo thường xuyên (bằng tiếng Anh) về phát triển kinh tế của Việt Nam, giúp các đối tác hiểu thêm về hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Công thông tin Vietnamexport.com chủ yếu thực hiện chức năng hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu qua việc cung cấp thông tin. So sánh với công thông Made-in-China.com, Vietnamexport.com còn thiếu nhiều các dịch vụ hỗ trợ khác.

Ngoài công thông tin Vietnamexport.com, Bộ Công Thương Việt Nam còn cung cấp thông tin hỗ trợ xuất khẩu qua các trang web thitruongnuocngoai.vn và ttnn.com.vn

Itpc.gov.vn

Itpc.gov.vn là công thông tin thuộc Trung tâm Xúc tiến thương mại và đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh. Như tên gọi của Trung tâm, nhiệm vụ của công thông tin là phục vụ cả công tác xúc tiến thương mại, đặc biệt là thương mại xuất khẩu, và xúc tiến đầu tư của thành phố.

Để phục vụ xúc tiến xuất khẩu, công Itpc.gov.vn thiết kế hai thành phần (hai trang web): một dành cho nhà xuất khẩu (trong đó nội dung được trình bày bằng tiếng Việt) và một dành cho nhà nhập khẩu quốc tế (nội dung được trình bày bằng tiếng Anh).

Trang web dành cho nhà xuất khẩu (itpc.gov.vn/exporters) cung cấp các thông tin về thị trường các ngành hàng, sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, thị trường nhập khẩu trên thế giới, các cơ hội giao thương (chào bán, chào mua, tìm đối tác), thông tin hỗ trợ kỹ thuật xuất nhập khẩu, thông tin về các hoạt động và các sự kiện kinh tế, thương mại, đầu tư của Thành phố, của Việt Nam và quốc tế, dịch vụ nhận đăng ký chào bán, chào mua v.v...

Trang web dành cho nhà nhập khẩu (itpc.gov.vn/importers) cung cấp các thông tin về các doanh nghiệp xuất khẩu cũng như các chào bán của doanh nghiệp Việt Nam, chào mua và tìm kiếm đối tác của doanh nghiệp nước ngoài, thông tin hướng dẫn quy trình nhập khẩu, thuế và logistics. Các dịch vụ được cung cấp như nhận chào mua, cung cấp bản tin qua Newsletter, hỗ trợ tìm kiếm và liên hệ với đối tác xuất khẩu tin cậy, hỗ trợ liên hệ với các cơ quan chính quyền v.v...

3. Gợi ý về xây dựng công thông tin điện tử hỗ trợ xuất khẩu nông sản cho Cao Bằng

Để thực hiện chủ trương biến Cao Bằng thành một trong các trung tâm xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc, một trong các giải pháp nên quan tâm triển khai là xây dựng công thông tin điện tử hỗ trợ xuất khẩu.

Đối tượng phục vụ chủ yếu mà công thông tin hướng tới là các nhà xuất khẩu nông sản, bao gồm các nhà sản xuất, chế biến và các trung gian xuất khẩu, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam. Cần dành sự quan tâm cần thiết tới các nhà sản xuất và xuất khẩu nông, lâm nghiệp Cao Bằng.

Về ngôn ngữ sử dụng, trang web dành cho các nhà xuất khẩu là tiếng Việt, trang web dành cho các nhà nhập khẩu nên sử dụng tiếng Trung.

Nên phát triển cổng thông tin theo hai giai đoạn. Giai đoạn 1 hướng tới đảm bảo các chức năng và dịch vụ cơ bản của cổng thông tin. Trong giai đoạn 2 bổ sung một số dịch vụ nâng cao.

Giai đoạn 1: Đảm bảo các chức năng và dịch vụ cơ bản, bao gồm:

** Đối với trang web dành cho các nhà xuất khẩu:*

- Thông tin về pháp luật, chính sách, quy định của Nhà nước, của tỉnh Cao Bằng liên quan đến xuất khẩu nông sản.

- Thông tin giới thiệu các cửa khẩu, hướng dẫn quy trình, thuế xuất khẩu v.v...

- Thông tin về thị trường các ngành hàng, sản phẩm xuất khẩu nông sản chủ lực của Việt Nam, của Cao Bằng, thị trường nhập khẩu của Trung Quốc;

- Danh mục các doanh nghiệp nhập khẩu của Trung Quốc (phân theo ngành hàng, địa phương);

- Thông tin về các dịch vụ logistics (vận tải, bảo quản, kho trung chuyển...), dịch vụ hải quan, dịch vụ tài chính liên quan đến xuất nhập khẩu;

- Các chào hàng mua (cần nhập khẩu) từ các doanh nghiệp Trung Quốc;

- Dịch vụ: Nhận, đăng chào bán trên trang web cổng thông tin, hỗ trợ giới thiệu, liên hệ, kết nối với nhà nhập khẩu;

** Đối với trang web dành cho các nhà nhập khẩu:*

- Thông tin về pháp luật, chính sách, quy định của Nhà nước, của tỉnh Cao Bằng liên quan đến xuất khẩu nông sản.

- Thông tin giới thiệu các cửa khẩu, hướng dẫn quy trình, thuế xuất khẩu v.v...

- Thông tin về thị trường các ngành hàng, sản phẩm xuất khẩu nông sản chủ lực của Việt Nam, của Cao Bằng;

- Danh mục các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam, của Cao Bằng (ưu tiên);

- Các chào hàng bán (cung ứng);

- Thông tin về các dịch vụ logistics (vận tải, bảo quản, kho trung chuyển...), dịch vụ hải quan liên quan đến các cửa khẩu;

- Dịch vụ: Nhận, đăng chào bán trên trang web cổng thông tin, hỗ trợ giới thiệu, liên hệ, kết nối với nhà xuất khẩu và các đối tác cần liên hệ;

Giai đoạn 2: Ngoài các chức năng và dịch vụ cơ bản, bổ sung thêm một số dịch vụ và tiện ích, bao gồm:

** Đối với trang web dành cho các nhà xuất khẩu:*

- Dịch vụ quảng cáo: quảng bá sản phẩm và thương hiệu của nhà xuất khẩu qua dịch vụ quảng cáo;

- Dịch vụ web: cung cấp cho các nhà xuất khẩu trang web riêng phục vụ giới thiệu, quảng bá sản phẩm và thương hiệu;
 - Dịch vụ xếp hạng các kết quả tìm kiếm đảm bảo;
 - Dịch vụ Danh mục nhà xuất khẩu được xác nhận: các doanh nghiệp xuất khẩu nằm trong danh sách này sẽ được các nhà nhập khẩu chú ý và tin cậy hơn;
 - Dịch vụ đào tạo kỹ năng xuất nhập khẩu cho doanh nghiệp.
- * Đối với trang web dành cho các nhà nhập khẩu:
- Tiếp cận dễ dàng tới các quảng cáo, các trang web quảng bá sản phẩm và thương hiệu của nhà xuất khẩu;
 - Thông tin xếp hạng các kết quả tìm kiếm đảm bảo;
 - Danh mục nhà xuất khẩu được kiểm định: tăng niềm tin, tăng cơ hội tìm kiếm các nhà xuất khẩu có năng lực, có uy tín.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, *Báo cáo thống kê*
 2. Phan Sinh (2015), *Một số vấn đề về xuất nhập khẩu hàng hóa của Hà Giang và chính sách quản lý nhà nước về hải quan*, Hội thảo khóa học “Phát triển kinh tế, xã hội tỉnh Hà Giang trong mối liên kế vùng Đông Bắc và Tây Bắc”
 3. SungKook Han (2003), *Commercial Portal Products*, DERI Research Report 2003-12-31
 4. Sabry Shehata, Linda J. Cox, and Tim O’Connell (2006), *Feasibility Assessment for an e-Commerce Cooperative to Market Hawaii’s Agricultural Products*, University of Hawai’i at Mānoa
 5. Papattarin, Charoensuk (2002), *The impact of business-to-business electronic commerce on export supply chain management: An empirical study of Canterbury export manufacturers*, Lincoln University
- Các trang web:**
6. <http://www.caobang.gov.vn/thongke/15>
 7. <http://dantri.com.vn/kinh-doanh/sau-4-nam-nhap-sieu-tu-trung-quoc-tang-23-lan-1416590986.htm>
 8. <http://baophapluat.vn/Utilities/PrintView.aspx?distributionid=221194>Nam Phương
 9. <http://www.amazon.com/>
 10. <http://www.alibaba.com/>
 11. www.tradeindia.com
 12. www.made-in-china.com
 13. <http://www.vietnamexport.com/>
 14. <http://www.itpc.gov.vn/exporters>

NÂNG CAO NĂNG LỰC QUẢN TRỊ VƯỢT QUA RÀO CẢN TRONG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC

提高打破农产品销向中国市场所遭受的贸易技术壁垒的管理能力

TS. Lê Tiến Đạt
Trường Đại học Thương mại

商业大学博士 黎进达

Tóm tắt

Trong hoạt động kinh doanh quốc tế, các doanh nghiệp xuất khẩu phải đối mặt với vô số rào cản, trong đó, sự hạn chế về năng lực quản trị là một cản trở lớn cho các nhà xuất khẩu trong việc đạt được mục tiêu chiến lược, và vượt qua những khó khăn, trở ngại. Trung Quốc hiện là đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam, đồng thời cũng là bạn hàng lớn của nông sản Việt Nam. Tuy nhiên, giao dịch xuất nhập khẩu hàng nông sản giữa doanh nghiệp hai nước chủ yếu theo tập quán thương mại biên giới, thiếu tính ổn định, thiếu sự ràng buộc giữa các bên theo thông lệ quốc tế, dẫn tới rủi ro cao. Tình trạng ứ ứ hàng hóa vẫn còn phổ biến tại một số cửa khẩu là một bài toán đòi hỏi các nhà hoạch định chính sách và hỗ trợ doanh nghiệp cần quan tâm giải quyết. Trên cơ sở của việc nghiên cứu khái niệm kinh doanh quốc tế và các lý thuyết liên quan tới rào cản trong xuất khẩu, cũng như nhận diện, và nhóm gộp các nhóm rào cản chính mà doanh nghiệp Việt Nam đang phải đối mặt trong xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc, bài viết đề xuất một số giải pháp, và đặc biệt xây dựng một chương trình đào tạo tổng hợp nhằm nâng cao năng lực quản trị cho các doanh nghiệp Việt Nam trong xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc. Những kiến nghị và giải pháp này có thể coi là những gợi ý, mà dựa vào đó, các cơ quan chức năng có thể liên kết với các cơ sở đào tạo, các nhà hoạch định chính sách và các doanh nghiệp xuất khẩu trong việc triển khai các chính sách, chương trình hỗ trợ phù hợp. Ngoài đóng góp mang tính thực tiễn quan trọng này, với góc độ nghiên cứu từ các nước đang phát triển, bài viết đóng góp vào việc phát triển lĩnh vực nghiên cứu có liên quan đến quá trình kinh doanh quốc tế, cũng như những rào cản mà doanh nghiệp xuất khẩu cần vượt qua trong kinh doanh quốc tế.

Từ khóa: Năng lực quản trị, rào cản, xuất khẩu, nông sản, Trung Quốc

摘要

在国际经营活动中，出口企业面临着无数的技术性贸易壁垒，其中，管理能力的限制是出口商在达到战略目标和打破技术壁垒的一大障碍。中国是越南重要的经贸伙伴，同时也是越南农产品的一大伙伴。然而，两国企业之间农产品的进出口交易主要以边界贸易习惯为主，缺少了稳定性以及各方之间按照国际惯例的约束力，引起了经贸风险。货物流通迟滞现象在一些口岸经常发生，这成为需要政策制定者以及企业支持者进一步解决的难题。在研究国际经营概念和有关出口的技术性贸易壁垒理论以及确定越南企业销向中国遭受到的主要技术壁垒并对其进行分组的基础上，本文提出一些措施，并专门设计一个综合培训项目，旨在提高越南企业在向中国出口农产品的

管理能力。这些意见和措施可被视为建议，让有关部门可按此与各培训单位，政策制定者和出口企业相结合实施适当的互助政策与计划。

关键词：管理能力，技术壁垒，出口，农产品，中国

1. Kinh doanh quốc tế và các rào cản trong xuất khẩu

1.1. Khái niệm và một số lý thuyết về kinh doanh quốc tế

Khái niệm kinh doanh quốc tế đã được nghiên cứu dưới nhiều góc độ khác nhau, như kinh doanh quốc tế theo quá trình (Calof & Beamish 1995; Johanson & Vahlne 1977; Reid 1981), kinh doanh quốc tế dựa trên mạng lưới quan hệ (Bonaccorsi 1992; Davidsson & Honig 2003; Hoang & Antoncic 2003; Johanson & Vahlne 1990; Lindqvist 1988; Sharma & Johanson 1987), hay kinh doanh quốc tế dựa trên các nguồn lực của doanh nghiệp (Ahokangas 1998; Carpenter, Sanders & Gregersen 2001; Castanias & Helfat 1991; Conner 1991; Daily, Certo & Dalton 2000; Mahoney & Pandian 1997; Montgomery & Wernerfelt 1997; Peng 2001; Ruzzier, Hisrich & Antoncic 2006; Sharma & Erramilli 2004).

Quan điểm kinh doanh quốc tế theo quá trình, nhấn mạnh quá trình mà doanh nghiệp trải qua, với những nỗ lực, nhằm tiếp cận, và tăng cường mức độ cam kết trên những thị trường quốc tế (Calof & Beamish 1995). Ủng hộ quan điểm này, Johanson & Vahlne (1977) cho rằng quá trình tham gia hoạt động kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp chịu ảnh hưởng bởi hai yếu tố chính, đó là mức độ hiểu biết về thị trường và mức độ cam kết thị trường. Hai yếu tố này có mối quan hệ qua lại và phụ thuộc lẫn nhau. Reid (1981) nhấn mạnh rằng trong việc quyết định thị trường xuất khẩu ban đầu, doanh nghiệp thường có xu hướng lựa chọn những thị trường “gần gũi” mà doanh nghiệp có sự hiểu biết tốt nhất, có sự tương đồng nhất định với thị trường nội địa về chính trị, kinh tế, và văn hóa. Càng có thêm nhiều thông tin, doanh nghiệp càng hiểu biết thêm về đặc điểm của thị trường xuất khẩu, và do vậy, họ càng sẵn sàng quyết định kinh doanh, và càng tăng cường mức độ cam kết trên thị trường đó. Đồng thời, sự cam kết với thị trường xuất khẩu ngày càng mạnh, hiểu biết của doanh nghiệp về thị trường đó càng sâu rộng.

Quan điểm kinh doanh quốc tế dựa trên mạng lưới quan hệ nhìn nhận kinh doanh quốc tế như là một quá trình phát triển các mối quan hệ trên các thị trường nước ngoài. Theo đó, các mối quan hệ được phát triển thông qua ba cách thức căn bản là: (1) mở rộng, (2) xâm nhập, và (3) hội nhập. Trong đó, “mở rộng” liên quan tới việc phát triển những mối quan hệ mới, “xâm nhập” nhấn mạnh tới việc phát triển quan hệ dựa trên những mối quan hệ có sẵn, và “hội nhập” liên quan tới phát triển quan hệ của doanh nghiệp dựa trên sự hợp tác giữa các quốc gia (Johanson & Vahlne 1990). Doanh nghiệp có thể tiếp cận các thị trường xuất khẩu mới bằng cách tận dụng những mối quan hệ quốc tế sẵn có của mình. Cách thức này thực sự rất hữu ích cho các doanh nghiệp mới tham gia thị trường quốc tế, cũng như trong các giai đoạn phát triển về sau (Sharma & Johanson 1987). Lindqvist (1988), Bonaccorsi (1992), Davidsson & Honig (2003) và Hoang & Antoncic (2003) nhấn mạnh rằng các mối quan hệ trong kinh doanh quốc tế có ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp.

Dưới góc độ của quan điểm kinh doanh quốc tế dựa trên nguồn lực doanh nghiệp, kinh doanh quốc tế có thể xem như là một quá trình mà ở đó các nguồn lực được tích lũy và tăng cường cho hoạt động kinh doanh quốc tế (Ahokangas 1998). Khả năng của doanh nghiệp

trong việc tích lũy và sử dụng các nguồn lực quan trọng có vai trò quyết định tới khả năng tiếp cận, định vị và phát triển thị trường quốc tế của doanh nghiệp (Conner 1991), và hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện thành công chiến lược, cũng như giành lợi thế trong cạnh tranh quốc tế (Sharma & Erramilli 2004). Quan điểm kinh doanh quốc tế dựa trên nguồn lực doanh nghiệp đặc biệt nhấn mạnh tầm quan trọng của nguồn nhân lực trong việc xây dựng các năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp (Carpenter, Sanders & Gregersen 2001; Castanias & Helfat 1991; Daily, Certo & Dalton 2000; Montgomery & Wernerfelt 1997; Peng 2001; Ruzzier, Hisrich & Antoncic 2006). Mahoney and Pandian (1997) ủng hộ quan điểm của Castanias & Helfat (1991) cho rằng trình độ và kỹ năng quản trị của chủ doanh nghiệp là yếu tố then chốt quyết định tới việc phát triển các lợi thế mang tính cạnh tranh và bền vững cho doanh nghiệp, và do vậy, được coi là nguồn lực “đặc biệt” của doanh nghiệp kinh doanh quốc tế.

1.2. Một số rào cản chủ yếu trong xuất khẩu

Trong hoạt động kinh doanh quốc tế, các doanh nghiệp phải đối mặt với vô số các rào cản (Bilkey 1978; Fletcher 2004; Katsikeas & Morgan 1994a; O'Farrell, Wood & Zheng 1998; Paunović & Prebežac 2010; Szabo 2002). Đặc biệt, sự hạn chế về kiến thức kinh doanh quốc tế, cũng như về năng lực quản trị là rào cản lớn cho các doanh nghiệp trong việc đạt được mục tiêu chiến lược, và vượt qua những khó khăn trong kinh doanh quốc tế (Chetty & Campbell-Hunt 2003; Kahiya 2013; Karabulut 2013; Paunović & Prebežac 2010). Có không ít các nhà quản trị có năng lực kinh doanh nói chung, nhưng thiếu năng lực quản trị kinh doanh quốc tế. Điều này kìm hãm hoạt động của họ trong việc phát triển các chiến lược kinh doanh, tìm kiếm khách hàng, cũng như lựa chọn phương thức kinh doanh hiệu quả. Do vậy, sự hỗ trợ của nhà nước nhằm nâng cao năng lực quản trị cho các doanh nghiệp xuất khẩu là rất cần thiết (Paunović & Prebežac 2010).

Trước hết, sự thiếu hiểu biết về thị trường xuất khẩu cũng như sự hạn chế về thông tin cho việc phân tích thị trường xuất khẩu được coi là một trong những rào cản lớn cho doanh nghiệp trong kinh doanh quốc tế (OECD 2009). Khi tiếp cận thị trường xuất khẩu, do thiếu thông tin, nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc tiếp cận, định vị, lựa chọn, cũng như liên hệ với các đối tác xuất khẩu và khách hàng tiềm năng (Katsikeas & Morgan 1994a; Leonidou 2004; Morgan & Katsikeas 1997). Rõ ràng các thông tin có vai trò quan trọng trong việc giảm thiểu mức độ không chắc chắn, cũng như các rủi ro trên thị trường xuất khẩu (Welch & Wiedersheim-Paul 1980). Rất nhiều các vấn đề xảy ra trong kinh doanh xuất khẩu có thể được giải quyết nếu các nhà quản trị doanh nghiệp có khả năng tìm kiếm, sử dụng các thông tin có liên quan một cách chính xác và kịp thời. Ngược lại, nếu nhà quản trị thiếu các thông tin về thị trường, sự bất trắc trong kinh doanh quốc tế sẽ tăng lên (Katsikeas & Morgan 1994a).

Khả năng thu thập, xử lý, và sử dụng thông tin thị trường xuất khẩu có ảnh hưởng mạnh đến hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, Czinkota & Ronkainen (2013) chỉ ra rằng trong việc tìm kiếm các thông tin cho quyết định trong xuất khẩu, có thể phát sinh những vấn đề liên quan tới nguồn thông tin, số lượng và chất lượng thông tin. Chẳng hạn, thông tin có thể không chính xác, quá cũ, hay không đầy đủ. Sự giới hạn về thời gian, nguồn thông tin hay kỹ năng thông tin của nhà quản trị có thể cản trở họ trong việc tìm kiếm thị trường xuất khẩu.

Trong quá trình tiếp cận thị trường xuất khẩu, tiếp cận khách hàng được coi như là một nhiệm vụ vô cùng quan trọng. Tuy nhiên, khoảng cách địa lý và sự khác biệt trong văn

hóa có thể hạn chế sự trao đổi, giao tiếp giữa doanh nghiệp và khách hàng tiềm năng. Bên cạnh đó, doanh nghiệp xuất khẩu có thể gặp khó khăn trong việc tiếp cận khách hàng do thiếu nguồn thông tin về danh sách các khách hàng tiềm năng. Tuy vậy, với sự phát triển của khoa học kỹ thuật công nghệ thông tin, doanh nghiệp có thể dễ dàng hơn trong việc tìm hiểu thông tin về khách hàng tiềm năng (Leonidou 2004).

Mức độ phức tạp trong môi trường kinh doanh quốc tế có thể gây ra những khó khăn cho doanh nghiệp trong việc tiếp cận thị trường xuất khẩu, đặc biệt trong cạnh tranh với các đối thủ trong nước cũng như quốc tế. Một số đối thủ cạnh tranh quốc tế có thể có những lợi thế nằm ngoài khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, như chi phí sản xuất thấp hay sự bảo hộ của chính phủ (Doole & Lowe 2012).

Theo Albaum & Duerr (2008), sự thành công hay thất bại trong kinh doanh quốc tế phụ thuộc nhiều vào khả năng của doanh nghiệp trong việc đảm bảo thực hiện các đơn hàng, vận chuyển hàng hóa đúng hạn và an toàn, được thanh toán đầy đủ như trong hợp đồng.

Trong xuất khẩu cung cấp hàng hóa, doanh nghiệp còn có thể gặp phải những khó khăn liên quan tới nhiều vấn đề như chậm trễ trong vận chuyển hàng hóa, sự biến động về nhu cầu của khách hàng, và những tình huống phát sinh không lường trước có thể gây ra sự thiếu hụt về hàng hóa cung cấp. Đặc biệt, sự chậm trễ trong lưu thông hàng hóa xuất khẩu có thể mang lại nhiều thiệt hại cho doanh nghiệp (Albaum & Duerr 2008; Leonidou 2004).

Bên cạnh vấn đề liên quan tới vận chuyển hàng hóa, các vấn đề liên quan tới kho bãi, đảm bảo sự ổn định trong cung cấp hàng hóa, vận chuyển đúng thời hạn, và đặc biệt, đảm bảo chất lượng hàng hóa cũng có ảnh hưởng tới hiệu quả xuất khẩu. Trong rất nhiều trường hợp, các nhà xuất khẩu gặp khó khăn trong tìm kiếm kho bãi với điều kiện lưu trữ tốt và công nghệ hiện đại đủ chất lượng đảm bảo tốt nhất cho sản phẩm của họ (Cateora, Gilly & Graham 2009).

Tham gia thị trường kinh doanh quốc tế, doanh nghiệp xuất khẩu còn cần phải có sự chuẩn bị để đối mặt với các khó khăn liên quan đến các hoạt động tác nghiệp như xác định giá cả, xúc tiến bán, nâng cao thương hiệu sản phẩm, hay đảm bảo sản xuất và chế biến sản phẩm đạt chất lượng xuất khẩu (Vozikis & Mescon 1985). Trong xuất khẩu, doanh nghiệp có thể gặp bất lợi về giá cả khi giá bán sản phẩm của doanh nghiệp bị nâng lên cao do những chi phí xuất khẩu phát sinh, như chi phí liên quan tới đóng gói, vận chuyển, thủ tục hành chính, thuế quan, hay những hoạt động marketing và phân phối sản phẩm. Chi phí cũng có thể phát sinh do yêu cầu liên quan đến dịch thuật, hay xử lý các hóa đơn, hợp đồng (Terpstra & Sarathy 2000). Trong những nỗ lực nhằm đưa ra mức giá tốt nhất, nhiều doanh nghiệp còn gặp khó khăn trong việc xác định mức giá có khả năng cạnh tranh với các đối thủ trên thị trường. Khó khăn này có thể xuất phát từ những nhân tố chủ quan và khách quan, như chính sách thắt chặt chi phí của doanh nghiệp, hay từ sự biến động tỷ giá hối đoái bất lợi cho doanh nghiệp. Mức giá đưa ra bất lợi có thể bắt nguồn từ những chính sách của chính phủ, trong việc khuyến khích các ngành kinh doanh nội địa, hay từ hành động bán phá giá của đối thủ cạnh tranh (Doole & Lowe 2012; Leonidou 2004).

Sự khác biệt trong các kênh phân phối giữa thị trường nội địa và thị trường xuất khẩu, cũng như sự khác biệt giữa các thị trường xuất khẩu, cùng với sự phức tạp của các kênh phân phối này, có thể gây ra khó khăn cho doanh nghiệp xuất khẩu. Những khó khăn này cũng có thể liên quan đến số lượng của các trung gian xuất khẩu, hay chất lượng của các dịch vụ đi

kèm xuất khẩu. Quy mô và số lượng của các doanh nghiệp bán buôn cũng có thể ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp bán lẻ, đặc biệt tại các nước đang phát triển, khi số lượng các đơn vị bán buôn với khả năng hỗ trợ doanh nghiệp bán lẻ xuất khẩu là không nhiều (Terpstra & Sarathy 2000).

Các hoạt động liên quan tới xúc tiến bán, quảng bá sản phẩm có thể đòi hỏi doanh nghiệp phải chi ra một khoản ngân sách lớn, hay có thể gặp khó khăn khi sử dụng các phương thức không phù hợp với thị hiếu khách hàng, thông điệp quảng cáo không phù hợp, hạn chế về các phương tiện truyền thông, hay các chính sách, quy định liên quan tới truyền thông quảng bá sản phẩm của chính phủ quốc gia xuất khẩu (Leonidou 2004).

Nhiều doanh nghiệp “ngần ngại” trong việc tham gia hoạt động xuất khẩu, vì họ cho rằng hoạt động xuất khẩu chứa đựng mức độ rủi ro cao, có thể gây nhiều khó khăn trong việc phát triển sản phẩm xuất khẩu, do thiếu nguồn vốn tài chính, năng lực xuất khẩu, năng lực quản lý, năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Hơn thế nữa, doanh nghiệp tham gia xuất khẩu còn phải luôn đảm bảo sự thích ứng của sản phẩm xuất khẩu về mẫu mã, kiểu dáng, và đặc biệt là chất lượng sản phẩm phù hợp với nhu cầu của thị trường xuất khẩu (Terpstra & Sarathy 2000). Ngoài ra, doanh nghiệp xuất khẩu còn cần phải quan tâm tới việc sản xuất, chế biến sản phẩm, đảm bảo chất lượng phù hợp với quy định của nước xuất khẩu, đặc biệt là những quy định liên quan tới sức khỏe người tiêu dùng, và vệ sinh an toàn thực phẩm (Leonidou 2004). Bên cạnh những đòi hỏi về chất lượng sản phẩm, những yếu tố liên quan tới đóng gói, nhãn mác và đặc biệt là thương hiệu sản phẩm cũng có thể là những đòi hỏi cho doanh nghiệp khi tham gia xuất khẩu. Nhiều sản phẩm xuất khẩu, đặc biệt là hàng nông sản, thương thực phẩm đòi hỏi phải có dán nhãn, với thông tin đầy đủ về sản phẩm như thành phần, ngày sản phẩm được đóng gói, ngày quá hạn, trọng lượng tịnh, hay chứng nhận nguồn gốc sản phẩm (Cateora, Gilly & Graham 2009). Không những được xem như những yêu cầu, việc thỏa mãn các tiêu chuẩn này cũng là một cơ hội để doanh nghiệp có thể cải tiến chất lượng sản phẩm và nâng cao lợi thế cạnh tranh trên thương trường quốc tế (Leonidou 2004). Tuy nhiên, trong việc sản xuất, chế biến sản phẩm theo yêu cầu chất lượng, doanh nghiệp có thể gặp khó khăn về chi phí, trình độ quản lý chất lượng sản phẩm, đặc biệt là quản lý chất lượng sản phẩm xuất khẩu (Terpstra & Sarathy 2000).

Trong hoạt động kinh doanh quốc tế, sự hỗ trợ của chính phủ cho các doanh nghiệp thông qua các chương trình khuyến khích và xúc tiến thương mại luôn đóng vai trò quan trọng. Với sự hỗ trợ của chính phủ, doanh nghiệp có thể tham gia các nhóm doanh nghiệp xuất khẩu, để cùng chia sẻ rủi ro cũng như chi phí, kinh nghiệm, nguồn lực và thông tin (Albaum & Duerr 2008). Mặc dù vậy, khó khăn có thể phát sinh khi các chương trình hỗ trợ thiếu kinh phí để triển khai, hay khi các doanh nghiệp xuất khẩu thiếu năng lực để cùng nhau tham gia. Trong một số trường hợp, các chương trình hỗ trợ từ chính phủ không phù hợp với nhu cầu riêng biệt của các doanh nghiệp xuất khẩu, và do vậy không phát huy được hiệu quả (Seringhaus & Rosson 1990).

2. Xuất khẩu nông sản thị trường Trung Quốc của các doanh nghiệp Việt Nam - Thực trạng và những rào cản

Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê Việt Nam, trong thời gian từ 2010 đến năm 2013, mức tăng GDP ngành nông, lâm, ngư nghiệp đạt trung bình 3,16%, đóng góp 19,26% tổng GDP. Trong cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam giai đoạn 2010-2014, các sản phẩm nông nghiệp luôn chiếm ưu thế về danh mục mặt hàng, thể hiện ở bảng 1 sau đây:

Bảng 1: Một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam 2010 - 2014

	2010	2011	2012	2013	Sơ bộ 2014
Dầu thô (Triệu tấn)	8,1	8,2	9,3	8,4	9,3
Than đá (Triệu tấn)	19,9	17,2	15,2	12,8	7,3
Giày, dép (Tỷ đô la Mỹ)	5,1	6,5	7,3	8,4	10,3
Hàng dệt, may (Tỷ đô la Mỹ)	11,2	13,2	14,4	17,9	20,9
Gạo (Triệu tấn)	6,9	7,1	8,0	6,6	6,4
Cà phê (Nghìn tấn)	1.218,0	1.260,0	1.735,5	1.301,2	1.690,5
Cao su (Nghìn tấn)	779,0	817,5	1.023,5	1.074,6	1.066,9
Hạt điều nhân (Nghìn tấn)	190,0	178,0	221,8	262,1	302,9
Hạt tiêu (Nghìn tấn)	117,0	124,0	116,8	132,8	155,1
Chè (Nghìn tấn)	137,0	135,0	146,9	141,2	132,7
Gỗ & SP gỗ (Tỷ đô la Mỹ)	3,4	4,0	4,7	5,6	6,2
Hàng thủy sản (Tỷ đô la Mỹ)	5,0	6,1	6,1	6,7	7,8
Hàng điện tử, máy tính và linh kiện (Tỷ đô la Mỹ)	3,6	4,7	7,8	10,6	11,4
Điện thoại các loại và linh kiện (Tỷ đô la Mỹ)	2,3	6,4	12,7	21,3	23,6

Nguồn: Niên giám Thống kê (2014)

Nhìn vào bảng số liệu trên, có thể thấy rằng giá trị xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp có sự biến động không đồng đều qua các năm từ 2010 đến 2014. Cá biệt không có một sản phẩm nông nghiệp nào có mức tăng giá trị xuất khẩu đều qua tất cả các năm. Một số sản phẩm như gạo, cà phê, chè có sự tăng trưởng đều từ 2010 đến 2012, tuy nhiên, có sự giảm, đặc biệt là giảm mạnh ở sản phẩm gạo và cà phê từ 2013. Đến 2014, các sản phẩm này cũng không đạt được mức giá trị xuất khẩu đã đạt được năm 2012.

Bốn tháng đầu năm 2015, mức tăng trưởng của khu vực nông, lâm và thủy sản ở mức thấp, chỉ tăng 2,14% so với mức tăng 2,68% cùng kỳ năm trước. Hàng loạt mặt hàng nông sản như dưa hấu ở Quảng Ngãi, thanh long ở Bình Thuận, hành tây ở Đà Lạt, hành tím ở Sóc Trăng đều rơi vào tình trạng “được mùa, mất giá” và khó tiêu thụ. Nghịch lý này tuy không mới nhưng tiếp tục đẩy người nông dân vào khó khăn. Cá biệt, giá trị xuất khẩu nông nghiệp trong nửa đầu năm 2015 chỉ đạt 11 tỷ USD, bằng 1/3 năm 2014.

Trung Quốc hiện là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của hai nước năm 2014 đạt gần 60 tỷ USD, tăng 16,7% so với cùng kỳ năm 2013. Trong năm năm tới, Trung Quốc sẽ nhập khẩu hơn 10.000 tỷ USD sản phẩm, đầu tư trực tiếp ra nước ngoài cũng sẽ vượt hơn 500 tỷ USD. Điều này sẽ tạo cơ hội thương mại cho doanh nghiệp vùng Châu Á Thái Bình Dương, bao gồm Việt Nam. Để tận dụng cơ hội

này, các doanh nghiệp Việt Nam và cơ quan Chính phủ như Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn cần có chiến lược nhằm tìm kiếm thông tin, nhóm gộp các ngành hàng trọng điểm, và xây dựng chương trình hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, và xuất khẩu hàng hóa phù hợp.

Không chỉ là đối tác thương mại lớn, với dân số hơn 1,3 tỷ người, Trung Quốc còn là bạn hàng lớn của nông sản Việt Nam. Các loại nông sản Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc bao gồm: gạo, cao su, cà phê, hạt điều, hồ tiêu, rau quả, dầu thực vật...trong đó, nhóm hàng gạo, cao su, hạt điều chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch xuất nhập khẩu hàng nông sản giữa hai nước. Việt Nam hiện nay đã xuất khẩu được một số mặt hàng rau quả sang thị trường Mỹ và Úc, nhưng với số lượng còn rất hạn chế. Tuy nhiên, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần thời gian để tìm hiểu, tiếp cận và làm quen, để có thể chiêu lòng những thị trường đòi hỏi chất lượng cao, chi phí vận chuyển và bảo quản lớn này. Chính vì vậy, Trung Quốc và các nước ASEAN vẫn là các thị trường truyền thống cần được coi trọng. Trong đó, Trung Quốc là một thị trường thuận lợi với đường biên giới với Việt Nam trải qua 7 tỉnh phía Bắc, với nhiều cặp cửa khẩu, điểm thông quan, lối mở thông thương, tạo ra sự thuận lợi tự nhiên cho cả chính ngạch và tiểu ngạch. Tuy nhiên, giao dịch xuất nhập khẩu giữa doanh nghiệp hai nước chủ yếu theo tập quán thương mại biên giới, thiếu tính ổn định, thiếu sự ràng buộc giữa các bên theo thông lệ quốc tế, dẫn tới rủi ro cao và cũng chỉ tập trung tại một số cửa khẩu quen thuộc. Tình trạng ứ đọng hàng vẫn còn phổ biến tại một số cửa khẩu là một bài toán đòi hỏi các nhà hoạch định chính sách và hỗ trợ doanh nghiệp cần quan tâm giải quyết.

Theo báo cáo gần đây, Báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch tháng 11 năm 2015 Ngành Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn, kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản tháng 11 năm 2015 ước đạt 2,57 tỷ USD, đưa giá trị xuất khẩu của ngành 11 tháng đầu năm lên 27,41 tỷ USD, giảm 1,9% so với cùng kỳ năm 2014. Trong đó, giá trị xuất khẩu các mặt hàng nông sản chính ước đạt 12,74 tỷ USD, giảm 4% so với cùng kỳ năm 2014. Các sản phẩm có mức giảm mạnh là cà phê (30,2%) và cao su (15,5%). Trong các thị trường nhập khẩu sản phẩm nông nghiệp Việt Nam, Trung Quốc vẫn là một trong những thị trường lớn nhất nhập khẩu các sản phẩm nông nghiệp chủ đạo như gạo, cao su, hạt điều và các sản phẩm từ sắn. Cụ thể kết quả một số mặt hàng nông sản chính xuất sang Trung Quốc như sau:

(1) Gạo: Tháng 11 năm 2015, khối lượng gạo xuất khẩu ước đạt 885 nghìn tấn, giá trị xuất khẩu đạt 372 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu gạo 11 tháng đầu năm 2015 ước đạt 6,24 triệu tấn và 2,65 tỷ USD, tăng 3,6% về khối lượng, nhưng giảm 4,9% về giá trị so với cùng kỳ năm 2014. Giá gạo xuất khẩu bình quân 10 tháng đầu năm 2015 đạt 426,04 USD/tấn, giảm 7,4% so với cùng kỳ năm 2014. Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam trong 10 tháng đầu năm 2015 với 34,49% thị phần. Mười tháng đầu năm 2015 xuất khẩu gạo sang Trung Quốc tăng 7,21% về khối lượng nhưng giảm 1,36% về giá trị so với cùng kỳ năm 2014.

(2) Cao su: Ước tính khối lượng xuất khẩu cao su tháng 11 đạt 108 nghìn tấn với giá trị đạt 134 triệu USD, với ước tính này 11 tháng đầu năm xuất khẩu cao su đạt 983 nghìn tấn, giá trị đạt 1,35 tỷ USD, tăng 3,6% về khối lượng nhưng giảm 15,5% về giá trị so với cùng kỳ năm 2014. Giá cao su xuất khẩu bình quân 10 tháng đầu năm đạt 1.401 USD/tấn, giảm 18,7% so với cùng kỳ năm 2014. Trung Quốc, Malaysia và Ấn Độ vẫn duy trì là 3 thị trường tiêu thụ cao su lớn nhất của Việt Nam trong 10 tháng đầu năm, chiếm 72,36% thị phần. Giá trị xuất

khẩu cao su trong 10 tháng đầu năm ở 10 thị trường chính của Việt Nam đều giảm so với cùng kỳ năm 2014.

(3) Hạt điều: Khối lượng hạt điều xuất khẩu tháng 11 ước đạt 25 nghìn tấn với giá trị 186 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu 11 tháng đầu năm đạt 300 nghìn tấn với 2,18 tỷ USD, tăng 7,3% về khối lượng và tăng 19,2% về giá trị so với cùng kỳ năm 2014. Giá hạt điều xuất khẩu bình quân 10 tháng đầu năm 2015 đạt 7.269 USD/tấn, tăng 11,3% so với cùng kỳ năm 2014. Hoa Kỳ, Trung Quốc và Hà Lan vẫn duy trì là 3 thị trường nhập khẩu điều lớn nhất của Việt Nam chiếm lần lượt 35,39%, 13,38% và 12,85% tổng giá trị xuất khẩu.

(4) Sắn và các sản phẩm từ sắn: Khối lượng xuất khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn trong tháng 11 năm 2015 ước đạt 245 nghìn tấn, với giá trị đạt 87 triệu USD đưa tổng khối lượng xuất khẩu mặt hàng này 11 tháng đầu năm 2015 đạt 3,67 triệu tấn với giá trị 1,18 tỷ USD, tăng 19,3% về khối lượng và tăng 15,6% về giá trị so cùng kỳ năm 2014. Trong 10 tháng đầu năm 2015, Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu chính chiếm tới 89,14% thị phần, tăng 30,79% về khối lượng và tăng 26,4% về giá trị so với cùng kỳ năm 2014.

Như vậy, có thể thấy Trung Quốc là một thị trường lớn và tiềm năng cho nông sản Việt Nam. Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu nông sản của doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường này còn chứa đựng nhiều yếu tố, làm giảm hiệu quả và giá trị xuất khẩu. Vậy đâu là những rào cản hạn chế chính, ảnh hưởng tới giá trị xuất khẩu hàng nông sản của doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Trung Quốc, đòi hỏi sự nhận diện và hỗ trợ từ phía Chính phủ và các cơ quan hữu quan, nhằm giúp doanh nghiệp vượt qua thách thức, tận dụng cơ hội xuất khẩu tiềm năng này?

Trước hết, có thể thấy rằng các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc vẫn còn thiếu thông tin thị trường và các hoạt động liên quan tới xúc tiến thương mại. Thông tin thị trường mà các doanh nghiệp Việt Nam có được chủ yếu dựa vào hệ thống thông tin của Chính phủ, thông qua thương vụ và đại diện thương mại Việt Nam tại Trung Quốc. Tuy nhiên, kênh thông tin này khó có thể đáp ứng hết các nhu cầu thông tin riêng biệt của doanh nghiệp xuất khẩu. Chính vì thiếu và chậm trong việc tiếp nhận thông tin, trong nhiều trường hợp, các doanh nghiệp bỏ lỡ các cơ hội, hay không hưởng được các ưu đãi kịp thời từ phía chính phủ, như ưu đãi về thuế quan cho các doanh nghiệp xuất khẩu theo đường chính ngạch.

Là một thị trường lớn về nhập khẩu mặt hàng nông sản, nhưng khách hàng và đối tác đến từ Trung Quốc cũng mang lại không ít những “bài học” cho các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam. Trong thời gian vừa qua, sự xuất hiện của các thương lái “ma” từ Trung Quốc đã gây xáo trộn thị trường Việt Nam. Nhiều chủ doanh nghiệp chuyên xuất khẩu nông sản đã chia sẻ về việc xuất hiện của nhiều thương nhân người Trung Quốc không rõ lai lịch về thu mua nông sản trực tiếp của người dân. Các thương lái “ma” này về tận các vùng nông thôn, khuyến khích người dân trồng một số loại cây nhất định, nhưng sau khi trồng thì thu mua giá thấp, đẩy người nông dân vào tình cảnh “dở khóc dở cười”. Những hành động của các đối tượng này đã gây ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm và lợi nhuận cho doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu nông sản sang thị trường lớn và đầy tiềm năng này. Nhiều trường hợp các thương lái “ma” này, bằng cách này hay cách khác, chào hàng với giá thấp hơn giá của các doanh nghiệp Việt Nam. Hàng nông sản của các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu, với đầy đủ chứng từ vệ sinh an toàn thực phẩm, đi chính ngạch với nhiều loại thuế, nhưng khó cạnh tranh về giá với các đối thủ cạnh tranh “ma” này. Mặc dù đã ký hợp đồng với các doanh

nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam, nhưng trước giá chào thấp hơn của các thương lái này, nhà nhập khẩu Trung Quốc lại viện lý do không mua nữa, “làm khó” cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Cá biệt, một số thương lái “dòm” Trung Quốc còn sử dụng nhiều chiêu trò để mua sản phẩm nông sản chất lượng thấp nhưng yêu cầu doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam dán nhãn mác với giá cao hơn để trục lợi. Một doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam chia sẻ rằng nhiều thương lái Trung Quốc lợi dụng những doanh nghiệp uy tín Việt Nam mua sản phẩm kém chất lượng, sau đó gắn mác hàng chất lượng cao để thu lợi bất chính. Chẳng hạn, các đối tượng này yêu cầu mua gạo 4.900, loại gạo thơm nhưng chất lượng thấp hơn gạo Jasmine, khi xuất hàng lại yêu cầu doanh nghiệp để chứng từ là gạo Jasmine, hoặc đề nghị doanh nghiệp trộn cái này với cái kia. Trước những hành động “quấy nhiễu” làm xáo trộn thị trường xuất khẩu của các thương lái này, các cơ quan chức năng và các bộ phận liên quan cần tăng cường quản lý giao thương tại khu vực biên giới.

Có thể nói, một trong những nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng nêu trên là do sự thiếu hiểu biết về khách hàng và đối tác kinh doanh của cả hai phía, doanh nghiệp nhập khẩu Trung Quốc và doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Trong khi các nhà nhập khẩu không biết rõ về tình hình thị trường Việt Nam, thì các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam không biết liên hệ như thế nào đến các nhà nhập khẩu Trung Quốc có năng lực và uy tín thực sự.

Nếu được cung cấp thông tin thông qua các trang chính thống, các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ dễ dàng tìm được đối tác tin cậy và hạn chế được rủi ro, hơn là để các doanh nghiệp tự tìm hiểu như hiện nay. Với sự trợ giúp của công nghệ thông tin internet, chính phủ hai quốc gia có thể thiết lập một sàn thương mại điện tử xuyên quốc gia giữa hai nước, giúp nâng cao tính minh bạch của thông tin, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hai nước.

Bên cạnh việc tiếp cận khách hàng và đối tác mang tính cá nhân - cá nhân, một số doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam thành công như Bitis đã chủ động tạo lập mối quan hệ cộng đồng, thậm chí là chính quyền địa phương, để có được điều kiện kinh doanh tốt nhất. Chính vì vậy, việc phát huy vai trò cầu nối của các hiệp hội và doanh nghiệp cũng là một vấn đề mà các cơ quan chính phủ hai nước cần quan tâm.

Liên quan tới phương thức doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng nông sản vào thị trường Trung Quốc, con đường đi bằng tiểu ngạch thông qua các thương lái ở biên giới không thể đảm bảo cho hàng hóa Việt Nam tăng giá trị tại thị trường Trung Quốc. Những tiểu thương này cũng chỉ đóng vai trò môi giới tại khu vực biên giới nên việc tường tận thị trường còn nhiều hạn chế. Hoạt động xuất khẩu thông qua con đường tiểu ngạch thu hút mọi thành phần kinh tế tham gia nhưng vẫn mang nặng tính “nghiệp dư”, mạnh ai nấy làm, nhiều khi vẫn “đánh” hàng theo chuyến, vẫn buôn bán theo mùa, theo vụ. Do quản lý hoạt động xuất nhập khẩu qua đường biên giới còn kém hiệu quả, dẫn đến hiện tượng tranh mua, tranh bán, tạo kẽ hở để đối tác ép cấp, ép giá, gây thiệt hại cho doanh nghiệp. Đồng thời, việc thanh toán chủ yếu bằng tiền mặt, hoặc hàng đổi hàng không thông qua ngân hàng, làm hạn chế hoạt động tín dụng của ngân hàng hỗ trợ cho xuất khẩu. Do năng lực giao nhận hàng hóa còn hạn chế, hạ tầng tại các cửa khẩu chưa phát triển kịp so với nhu cầu, làm giảm năng lực thông quan dẫn đến ùn tắc hàng hóa.

Trong xu thế phát triển hiện nay, rõ ràng nếu để hàng nông sản Việt Nam xuất khẩu chủ yếu qua con đường tiểu ngạch, thì cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam “làm chủ cuộc

chơi này là không thể. Thay vì “lên lời” bằng con đường tiểu ngạch này, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cũng đang “ráo riết” tìm ra một hướng đi mới chính thức vào thị trường có sức tiêu thụ bậc nhất thế giới này. Các doanh nghiệp Việt Nam cũng mong mỗi tận dụng lợi thế của Hiệp định ASEAN + 1 để thâm nhập thị trường này một cách chính thức, bài bản và tập trung phát triển các kênh thương mại hiện đại.

Tuy nhiên, việc mở con đường chính thức cũng gặp không ít khó khăn. Mức giá giữa hàng từ các thương lái và hàng được bán trong hệ thống siêu thị, trung tâm phân phối vẫn còn chênh lệch khá lớn lên đến 1,5 lần. Một rào cản lớn là việc đăng ký thương hiệu tại thị trường này không phải là dễ dàng. Nhiều thương hiệu Việt Nam đều bị mất tại đây vì việc chậm đăng ký cũng như không đua kịp với các đơn vị phân phối sản phẩm từ hàng tiểu ngạch. Như vậy, cách thức tăng cường xuất khẩu tốt nhất là tìm cách giảm thiểu tối đa hàng đi qua đường tiểu ngạch. Việc tham gia chính thức vào hệ thống siêu thị tại đây, cùng việc hoạch toán các khoản chi về thuế, phí là bước đầu làm cho doanh nghiệp Việt Nam chủ động hơn trong cuộc chơi này. Trong hoàn cảnh hiện nay, việc thâm nhập vào thị trường Trung Quốc không nên hoạt động đơn lẻ, mà cần sự liên kết của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam. Đây là cách để rút gọn thời gian tiếp cận bằng cách nương tựa vào những doanh nghiệp đã đi trước. Bên cạnh đó, sử dụng nhiều mặt hàng sẽ là cách tăng sức mạnh đàm phán khi đưa hàng Việt vào hệ thống bán lẻ tại đây.

Như trên đã đề cập, việc đăng ký thương hiệu hàng nông sản Việt Nam trên thị trường Trung Quốc không phải là dễ dàng. Trong thực tế, rất nhiều hàng nông sản Việt Nam hiện nay chưa có thương hiệu, một phần nguyên nhân là do quy mô sản xuất nhỏ nên nhiều doanh nghiệp không đủ kinh phí để xây dựng thương hiệu. Mặt khác, nguyên nhân còn đến từ nhận thức không đầy đủ của các nhà xuất khẩu nông sản Việt Nam về vai trò và giá trị của thương hiệu trong thương mại quốc tế. Chính vì vậy, vấn nạn hàng nông sản Việt bị làm giả tại thị trường Trung Quốc đang ngày càng phổ biến. Một số sản phẩm giả của Vinamit và cà phê Buôn Ma Thuột được bày bán rất nhiều ở Trung Quốc. Đây là một rào cản lớn cho việc doanh nghiệp nông sản Việt Nam khẳng định thương hiệu tại thị trường Trung Quốc. Đồng thời, đây cũng là một bài học cho các doanh nghiệp khi tham gia kinh doanh nông sản tại thị trường Trung Quốc. Các doanh nghiệp cần thường xuyên tương tác với bộ phận pháp lý tại đây và việc bảo hộ thương hiệu cần phải được rà soát liên tục.

Bên cạnh vấn đề liên quan tới cách thức tiếp cận thị trường cũng như marketing, bảo hộ thương hiệu sản phẩm nông sản, những hiểu biết về sản phẩm, nhằm sản xuất và chế biến những sản phẩm có giá trị xuất khẩu cao cũng là một vấn đề mà các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam cần đặc biệt quan tâm. Mặc dù trong những năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu các nông sản chủ yếu vào thị trường Trung Quốc đều có mức tăng trưởng cao, nhưng cũng bộc lộ một số tồn tại, đó là hầu hết sản phẩm xuất khẩu là sản phẩm thô hoặc sản phẩm sơ chế giá bán thấp, sức cạnh tranh thấp do công nghệ bảo quản và chế biến sau thu hoạch còn rất lạc hậu, mẫu mã chưa phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng và không có thương hiệu. Sản xuất và xuất khẩu nông sản còn phân tán, thiếu tập trung. Ngoài ra, các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam còn bộc lộ sự thiếu chuyên nghiệp trong việc xây dựng chiến lược để khai thác thị trường Trung Quốc một cách có hiệu quả, chưa quan tâm đúng mức đến hoạt động nghiên cứu thị trường này, thiếu nhanh nhạy và năng động để nắm bắt kịp thời những cơ hội khi phía Trung Quốc có những điều chỉnh về chính sách xuất nhập khẩu.

3. Một số kiến nghị và giải pháp nhằm nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp Việt Nam trong xuất khẩu nông sản thị trường Trung Quốc

Mặc dù chính quyền các địa phương có cửa khẩu xuất nhập khẩu với Trung Quốc như Lạng Sơn và Cao Bằng đã rất sát sao trong chỉ đạo điều hành công tác xuất nhập khẩu, tình trạng ùn ứ hàng hóa vẫn còn xảy ra. Điều này đã gây ra những ảnh hưởng tiêu cực, đặc biệt đến nông sản xuất khẩu. Chính vì vậy, trong các giải pháp nhằm nâng cao giá trị xuất khẩu hàng nông sản từ Việt Nam sang thị trường Trung Quốc, việc xây dựng khu trung chuyển hàng hóa tại hai thị trường trọng điểm, Lạng Sơn và Cao Bằng, được coi là giải pháp mang tính chất tháo bỏ “nút thắt” cho những khó khăn trong xuất khẩu nông sản hiện nay. Trong đó, cửa khẩu Trà Lĩnh (Cao Bằng) là một trong bốn cửa khẩu của Việt Nam được chọn để xây dựng các khu hợp tác kinh tế qua biên giới giữa Việt Nam và Trung Quốc. Cặp cửa khẩu Trà Lĩnh (Việt Nam) - Long Bang (Trung Quốc) trong tương lai là tuyến giao thông đường bộ quốc tế từ các tỉnh Tây Nam Trung Quốc đi ASEAN. Do đó, việc xây dựng khu trung chuyển hàng hóa nông - lâm - thủy sản tại cửa khẩu Trà Lĩnh rất thuận lợi cho việc xuất nhập khẩu hàng hóa nông sản, thủy - hải sản của Việt Nam, dần hình thành trung tâm giao dịch thương mại quốc tế, và rút ngắn được thời gian lưu thông hàng hóa, mở ra cơ hội thúc đẩy thương mại biên giới. Điều này kỳ vọng sẽ góp phần giải quyết tình trạng ách tắc hàng hóa xuất khẩu tại cửa khẩu, tránh việc hàng nông sản xuất khẩu bị ép cấp, ép giá, giảm chất lượng khi chờ thông quan xuất khẩu. Khu trung chuyển hàng hóa không chỉ có vai trò trong việc giải quyết ách tắc hàng hóa của các nước ASEAN, mà còn là khu vực để đóng gói, bảo quản hàng hóa, và đặc biệt là đảm bảo giá tốt nhất. Dự án khu trung chuyển hàng hóa này nhằm mục tiêu xây dựng hạ tầng đồng bộ, cung cấp những dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu, góp phần gia tăng giá trị xuất nhập khẩu hàng nông - lâm - hải sản. Ngoài những hiệu quả về mặt kinh tế, thương mại, dự án còn đóng góp lớn vào việc giải quyết các vấn đề liên quan tới an ninh biên giới, cũng như phát triển hoạt động thương mại biên giới.

Tuy nhiên, việc triển khai dự án trung tâm trung chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu nông sản này cũng phải với đối mặt với không ít khó khăn, như là khả năng cân đối ngân sách địa phương để thực hiện dự án với số vốn 700 tỷ đồng rất khó, rất cần hỗ trợ về vốn ngân sách từ Trung ương, nhất là trong những hạng mục cơ bản như giải phóng mặt bằng, tái định cư, kho bãi, khu dịch vụ. Đồng thời, phải thống nhất nghiên cứu xây dựng cơ chế, chính sách cho phù hợp với các khu trung chuyển như khu kinh tế cửa khẩu theo hướng đơn giản hóa thủ tục, hoạt động quản lý nhà nước, đảm bảo hoạt động thương mại ổn định, hiệu quả.

Ngoài ra, cần giải quyết các bất cập trong công tác quản lý, dự báo và định hướng của cơ quan nhà nước. Cần có cơ chế chính sách quy hoạch vùng trồng trái cây, nông sản hợp lý nhằm hạn chế phát sinh thiệt hại cho nông dân; đầu tư công nghệ chế biến, công nghệ sinh học bảo quản sau thu hoạch. Và từ phía bản thân các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, cũng cần thay đổi phương thức kinh doanh, từ buôn bán hàng theo kiểu bán hàng truyền thống kinh doanh tiểu ngạch, chuyển sang kinh doanh chính ngạch có hợp đồng ngoại thương theo thông lệ quốc tế, giảm thiểu rủi ro khi xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc.

Bên cạnh giải pháp mang tính chất chiến lược kể trên, nhìn nhận từ góc độ vĩ mô quản lý nhà nước, chính phủ cần tạo thêm cơ chế, giải pháp đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu hàng nông sản Việt Nam qua Trung Quốc thông qua các hợp đồng thương mại quốc tế, giúp đỡ các tỉnh biên giới khai thác hết tiềm năng giao dịch, phục vụ cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Cần xác định công nghiệp hóa, hiện đại hóa, tri thức hóa nền nông nghiệp

Việt Nam là ưu tiên hàng đầu trong giai đoạn ngắn hạn và cả trung hạn. Cần phải tiếp tục ưu tiên đầu tư công cho lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn. Ngành nông nghiệp trong thời gian qua đã chứng tỏ được vai trò của mình trong sự phát triển kinh tế của đất nước, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát. Tham gia Hiệp định thương mại TPP, gia nhập cộng đồng kinh tế ASEAN, Việt Nam sẽ có nhiều lợi thế cho nông nghiệp, nhưng đây cũng là thách thức cho ngành nông nghiệp Việt Nam, rất cần sự hỗ trợ của chính phủ để tận dụng cơ hội, cũng như vượt qua rào cản.

Việc phân tích thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Trung Quốc đã chỉ ra rằng việc coi trọng và phát triển thị trường Trung Quốc - cùng với thị trường các nước ASEAN, là những thị trường truyền thống của Việt Nam, vẫn là một chiến lược phù hợp. Thực tế này đã ủng hộ quan điểm kinh doanh quốc tế theo quá trình (Calof & Beamish 1995; Johanson & Vahlne 1977; Reid 1981). Đồng thời, tăng cường hỗ trợ của chính phủ thông qua việc xây dựng trung tâm trung chuyển hàng hóa, thiết lập quan hệ thương mại quốc gia, làm cơ sở cho quan hệ đối tác doanh nghiệp, là một luận điểm phù hợp với quan điểm kinh doanh quốc tế dựa trên mạng lưới quan hệ (Bonaccorsi 1992; Davidsson & Honig 2003; Hoang & Antoncic 2003; Johanson & Vahlne 1990; Lindqvist 1988; Sharma & Johanson 1987). Và đặc biệt, vấn đề liên quan tới nâng cao năng lực quản trị của doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam - một rào cản lớn, hạn chế kim ngạch xuất nhập khẩu hàng nông sản giữa hai quốc gia - đã được phân tích cụ thể, làm rõ hơn quan điểm kinh doanh quốc tế dựa trên nguồn lực của doanh nghiệp (Ahokangas 1998; Carpenter, Sanders & Gregersen 2001; Castanias & Helfat 1991; Conner 1991; Daily, Certo & Dalton 2000; Mahoney & Pandian 1997; Montgomery & Wernerfelt 1997; Peng 2001; Ruzzier, Hisrich & Antoncic 2006; Sharma & Erramilli 2004).

Ngoài ra, các rào cản mà các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam đang phải đối mặt, cũng là những rào cản được xác định một cách rộng rãi bởi các chuyên gia và các nhà khoa học trên thế giới. Đó có thể là rào cản liên quan tới tiếp cận thị trường và phát triển hoạt động kinh doanh quốc tế, như là: (1) Nắm bắt và tận dụng thông tin thị trường (Czinkota & Ronkainen 2013; Katsikeas & Morgan 1994b; Leonidou 2004; OECD 2009; Welch & Wiedersheim-Paul 1980); (2) Tìm kiếm khách hàng và đối tác kinh doanh tin cậy (Leonidou 2004); (3) Cạnh tranh với đối thủ trong nước và quốc tế (Doole & Lowe 2012); (4) Tập kết, vận chuyển, và lưu chuyển hàng hóa (Albaum & Duerr 2008; Cateora, Gilly & Graham 2009; Leonidou 2004); (5) Định mức giá cạnh tranh, tránh bị ép giá (Doole & Lowe 2012; Leonidou 2004; Terpstra & Sarathy 2000); (6) Xây dựng và bảo hộ thương hiệu cho hàng nông sản (Cateora, Gilly & Graham 2009); (7) Lựa chọn phương thức phân phối hàng nông sản hiệu quả (Terpstra & Sarathy 2000); (8) Sản xuất và chế biến hàng nông sản có giá trị xuất khẩu cao (Leonidou 2004; Terpstra & Sarathy 2000); (9) Nhận thức các chính sách khuyến khích hay hạn chế của chính phủ quốc gia nhập khẩu, và của Việt Nam (Albaum & Duerr 2008; Seringhaus & Rosson 1990)

Để hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam trong xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc, các cơ quan chức năng có thể liên kết với các tổ chức đào tạo và các doanh nghiệp xuất khẩu, xây dựng và triển khai các chương trình đào tạo hỗ trợ phù hợp. Trong bài viết này, dựa trên những rào cản mà doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam đang gặp phải đã xác định trên đây, một chương trình đào tạo tổng hợp được xây dựng và đưa ra như sau:

Bảng 2: Chương trình đào tạo nhằm nâng cao năng lực xuất khẩu nông sản cho các doanh nghiệp Việt Nam

Chuyên đề 1: Kỹ năng tiếp cận thị trường xuất khẩu nông sản Trung Quốc
<i>Kỹ năng tìm kiếm và xử lý thông tin xuất khẩu</i>
<i>Kỹ năng tìm kiếm, nhận dạng, đánh giá độ tin cậy, và tiếp cận khách hàng và đối tác kinh doanh</i>
<i>Kỹ năng đánh giá mức độ cạnh tranh của đối thủ cạnh tranh</i>
<i>Kỹ năng tập kết, vận chuyển, và lưu thông hàng hóa qua cửa khẩu xuất khẩu</i>
Chuyên đề 2: Kỹ năng kinh doanh căn bản nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu hàng nông sản sang thị trường Trung Quốc
<i>Kỹ năng định mức giá cạnh tranh, và tránh bị ép giá</i>
<i>Kỹ năng xây dựng và bảo hộ thương hiệu cho hàng nông sản</i>
<i>Kỹ năng lựa chọn phương thức phân phối hàng nông sản hiệu quả</i>
<i>Kỹ năng sản xuất và chế biến hàng nông sản có giá trị xuất khẩu cao</i>
<i>Kỹ năng nhận thức các chính sách khuyến khích hay hạn chế của chính phủ quốc gia nhập khẩu, và của Việt Nam</i>

4. Kết luận

Bắt đầu bằng việc nghiên cứu các khái niệm và lý thuyết liên quan tới kinh doanh quốc tế và rào cản trong xuất khẩu, bài viết phân tích các cản trở mà doanh nghiệp nông sản Việt Nam gặp phải trong quá trình xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Dựa trên các rào cản được nhận diện và nhóm gộp, bài viết đã xây dựng chương trình đào tạo tổng hợp. Với chương trình đào tạo được đề xuất này, các cơ quan hữu quan có thể kết hợp với các cơ sở đào tạo xây dựng và triển khai các chương trình đào tạo phù hợp, nhằm nâng cao năng lực xuất khẩu nông sản cho các doanh nghiệp Việt Nam. Đồng thời, đây cũng là gợi ý cho chính phủ trong việc nhận diện các rào cản đang vướng phải của các doanh nghiệp, nhằm phát triển các chiến lược và chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam. Với góc độ nghiên cứu từ các nước đang phát triển, bài viết đóng góp vào việc phát triển lĩnh vực nghiên cứu có liên quan đến quá trình kinh doanh quốc tế, cũng như những rào cản mà doanh nghiệp xuất khẩu cần vượt qua trong kinh doanh quốc tế.

Tài liệu tham khảo

1. Ahokangas, P 1998, "Quốc tế hóa và các nguồn lực: nghiên cứu điển hình các doanh nghiệp nhỏ và vừa Bắc Âu", Luận án Tiến sĩ, ĐH Wasaensis, Vaasa.
2. Albaum, GS & Duerr, E 2008, "Marketing quốc tế và quản trị xuất khẩu", Financial Times Prentice Hall, Harlow.
3. Bilkey, WJ 1978, "Nghiên cứu lý thuyết liên quan tới hành vi xuất khẩu", Tạp chí Nghiên cứu kinh doanh quốc tế, tập 9, số 1, trang 33-46.
4. Bonaccorsi, A 1992, Nghiên cứu mối quan hệ giữa quy mô doanh nghiệp và tiềm năng xuất khẩu, Tạp chí Nghiên cứu kinh doanh quốc tế, tập 23, số 4, trang 605-635.
5. Calof, JL & Beamish, PW 1995, "Thích ứng với thị trường quốc tế: Giải thích quá trình quốc tế hóa", Tạp chí Tổng quan kinh doanh quốc tế, tập 4, số 2, tr. 115-131.
6. Carpenter, MA, Sanders, WG & Gregersen, HB 2001, "Phát triển nguồn nhân lực: Ảnh hưởng của kinh nghiệm kinh doanh quốc tế tới hiệu quả hoạt động của công ty đa quốc gia & mức lương của CEO", Tạp chí Quản lý I, tập 44, số 3, tr. 493-511.
7. Castanias, RP & Helfat, CE 1991, "Nguồn lực quản trị doanh nghiệp", Tạp chí Quản lý, tập 17, số 1, tr. 155-171.
8. Cateora, PR, Gilly, MC & Graham, JL 2009, "Marketing quốc tế", McGraw-Hill Irwin, Boston.
9. Chetty, S & Campbell-Hunt, C 2003, "Những phương thức quốc tế hóa của DNNVV", Tạp chí Marketing châu Âu, tập 37, số 5/6, tr. 796-820.
10. Conner, KR 1991, "So sánh quan điểm kinh doanh quốc tế theo nguồn lực & các quan điểm khác", Tạp chí Quản lý, tập 17, số 1, tr. 121-154.
11. Czinkota, MR & Ronkainen, IA 2013, "Marketing quốc tế", South-Western Cengage Learning Mason, Ohio.
12. Daily, CM, Certo, ST & Dalton, DR 2000, "Kinh nghiệm kinh doanh quốc tế dẫn đến thành công", Tạp chí Quản trị chiến lược, tập 21, số 4, tr. 515-523.
13. Davidsson, P & Honig, B 2003, "Vai trò của nguồn nhân lực trong các doanh nghiệp mới", Tạp chí Đầu tư, tập 18, số 3, tr. 301-331.
14. Doole, I & Lowe, R 2012, "Phân tích chiến lược marketing quốc tế" Cengage Learning, Andover.
15. Fletcher, D 2004, "Quản trị kinh doanh quốc tế và các doanh nghiệp nhỏ", Tạp chí Phát triển doanh nghiệp địa phương, tập 16, số 4, tr. 289-305.
16. Hoang, H & Antoncic, B 2003, "Nghiên cứu quản trị dựa trên các mối quan hệ", Tạp chí Đầu tư, tập 18, số 2, tr. 165-187.
17. Johanson, J & Vahlne, J-E 1977, "Quá trình kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp: Mô hình phát triển kiến thức và cam kết thị trường", Tạp chí Nghiên cứu kinh doanh quốc tế số Xuân/Hè, tr. 23-32.

18. Johanson, J & Vahlne, J-E 1990, "Cơ chế kinh doanh quốc tế", Tạp chí Marketing quốc tế, tập 7, số 4, tr. 11-24.
19. Kahiya, ET 2013, "Rào cản xuất khẩu: so sánh doanh nghiệp mới và doanh nghiệp thâm niên trong xuất khẩu", Tạp chí Quản trị quốc tế, tập 11, tr. 3-29.
20. Karabulut, AT 2013, "Quá trình quốc tế hóa của các DNNVV Thổ Nhĩ Kỳ", Tạp chí Quản trị kinh doanh quốc tế, tập 8, số 6, tr. 68-88.
21. Katsikeas, CS & Morgan, RE 1994, "Các quan niệm khác nhau về rào cản trong xuất khẩu dựa trên quy mô doanh nghiệp và kinh nghiệm thị trường", Tạp chí Marketing châu Âu, tập 28, số 5, tr. 17-35.
22. Leonidou, LC 2004, "Nghiên cứu các rào cản xuất khẩu của doanh nghiệp", Tạp chí Quản trị doanh nghiệp nhỏ, tập 42, số 3, tr. 279-302.
23. Lindqvist, M 1988, "Quốc tế hóa các doanh nghiệp công nghệ thông tin Thụy Sĩ", Trường Kinh Tế Stockholm, Khoa Kinh Doanh Quốc Tế, Stockholm.
24. Mahoney, JT & Pandian, JR 1997, "Quan điểm quản trị chiến lược gắn liền với nguồn lực", NXB ĐH Oxford, Oxford.
25. Montgomery, CA & Wernerfelt, B 1997, "Đa dạng hóa và nguồn lực", NXB ĐH Oxford, Oxford and New York.
26. Morgan, RE & Katsikeas, CS 1997a, "Rào cản trong triển khai và mở rộng hoạt động xuất khẩu", Tạp chí Omega, tập 25, số 6, tr. 677-690.
27. Nhà xuất bản Thống kê, 2014 Niên giám thống kê 2014
28. O'Farrell, PN, Wood, PA & Zheng, J 1998, "Kinh doanh quốc tế các doanh nghiệp dịch vụ", Tạp chí Kinh doanh quốc tế cho doanh nghiệp nhỏ, tập 16, số 2, tr. 13-33.
29. OECD 2009, "Các rào cản chủ yếu trong kinh doanh quốc tế", OECD
30. Paunović, Z & Prebežac, D 2010, "Kinh doanh quốc tế các DNNVV", Tạp chí Quốc tế hóa DNNVV., tập 22, số 1, tr. 57-76.
31. Peng, MW 2001, "Quan điểm kinh doanh quốc tế dựa trên nguồn lực", Tạp chí Quản trị, tập 27, tr. 803-829.
32. Reid, SD 1981, "Ra quyết định xâm nhập và mở rộng thị trường quốc tế", Tạp chí Kinh doanh quốc tế, tập 12, số. 2, Fall 81, tr. 101-112.
33. Ruzzier, M, Hisrich, RD & Antoncic, B 2006, "Nghiên cứu quá trình kinh doanh quốc tế của DNNVV", Tạp chí Phát triển doanh nghiệp nhỏ, tập 13, số 4, tr. 476-497.
34. Seringhaus, FHR & Rosson, PJ 1990, "Chiến lược hỗ trợ của chính phủ cho xuất khẩu" Routledge, London.
35. Sharma, DD & Johanson, J 1987, "Hỗ trợ kỹ thuật trong kinh doanh quốc tế", Tạp chí Marketing quốc tế, tập 4, số 4, tr. 20-29.
36. Sharma, VM & Erramilli, MK 2004, "Quan điểm kinh doanh quốc tế dựa trên nguồn lực", Tạp chí Lý thuyết và thực trạng marketing, tập 12, số 1, tr. 1-18.

37. Szabo, A 2002, "Kinh doanh quốc tế của DNNNVV", Tạp chí Phát triển chủ doanh nghiệp nhỏ, UNECE.
38. Terpstra, V & Sarathy, R 2000, "Marketing quốc tế", Dryden Press, Fort Worth.
39. Vozikis, GS & Mescon, TS 1985, "Các giai đoạn phát triển kinh doanh quốc tế", Tạp chí Nghiên cứu doanh nghiệp nhỏ Mỹ, tập 10, số 1, tr. 49-64.
40. Welch, LS & Wiedersheim-Paul, F 1980, "Các lỗi marketing trong giai đoạn đầu xuất khẩu", Tạp chí Quản lý, tập. 17, số. 3, tr. 333-334.

LIÊN KẾT DOANH NGHIỆP LOGISTICS VỚI DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU - MỘT TRONG NHỮNG GIẢI PHÁP HỖ TRỢ XUẤT KHẨU MẶT HÀNG NÔNG SẢN VÀO THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG

物流企业与出口商的链接成为农产品经高平省销往中国市场的扶持措施之一

*ThS. Lâm Tuấn Hưng
Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Thương mại*

贸易技术与经济高专硕士 林俊兴

Tóm tắt

Việt Nam đang chủ yếu nhập siêu chủ yếu từ Trung Quốc, việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Trung Quốc làm cân bằng hơn cán cân thương mại là một trong những nhiệm vụ dài hạn. Nông sản - mặt hàng chủ lực trong xuất khẩu của Việt Nam vẫn chủ yếu xuất khẩu theo con đường tiểu ngạch, chưa thâm nhập sâu vào thị trường và hệ thống phân phối rộng lớn của Trung Quốc. Việc liên kết doanh nghiệp logistics với doanh nghiệp xuất khẩu không nằm ngoài mục đích đó, giúp hỗ trợ việc xuất khẩu mặt hàng này và nâng cao lợi thế cạnh tranh của các sản phẩm nông sản Việt Nam.

Từ khóa: hỗ trợ xuất khẩu nông sản, liên kết doanh nghiệp, doanh nghiệp logistics, doanh nghiệp xuất khẩu nông sản

摘要

当前越南对中国存在巨大的贸易逆差，促进向华的出口活动有助于贸易差额的平衡，此为越南的长期任务。越南主要的出口货品——农产品仍以小额贸易方式为主销往中国，未能深广地进入其巨大的市场和集散系统。物流企业与出口商的链接是针对此目，即帮助越南农产品对华出口并提高其市场竞争优势。

关键词：对农产品出口的帮助， 企业链接， 物流企业， 农产品出口企业

1. Đặt vấn đề

Thị trường Trung Quốc với dân số gần 1,4 tỷ người, đây là một thị trường tiềm năng với tất cả các quốc gia không chỉ riêng với Việt Nam. Nhu cầu nhập khẩu mặt hàng nông sản để phục vụ tiêu dùng trong nước đối với Trung Quốc là rất lớn. Các mặt hàng nông sản Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc tiêu biểu như: gạo, cao su, hạt điều, cà phê, hạt tiêu, rau quả... Việt Nam là quốc gia có nhiều lợi thế về điều kiện tự nhiên khi xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc. Đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc là một trong những nhiệm vụ chủ yếu, cấp bách và có tính dài hạn bởi lẽ hiện nay Việt Nam đang nhập siêu chủ yếu từ Trung Quốc và việc chúng ta xúc tiến đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường nước bạn để thu hẹp cán cân thương mại. Mặc dù đứng top đầu của Thế giới về sản lượng xuất khẩu,

nhưng giá bán của các mặt hàng nông sản Việt Nam thường thấp hơn so với các sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực. Điều này được lý giải là hiện nay hàng nông sản của Việt Nam thường thua kém các nước khác về chất lượng hàng hóa dẫn đến sức cạnh tranh kém trên thị trường. Việc ký kết các đơn hàng xuất khẩu nông sản của các doanh nghiệp ra nước ngoài còn thấp, gặp nhiều khó khăn do hạn chế trong khâu chế biến còn thô sơ và hàng hóa của chúng ta chưa có thương hiệu, qua nhiều khâu trung gian. Trong khi sự liên kết giữa nhà nông - doanh nghiệp xuất khẩu - doanh nghiệp logistics - cơ quan quản lý Nhà nước còn lỏng lẻo, manh mún, thiếu sự liên kết và không đồng bộ. Trong khuôn khổ bài viết, tác giả muốn đề cập đến việc liên kết của doanh nghiệp logistics với doanh nghiệp xuất khẩu các mặt hàng nông sản, đây được coi là một trong những giải pháp hoàn thiện việc đưa các sản phẩm nông sản vào thị trường Trung Quốc nói riêng và thị trường Thế giới nói chung - góp phần đưa nông sản của Việt Nam tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

2. Thực trạng xuất khẩu nông sản vào thị trường Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng

2.1. Đặc điểm của thị trường Trung Quốc

Trung Quốc là một thị trường rộng lớn, với dân số gần 1,4 tỷ người; diện tích khoảng 9,6 triệu km². Nền kinh tế Trung Quốc tăng trưởng với tốc độ trung bình khoảng 9%. Kể từ khi gia nhập WTO cùng với chính sách mở cửa, Trung Quốc đang thu hút ngày càng nhiều đầu tư từ nước ngoài và được ví như là công xưởng của Thế giới, nhu cầu nhập khẩu đối với các mặt hàng nguyên, nhiên vật liệu để phục vụ cho tiêu dùng, sản xuất và gia công để xuất khẩu là rất lớn. Trung Quốc là quốc gia láng giềng của Việt Nam, với đường biên giới chung khoảng 1400 km, 8 cửa khẩu quốc tế... Cơ cấu hàng hoá xuất nhập khẩu có nhiều nét giống nhau. Thương mại hai bên được tiến hành theo nhiều phương thức mậu dịch như: chính ngạch, buôn bán qua biên giới, các loại dịch vụ xuất nhập khẩu và buôn lậu.

Ngoài ra, đây còn là thị trường có nhu cầu đa dạng, có sự khác biệt giữa các vùng miền. Các tỉnh Đông Bắc và khu vực miền Trung có nhu cầu thường xuyên về rau quả nhiệt đới, thực phẩm, đồ uống chế biến từ nguyên liệu hoa quả nhiệt đới. Miền Tây Nam Trung Quốc có nhu cầu thường xuyên về thủy hải sản do không có biển. Miền Đông và các đặc khu kinh tế cần nhiều loại sản phẩm như thủy hải sản tươi sống, hoa quả nhiệt đới cao cấp.

Đối với thị trường Trung Quốc, thuận lợi lớn cho chúng ta là có đường biên giới giữa hai nước trải dài qua 7 tỉnh phía Bắc với nhiều cặp cửa khẩu, điểm thông quan, lối mở thông thương, tạo ra sự thuận lợi tự nhiên cho việc xuất khẩu cả chính ngạch và tiểu ngạch. Nhưng lợi thế này chưa được khai thác hết. Giao dịch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Trung Quốc mới chỉ tập trung ở một số cửa khẩu quen thuộc, chủ yếu theo tập quán thương mại biên giới, thiếu tính ổn định, thiếu sự ràng buộc giữa các bên theo thông lệ quốc tế dẫn đến rủi ro cao.

2.2. Cao Bằng - địa phương có những điều kiện thuận lợi để xuất khẩu sang Trung Quốc

Cao Bằng có đường biên giới đất liền tiếp giáp với Trung Quốc dài trên 333 km, là địa phương có đường biên giới dài nhất trong các tỉnh biên giới phía Bắc. Có cửa khẩu quốc tế Tà Lùng, 3 cặp cửa khẩu chính (Trà Lĩnh, Sóc Giang, Lý Vạn) và nhiều cặp cửa khẩu phụ, lối mở trên biên giới, tạo ra nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển kinh tế biên mậu. Số liệu từ cổng thông tin Sở Công Thương Cao Bằng cho thấy những con số về kim ngạch xuất nhập khẩu tại tỉnh: Năm 2009, kim ngạch xuất nhập khẩu mới đạt 300 triệu USD, đến năm 2013 con số này

lên tới 2 tỷ USD. Năm 2014, dù không đạt kết quả cao như năm 2013 nhưng kim ngạch xuất nhập khẩu cũng đạt 1,5 tỷ USD. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh các năm gần đây tăng bình quân 27%/năm; các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là hàng nông, lâm sản. Tuy nhiên so với các tỉnh cũng có đường biên giới tiếp giáp với Trung Quốc như Lạng Sơn, Lào Cai, Quảng Ninh thì Cao Bằng lại chưa phát huy hết tiềm năng lợi thế của mình.

Hiện nay trong chiến lược phát triển kinh tế của mình đến năm 2020, Cao Bằng đang có những nỗ lực tập trung nguồn lực để đẩy mạnh đầu tư vào các dự án liên quan đến nâng cao cơ sở hạ tầng các khu vực cửa khẩu để phục vụ hoạt động xuất nhập khẩu như: dự án đường vào lối mở Nà Đổng; dự án tái định cư đường vào lối mở Nà Đổng; dự án Trạm kiểm soát liên hợp cửa khẩu Trà Lĩnh; dự án cải tạo, sửa chữa Trạm kiểm soát liên hợp cửa khẩu Tà Lùng; các dự án đường sá ra khu vực cửa khẩu như: Đường thị trấn cửa khẩu Tà Lùng; đường vào lối mở Nà Đổng cửa khẩu Trà Lĩnh. Khu hợp tác kinh tế biên giới Trà Lĩnh (Việt Nam) - Long Bang (Trung Quốc) được Bộ Công Thương đưa vào đề án tổng thể xây dựng khu hợp tác kinh tế biên giới Việt - Trung. Góp phần cụ thể hóa, tăng tính khả thi của việc xây dựng và hình thành tuyến giao thông đường bộ quốc tế từ các tỉnh Tứ Xuyên - Trùng Khánh - Quảng Tây (Trung Quốc) qua cửa khẩu Trà Lĩnh - Cao Bằng (Việt Nam) kết nối với các nước ASEAN theo đường Hồ Chí Minh và nối trục Cao Bằng - Lạng Sơn - Hà Nội - Quảng Ninh - Hải Phòng. Đây là một trong những điều kiện về cơ sở hạ tầng góp phần đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng.

2.3. Tình hình xuất khẩu nông sản của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc trong những năm gần đây

Từ một đất nước nông nghiệp lạc hậu đến nay chúng ta không chỉ bảo đảm vững chắc an ninh lương thực quốc gia, mà còn là một trong những nước xuất khẩu nông, lâm, thủy sản lớn trên thế giới. Hoạt động xuất khẩu là một chiến lược để phát triển nền kinh tế nước ta. Ngành nông nghiệp đang chứng tỏ vai trò của mình trong nền kinh tế, là một trong những ngành có giá trị xuất khẩu lớn, thu ngoại tệ về cho đất nước.

Xuất khẩu nông sản vào thị trường Trung Quốc trong giai đoạn 2011 đến nay đạt được nhiều kết quả quan trọng, thể hiện ở số liệu kim ngạch xuất khẩu và giá trị xuất khẩu (bảng 1) nhưng vẫn còn nhiều tồn tại và chưa mang lại hiệu quả kinh tế tương xứng với ưu thế và năng lực của nền nông nghiệp Việt Nam. Các sản phẩm của chúng ta khi xuất khẩu bộc lộ một số tồn tại sau: hầu hết sản phẩm xuất khẩu là sản phẩm thô hoặc sản phẩm sơ chế giá bán thấp, sức cạnh tranh thấp do công nghệ bảo quản và chế biến sau thu hoạch còn rất lạc hậu, mẫu mã chưa phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng. Sản xuất và xuất khẩu nông sản còn phân tán, thiếu tập trung... Hầu hết hàng nông sản Việt Nam hiện nay chưa có thương hiệu, một phần nguyên nhân là do quy mô sản xuất nhỏ nên nhiều doanh nghiệp không đủ kinh phí để xây dựng thương hiệu, một phần là do nhận thức không đầy đủ về vai trò và giá trị của thương hiệu trong thương mại quốc tế. Hoạt động xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc vẫn mang tính chất “nghiệp dư”, mạnh ai nấy làm, nhiều khi vẫn “đánh” hàng theo chuyến, vẫn buôn bán theo mùa, theo vụ. Xuất khẩu nông sản vào Trung Quốc trong thời gian qua chủ yếu tập trung bằng đường tiểu ngạch và thu hút mọi thành phần kinh tế cùng tham gia. Do quản lý hoạt động xuất nhập khẩu qua đường biên giới còn kém hiệu quả dẫn đến hiện tượng tranh mua, tranh bán tạo kẽ hở để đối tác ép giá gây thiệt hại cho doanh nghiệp.

Bảng 1. Khối lượng và giá trị xuất khẩu một số sản phẩm nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc giai đoạn 2011 - 2015

(Đơn vị tính: Khối lượng: tấn, Giá trị: Triệu USD)

Sản phẩm	KL/GT	2011	2012	2013	2014	2015 (tạm tính)
Cao su	Khối lượng	437.695	492.749	507.415	470.339	389.324
	Giá trị	1.712.767	1.326.472	1.136.668	764.926	535.774
Cà phê	Khối lượng	2.079	36.736	19.642	7.072	8.264
	Giá trị	5.053	93.740	49.488	21.138	20.801
Chè	Khối lượng	11.080	14.632	14.011	12.897	5.368
	Giá trị	13.906	19.307	18.990	17.283	8.261
Hạt điều	Khối lượng	30.749	46.671	52.175	51.016	35.164
	Giá trị	249.468	289.255	300.127	313.303	244.011
Gạo	Khối lượng	296.603	2.085.686	2.152.726	2.018.198	1.545.055
	Giá trị	151.747	898.430	901.861	891.185	629.268
Rau quả	Khối lượng	-	-	-	-	-
	Giá trị	129.156	218.062	233.412	435.741	440.614

(Nguồn: Trang tin xúc tiến thương mại - Bộ NN&PTNT)

Trong các mặt hàng xuất khẩu vào Trung Quốc, cao su vẫn là mặt hàng chủ lực đem lại giá trị xuất khẩu cao nhất, trung bình khoảng 1,1 tỷ USD/năm, tiếp đến là gạo, hạt điều, cà phê và chè. Giai đoạn 2011-2013, kim ngạch xuất khẩu các nông sản chủ yếu vào thị trường Trung Quốc đều có mức tăng trưởng cao và ổn định tuy nhiên sang đến giai đoạn 2014- 2015, khối lượng xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc bắt đầu có xu hướng giảm. Cụ thể: đối với mặt hàng gạo năm 2015 kim ngạch xuất khẩu chỉ bằng xấp xỉ 77% so với năm 2014, giảm 261,917 triệu USD. Mặt hàng cao su năm 2015 chỉ bằng 83% khối lượng xuất khẩu của năm 2014, giảm 229,152 triệu USD. Hạt điều năm 2015 xuất khẩu sang Trung Quốc chỉ bằng 69% so với năm 2014, giảm 69,292 triệu USD. Duy chỉ có cà phê có mức tăng nhẹ năm 2015 so với năm 2014 với mức tăng 16,8%. Lý giải nguyên nhân sụt giảm này lãnh đạo Bộ Công Thương cho biết, giá dầu thô giảm kéo theo chính sách duy trì giá trị đồng nội tệ thấp để thúc đẩy xuất khẩu của nhiều quốc gia, đồng thời dẫn đến hạn chế nhập khẩu và xu hướng bảo hộ đối với mặt hàng nông, lâm, thủy sản của các nước gia tăng.

Bảng 2. Vị trí của thị trường Trung Quốc trong cơ cấu xuất khẩu một số sản phẩm nông sản giai đoạn 2014 - 2015

Gạo			Hạt điều			Cao su		
Thị trường xuất khẩu	2014	2015	Thị trường xuất khẩu	2014	2015	Thị trường xuất khẩu	2014	2015
Trung Quốc	32%	37%	Trung Quốc	17%	15%	Trung Quốc	44%	50%
Malaysia	7%	8%	Hà Lan	11%	12%	Ấn Độ	9%	7%
Philippines	21%	17%	Mỹ	31%	35%	Malaixia	19%	16%
Các nước khác	40%	38%	Các nước khác	41%	38%	Các nước khác	28%	27%

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ trang tin xúc tiến thương mại - Bộ NN&PTNT)

Qua bảng 2 cho thấy, thị trường Trung Quốc chiếm một vị trí quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Cụ thể, đối với mặt hàng gạo thị trường Trung Quốc chiếm tỷ trọng lần lượt là 32% và 37% qua các năm 2014 và 2015. Đối với sản phẩm hạt điều, Trung Quốc không trồng điều nhưng lại là thị trường tiêu thụ lớn thứ ba trên thế giới đứng sau Mỹ và EU. Cụ thể, sản lượng điều xuất vào thị trường Trung Quốc chiếm tỷ lệ khoảng 16% tổng sản lượng chúng ta xuất khẩu. Đối với mặt hàng cao su thì Trung Quốc đã nhập khẩu trung bình khoảng 47% sản lượng hàng năm mà chúng ta xuất khẩu ra nước ngoài. Trung Quốc là thị trường tiêu thụ cao su thiên nhiên lớn nhất thế giới, do cao su là nguyên liệu đầu vào của nhiều ngành công nghiệp, tuy nhiên địa hình và khí hậu của Trung Quốc không cho phép phát triển mạnh ngành này, nên phải phụ thuộc rất lớn vào nguồn hàng nhập khẩu.

2.4. Các hình thức xuất khẩu hiện nay qua tỉnh Cao Bằng

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc được duy trì chủ yếu theo con đường chính ngạch. Bên cạnh đó, do biên giới tiếp giáp nhau nên hình thức quan hệ thương mại mậu dịch biên giới hay còn gọi là tiểu ngạch cũng chiếm một tỷ lệ không nhỏ. Tiểu ngạch và chính ngạch là hai hình thức xuất nhập khẩu phổ biến nhất và được nhà nước ta thừa nhận là các hoạt động buôn bán hợp pháp tại biên giới. Mặc dù xuất khẩu tiểu ngạch và chính ngạch đều được nhà nước ta hỗ trợ và tạo điều kiện phát triển nhưng mỗi hình thức đều có những mặt thuận lợi và hạn chế riêng.

2.4.1. Xuất khẩu theo con đường tiểu ngạch

Xuất khẩu tiểu ngạch được áp dụng cho các mặt hàng nông sản của Việt Nam. Theo số liệu của Bộ Công Thương, đối với mặt hàng gạo theo con đường tiểu ngạch sang thị trường Trung Quốc chiếm 20% tổng lượng xuất khẩu gạo chính ngạch của Việt Nam và hơn 51% tổng lượng xuất khẩu gạo sang Trung Quốc. Đối với mặt hàng cao su thì 50% sản lượng xuất khẩu sang Trung Quốc thông qua con đường tiểu ngạch. Lợi ích của xuất khẩu tiểu ngạch là thủ tục đơn giản, không cần hợp đồng bằng văn bản và không cần thanh toán qua ngân hàng, phù hợp với khối lượng trao đổi nhỏ, thuế suất thấp hơn thuế xuất nhập khẩu chính ngạch, thủ tục dễ dàng, chỉ cần một tờ khai tiểu ngạch, chịu phí biên mậu là có thể xuất được hàng. Do Trung Quốc là một thị trường tương đối dễ tính, đòi hỏi chất lượng nông sản không cao nên

các doanh nghiệp và thương nhân Việt Nam thường lựa chọn hình thức xuất khẩu này. Để xuất khẩu sang Trung Quốc theo con đường tiểu ngạch chúng ta có hai cách. Một là, thương lái Trung Quốc thu mua nông sản từ nông dân Việt Nam rồi tiêu thụ tại thị trường trong nước hay vận chuyển lên biên giới xuất khẩu. Hai là, các thương lái Trung Quốc đặt hàng các doanh nghiệp Việt Nam thu gom và vận chuyển.

Tuy nhiên, xuất khẩu theo con đường tiểu ngạch luôn khiến các doanh nghiệp rơi vào thế bị động, khó nắm bắt được các chính sách từ phía Trung Quốc. Cụ thể tiềm ẩn những rủi ro như: (1) *các sản phẩm nông sản của chúng ta thường bị ép giá*. Lý do là khi thu mua thì giá của thương lái Trung Quốc đưa ra thường cao nhưng lại không có hợp đồng bằng văn bản để ràng buộc, chủ yếu là hợp đồng miệng dẫn tới tình trạng bị ép giá. Một loạt các hiện tượng mà báo chí cũng ồ ạt nêu lên như dưa hấu đến mùa thì đổ tràn ngập cửa khẩu Tân Thanh... (2) *Sự thiếu ổn định dẫn tới bất lợi cho phía Việt Nam*. Nông sản bị ảnh hưởng bởi tính chất mùa vụ, các sản phẩm như rau, trái cây buộc phải tiêu thụ nhanh khi vào mùa thu hoạch. Việc sản xuất các sản phẩm nông sản của chúng ta không được điều phối phù hợp, sản xuất vượt quá khả năng tiêu thụ. Việc sản xuất trồng trọt thường tự phát, quy mô nhỏ. Sản phẩm không đồng đều về mẫu mã, chất lượng, giá cả. Người nông dân khi thấy thương lái Trung Quốc gia tăng thu mua, nâng giá thì lao vào sản xuất nhưng không có sự tính toán. Ngoài ra, một lý do nữa là chính sách về nhập khẩu của Trung Quốc thường xuyên thay đổi. Ví dụ, đối với mặt hàng gạo Trung Quốc có chính sách cấp hạn ngạch thuế quan nhập khẩu. Nhập khẩu trong hạn ngạch có mức thuế là 1%, nhưng khi vượt hạn ngạch thì thuế nhập khẩu lên đến 65%.

2.4.2. Xuất khẩu theo con đường chính ngạch

Bên cạnh tiểu ngạch, chính ngạch cũng là một hình thức buôn bán được nhiều thương lái, doanh nghiệp lựa chọn để giao dịch và thông thương với các nước có đường biên giới sát nước ta như Trung Quốc, Lào, Campuchia... Buôn bán chính ngạch là việc các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, doanh nghiệp của nước ta ký những hợp đồng kinh tế với các đối tác nước ngoài theo Hiệp định đã được ký kết (hoặc cam kết) giữa các quốc gia với nhau, hoặc giữa quốc gia với các khu vực, tổ chức, hiệp hội kinh tế trên thế giới theo thông lệ quốc tế.

Xuất khẩu chính ngạch là hình thức vận chuyển hàng hóa qua biên giới thông qua các cửa khẩu với số lượng lớn. Hàng hóa xuất nhập khẩu chính ngạch phải được kiểm duyệt kỹ lưỡng về chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm... bởi các cơ quan chức năng chuyên ngành và phải hoàn thành mọi thủ tục cũng như phải đóng thuế đầy đủ trước khi thông quan. Xuất khẩu chính ngạch đòi hỏi yêu cầu cao hơn xuất khẩu tiểu ngạch.

3. Tăng cường liên kết doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp xuất khẩu nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc

3.1. Logistics và xuất khẩu nông sản

3.1.1. Một số khái niệm cơ bản

a) Logistics

Theo GS, TS Đoàn Thị Hồng Vân “*Logistics là quá trình tối ưu hoá về địa điểm và thời điểm, tối ưu hoá việc lưu chuyển và dự trữ nguồn tài nguyên từ đầu vào cho đến tay người tiêu dùng cuối cùng, nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng với chi phí thích hợp, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế*”.

Việc hiểu đúng tầm quan trọng của logistics có giá trị quyết định trong việc phát triển kinh doanh và tạo lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp trực tiếp sử dụng cũng như doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics. Trên thực tế, logistics là nền tảng của chuỗi cung ứng và doanh nghiệp logistics đóng vai trò hỗ trợ các hoạt động của doanh nghiệp xuất khẩu, bởi nó làm tăng giá trị gia tăng và tạo năng lực cạnh tranh cho hàng hóa.

b) Doanh nghiệp logistics

Theo Luật Doanh nghiệp 2005 và nhận định của tác giả, doanh nghiệp logistics có thể được hiểu là: *“Doanh nghiệp logistics là tổ chức kinh tế có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch ổn định, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật nhằm mục đích cung ứng các dịch vụ có liên quan đến tất cả các khâu từ quá trình sản xuất sản phẩm cho tới quá trình phân phối sản phẩm theo yêu cầu của khách hàng”*.

Nhiệm vụ của các doanh nghiệp logistics là làm sao phải mang tới cho khách hàng các lợi ích sau: *đúng khách hàng, đúng sản phẩm, đúng số lượng, đúng điều kiện, đúng thời gian và đúng chi phí* (Theo E.Grosvenor Plowman).

c) Doanh nghiệp xuất khẩu nông sản

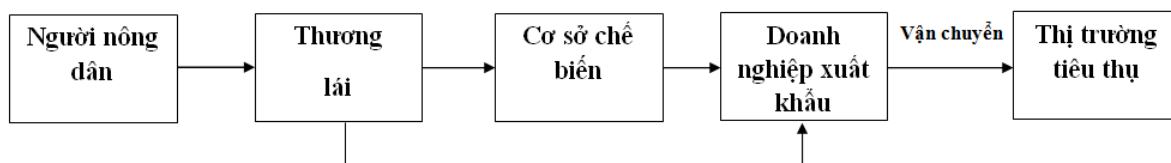
Doanh nghiệp xuất khẩu nông sản là doanh nghiệp hoạt động kinh doanh buôn bán ở phạm vi quốc tế, nhằm mục đích bán sản phẩm hàng hóa nông sản được sản xuất, chế biến trong nước ra nước ngoài để thu ngoại tệ.

3.1.2. Vai trò của logistics trong xuất khẩu hàng nông sản

Sản phẩm nông sản xuất khẩu cơ bản có thể chia làm hai nhóm bao gồm: các mặt hàng nông sản khô như: gạo, cà phê, hạt điều, hạt tiêu, chè... và các mặt hàng tươi sống như: rau, củ, quả, trái cây. Trong hoạt động xuất khẩu các sản phẩm nông sản, vấn đề làm sao để đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm là một trong những yêu cầu cấp thiết mà cả các nhà xuất khẩu và nhập khẩu luôn quan tâm. Việt Nam với khí hậu nhiệt đới gió mùa, nắng nóng và ẩm ướt là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến phẩm chất của nông sản sau thu hoạch. Đối với các mặt hàng nông sản khô, thời gian bảo quản tại kho có thể kéo dài hơn sản phẩm tươi sống, tuy nhiên cũng không tránh được các hiện tượng mối mọt, ẩm mốc v.v... dẫn tới chất lượng sản phẩm xuất khẩu giảm sút. Đối với các mặt hàng nông sản tươi sống như rau, các loại trái cây tương đối khó bảo quản vì lượng nước trong rau quả chiếm tỷ lệ rất cao, là điều kiện tốt cho vi sinh vật phát triển, khiến cho các sản phẩm rau và trái cây nhanh hỏng. Để khắc phục tình trạng này, buộc chúng ta phải sử dụng các công nghệ chế biến, bảo quản bằng kho lạnh sau thu hoạch và các phương pháp như chiếu tia cực tím. Các phương pháp bảo quản trên giúp các doanh nghiệp xuất khẩu có thể duy trì được chất lượng nông sản sau thu hoạch, tránh được các rủi ro như thối, hỏng. Tuy nhiên, chi phí cho các phương pháp bảo quản này rất lớn, các doanh nghiệp xuất khẩu thường sẽ không đủ khả năng tài chính để có thể tự đầu tư cho riêng mình các công nghệ nói trên. Ngoài ra, xuất khẩu các mặt hàng nông sản liên quan đến các điều kiện mua bán, vận chuyển, dự trữ các sản phẩm. Các doanh nghiệp logistics sẽ giúp các doanh nghiệp xuất khẩu giải quyết vấn đề về bảo quản, vận chuyển để các sản phẩm nông sản giữ nguyên được chất lượng bằng hệ thống các kho lạnh, vận chuyển bằng xe có kho lạnh v.v... Vì vậy, logistics đóng vai trò rất quan trọng góp phần tăng giá trị và nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm nông sản Việt Nam.

3.2. *Mối quan hệ giữa doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản*

Phạm vi hoạt động của ngành logistics khá rộng, các doanh nghiệp logistics đóng vai trò hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản, giúp các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản đưa hàng hóa đến đúng khách hàng, đúng sản phẩm, đúng số lượng, đúng điều kiện, đúng thời gian và đúng chi phí.



Hình 1: Dòng vận động sản phẩm nông sản

(Nguồn: Tổng hợp từ tác giả Nguyễn Bách Khoa, Nguyễn Hoàng Long, Nguyễn Nguyên Cự)

Tuy nhiên trên thực tế, mối liên kết giữa doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản còn lỏng lẻo, sự liên kết chưa chặt chẽ dẫn tới việc chưa khai thác triệt để lợi thế của nhau. Các doanh nghiệp này phần lớn vẫn chỉ thực hiện dưới hình thức cho thuê theo hợp đồng chứ chưa có sự liên kết để hỗ trợ nhau về giá, giúp nhau nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ. Trong dòng vận động sản phẩm nông sản từ người nông dân đến thị trường tiêu thụ, vai trò tham gia của doanh nghiệp logistics rất mờ nhạt, gần như chỉ xuất hiện ở khâu cuối cùng là vận chuyển đến thị trường tiêu thụ.

Lý do của việc này là:

Thứ nhất, do các doanh nghiệp đều là doanh nghiệp nhỏ và vừa, làm ăn mang tính chất thời vụ, nhỏ lẻ, chưa có chiến lược lâu dài.

Thứ hai, các doanh nghiệp logistics hoạt động chỉ đáp ứng được một số công đoạn trong logistics như: khai báo hải quan, cho thuê phương tiện vận tải, kho bãi. Theo tính toán của Cục Hàng hải Việt Nam, cho đến thời điểm hiện tại, Việt Nam mới chỉ đáp ứng được 25% nhu cầu thị trường dịch vụ logistics trong nước. Ngoài ra, với hơn 1200 doanh nghiệp logistics nhưng hầu hết các doanh nghiệp có quy mô nhỏ, chỉ dựa vào năng lực sẵn có nên khả năng cạnh tranh thấp, chất lượng nguồn nhân lực thiếu, hạn chế về vốn và cơ sở hạ tầng thông tin kém phát triển. Các doanh nghiệp logistics của chúng ta mới chỉ đáp ứng được nhu cầu của từng địa phương, từng tỉnh thành hoặc các doanh nghiệp trong khu công nghiệp, khu chế xuất. Một vài doanh nghiệp Nhà nước tương đối lớn như Vintrans, Vietrans... chưa đủ năng lực để tham gia vào hoạt động logistics toàn cầu. Ngoài ra, những hạn chế như trên và cơ sở hạ tầng phục vụ cho ngành logistics chưa đồng bộ dẫn đến chất lượng phục vụ còn hạn chế, chi phí dịch vụ logistics cao so với các nước trong khu vực làm tăng giá thành hàng hóa xuất nhập khẩu, ảnh hưởng không tốt đến sức cạnh tranh của hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam ở thị trường trong nước và quốc tế.

Thứ ba, theo phản ánh của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản thì một trong những lý do của việc họ không muốn thuê các doanh nghiệp logistics còn vì các doanh nghiệp vận chuyển không chuyên nghiệp. Hiện tượng ăn cắp, ăn trộm trong quá trình vận chuyển thường xảy ra. Chất lượng dịch vụ không cao, phương tiện vận tải thiếu nhất là trong thời gian cao điểm. Đặc biệt khi doanh nghiệp có nguồn hàng lớn, cần huy động lượng xe lớn thì không đủ phương tiện. Trên đường vận chuyển thì gặp không ít rủi ro như xe quá tải, quá khổ. Tình trạng kẹt xe diễn ra thường xuyên ở nhiều nơi làm cho thời gian vận chuyển kéo dài. Điều này

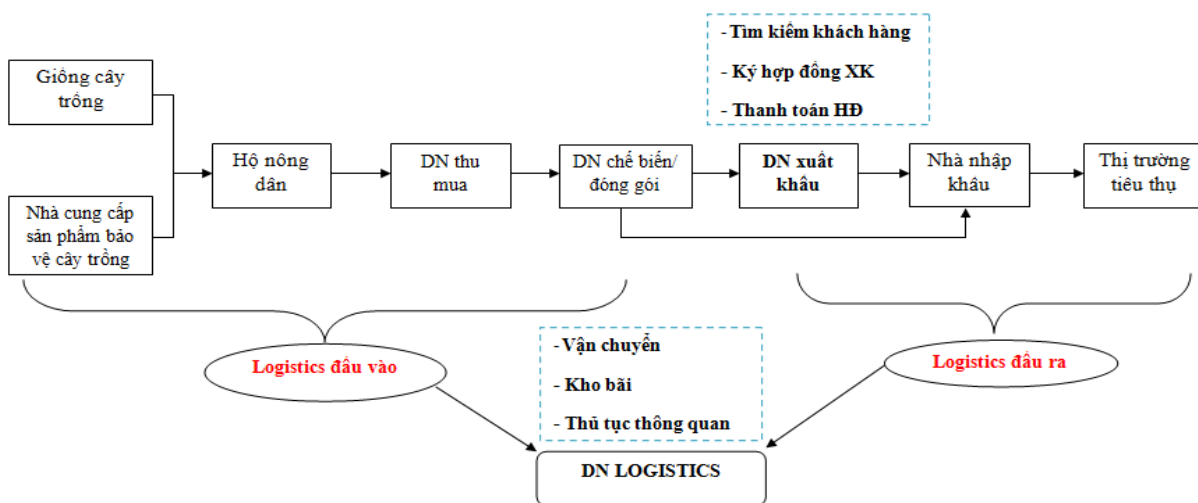
không chỉ tác động đến chi phí tăng cao, chất lượng hàng hóa bị ảnh hưởng mà thời gian giao hàng cũng không đảm bảo.

Thứ tư, do nhận thức của các doanh nghiệp xuất khẩu còn xem nhẹ vai trò của logistic. Theo lãnh đạo một số công ty xuất khẩu, ngoại trừ đi thuê dịch vụ vận tải của một công ty logistics, các công việc còn lại đều do nhân viên công ty làm do đã làm quen nên các công việc này không tốn nhiều chi phí, nhân lực, thậm chí có thể tiết kiệm hơn so với đi thuê ngoài.

Từ những lý do trên dẫn tới các mối liên kết giữa hai bên chưa chặt chẽ, chưa tạo ra được giá trị cộng hưởng cho những lợi thế sẵn có của cả hai bên, dẫn tới giá trị xuất khẩu nông sản thấp. Vì chưa có sự liên kết này nên tính chuyên nghiệp trong hoạt động xuất khẩu chưa cao ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của các sản phẩm nông sản Việt Nam.

3.3. Giải pháp liên kết doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp xuất khẩu nông sản

Hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu ra nước ngoài thường bị đánh giá là chất lượng thấp, mẫu mã không đồng đều, bị ép giá. Để khắc phục tình trạng trên, thiết nghĩ các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải có chiến lược đầu tư bài bản mang tính dài hạn, tuy nhiên cũng giống như các doanh nghiệp logistics, các doanh nghiệp xuất khẩu của ta đa phần là các doanh nghiệp nhỏ, chính vì vậy cần thiết phải có sự liên kết, hỗ trợ và bổ sung cho nhau để tạo nên sức mạnh cho sản phẩm nông sản của Việt Nam, có thể cạnh tranh với các sản phẩm của nước bạn cả về chất lượng và giá cả. Về phía các doanh nghiệp logistics, cần chủ động nắm vững nghiệp vụ chuyên ngành thương mại, thí dụ các quy tắc Incoterms 2010, UCP 600 - thanh toán tiền hàng và ICC - quy tắc bảo hiểm hàng hóa xuất nhập khẩu. Về phía các doanh nghiệp xuất khẩu, cũng cần nắm vững các nghiệp vụ về giao nhận, vận tải, logistics kể cả thấu hiểu về chuỗi cung ứng của mình, các hiệp định thương mại song phương và đa phương mà Việt Nam đã ký kết. Qua đó sẽ hỗ trợ nhau trong việc nâng cao trình độ chuyên môn và thực thi có hiệu quả các thao tác nghiệp vụ tăng lợi thế cạnh tranh. Hai bên thường xuyên trao đổi thông tin có liên quan để giúp cho các doanh nghiệp xuất khẩu và logistics nắm bắt tình hình, hỗ trợ nghiệp vụ. Tính liên kết giữa doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp xuất khẩu được tác giả đề xuất và mô hình hóa tại (hình 2).



Hình 2: Chuỗi giá trị xuất khẩu mặt hàng nông sản

(Nguồn: Tổng hợp từ tác giả Nguyễn Bách Khoa, Nguyễn Hoàng Long, Nguyễn Nguyễn Cư)

Cụ thể là:

Thứ nhất, ở khâu chọn giống. Thái Lan là một bài học kinh nghiệm về khâu chọn giống cho Việt Nam, bí quyết thành công của Thái Lan là rất coi trọng trong khâu “giống”, coi “giống” là yếu tố tạo ra lợi thế cạnh tranh một cách bền vững trong việc đưa sản phẩm thâm nhập thị trường quốc tế. Nguyên tắc của Thái Lan là: giống phải có nguồn gốc rõ ràng, có địa chỉ, có hướng dẫn quy trình thâm canh, có bằng chứng chứng minh giống đó đã được trồng thử nghiệm đạt kết quả tốt. Chúng ta có nhiều Viện nghiên cứu về giống, nhưng việc phổ biến giống còn nhiều bất cập mà nguyên nhân chủ yếu là do các cơ quan nghiên cứu khoa học và hệ thống khuyến nông không có sự quan tâm, hướng dẫn bài bản cho người sản xuất từ việc chọn giống, chăm sóc thu hoạch và bảo quản. Đây là hệ quả của lối sản xuất tùy tiện, canh tác theo tập quán cũ mang nặng tư duy của nền sản xuất tự cung tự cấp, người dân thích gì trồng nấy, không quan tâm đến giống cây trồng. Ở công đoạn này, doanh nghiệp xuất khẩu đóng vai trò lựa chọn giống hoặc liên kết với doanh nghiệp có chuyên môn hóa trong lĩnh vực cung cấp giống. Doanh nghiệp logistics vận chuyển và bảo quản giống đến các hộ nông dân.

Thứ hai, lựa chọn các sản phẩm thuộc bảo vệ thực vật phù hợp với tiêu chuẩn hiện hành, phù hợp với điều kiện của các quốc gia nhập khẩu đặt ra.

Thứ ba, khi có giống doanh nghiệp xuất khẩu sẽ giao cho các hộ nông dân dưới dạng đơn đặt hàng, quy trình canh tác được thực hiện nghiêm túc theo hướng dẫn của nhà cung cấp giống. Nếu cần, có thể có sự giúp đỡ của các nhà khoa học trong lĩnh vực nông nghiệp.

Thứ tư, sau khi thu hoạch doanh nghiệp logistics đóng vai trò vận chuyển, thay mặt doanh nghiệp xuất khẩu thu mua và bảo quản theo đúng tiêu chuẩn kỹ thuật đề ra. Vận chuyển đến nơi để chế biến và đóng gói. Ở khâu này, cần có sự phân loại phẩm chất của các sản phẩm để tạo ra sự đồng bộ trong quy cách, mẫu mã và chất lượng. Kiên quyết loại bỏ các lô hàng không đạt yêu cầu về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm.

Thứ năm, doanh nghiệp logistics sẽ vận chuyển sản phẩm đến nhà nhập khẩu theo yêu cầu của phía doanh nghiệp xuất khẩu. Ở khâu này doanh nghiệp logistics sẽ chịu trách nhiệm các công việc: vận chuyển, bảo quản, thông quan cho hàng hóa.

Thứ sáu, doanh nghiệp xuất khẩu đóng vai trò tìm kiếm khách hàng, đáp ứng yêu cầu của bên nhập khẩu về mẫu mã, chất lượng sản phẩm. Ký kết hợp đồng xuất khẩu rõ ràng trong đó quy định chặt chẽ các điều khoản về giao nhận, thanh toán v.v....

Để thực hiện được quy trình trên cần sự chung tay giúp sức của nhiều bên như: người nông dân - các nhà khoa học - doanh nghiệp logistics - doanh nghiệp xuất khẩu - cơ quan quản lý Nhà nước. Doanh nghiệp xuất khẩu với lợi thế am hiểu tập quán làm ăn, am hiểu thị trường sẽ có kinh nghiệm trong việc tìm kiếm khách hàng, thỏa thuận và ký kết hợp đồng với nhà nhập khẩu. Doanh nghiệp logistics với thế mạnh ở khâu vận chuyển, bảo quản và các thủ tục thông quan. Việc kết hợp này sẽ giúp cho cả hai bên phát huy được những thế mạnh của nhau, bổ sung và hỗ trợ nhau. Ngoài ra, việc thay đổi hình thức xuất khẩu từ tiểu ngạch sang chính ngạch, ký hợp đồng rõ ràng sẽ giúp các sản phẩm nông sản của Việt Nam đi sâu vào thị trường nội địa Trung Quốc và có thể cạnh tranh được với các sản phẩm từ các quốc gia khác. Nếu làm tốt được các công việc trên, dần dần chúng ta sẽ xây dựng được thương hiệu cho mặt hàng nông sản của Việt Nam và gia tăng giá trị xuất khẩu.

4. Kết luận

Trong bối cảnh toàn cầu hóa sâu rộng và sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt, việc nghiên cứu các giải pháp để phát triển xuất khẩu nói chung và xuất khẩu mặt hàng nông sản nói riêng nhằm góp phần đưa sản phẩm nông sản của Việt Nam tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu là một trong những nhiệm vụ chiến lược, cần phải làm ngay. Với những lợi thế sẵn có về địa lý, về sản xuất nông nghiệp và định hướng đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, ngành logistics nói chung và các doanh nghiệp logistics nói riêng sẽ là nhân tố hỗ trợ tích cực cho việc xuất khẩu các sản phẩm nông sản của Việt Nam ra thị trường nước ngoài.

Tài liệu tham khảo

[1] Nguyễn Nguyên Cự (2009) Giáo trình Marketing nông nghiệp - NXB Đại học Nông nghiệp.

[2] Nguyễn Thị Đường (2012), Giải pháp xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc. Luận án tiến sĩ kinh tế

[3] Nguyễn Bách Khoa & Nguyễn Hoàng Long (2009), Marketing thương mại, NXB Thống kê

[4] Sở Công Thương Cao Bằng, Quy hoạch phát triển Cao Bằng đến 2020, định hướng đến 2025.

[5] Thời báo tài chính Việt Nam (2015), Gỡ một “nút thắt” cho nông sản Việt Nam, đăng ngày 16/7/2015.

[6] Trang tin xúc tiến thương mại, Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn.

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ ĐỂ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CỦA TỈNH CAO BẰNG

应用电子贸易以推动高平省的出口活动

PGS., TS Đàm Gia Mạnh
Trường Đại học Thương mại
商业大学博士. 副教授 谈佳孟

Tóm tắt

Những năm gần đây, kim ngạch xuất nhập khẩu của tỉnh Cao Bằng có sự tăng trưởng khá ấn tượng. Tuy nhiên, trong bối cảnh cạnh tranh thương mại toàn cầu, trước sức ép rất lớn từ việc mở cửa thị trường, để duy trì và mở rộng hoạt động xuất khẩu, nhất là xuất khẩu nông sản của tỉnh Cao Bằng, việc tham gia thương mại điện tử để nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu là cấp thiết cho sự tồn tại và phát triển.

Ngày nay, khi các nhà nhập khẩu trên thế giới đang thường xuyên tìm kiếm bạn hàng thông qua Internet, thì Internet đã trở thành công cụ hữu ích trong việc tìm kiếm đối tác và lợi nhuận cho doanh nghiệp. Vì vậy, sử dụng Internet và thương mại điện tử là xu hướng tất yếu trong kinh doanh hiện nay. Bài viết phân tích vai trò của thương mại điện tử trong hoạt động xuất khẩu, đánh giá thực trạng ứng dụng thương mại điện tử tại tỉnh Cao Bằng và trong các đơn vị xuất khẩu của tỉnh Cao Bằng hiện nay. Từ đó, đề xuất một số giải pháp ứng dụng thương mại điện tử để đẩy mạnh xuất khẩu của tỉnh Cao Bằng thời gian tới.

Từ khoá: Cao Bằng, đẩy mạnh, thương mại điện tử, xuất khẩu.

摘要

这些年来，高平省的进出口总额增幅显著。然而，在全球贸易竞争的背景下，遭受市场对外开放的压力，为了维持并扩大出口活动，特别是高平省农产品的出口活动，参加电子贸易以提高企业，特别是出口企业的竞争力，成为企业存在与发展的急迫事项。

当今，世界进口商经常通过因特网寻找合作伙伴，使因特网成为企业寻找伙伴和经营利润的有效工具。因此，因特网和电子贸易的应用是当前商务的必要趋向。本文分析电子贸易在出口活动中所起的作用，评价高平省及其企业对电子贸易的应用状况。从而，提出应用电子贸易以推动高平省在今后时间的出口活动的若干措施。

关键词：高平省，推动，电子贸易，出口

1. Mở đầu

Hiện nay, hàng hóa nông sản của Việt Nam phần lớn xuất sang thị trường Trung Quốc bởi hai nước có đường biên giới trải dài qua 7 tỉnh với nhiều cặp cửa khẩu, điểm thông quan, lối mở thông thương, tạo ra sự thuận lợi tự nhiên cho việc xuất khẩu cả chính ngạch và tiểu ngạch. Nhưng lợi thế này chưa được khai thác hết. Giao dịch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Trung Quốc mới chỉ tập trung ở một số cửa khẩu quen thuộc, chủ yếu theo tập quán thương mại biên giới, thiếu tính ổn định, thiếu sự ràng buộc giữa các bên theo thông lệ quốc tế dẫn đến rủi ro cao [4].

Cao Bằng có đường biên giới đất liền tiếp giáp với Trung Quốc dài trên 333 km, có cửa khẩu quốc tế Tà Lùng, 3 cặp cửa khẩu chính (Trà Lĩnh, Sóc Giang, Lý Vạn) và nhiều cặp cửa khẩu phụ, lối mở trên biên giới, tạo ra nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển kinh tế biên mậu. Những năm gần đây, kim ngạch xuất nhập khẩu của tỉnh Cao Bằng khá ấn tượng (Năm 2009, mới đạt 300 triệu USD, đến năm 2014 con số này lên tới 1,5 tỷ USD) [7]. Tuy nhiên, để công tác xuất khẩu, nhất là xuất khẩu nông sản của Cao Bằng phát triển, ngoài việc giải quyết các bất cập trong công tác quản lý, dự báo và định hướng của các cơ quan quản lý Nhà nước; các cơ chế chính sách quy hoạch vùng trồng trái cây, nông sản hợp lý nhằm hạn chế phát sinh thiệt hại cho nông dân; đầu tư công nghệ chế biến, công nghệ sinh học bảo quản sau thu hoạch thì các doanh nghiệp và thương nhân cũng cần thay đổi phương thức kinh doanh, từ buôn bán hàng theo kiểu bạn hàng truyền thống kinh doanh tiểu ngạch sang phương thức kinh doanh chính ngạch có hợp đồng ngoại thương theo thông lệ quốc tế, để giảm thiểu được rủi ro khi xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc.

Trước sự cạnh tranh gay gắt của nền kinh tế toàn cầu, để duy trì và mở rộng hoạt động xuất khẩu, nhiều doanh nghiệp nhỏ đã biết cùng liên kết với các doanh nghiệp trên thị trường khác để phát triển các sản phẩm hoặc công nghệ sản xuất mới; đồng thời đã bước đầu ứng dụng thương mại điện tử (TMĐT) trong xuất khẩu mang lại hiệu quả kinh doanh cao.

Trong bối cảnh hiện nay, khi các nhà nhập khẩu trên thế giới đang thường xuyên tìm kiếm bạn hàng thông qua Internet, thì Internet đã trở thành công cụ tìm kiếm đối tác và lợi nhuận cho doanh nghiệp. Sử dụng Internet là xu hướng tất yếu trong kinh doanh hiện nay. Ở nước ta, bên cạnh các kênh giao thương truyền thống, nhiều doanh nghiệp đã tập trung dùng TMĐT để quảng bá, xúc tiến xuất khẩu. Ngoài hiệu quả quảng bá, xúc tiến xuất khẩu, kênh này còn mang lại hiệu quả về mặt chi phí và rất phù hợp với tiềm lực của các doanh nghiệp vừa và nhỏ - lực lượng chiếm tới 90% tổng số doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Có thể nói rằng TMĐT đã trở thành cầu nối để các doanh nghiệp có thể xuất khẩu online, vì vậy, việc tham gia TMĐT để nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp là cấp thiết cho sự tồn tại và phát triển, đặc biệt là với các doanh nghiệp xuất, nhập khẩu trong đó có các doanh nghiệp của tỉnh Cao Bằng.

2. Vai trò của thương mại điện tử trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu

Hoạt động kinh doanh xuất khẩu nói chung, xuất khẩu nông sản nói riêng có các công đoạn chính là quảng cáo, xúc tiến giới thiệu sản phẩm; lựa chọn đối tác; giao dịch đàm phán và ký kết hợp đồng. Trong hoạt động này, các doanh nghiệp xuất khẩu luôn phải đối mặt với vấn đề tìm đầu ra cho sản phẩm của mình. Trong bối cảnh hiện nay, để duy trì và mở rộng hoạt động xuất khẩu, doanh nghiệp thường tập trung cho hai chiến lược chính là: (1) Đảm bảo chất lượng và tiến độ các đơn hàng với các khách hàng hiện tại, và (2) Luôn duy trì hoạt động

xúc tiến, marketing để có thêm các nguồn khách hàng mới. Trong đó việc mở rộng thêm nguồn khách hàng mới luôn là thách thức lớn đối với mọi doanh nghiệp, xét cả về yếu tố thời gian và chi phí.

Trên thực tế, trong hoạt động xuất nhập khẩu có sự bất cập là cả 2 phía xuất và nhập đều gặp trở ngại trong việc tìm đối tác; để có thể gặp gỡ được đối tác mong đợi, cả 2 phía đều mất thời gian và chi phí tương đối lớn. Theo thống kê của Aberdeen Group [2], theo cách làm truyền thống, các nhà nhập khẩu thường mất phần lớn thời gian để tìm kiếm đối tác, cụ thể là: 52% thời gian được dành cho việc tìm kiếm và xác định nhà cung cấp phù hợp,

Một chu kỳ tìm kiếm nguồn cung ứng với các khâu: Tìm kiếm/Nghiên cứu; Đánh giá; Đàm phán; Giao dịch như vậy thường mất trung bình từ 3,3 đến 4,2 tháng.

Hiện nay, nhờ TMĐT, với những ưu điểm nổi trội của phương thức này trong việc tối ưu hoá quá trình sản xuất kinh doanh và đặc biệt là trong việc tìm kiếm khách hàng và mở rộng thị trường, các nhà xuất, nhập khẩu đã rút ngắn được thời gian tìm kiếm đối tác xuống rất nhiều, qua đó tiết kiệm chi phí và thời gian trong giao thương. Nói khác đi, quá trình tìm kiếm nguồn cung ứng truyền thống đã hoàn toàn biến đổi sau khi Internet và TMĐT trở nên phổ biến. Do đó, để tiếp cận được nhà nhập khẩu, các doanh nghiệp ngày nay cần đặc biệt lưu tâm đến việc quảng bá và tiếp cận đối tác qua Internet, ứng dụng TMĐT một cách triệt để.

Những năm trở lại đây, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với các nước Trung Đông và châu Phi có bước tiến đáng kể, một phần là nhờ các doanh nghiệp đã tiếp cận đối tác thông qua TMĐT. Theo các chuyên gia, các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam cần nắm bắt thông tin và nhu cầu của các đối tác chủ động hơn nữa nhằm đáp ứng yêu cầu cao nhất của đối tác, nâng khả năng hợp tác thành công và hiệu quả của doanh nghiệp. Đồng thời, để tạo cơ hội xuất khẩu cho những doanh nghiệp lần đầu tiên xuất khẩu, tham gia vào TMĐT là một nhu cầu tất yếu trong xu thế hội nhập nền kinh tế quốc tế như hiện nay .

Nhu cầu tìm kiếm thông tin của các doanh nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực xuất khẩu, rất nhiều nhưng hiện có rất ít trang thông tin điện tử cung cấp đầy đủ các thông tin có liên quan một cách kịp thời và đầy đủ.

Theo đánh giá của các doanh nghiệp được khảo sát bởi Bộ Công Thương trong những năm vừa qua [1], có trên 50% doanh nghiệp cho thấy tham gia sàn giao dịch TMĐT đạt hiệu quả cao và rất cao. Chỉ có dưới 10% doanh nghiệp đánh giá hiệu quả thấp hoặc rất thấp. Các doanh nghiệp cũng cho biết chi phí đầu tư cho TMĐT chỉ chiếm khoảng 5% tổng đầu tư nhưng doanh thu qua đó chiếm trên 30% tổng doanh thu. Trong các năm gần đây, doanh nghiệp cho biết doanh thu từ TMĐT đang tăng dần lên, có trên 60% doanh nghiệp đánh giá TMĐT đã giúp tăng doanh thu của doanh nghiệp.

Nhiều chuyên gia cũng cho rằng: trong giai đoạn hiện nay, "các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ tại Việt Nam cần thiết và nên sử dụng kênh TMĐT để thể hiện năng lực xuất khẩu của mình" (Hội thảo “Cơ hội xuất khẩu đến thị trường APEC và châu Phi qua TMĐT”).

3. Thực trạng và một số vấn đề đặt ra cho ứng dụng thương mại điện tử trong xuất khẩu của tỉnh Cao Bằng

Trong những năm qua, cùng với cả nước hoạt động TMĐT trên địa bàn tỉnh Cao Bằng đã có nhiều khởi sắc. Theo Trung tâm xúc tiến thương mại tỉnh [5], thực hiện Quyết định số 2181/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển

thương mại điện tử tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2011 - 2015, TMĐT trên địa bàn tỉnh Cao Bằng đã và đang từng bước đi vào cuộc sống, góp phần tích cực cho sự phát triển kinh tế, xã hội chung của tỉnh. Có thể đánh giá chung về tình hình ứng dụng TMĐT tại tỉnh Cao Bằng hiện nay và một số vấn đề đặt ra cho việc ứng dụng TMĐT để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu qua tỉnh Cao Bằng thời gian tới như sau:

Thứ nhất. Về nhận thức, mức độ sẵn sàng cho ứng dụng TMĐT

Ứng dụng TMĐT đã trở thành nhu cầu tất yếu của các doanh nghiệp xuất khẩu qua Cao Bằng. Hầu hết các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản đều khẳng định ứng dụng TMĐT có tầm quan trọng và cần thiết. Nhận thức về vị trí, vai trò cũng như những lợi ích của TMĐT đối với công tác lãnh đạo, chỉ đạo, điều hành và hoạt động sản xuất, kinh doanh, phát triển kinh tế - xã hội trong bối cảnh hiện nay của cán bộ, công chức, của cộng đồng doanh nghiệp và nhiều tầng lớp dân cư trên địa bàn tỉnh ngày càng cao. Đến nay, hầu hết các cơ quan của nhà nước, các xã, phường, thị trấn trong tỉnh đã xây dựng cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin (CNTT), triển khai ứng dụng được nhiều phần mềm và kho cơ sở dữ liệu phục vụ công tác quản lý, chỉ đạo, điều hành. UBND tỉnh xây dựng Cổng Thông tin điện tử; hầu hết các Sở, Ngành đã xây dựng được Trang thông tin điện tử riêng, tổ chức các hoạt động tuyên truyền, giới thiệu tiềm năng, cơ hội đầu tư của tỉnh trên internet và triển khai ứng dụng TMĐT một cách hiệu quả...

Lĩnh vực viễn thông, internet trên địa bàn tỉnh thời gian qua đạt tốc độ phát triển, cơ sở hạ tầng mạng lưới rộng khắp trên toàn tỉnh, đảm bảo cung cấp các dịch vụ về viễn thông và internet có chất lượng tốt với nhiều loại hình phong phú đa dạng phục vụ khách hàng và các doanh nghiệp... Điều đó đã tạo tiền đề cho việc phát triển CNTT và thúc đẩy TMĐT phát triển mạnh trong thời gian tới.

Một số doanh nghiệp đã có bộ phận chuyên trách về CNTT và TMĐT. Hầu hết nhân viên của các doanh nghiệp thường xuyên sử dụng máy tính trong công việc. Đây là một điều kiện tốt để doanh nghiệp có thể ứng dụng hiệu quả TMĐT. Mục đích sử dụng Internet của các doanh nghiệp xuất khẩu khá đa dạng, bao gồm hầu hết các khả năng của Internet. Nhiều doanh nghiệp đã có mạng LAN, nhưng vẫn còn một số doanh nghiệp chưa kết nối Internet.

Thứ hai. Về tình hình ứng dụng TMĐT của các doanh nghiệp xuất khẩu

Số liệu khảo sát mức độ ứng dụng TMĐT trên địa bàn tỉnh Cao Bằng cho thấy các đơn vị, doanh nghiệp tham gia mua bán, trao đổi trên mạng trên địa bàn tỉnh ngày càng tăng. Các doanh nghiệp đã từng bước tiếp cận với việc quảng bá giới thiệu sản phẩm của mình trên mạng internet. Qua TMĐT, các doanh nghiệp đã có nhiều cơ hội quảng bá thương hiệu của mình được sâu rộng hơn, cả trong và ngoài nước.

Các hình thức mua bán, trao đổi qua internet đã từng bước phát triển và dần trở nên quen thuộc đối với các doanh nghiệp và một bộ phận người tiêu dùng ở tỉnh Cao Bằng.

Tuy nhiên, hiện nay số doanh nghiệp đã hoặc đang có dự án hay chiến lược về phát triển và ứng dụng TMĐT chưa nhiều. Một số doanh nghiệp đã tham gia các sàn giao dịch TMĐT. Đây là một hướng đi đúng trong ứng dụng TMĐT hiện nay, khi số người sử dụng Internet trong giao thương còn ít.

Vẫn còn một số doanh nghiệp chưa có website riêng. Với các doanh nghiệp có website thì chủ yếu sử dụng để quảng bá, giới thiệu về doanh nghiệp và để giới thiệu về sản phẩm

dịch vụ, số doanh nghiệp sử dụng website để giao dịch TMĐT còn ít. Các website của doanh nghiệp xuất khẩu đều hướng tới khách hàng là doanh nghiệp, chưa chú ý đến các đối tượng khách hàng khác.

Trong giao dịch với các đối tác: gần 100% doanh nghiệp sử dụng email. Hầu hết các doanh nghiệp đều sử dụng chủ yếu email, fax và điện thoại để nhận đơn đặt hàng. Số doanh nghiệp sử dụng website để nhận đơn đặt hàng còn thấp. Đây cũng là một vấn đề cần quan tâm trong ứng dụng TMĐT. Hình thức giao hàng trực tuyến mới chỉ chiếm tỷ lệ rất nhỏ, thể hiện ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp xuất khẩu hiện còn ở mức rất thấp.

Việc sử dụng thanh toán trực tuyến còn nhiều trở ngại đối với doanh nghiệp.

Thứ ba. Về hiệu quả ứng dụng TMĐT của doanh nghiệp xuất khẩu

Số liệu điều tra của Bộ Công Thương [1] cho thấy 80% số doanh nghiệp dành tỷ lệ trên 5% tổng chi phí hoạt động thường niên đầu tư cho TMĐT. Chỉ 20% doanh nghiệp đầu tư cho TMĐT trên 15%, nhưng lại có đến trên 60% số doanh nghiệp có doanh thu từ TMĐT trên tổng doanh thu trên 15% và có trên 60% tăng trưởng doanh thu qua kênh TMĐT so với năm trước. Có thể coi đây là một minh chứng cho hiệu quả của ứng dụng TMĐT.

Trong việc triển khai ứng dụng TMĐT hiện nay, không có trở ngại nào lớn đối với doanh nghiệp, nhưng mọi tiêu chí liên quan đều gặp trở ngại. Như vậy, để có thể ứng dụng TMĐT cần phải triển khai đồng thời nhiều biện pháp.

Bảng 1 dưới đây là kết quả cụ thể từ cuộc điều tra về tác dụng của chiến lược ứng dụng TMĐT đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp:

Bảng 1. Tác dụng của ứng dụng TMĐT đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp (Mức 4 là mức hiệu quả cao nhất)

Mức	Mở rộng kênh tiếp xúc KH (%)	Thu hút KH mới (%)	Xây dựng hình ảnh DN (%)	Tăng doanh số (%)	Giảm chi phí (%)	Tăng hiệu quả hoạt động (%)	Tăng khả năng cạnh tranh (%)
0	3,23	0,00	3,23	6,45	3,23	6,45	3,23
1	9,68	12,90	9,68	9,68	6,45	6,45	16,13
2	19,35	9,68	3,23	29,03	41,94	19,35	12,90
3	25,81	32,26	35,48	12,90	22,58	35,48	22,58
4	41,94	38,71	41,94	32,26	19,35	22,58	35,48

Bảng trên cho thấy: Mở rộng kênh tiếp xúc với khách hàng hiện có và xây dựng hình ảnh doanh nghiệp là 2 tiêu chí được các doanh nghiệp cho là có hiệu quả cao trong ứng dụng TMĐT. Điều này hoàn toàn phù hợp với đặc điểm hoạt động kinh doanh xuất khẩu.

Tuy nhiên, phát triển TMĐT trên địa bàn tỉnh Cao Bằng thời gian qua vẫn còn tồn tại những hạn chế như [5]: (1) Nguồn nhân lực dành cho TMĐT tại các doanh nghiệp còn hạn

ché; hầu hết doanh nghiệp chưa có người chuyên trách về CNTT và TMĐT, chủ yếu là kiêm nhiệm. Mặt khác, việc triển khai ứng dụng TMĐT của các doanh nghiệp mới ở giai đoạn đầu nên hiệu quả chưa cao, chưa theo kịp và tương xứng với yêu cầu phát triển của chung của tỉnh. Mặc dù các doanh nghiệp đã sử dụng nhiều giải pháp trong hệ thống thanh toán, quản lý doanh nghiệp và các dịch vụ trong TMĐT, nhưng nhìn chung việc triển khai ứng dụng CNTT và TMĐT còn ở mức độ thấp. (2) Hiện nay, nhiều doanh nghiệp đã xây dựng website nhưng vẫn chỉ dừng ở mức cung cấp thông tin sản phẩm, dịch vụ đang kinh doanh, giá mua, giá bán, phương thức thanh toán. (3) An toàn bảo mật thông tin khi kinh doanh trên môi trường mạng là một vấn đề gây trở ngại lớn đối với doanh nghiệp; nhiều doanh nghiệp vẫn còn e ngại, chưa chủ động tìm ra những giải pháp an ninh cho toàn mạng nói chung hay TMĐT nói riêng. (4) Công tác đào tạo, bồi dưỡng cho cán bộ, công chức, viên chức và doanh nghiệp trong việc ứng dụng CNTT và TMĐT mặc dù được thường xuyên, nhưng nội dung vẫn còn chưa đáp ứng được hết yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao của tình hình mới.

Tóm lại, có thể nhận định về tình hình thực tế ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp của tỉnh Cao Bằng hiện nay là: Hầu hết các doanh nghiệp đã bắt đầu ý thức được tầm quan trọng của triển khai ứng dụng TMĐT và đã từng phần ứng dụng TMĐT, nhưng để lựa chọn được một mô hình và bước đi phù hợp cho việc ứng dụng thì nhiều doanh nghiệp vẫn còn lúng túng. Vì vậy, việc tìm ra giải pháp cho việc ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp nói chung, doanh nghiệp xuất khẩu của tỉnh Cao Bằng hiện là vấn đề bức thiết.

4. Một số giải pháp ứng dụng thương mại điện tử cho các doanh nghiệp của tỉnh Cao Bằng để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu

Trong quá trình ứng dụng TMĐT, một mặt, các doanh nghiệp nên dùng các site TMĐT uy tín, có thương hiệu, đã phát triển chuyên nghiệp. Mặt khác, các doanh nghiệp cần đầu tư cho nhân sự và dịch vụ thực hiện e-marketing để quảng bá và xúc tiến thương mại tốt hơn; đồng thời, trong xúc tiến thương mại doanh nghiệp nên có xu hướng kết hợp giữa online và offline (truyền thống) để tối ưu hóa hoạt động quảng bá.

Trên thực tế, việc triển khai TMĐT cho doanh nghiệp rất khó có thể rập khuôn theo các mô hình có sẵn mà phụ thuộc vào quy mô của doanh nghiệp, loại hình kinh doanh, trình độ đội ngũ, cơ sở vật chất, khả năng tài chính. Mỗi doanh nghiệp cần tìm hiểu, nghiên cứu và tự lựa chọn cho mình các mô hình phù hợp để có thể ứng dụng TMĐT một cách có hiệu quả.

4.1. Lựa chọn mô hình TMĐT cho các doanh nghiệp xuất khẩu

Để tham gia TMĐT phục vụ xuất khẩu, doanh nghiệp có nhiều lựa chọn: dùng công cụ tìm kiếm; thiết kế website riêng; tham gia các site của Chính phủ, các tổ chức hỗ trợ; đặc biệt là tham gia các sàn TMĐT B2B có uy tín.

Đánh giá theo từng kênh TMĐT khác nhau, chúng ta thấy:

- Dùng công cụ tìm kiếm để quảng bá cho hoạt động của doanh nghiệp có thể giúp doanh nghiệp có nhiều người truy cập, do đó có thể có thêm đối tác. Tuy nhiên, đây không phải là kênh có nhiều dữ liệu về nhà nhập khẩu và cũng không tạo nên vị thế nhà cung cấp uy tín cho doanh nghiệp. Mặt khác, kênh này không có hỗ trợ trực tuyến nên không là môi trường thuận lợi cho việc giao dịch.

- Thiết kế website riêng: Với website riêng, doanh nghiệp có thể có được một kênh xúc tiến thương mại quan trọng nhưng để thu hút được nhiều người sử dụng cần phải có nhiều

biện pháp đi kèm. Mặt khác để tạo được một website hiệu quả doanh nghiệp còn cần phải có một đội ngũ CNTT tốt, chấp nhận chi phí để quảng bá và duy trì website, ... mặt khác, việc hỗ trợ kinh doanh trực tuyến qua website riêng cũng là một vấn đề không nhỏ.

- Tham gia các site của chính phủ, các tổ chức hỗ trợ, các danh bạ: Các site của các tổ chức hỗ trợ, của chính phủ có ưu điểm là có thể mang lại uy tín cho doanh nghiệp nhưng lại có nhược điểm là ít có sự hỗ trợ quảng bá và kinh doanh cho doanh nghiệp.

- Tham gia các sàn TMĐT B2B uy tín: Sàn giao dịch TMĐT là môi trường giao thương mở, chi phí thấp, ít bị chi phối bởi quy mô doanh nghiệp và tạo ra nhiều cơ hội mới so với thương mại truyền thống. Tham gia sàn giao dịch TMĐT là một hình thức xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường có hiệu quả với chi phí rất thấp. Một sàn TMĐT B2B uy tín sẽ giúp cho doanh nghiệp có được tất cả các yếu tố để thành công. Theo đánh giá của nhiều chuyên gia: xu hướng các doanh nghiệp tham gia các sàn giao dịch TMĐT ngày càng phổ biến bởi có nhiều tiện ích: mở rộng kênh tiếp xúc với khách hàng hiện có; thu hút khách hàng mới; xây dựng hình ảnh doanh nghiệp; tăng lợi nhuận và giảm chi phí kinh doanh, ...

Mô hình kinh doanh sàn TMĐT B2B đang phát triển tại Việt Nam. Ngoài đăng tải cơ hội kinh doanh mua bán hàng hóa và dịch vụ, các sàn giao dịch đã cung cấp các hỗ trợ khác như đấu giá, đấu thầu trực tuyến, các bản tin điện tử, tìm kiếm thông tin. Tuy nhiên, hầu như chưa có sàn nào có tiện ích hiệu quả hỗ trợ doanh nghiệp, tiến hành đàm phán tiến tới giao kết hợp đồng, thực hiện hợp đồng và trợ giúp sau bán hàng.

Nhằm tận dụng các ưu điểm của phương thức sàn giao dịch TMĐT trong việc tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị trường, các doanh nghiệp nói chung, doanh nghiệp xuất khẩu của tỉnh Cao Bằng nói riêng cần tích cực hơn nữa trong việc tham gia vào các sàn giao dịch TMĐT có uy tín trong nước cũng như trên thế giới.

TMĐT vừa có khả năng là một đòn bẩy cho doanh nghiệp phát triển nhanh trong bối cảnh hội nhập, nhưng cũng rất có thể trở thành một bãi lầy tiêu tốn nhiều thời gian, công sức và tiền bạc của doanh nghiệp. Để có thể ứng dụng TMĐT một cách có hiệu quả, doanh nghiệp trước hết cần nhận thức được vai trò của TMĐT, sau nữa, cần thực thi đồng bộ các giải pháp ứng dụng. Trong quá trình đó, có thể dựa vào chính mình nếu thấy đủ khả năng, còn tốt hơn cả là trong giai đoạn đầu nên sử dụng đội ngũ cố vấn chuyên nghiệp. Tuy nhiên, trong trường hợp này cần cân nhắc giữa lợi ích sẽ nhận được và chi phí mà doanh nghiệp phải bỏ ra.

4.2. Một số giải pháp chủ yếu đẩy mạnh ứng dụng TMĐT cho các doanh nghiệp xuất khẩu của tỉnh Cao Bằng thời gian tới

Thứ nhất. Đẩy mạnh định vị hình ảnh của doanh nghiệp và website của doanh nghiệp trên thị trường TMĐT mục tiêu

Định vị thị trường TMĐT đòi hỏi mỗi doanh nghiệp phải quyết định khuyếch trương bao nhiêu điểm khác biệt và những điểm khác biệt nào dành được cho tập khách hàng điện tử mục tiêu. Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu, giải pháp có thể khả thi và phải phấn đấu đạt tới đối với các chào hàng điện tử trên website của doanh nghiệp trên mỗi loại thị trường TMĐT mục tiêu là: định vị theo mức đầy đủ, ổn định cơ cấu mặt hàng; hàng thật; hàng hiệu; cấu trúc dịch vụ và giá tương thích với loại hình tổ chức bán; ưu thế chất lượng/giá, theo bản sắc văn minh thương mại và hình ảnh tín nhiệm doanh nghiệp trong tâm trí khách hàng. Theo

hướng này, mỗi doanh nghiệp căn cứ vị thế hiện tại và mục tiêu đạt tới để quyết định khuyếch trương điểm khác biệt nào để phát triển định vị thương hiệu cho doanh nghiệp mình.

Để việc định vị trực tuyến trở nên sắc bén, các doanh nghiệp cần tập trung nỗ lực vào một số hoạt động chính là: tạo ra một hình ảnh cụ thể cho cơ cấu mặt hàng bán và thương hiệu cửa hàng trong tâm trí khách hàng mục tiêu, lựa chọn vị thế mức độ thỏa mãn và cân đối với mục tiêu lợi nhuận, sự khác biệt và nổi trội trong cung ứng giá trị gia tăng cho khách hàng trên thị trường TMĐT mục tiêu. Các công cụ chính cần được sử dụng để tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm bao gồm: cung cấp thông tin hữu ích, chính xác, phù hợp và cập nhật thường xuyên; hình thức thiết kế mang tính mỹ thuật cao và hỗ trợ quảng bá thương hiệu; dễ sử dụng; kết hợp được yếu tố nội dung và thương mại; thu hút lưu lượng giao dịch cao và được ghé thăm thường xuyên; tính tương tác cao; xử lý thông tin và đáp ứng nhanh yêu cầu người xem qua email; có chức năng phong phú: giao dịch và thanh toán trực tuyến; công bố chính sách thương mại, giá cả, dịch vụ rõ ràng; an toàn, bảo mật và thích ứng với các điều kiện kỹ thuật khác nhau.

Thứ hai. Một số giải pháp xây dựng website cho doanh nghiệp xuất khẩu

Các doanh nghiệp xuất khẩu Cao Bằng cần tập trung hoàn thiện kết cấu hạ tầng của website TMĐT của doanh nghiệp. Trên cơ sở xác định các mục tiêu kinh doanh cho website, xác định cấu trúc và các chức năng cần thiết của hệ thống cần phải có và xác định các yêu cầu thông tin cần phải có để thực hiện các chức năng đó. Ngoài ra, doanh nghiệp cần xem xét sẽ tự thiết kế hay đi thuê, và nếu đi thuê ngoài thì chi phí đầu tư và nâng cấp là bao nhiêu?

Sau khi xác định các chức năng của hệ thống, các nhà lập trình sẽ xác định cấu trúc logic và cấu trúc vật lý của website. Khi xây dựng website, phải xác định kiến trúc website. Kiến trúc hệ thống website bao gồm việc lựa chọn phần mềm, phần cứng và phân bổ các nhiệm vụ trong hệ thống thông tin nhằm đạt được các chức năng của hệ thống nêu trên. Các doanh nghiệp xuất khẩu nên lựa chọn kiến trúc của website là kiến trúc nhiều lớp: Gồm một web server liên kết với các lớp trung gian bao gồm các server ứng dụng thực hiện một nhiệm vụ nào đó, mỗi server ứng dụng sử dụng một hoặc nhiều máy chủ.

Một số giải pháp cụ thể:

1. Trên trang chủ chỉ nên đưa ra duy nhất một sản phẩm.
2. Bổ sung độ tin nhiệm vào nội dung giới thiệu và nâng cao lòng tin của mọi người với website. Sử dụng nhiều ngôn ngữ (trong đó có Trung Quốc) cho website.
3. Tập trung vào những khách ghé thăm, những khách hàng mới chứ không phải bản thân doanh nghiệp. .
4. Tạo ra tính cấp bách trong thông tin bán hàng và thuyết phục người đọc rằng họ cần mua ngay.
5. Nâng cao sự hấp dẫn của sản phẩm qua hình ảnh.

Ngoài ra, cần quan tâm xây dựng một kế hoạch chào hàng trực tuyến chi tiết và cập nhật theo từng đoạn thị trường điện tử mục tiêu mà doanh nghiệp đã xây dựng.

Thứ ba. Phát triển truyền thông marketing và xúc tiến TMĐT

Để phát triển ứng dụng TMĐT, các doanh nghiệp xuất khẩu của Cao Bằng cần nhận rõ tầm quan trọng và tác dụng to lớn của hoạt động truyền thông marketing và xúc tiến TMĐT và cần có một bộ phận chuyên trách đảm nhiệm các công việc chuyên môn này nhằm xác lập

được một giải pháp xúc tiến TMĐT hỗn hợp bao gồm nhiều hình thức, phương pháp, phương tiện, phạm vi, tầm cỡ khác nhau được thực hiện theo chương trình, kế hoạch và có một ngân quỹ thích hợp.

Các mục tiêu của truyền thông marketing và xúc tiến TMĐT phải xuất phát và phù hợp với mục tiêu chiến lược bán hàng trực tuyến và bán hàng hỗn hợp phù hợp với phương thức TMĐT B2B, từ đó sẽ phân công triển khai cho từng công cụ xúc tiến TMĐT theo liều lượng, thứ tự và cường độ phối hợp khác nhau.

Tuy nhiên, cần có sự kết hợp giữa chiến dịch marketing online với offline để ngân sách marketing được sử dụng tối ưu nhằm đem lại hiệu quả cao nhất.

Để quảng cáo có hiệu quả, các doanh nghiệp xuất khẩu của Cao Bằng nên tập trung ứng dụng các công cụ quảng cáo trực tuyến phối hợp với các công cụ quảng cáo truyền thống. Ví dụ, trong các quảng cáo trên báo, tạp chí, ... nên đưa địa chỉ website của doanh nghiệp vào đó. Quảng cáo banner là một trong các hình thức quảng cáo điện tử phổ biến hiện nay. Bên cạnh đó, cũng có thể sử dụng có các dạng quảng cáo khác như quảng cáo trung gian, quảng cáo động, quảng cáo qua email, quảng cáo qua các công cụ tìm kiếm, đăng ký vào các cổng thông tin TMĐT, ...

Kỹ thuật truyền thông marketing TMĐT đòi hỏi những kỹ năng và phương thức triển khai tương đối phức tạp. Vì vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu của Cao Bằng có thể tận dụng các nguồn lực thuê ngoài để đảm bảo tính hiệu quả của các chiến dịch quảng cáo trực tuyến.

5. Kết luận

Với những ưu điểm nổi trội của TMĐT, việc tham gia TMĐT để nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp là cấp thiết cho sự tồn tại và phát triển. Đối với tỉnh Cao Bằng, với thị trường xuất khẩu liền kề rất lớn là Trung Quốc, việc nhanh chóng ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp xuất khẩu lại càng cần thiết.

Triển khai ứng dụng TMĐT khó có thể rập khuôn theo các mô hình có sẵn, mà tùy thuộc vào điều kiện cụ thể của từng doanh nghiệp. Vì vậy, để có thể triển khai ứng dụng TMĐT một cách có hiệu quả nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh và đặc biệt là tăng sức cạnh tranh, mỗi doanh nghiệp một mặt, phải gắn hoạt động TMĐT với việc xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn của doanh nghiệp, mặt khác, cần tìm hiểu, quan sát các mô hình thành công và cân nhắc, tính toán những điều kiện cụ thể của doanh nghiệp mình để tìm ra phương thức thích hợp. Từ đó xác định bước đi cho việc triển khai ứng dụng một cách hợp lý, mang lại hiệu quả cao. Những bước đi này bao gồm cả chiến lược hoạt động, đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ, thay đổi tổ chức, phát triển nguồn nhân lực, cải tiến lề lối làm việc,... Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu của tỉnh Cao Bằng, từ kinh nghiệm của các nước đã ứng dụng TMĐT có hiệu quả, trong điều kiện, để có thể ứng dụng thành công TMĐT nhằm phát triển xuất khẩu mà cụ thể là, để có thể thuận tiện cho việc tìm đối tác của các nhà nhập khẩu, một chiến lược TMĐT phù hợp cho doanh nghiệp xuất khẩu của Cao Bằng hiện nay là: đầu tiên, nên tham gia vào một site TMĐT uy tín, sau đó, doanh nghiệp có thể xây dựng website riêng để tạo thương hiệu, đồng thời sử dụng quảng bá qua công cụ tìm kiếm khi doanh nghiệp đã có kinh nghiệm triển khai TMĐT và có đội ngũ nhân lực TMĐT tốt. TMĐT được phát triển trên nền tảng CNTT, vì vậy việc có được các kỹ năng kinh doanh trực tuyến cũng là việc mà các doanh nghiệp ứng dụng TMĐT cần quan tâm đầu tư cùng với việc đầu tư cho các phần mềm chuyên dụng như quản lý tài nguyên doanh nghiệp, quản lý chuỗi cung ứng, quản lý khách hàng,...

Tài liệu tham khảo

- [1] Bộ Công Thương, *Báo cáo thương mại điện tử*.
- [2] Brian A. Wong, 2008, *Empowering SMEs Worldwide: The Alibaba Story*, WSIS follow-up and implementation: Action Line Facilitation meeting "E-business".
- [3] Faramarz Damanpour, *E-business and E-commerce Evulation: Perspective and Strategy*, NXB James Madíon University, USA, 2007.
- [4] <http://baocaobang.vn>
- [5] <http://www.congthuongcaobang.gov.vn>
- [6] <http://www.forbes.com>
- [7] <http://thoibaotaichinhvietnam.vn>

PHÂN TÍCH CÁC ĐIỀU KIỆN PHÁT TRIỂN CAO BẰNG THÀNH TRUNG TÂM LOGISTICS

分析使高平省发展为物流中心的各种条件

*ThS. Trần Thị Thu Hương
Trường Đại học Thương mại*

商业大学硕士 陈氏秋香

Tóm tắt

Cùng với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và phát triển thương mại đường biên giữa Việt Nam và khu vực ASEAN với thị trường Trung Quốc, nhu cầu về việc thiết lập các trung tâm logistics dọc biên giới Việt Nam - Trung Quốc trở thành một nhiệm vụ quan trọng. Bài viết này tập trung vào việc làm rõ ba vấn đề cơ bản: (1) tổng quan về trung tâm logistics; (2) phân tích những điều kiện phát triển Cao Bằng trở thành trung tâm logistics và (3) đưa ra một số vấn đề cần lưu ý trong quá trình phát triển trung tâm logistics tại Cao Bằng.

Từ khóa: Trung tâm logistics, Cao Bằng, phân tích, điều kiện

摘要

随着国际经济一体化进程以及越南和东盟与中国的边界经贸的发展，设立中越陆上边界沿线物流中心的需求成为重要的任务。本文集中说明三个基本问题：（1）物流中心的概观；（2）分析使高平省发展为物流中心的各种条件；（3）提出高平省物流中心的发展过程中的一些注意事项。

关键词: 分析, 控制, 物流

1. Khái quát về trung tâm logistics

Khái niệm “trung tâm logistics” bắt đầu được đề cập ở Châu Âu vào giữa những năm 1960, khi trung tâm logistics đầu tiên trong khu vực Sogaris (Cộng hòa Pháp) được thành lập. Hiện nay, thuật ngữ “trung tâm logistics” được Europlastform (European Association of Freight Villages) định nghĩa như sau: “*Trung tâm logistics là một khu vực địa lý tập trung, nơi diễn ra các hoạt động liên quan đến vận tải, logistics và phân phối hàng hóa ở phạm vi nội địa cũng như quốc tế, do nhiều chủ thể khác nhau thực hiện*”.

Các chủ thể này có thể là chủ sở hữu hoặc là người thuê sử dụng cơ sở vật chất và trang thiết bị của trung tâm logistics (văn phòng, kho bãi, trung tâm phân phối, phương tiện xếp/dỡ hàng...). Tất cả các chủ thể phải được tiếp cận dễ dàng với cơ sở vật chất kỹ thuật của trung tâm logistics. Trung tâm logistics phải được thiết kế và đáp ứng dịch vụ kết nối giữa các phương thức vận tải khác nhau như đường bộ, đường sắt, đường thủy và đường hàng không.

Cũng theo Europlastform, trung tâm logistics đảm nhiệm ba vai trò kinh tế - xã hội cơ bản là: sử dụng quỹ đất kinh doanh một cách hợp lý và hiệu quả; phát triển kinh tế và hạn chế ùn tắc giao thông. Một trung tâm logistics điển hình bao gồm các thành phần cơ bản như sau:

- *Kho bãi*: Phục vụ việc phân loại, chất xếp, bảo quản, đóng gói, dán nhãn, giám định và phân phối hàng hóa. Thường có cả kho thông thường và kho lạnh, kho giữ ẩm để phục vụ công tác lưu giữ và bảo quản nhiều loại hàng hóa đa dạng khác nhau.

- *Trung tâm phục vụ các phương tiện vận tải*: Được trang bị các thiết bị xếp dỡ hàng hóa chuyên dụng, cho phép chuyển tải giữa các phương tiện khác nhau, phối hợp vận tải đa phương thức. Ở đây còn cung cấp dịch vụ sửa chữa, thay thế phụ tùng và bảo hành xe tải.

- *Trung tâm dịch vụ logistics hỗ trợ*: Bao gồm các cơ sở vật chất kỹ thuật tạo điều kiện cho các doanh nghiệp logistics cung cấp các dịch vụ hỗ trợ cho khách hàng của mình như thông quan, hoàn thiện chứng từ, tư vấn, bảo hiểm...

- *Trung tâm thông tin*: Được trang bị các phương tiện công nghệ thông tin hiện đại, phục vụ cho công tác quản lý, điều hành và khai thác trung tâm logistics; đồng thời cung cấp hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin cho các doanh nghiệp logistics vận hành hệ thống dịch vụ của mình và cho các khách hàng sử dụng dịch vụ logistics.

- *Khối văn phòng và các dịch vụ khác*: Là nơi làm việc của các cơ quan quản lý nhà nước như hải quan, biên phòng, cảng vụ, kiểm dịch. Ngoài ra còn có các dịch vụ khác như tài chính, ngân hàng, nhà hàng, khách sạn...

Thiết lập trung tâm logistics là một quyết định lớn, phức tạp và không cho phép phạm sai lầm. Vì vậy, cần phải cân nhắc nhiều yếu tố có liên quan đến chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và hạ tầng vật chất kỹ thuật của một vùng rộng lớn. Để thiết lập và xây dựng một trung tâm logistics cần có các nhóm điều kiện cơ bản sau:

- *Điều kiện về vị trí*: Đây là điều kiện đầu tiên và quan trọng nhất đối với trung tâm logistics. Trung tâm logistics cần phải được bố trí gần các đầu mối giao thông vận tải lớn, thuận tiện trong việc kết nối nhiều loại hình vận tải hàng hóa khác nhau và gần với các trung tâm kinh tế - thương mại lớn. Diện tích mặt bằng phải đáp ứng nhu cầu lưu thông hàng hóa hiện tại và tiềm năng, phải tính đến xu hướng phát triển lâu dài về kinh tế - xã hội.

- *Điều kiện cơ sở vật chất - kỹ thuật*: Nơi dự định xây dựng và phát triển trung tâm logistics phải có hạ tầng cơ sở giao thông đạt tiêu chuẩn quốc gia và quốc tế; phải gần các đầu mối giao thông vận tải lớn như cảng biển, sân bay, ga đường sắt. Nếu sẵn có hệ thống kho bãi, phương tiện vận tải và trang thiết bị cho hoạt động phân phối và cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại thì việc phát triển trung tâm logistics sẽ thuận lợi hơn.

- *Điều kiện về tài chính*: Xây dựng một trung tâm logistics hiện đòi hỏi một lượng vốn đầu tư rất lớn, cần phải huy động vốn từ nhiều nguồn khác nhau như tài chính công, tư nhân cũng như các tổ chức tài chính quốc tế.

- *Nhu cầu về dịch vụ logistics*: Logistics đóng vai trò là công cụ liên kết hoạt động kinh tế trong nội bộ một quốc gia cũng như toàn cầu thông qua việc tối ưu hóa chu trình lưu chuyển của sản xuất, kinh doanh từ khâu đầu vào đến khi sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Do đó cùng với sự phát triển kinh tế của các quốc gia và quá trình hội nhập, hợp tác quốc tế đòi hỏi sự phát triển tương ứng của lĩnh vực dịch vụ logistics. Hay nói một cách khác để phát triển một trung tâm logistics đòi hỏi điều kiện về sự gia tăng nhu cầu dịch vụ logistics tại khu vực đó.

- *Các điều kiện khác*: Nguồn nhân lực về logistics và quản lý, yếu tố an ninh, an toàn giao thông, tiêu chuẩn bảo vệ môi trường...

2. Phân tích các điều kiện phát triển Cao Bằng thành trung tâm logistics

2.1. Điều kiện về vị trí địa lý

Cao Bằng là một tỉnh miền núi phía Bắc của Việt Nam, có diện tích tự nhiên 6.690,72 km², chiếm 2,12% diện tích cả nước. Phía Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc) với đường biên giới dài 311 km, phía Tây giáp tỉnh Hà Giang và Tuyên Quang, phía Nam giáp tỉnh Bắc Kạn, phía Đông Nam giáp tỉnh Lạng Sơn (Hình 1a). Với vị trí địa lý này, mặc dù Cao Bằng không nằm trực tiếp trên hai hành lang kinh tế giữa Việt Nam và Trung Quốc là hành lang Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh và hành lang Bách Sắc - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh (Hình 1b) nhưng Cao Bằng vẫn là một bộ phận của vành đai kinh tế Vịnh Bắc Bộ bao gồm miền Bắc Việt Nam và 3 tỉnh của Trung Quốc là Quảng Tây, Quảng Đông và Hải Nam. Điều này cho thấy, Cao Bằng có thể tham gia kết nối nội vùng và cùng với các địa phương khác trong vùng Tây Bắc hình thành cực phát triển đối trọng và hợp tác xuyên biên giới với các cụm phát triển năng động của Tây và Tây Nam Trung Quốc.



Không những thế, trong tương lai gần sự phát triển của vành đai kinh tế Vịnh Bắc Bộ sẽ không chỉ giới hạn trong khuôn khổ giữa hai quốc gia mà trở thành vùng kinh tế đa quốc gia. Bởi lẽ, từ vành đai này, cầu nối giữa các nước ASEAN khu vực ven biển Đông với vùng đồng bằng sông Châu Giang, vùng đồng bằng sông Dương Tử cũng như các tỉnh nằm sâu trong nội địa của Trung Quốc sẽ được thông suốt, tạo cơ hội chưa từng có cho sự phát triển mạnh mẽ của tất cả các nền kinh tế trong khu vực. Điều đó cho thấy Cao Bằng hoàn toàn có thể trở thành một cửa ngõ kết nối, góp phần mở rộng giao thương kinh tế, thương mại và du lịch giữa Trung Quốc với các nước ASEAN, đặc biệt trong Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc (CAFTA).

Ở cấp độ liên kết địa phương, Cao Bằng tiếp giáp với thành phố Bách Sắc của Trung Quốc với hơn 4,5 triệu người, thu ngân sách hàng năm trên 100.000 tỷ đồng. Bách Sắc cũng được xem là trung tâm nông nghiệp của Trung Quốc. Hàng ngày, từ thành phố Bách Sắc có chuyến tàu chuyên chở hàng nông sản đi Bắc Kinh. Do đó, Cao Bằng có thể phát triển trung tâm logistics để phục vụ xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc, khắc phục tình trạng ứ tắc nông sản ở cửa khẩu trong thời gian qua. Không những thế, Cao Bằng cũng kết nối với thành phố Trùng Khánh - một trong bốn trung tâm công nghiệp lớn của Trung Quốc và là điểm trung chuyển hàng hóa của 6 tỉnh miền Tây Nam Trung Quốc. Trước đây, hàng

hóa từ thành phố Trùng Khánh vào thị trường nội địa của Trung Quốc hoặc xuất khẩu ra nước ngoài đều phải di chuyển một quãng đường rất xa. Vì vậy, các tỉnh miền Tây Trung Quốc đã và đang đẩy mạnh hợp tác với các tỉnh cửa ngõ biên giới của Việt Nam như Cao Bằng để xuất nhập khẩu hàng hóa với các nước ASEAN một cách thuận lợi do sẽ rút ngắn được quãng đường vận chuyển đến trên 1.000 km. Tuyến đường nối từ Trùng Khánh đến Bách Sắc, qua Cao Bằng về Hải Phòng dài khoảng 320 km cũng là tuyến đường ngắn nhất, giúp đẩy nhanh tốc độ di chuyển hàng hóa đi hoặc đến Trùng Khánh. Một thuận lợi nữa là Cao Bằng và Trùng Khánh đã có đàm phán hợp tác 7 lĩnh vực, trong đó có 6 lĩnh vực kinh tế thương mại, đặc biệt là hợp tác kinh tế biên giới theo định hướng của Chính phủ hai bên. Đây là lợi thế để Cao Bằng phát triển kinh tế, thu hút đầu tư, đặc biệt là các lĩnh vực dịch vụ thương mại, xuất nhập khẩu và logistics.

Tất cả những phân tích trên cho thấy, Cao Bằng hội tụ đầy đủ những thuận lợi về vị trí địa lý để có thể trở thành một trung tâm logistics đóng vai trò kết nối không chỉ giữa Cao Bằng và các tỉnh miền Tây của Trung Quốc mà còn kết nối thương mại giữa Việt Nam - Trung Quốc và giữa Trung Quốc với các nước ASEAN.

2.2. Điều kiện về hạ tầng cơ sở

❖ Hạ tầng cửa khẩu:

Cao Bằng là một trong những tỉnh có lợi thế trong phát triển thương mại, xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Trung Quốc do có 1 cửa khẩu quốc tế Tà Lùng (huyện Phục Hòa) và 3 cửa khẩu quốc gia là Trà Lĩnh (huyện Trà Lĩnh), Sóc Giang (huyện Hà Quảng), Lý Vạn (huyện Hạ Lang) cùng nhiều cửa khẩu phụ và cặp chợ biên giới.

Trong những năm qua, Chính phủ và tỉnh Cao Bằng đã đầu tư mạnh mẽ vào việc phát triển hệ thống hạ tầng các cửa khẩu biên giới Cao Bằng. Từ năm 2011 đến nay, Cao Bằng đã huy động nhiều nguồn vốn khác nhau để đầu tư hạ tầng cơ sở với tổng trị giá là 518,8 tỷ đồng, đặc biệt là đầu tư phát triển hệ thống cửa khẩu. Trong đó, cửa khẩu Trà Lĩnh đầu tư 175,7 tỷ đồng; cửa khẩu Tà Lùng 130,1 tỷ đồng; cửa khẩu Sóc Giang 11,5 tỷ đồng; các cửa khẩu còn lại đầu tư 201,5 tỷ đồng. Bên cạnh đó, hiện đã có 6 doanh nghiệp đang cam kết đầu tư 570 tỷ đồng xây dựng kho bãi tại khu vực cửa khẩu. Trong đó, Công ty TNHH Thu Công, Công ty TNHH Việt Long đã hoàn thành xây dựng 2 kho chứa hàng khô với tổng diện tích hơn 1.350 m². Công ty Thương mại quốc tế Quang Anh đang khẩn trương hoàn thành đầu tư bê tông 1,1 ha bãi tập kết hàng hoá, xây dựng kho lạnh diện tích hơn 2.300 m², có khả năng chứa 120 container hàng đông lạnh; đồng thời, tiếp tục đầu tư bê tông 1,8 ha bãi tập kết hàng hóa khác, xây dựng 2 kho lạnh chứa hàng đông lạnh theo tiêu chuẩn châu Âu.

Hơn thế nữa, ngày 11/3/2013 Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định 20/2013/QĐ-TTg về việc thành lập Khu Kinh tế Cửa khẩu tỉnh Cao Bằng với mục tiêu khai thác lợi thế các cửa khẩu để mở rộng quan hệ đối ngoại, đẩy mạnh hoạt động thương mại, du lịch, xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc. Khu Kinh tế Cửa khẩu tỉnh Cao Bằng có tổng diện tích tự nhiên là 30.130,34 ha, bao gồm 37 xã và 3 thị trấn; được tổ chức thành khu phi thuế quan và các khu chức năng như: Khu cửa khẩu quốc tế, các khu công nghiệp, trung tâm tài chính, khu đô thị, khu trung tâm hành chính, khu dân cư và các khu chức năng khác. Việc thành lập Khu Kinh tế Cửa khẩu tỉnh Cao Bằng sẽ tạo điều kiện thuận lợi trong quản lý và xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng cửa khẩu đồng bộ, hiện đại, bảo đảm đúng tiêu chí và điều kiện “bao gồm các đơn vị hành chính liền kề, không tách biệt về không gian”.

❖ *Hạ tầng giao thông:*

Cao Bằng là một tỉnh có địa hình tương đối phức tạp, điều kiện kinh tế còn nhiều khó khăn, do đó hạ tầng giao thông là hạn chế lớn nhất của Cao Bằng so với các tỉnh biên giới khác mặc dù khoảng cách địa lý từ Cao Bằng đến Hà Nội chỉ khoảng 300 km. Hệ thống giao thông hiện nay của Cao Bằng chỉ tập trung ở đường bộ. Trong giai đoạn 2011 - 2015, Cao Bằng đã thực hiện chương trình phát triển hạ tầng giao thông đường bộ với các dự án đã hoàn thành bao gồm: Đường Hồ Chí Minh, quốc lộ 34; đường tỉnh 206, 211, 212, 208; các tuyến đường ra cửa khẩu và một số tuyến đường khác. Toàn tỉnh có 137 tuyến đường huyện với 1.261,5 km; đã mở mới được 435 km đường huyện, 285,7 km đường xã, 702 km đường thôn xóm, cải tạo nâng cấp 414 km đường huyện, 10,5 km đường xã; đường huyện nhựa hóa đạt 60%; cứng hóa mặt đường tuyến xã đạt 34,7%; cứng hóa đường thôn xóm đạt 41,7%; xây dựng mới được 8 cầu treo; xây mới và sửa chữa bê tông cốt thép, liên hợp, cầu trần được 61 cầu.

Đối với vận chuyển đường bộ quốc tế, tuyến vận tải hành khách và hàng hóa giữa Cao Bằng - Bách Sắc đã được thông xe vào ngày 18/7/2013. Tuyến đường này được đánh giá là rất quan trọng đối với sự hợp tác phát triển kinh tế giữa hai bên. Phía Trung Quốc coi đây là cánh cửa thông thương với các nước ASEAN, còn phía Việt Nam cũng xem đây là cơ hội để xuất khẩu hàng hóa vào sâu nội địa Trung Quốc. Bên cạnh đó, tuyến vận tải đường bộ quốc tế Cao Bằng - Sùng Tả cũng đã được thông xe từ năm 2007. Hiện nay hai bên đang nỗ lực tìm kiếm các giải pháp đưa 2 tuyến vận tải này vào khai thác có hiệu quả.

Theo quy hoạch phát triển mạng lưới đường giao thông của tỉnh Cao Bằng đến năm 2020, tỉnh sẽ nâng cấp toàn bộ tuyến đường QL3, QL4A, QL4C và đường tỉnh lộ 201. Về mặt chủ trương, Thủ tướng Chính phủ cũng đã đồng ý đầu tư tuyến đường cao tốc từ Lạng Sơn đến Cao Bằng và từ chợ Mới (Bắc Kạn) đến Cao Bằng. Nếu được triển khai sớm, sẽ mở ra cơ hội lớn cho Cao Bằng trong tương lai. Trong hợp tác xây dựng, thông tuyến vận tải đường bộ quốc tế, tỉnh đã đề nghị Bộ Giao thông - Vận tải của Việt Nam và Trung Quốc để trên cơ sở đó đề nghị Chính phủ hai nước nhất trí cho phép bổ sung tuyến vận tải đường bộ quốc tế từ Tây Nam - Trung Quốc đến Bách Sắc (Quảng Tây, Trung Quốc) qua Cửa khẩu Trà Lĩnh (Cao Bằng) đến Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng (Việt Nam) vào Hiệp định vận tải đường bộ quốc tế.

Cũng theo quy hoạch này, sau 2020, Cao Bằng có thể xem xét khai thông luồng lạch trên sông Bằng Giang để đưa vào khai thác vận chuyển; đồng thời đề nghị Chính phủ cho phép xây dựng sân bay cách trung tâm thành phố khoảng 15 - 20km về phía Tây Nam, dự kiến tại xã Bình Dương. Quy mô đất dự kiến xây dựng sân bay là 250 ha, tương đương sân bay cấp III.

Như vậy trong tương lai, Cao Bằng cũng sẽ phát triển đầy đủ các loại hình vận tải hỗ trợ quá trình luân chuyển hàng hóa trong nội vùng và hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Trung Quốc. Đây sẽ là nền tảng quan trọng để cung ứng dịch vụ logistics.

❖ *Hạ tầng viễn thông:*

Trong giai đoạn 2010 - 2015, hạ tầng dịch vụ bưu chính - viễn thông của Cao Bằng từng bước được đầu tư xây dựng. Hiện nay, Cao Bằng đã xây dựng được 666 trạm thu phát sóng di động, 25 bưu cục, 155 điểm bưu điện văn hóa xã; 100% xã, phường, thị trấn có sóng

thông tin di động, truy cập được Internet; tỷ lệ điện thoại cố định và điện thoại di động đạt 97 máy/100 dân; 100% các cơ quan nhà nước cấp tỉnh và cấp huyện xây dựng được mạng LAN.

2.3. Điều kiện về tài chính

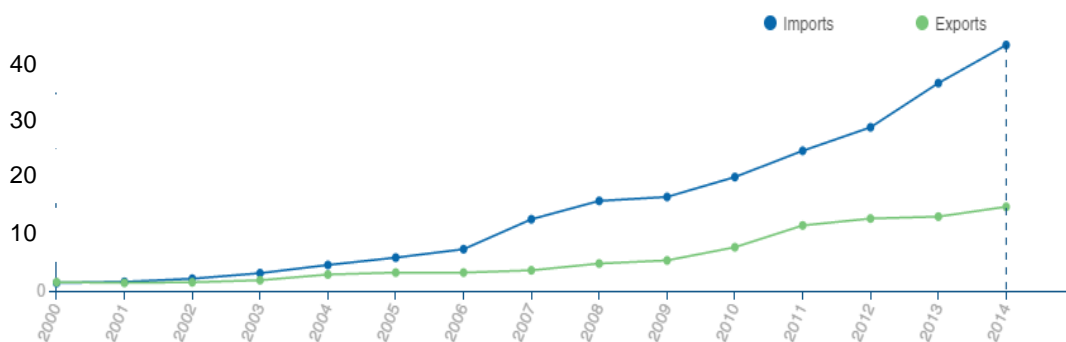
Trong những năm qua, Sở Kế hoạch và Đầu tư Cao Bằng đã phối hợp với các sở, ban, ngành, các huyện có khu kinh tế cửa khẩu huy động tổng hợp nhiều nguồn vốn từ các chương trình mục tiêu, vốn vay, nguồn thu sử dụng đất, nguồn thu phí sử dụng bến bãi, huy động vốn của các nhà đầu tư... để phát triển kinh tế - xã hội nói chung và hệ thống hạ tầng cơ sở của tỉnh nói riêng. Cụ thể, giai đoạn 2011 - 2015, tổng vốn đầu tư phát triển toàn tỉnh có bước tăng trưởng khá với tổng số vốn huy động được trên 34.000 tỷ đồng, gấp 2 lần so với giai đoạn 2005 - 2010, tăng bình quân 9,5%. Đặc biệt, Cao Bằng đã thu hút 49 dự án đầu tư (trong đó có 08 dự án đầu tư nước ngoài) với tổng số vốn đăng ký là 30,855 triệu USD và trên 3.123 tỷ đồng trong khu kinh tế cửa khẩu. Hiện nay, đã có 20 dự án hoàn thành và đi vào hoạt động có hiệu quả, góp phần đáng kể vào quá trình phát triển kinh tế và xuất nhập khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu của tỉnh Cao Bằng. Đây chính là những nguồn lực quan trọng để Cao Bằng đầu tư phát triển kinh tế cũng như phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng logistics.

2.4. Nhu cầu về dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Cao Bằng

Nhu cầu về dịch vụ logistics tại Cao Bằng gia tăng mạnh trong những năm gần đây cùng với tốc độ phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Cao Bằng nói riêng và kim ngạch xuất nhập khẩu không ngừng gia tăng giữa Việt Nam và Trung Quốc cũng như giữa ASEAN và Trung Quốc nói chung. Đây là một trong những điều kiện quyết định đến yêu cầu cần phải phát triển Cao Bằng trở thành trung tâm logistics.

Trước hết đối với Cao Bằng, trong giai đoạn 2010 - 2015, tốc độ tăng trưởng kinh tế của tỉnh đạt bình quân 9,2%/năm. Đến năm 2015 tỷ trọng các ngành trong cơ cấu kinh tế: nông, lâm, ngư nghiệp giảm từ 26,8% xuống 24,4%; công nghiệp - xây dựng tăng từ 20,87% lên 22,3%; dịch vụ tăng từ 52,33% lên 53,3% so với năm 2010. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ trên địa bàn tỉnh năm 2015 đạt 6.643 tỷ đồng, bình quân mỗi năm tăng 15,6%. Các dịch vụ vận tải, ngân hàng, bảo hiểm, tư vấn, khách sạn, nhà hàng, siêu thị phát triển nhanh. Cũng trong giai đoạn 2010 - 2015, tổng kim ngạch hàng hóa xuất nhập khẩu qua các cửa khẩu của tỉnh đạt khoảng 1,9 tỷ USD; tổng thu thuế xuất nhập khẩu tại các cửa khẩu ước 834,4 tỷ đồng; kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa tạm nhập, tái xuất qua địa bàn tỉnh đạt hơn 3 tỷ đồng; tổng thu phí sử dụng hạ tầng cửa khẩu hơn 615,2 tỷ đồng. Tạo điều kiện cho 2.464.162 lượt người và 131.059 lượt phương tiện xuất nhập cảnh qua các cửa khẩu của tỉnh.

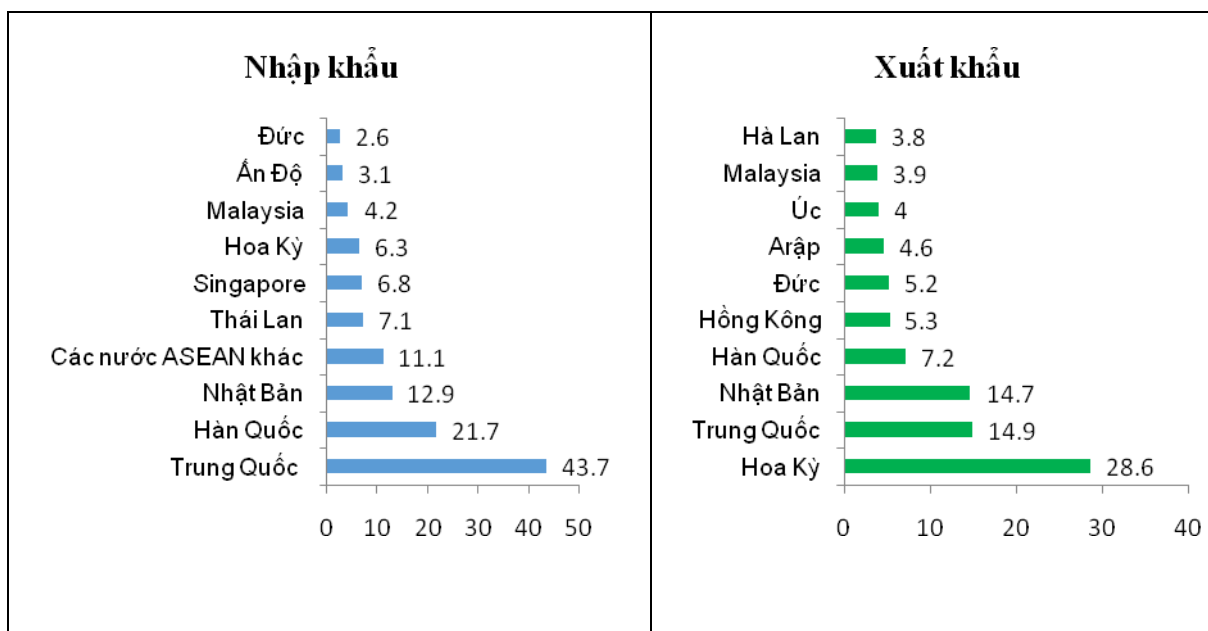
Trên bình diện quốc gia, Trung Quốc luôn là đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam với kim ngạch xuất và nhập khẩu tăng đều qua các năm (Hình 2). Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc đạt 14,93 tỷ USD, tăng 12,03% so với năm 2013. Cũng trong năm qua, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Trung Quốc đạt 43,7 tỷ USD. Do đó, Trung Quốc trở thành thị trường nhập khẩu lớn nhất và thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 (chỉ sau Hoa Kỳ) của Việt Nam trong những năm gần đây (Hình 3).



Hình 2: Kim ngạch xuất, nhập khẩu giữa Việt Nam và Trung Quốc giai đoạn 2000 - 2014 (Đơn vị: tỷ USD)

(Nguồn: UN Comtrade Database)

Riêng đối với mặt hàng nông sản, Trung Quốc hiện vẫn là thị trường xuất khẩu nông sản lớn nhất của Việt Nam. Theo số liệu thống kê của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, năm 2013, xuất khẩu nhóm hàng nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc đạt 4,14 tỷ USD, chiếm 31,2% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Trung Quốc và 20,9% kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này của cả nước. Sang năm 2014, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc đạt hơn 8 tỉ USD, chiếm khoảng 25% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của cả nước. Bên cạnh đó, phía Trung Quốc cũng đang xây dựng Dự án đồng bộ tàu chuyên chở rau xanh, hoa quả Bách Sắc - Bắc Kinh - Trung tâm giao dịch nông sản Trung Quốc - ASEAN. Tuy nhiên, do thiếu thông tin thị trường, hạn chế trong công nghệ sau thu hoạch và khả năng thông quan của các cửa khẩu biên giới, đặc biệt là cửa khẩu Tân Thanh - Lạng Sơn mà trong nhiều năm qua tình trạng hàng nông sản ùn tắc tại cửa khẩu Việt Nam vào vụ thu hoạch vẫn chưa được khắc phục. Do đó, nếu phát triển Cao Bằng thành trung tâm logistics tập trung vào phục vụ mặt hàng nông sản xuất khẩu, kết nối trực tiếp với trung tâm nông sản Bách Sắc của Trung Quốc thì chắc chắn rằng những bất cập trên sẽ được giải quyết triệt để.



Hình 3: Vị trí của trung Quốc trong cán cân thương mại của Việt Nam năm 2014 (tỷ USD)

(Nguồn: UN Comtrade Database)

Trong thời gian tới, Việt Nam sẽ có thêm nhiều cơ hội để thâm nhập và thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc nhờ chính sách tăng cường và mở rộng quy mô nhập khẩu của Trung Quốc và Bản ghi nhớ về hợp tác song phương trong lĩnh vực thương mại hàng nông sản ký giữa Bộ Công Thương Việt Nam và Bộ Thương mại Trung Quốc tháng 4/2013. Đây sẽ là những tiền đề và cơ sở quan trọng để góp phần thúc đẩy hơn nữa hợp tác song phương và tạo môi trường pháp lý ổn định, minh bạch cho hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc một cách chính quy và bài bản.

Bảng 1: Các đối tác thương mại hàng đầu của khu vực ASEAN

Đơn vị tính: Tỷ USD

Đối tác	Giá trị			Tỷ trọng (%)		
	XK	NK	Tổng	XK	NK	Tổng
ASEAN	329,7	278,6	608,3	25,5	22,5	24,1
Trung Quốc	150,4	216,1	366,5	11,6	17,5	14,5
EU-28	132,5	115,8	248,3	10,2	9,4	9,8
Nhật Bản	120,2	108,8	229,0	9,3	8,8	9,1
USA	122,4	90,0	212,4	9,5	7,3	8,4
Hàn Quốc	51,7	79,8	131,5	4,0	6,5	5,2
Đài Loan	39,5	68,8	108,3	3,1	5,6	4,3
Hồng Kông	85,3	14,1	99,4	6,6	1,1	3,9
Australia	45,3	25,0	70,3	3,5	2,0	2,8
Ấn Độ	43,3	24,4	67,7	3,4	2,0	2,7
Đối tác khác	172,2	214,7	386,9	13,3	17,4	15,3
Tổng cộng	1.292,6	1.236,2	2.528,9	100,0	100,0	100,0

(Nguồn: ASEAN Merchandise Trade Statistics Database)

Ở phạm vi khu vực, hợp tác kinh tế thương mại giữa ASEAN và Trung Quốc đã phát triển mạnh mẽ trong thời gian vừa qua và trở thành trụ cột quan trọng của quan hệ đối tác chiến lược ASEAN - Trung Quốc. Trung Quốc hiện là đối tác thương mại lớn nhất của ASEAN và các nước ASEAN là đối tác thương mại lớn thứ 3 của Trung Quốc (sau EU và Mỹ). Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc đạt 150,4 tỷ USD, chiếm 11,6% tổng kim ngạch xuất khẩu; kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Trung Quốc đạt 216,1 tỷ USD, chiếm 17,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả khu vực ASEAN (Bảng 1).

Trong thời gian tới, sự gắn gũi về địa lý và tính bổ sung cho nhau lớn sẽ tiếp tục thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư giữa ASEAN với Trung Quốc phát triển mạnh mẽ. Điều này sẽ kéo theo sự dịch chuyển đáng kể của dòng hàng hóa qua các cửa ngõ nối giữa Trung Quốc và các quốc gia ASEAN. Vì vậy, nếu Cao Bằng - một trong những cửa ngõ quan trọng - phát triển thành một trung tâm logistics sẽ đáp ứng yêu cầu phát triển và đẩy mạnh hợp tác giữa ASEAN và Trung Quốc.

2.5. Các điều kiện khác

Bên cạnh các điều kiện tiên quyết trên, Cao Bằng cũng hội tụ những điều kiện khác để có thể phát triển thành một trung tâm logistics đóng vai trò kết nối nội vùng Tây Bắc và giữa Việt Nam cũng như các nước ASEAN với Trung Quốc. Đó là:

- *Cao Bằng có quyết tâm chính trị*: Các cấp lãnh đạo của tỉnh đều quyết tâm đưa Cao Bằng trở thành khu hợp tác kinh tế biên giới như chủ trương của hai chính phủ, đồng thời là trung tâm dịch vụ logistics toàn vùng sau này. Đây sẽ là một trong những bước đi đầu tiên góp phần cụ thể hóa, định vị Cao Bằng là trung tâm trung chuyển và chế biến hàng hóa, nhất là hàng nông sản và dịch vụ logistics; liên kết các khu hợp tác kinh tế xuyên biên giới của Trung Quốc; là điểm trung chuyển đường bộ quan trọng kết nối khu Tây Nam Trung Quốc và các nước Đông Nam Á.

- *Nguồn nhân lực*: Với những quyết tâm trong công tác giáo dục, đào tạo, giai đoạn 2010 - 2015, chất lượng nguồn nhân lực của tỉnh Cao Bằng đã được nâng lên đáng kể. Tính đến năm 2015, tỉnh đã tổ chức được 511 lớp với 26.707 lượt người tham gia đào tạo, nâng cao năng lực cán bộ cơ sở và cộng đồng; tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 32,8%, trong đó đào tạo nghề 25,5%. Không những thế, nguồn nhân lực logistics của Việt Nam trong vài năm trở lại đây cũng được bổ sung đáng kể do các nhà quản lý, doanh nghiệp đã nhận thức được tầm quan trọng của lĩnh vực này. Đồng thời nhiều trường đại học của Việt Nam cũng đã bước đầu đưa vào giảng dạy chính quy các học phần liên quan đến quản trị logistics và chuỗi cung ứng.

3. Một số vấn đề cần lưu ý khi phát triển Cao Bằng thành trung tâm logistics.

Mặc dù đã hội tụ đủ yếu tố thuận lợi mang tính khách quan và chủ quan nhưng để phát triển thành công Cao Bằng thành trung tâm logistics, tỉnh cần lưu ý một số vấn đề như sau:

- Phát triển Cao Bằng thành trung tâm logistics phải phù hợp với chiến lược và quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội dài hạn của tỉnh Cao Bằng nói riêng cũng như cả vùng Tây Bắc và Việt Nam nói chung. Trong đó, cần hết sức nhấn mạnh đến tính liên kết và khả năng hợp tác nội vùng, liên vùng nhằm tạo nên một không gian kinh tế thống nhất vùng Tây Bắc, hình thành đối trọng và hợp tác xuyên biên giới với các cụm phát triển năng động của Tây và Tây Nam Trung Quốc.

- Nhà nước luôn đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong tất cả các giai đoạn xây dựng và phát triển trung tâm logistics, từ việc nghiên cứu tính khả thi, phê duyệt dự án đến tham gia công tác điều hành, quản lý và giám sát hoạt động của trung tâm logistics. Do đó, tỉnh Cao Bằng cần chủ động khuyến nghị với Chính phủ trong việc phê duyệt dự án, cấp đất đai, giải phóng mặt bằng, đầu tư tài chính, thuế, bảo lãnh Chính phủ... để tạo điều kiện thuận lợi cho việc thực hiện các mục tiêu của tỉnh.

- Để có thể phát triển Cao Bằng thành trung tâm logistics hiện đại và đóng góp thiết thực cho kinh tế địa phương, kinh tế vùng và hợp tác quốc tế, trước hết Cao Bằng cần tiếp tục đẩy mạnh đầu tư kết cấu hạ tầng logistics bao gồm hạ tầng cửa khẩu, giao thông, kho tàng, bến bãi... Đây chính là vấn đề yếu kém, khó khăn nhất của Cao Bằng. Do đó tỉnh cần có chính sách ưu đãi về đất, tín dụng, thuế, cải cách thủ tục hành chính... để thu hút nguồn vốn, đa dạng hóa nguồn lực đầu tư vào hạ tầng cơ sở logistics - một lĩnh vực đòi hỏi đầu tư lớn, dài hạn và không được phép mắc sai lầm.

- Trung tâm logistics tại Cao Bằng sau khi được đầu tư xây dựng chỉ có thể hoạt động hiệu quả và mang lại lợi ích thiết thực khi công suất của trung tâm logistics được khai thác một cách triệt để. Do đó, bên cạnh việc đầu tư phát triển hạ tầng, Cao Bằng cần có chiến lược thu hút dòng lưu chuyển hàng hóa và dịch vụ qua địa bàn tỉnh, từ đó tạo ra luồng hàng ổn định mà trung tâm logistics phục vụ thông qua việc phát triển khu kinh tế cửa khẩu, khu công nghiệp, khu chế xuất. Khi đó, trung tâm logistics Cao Bằng sẽ là một hệ thống dịch vụ hoàn hảo, sẵn sàng phục vụ các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, loại bỏ các nút thắt hàng hóa trong chuỗi cung ứng.

- Riêng đối với xuất khẩu hàng nông sản, Cao Bằng và Bách Sắc của Trung Quốc cũng như Chính phủ hai bên có thể xây dựng chiến lược hợp tác về hàng nông sản, tổ chức nghiên cứu những mặt hàng nông sản Việt Nam đã, đang và sẽ xuất khẩu sang Trung Quốc; có kế hoạch đặt hàng theo nhu cầu. Thông qua tuyến đường này, Cao Bằng có thể liên hệ với các tỉnh Tây Nam Bộ, miền Nam Việt Nam để tổ chức cung cấp nông sản sang thị trường Trung Quốc trên cơ sở đơn đặt hàng đã ký kết. Khi đó lượng nông sản xuất khẩu qua Cao Bằng sẽ lớn hơn rất nhiều, đồng thời khắc phục tình trạng ùn tắc nông sản ở cửa khẩu trong thời gian qua. Tuy nhiên, để thực hiện được mục tiêu này đòi hỏi Cao Bằng phải đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ chế biến, công nghệ bảo quản sau thu hoạch; thay đổi phương thức kinh doanh, từ buôn bán hàng theo kiểu bạn hàng truyền thống, kinh doanh tiểu ngạch sang kinh doanh chính ngạch có hợp đồng ngoại thương theo thông lệ quốc tế, để giảm thiểu được rủi ro khi xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc.

Kết luận

Phát triển các trung tâm logistics là một xu thế tất yếu tại Việt Nam trong thời kỳ hội nhập nhằm khai thác tốt lợi thế về vị trí địa lý và đáp ứng yêu cầu của một nền kinh tế hướng về xuất khẩu. Cao Bằng là một tỉnh hội tụ được nhiều điều kiện thuận lợi về địa bàn, mức độ đầu tư phát triển hạ tầng cơ sở, sự gia tăng về luồng chu chuyển hàng hóa cũng như quyết tâm và định hướng phát triển của lãnh đạo các cấp. Do đó, nếu khai thác tốt những lợi thế này và có giải pháp, chính sách phù hợp, hiệu quả chắc chắn Cao Bằng sẽ trở thành một trung tâm logistics quan trọng, đóng vai trò là “cầu nối” giữa Việt Nam và khu vực ASEAN với thị trường Trung Quốc.

Tài liệu tham khảo

1. Trần Sĩ Lâm (2010), *Việt Nam cần có trung tâm logistics*, Vietnam Logistics Review.
2. TS. Lục Thị Thu Hường (2011), *Kinh nghiệm phát triển trung tâm logistics trên thế giới và khả năng vận dụng đối với Việt Nam*, Kỷ yếu Hội thảo Quốc tế: Logistics đô thị bền vững, ĐHTM, Tháng 3/2011.
3. TS. Phạm Thị Tuệ (2011), *Báo cáo kết quả chuyến đi khảo sát: Phát triển Cao Bằng thành trung tâm logistics*, Kỷ yếu Hội thảo Quốc tế: Logistics đô thị bền vững, ĐHTM, Tháng 3/2011.
4. UBND tỉnh Cao Bằng (2012), Quyết định số 1864/QĐ-UBND ban hành ngày 30/11/2012 phê duyệt *Quy hoạch phát triển thương mại biên giới tỉnh Cao Bằng đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020*.

5. Thủ tướng Chính phủ (2014), Quyết định số 20/2014/QĐ-TTg ban hành ngày 11/3/2014 về việc *Thành lập Khu Kinh tế Cửa khẩu tỉnh Cao Bằng*.

6. Thủ tướng Chính phủ (2014), Quyết định số 512/QĐ-TTg ban hành ngày 11/4/2014 phê duyệt *Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Cao Bằng đến năm 2020, định hướng đến năm 2025*.

7. Tỉnh ủy Cao Bằng (2015), *Dự thảo Báo cáo chính trị Đại hội Đại biểu Đảng Bộ tỉnh lần thứ XVIII, nhiệm kỳ 2015 - 2020*.

8. Thủ tướng Chính phủ (2015), Quyết định số 1012/QĐ-TTg phê duyệt *Quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm logistics trên địa bàn cả nước đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*.

9. UN Comtrade Database, <http://comtrade.un.org/labs/BIS-trade-in-goods/?reporter=704&year=2014&flow=2>

**THƯƠNG MẠI NÔNG SẢN VIỆT NAM - TRUNG QUỐC:
PHÂN TÍCH TRƯỜNG HỢP XUẤT KHẨU GẠO TIỂU NGẠCH QUA CAO BẰNG**

越南中国农产品贸易：经高平省边贸出口大米的分析

*TS . Nguyễn Chiến Thắng - Ths Phạm Quang Diệu
Viện Kinh tế Việt Nam*

*越南经济院博士 阮战胜
硕士 范光妙*

Tóm tắt

Trung Quốc là một thị trường nông sản hết sức quan trọng đối với Việt Nam. Các mặt hàng thương mại hai chiều nông sản gồm có gạo, phân bón, thủy sản, cao su... Nếu tính toán đầy đủ cả thương mại tiểu ngạch thì độ lớn của thương mại hai chiều còn cao hơn nữa. Với lưu lượng lớn, khả năng trung chuyển nhanh của các luồng thương mại gây ra những tác động thị trường hết sức lớn và khó lường. Số liệu thống kê cho thấy, tại cửa khẩu Cao Bằng, gạo được xuất khẩu qua biên giới chủ yếu bằng tiểu ngạch. Lượng gạo xuất khẩu chính ngạch là rất ít và hầu như không đáng kể. Trước sự nổi lên của Trung Quốc, phương thức kinh doanh thụ động và bán ở biên giới sẽ luôn gánh chịu rủi ro, khó xây dựng được các mối quan hệ đối tác bền vững với phía Trung Quốc, không thể hình thành những doanh nghiệp lớn mạnh làm ăn lâu dài với Trung Quốc. Thách thức về mặt chính sách của Chính phủ đó là Việt Nam chưa có cơ chế giám sát hữu hiệu xuất khẩu tiểu ngạch để có thể nắm được diễn biến cung cầu từ đó có được các giải pháp chính sách kịp thời. Cần tiến hành các nghiên cứu chuyên sâu để có những đánh giá toàn diện và sát thực về quy mô cũng như ảnh hưởng của xuất nhập khẩu tiểu ngạch đến sự phát triển của ngành, từ đó có các đề xuất giải pháp mang tính chiến lược lâu dài đối với thương mại tiểu ngạch.

Từ khóa: Thương mại, nông sản, Việt Nam, Trung Quốc, Cao Bằng

摘要

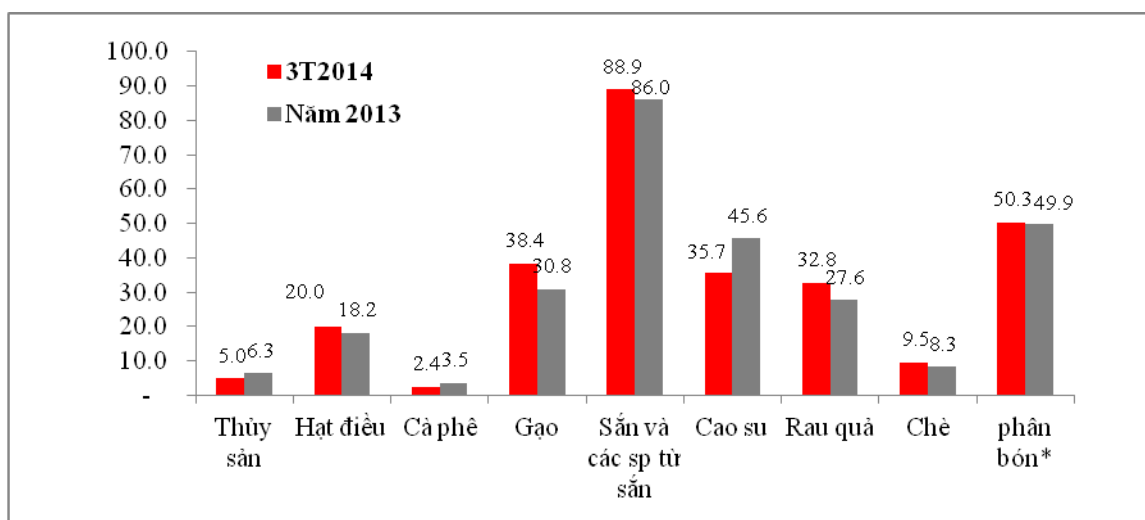
中国是越南极为重要的进口农产品市场。双方贸易农产品包括：大米、化肥、水产、橡胶等等。若将边贸计算在内的话，双向贸易幅度甚至更大。贸易道路的大流、中转能力强引起了极端又不可猜测的市场影响。根据统计数据，在高平口岸，大米出口主要通过边贸方式，而国贸出口价值几乎是微不足道的。在中国经济发展的情况下，若一直保持的小规模贸易被动模式，风险性会比较大，甚至难以跟中国合作伙伴建设平稳长久的合作关系；没有任何大企业能与中国商家保持得长久合作。对越南政府在政策方面的障碍是目前未有能控制边贸出口的有效办法，以便掌控供求演变，从此可以及时提出适合的政策及解决方案。需要将边贸出口规模与其对本行发展的影响进行深奥研究，并全面地、确实地给予评估，从此提出对于边贸长久性战略的解决方案。

关键词：贸易，农产品，越南，中国，高平

1. Tổng quan thương mại nông sản Việt Nam - Trung Quốc

Số liệu thống kê về thương mại hai chiều cho thấy Trung Quốc là một thị trường nông sản hết sức quan trọng đối với Việt Nam. Nếu tính toán đầy đủ cả thương mại tiểu ngạch thì độ lớn của thương mại hai chiều còn cao hơn nữa. Với lưu lượng lớn, khả năng trung chuyển nhanh của các luồng thương mại gây ra những tác động thị trường hết sức lớn và khó lường.

Trong những năm qua, nhiều mặt hàng nông sản của Việt Nam như trái cây, rau quả, cao su, gạo... xuất khẩu qua Trung Quốc đều có số lượng năm sau tăng hơn năm trước. Một số mặt hàng còn có tỷ trọng 3 tháng đầu năm 2014 cao hơn so với năm 2013 như sắn, rau quả, gạo, phân bón... Cụ thể: tỷ trọng nhập khẩu phân bón 3 tháng đầu năm 2014 từ thị trường Trung Quốc đạt 50,3% tăng so với mức 49,9% trong năm 2013. Tỷ trọng xuất khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn trong 3 tháng đầu năm 2014 sang thị trường Trung Quốc đạt 88,9% tăng so với mức 86% trong năm 2013...



Hình 1: Tỷ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu một số mặt hàng nông sản vào Trung Quốc trong tổng xuất khẩu nhập của từng mặt hàng

Nguồn: TCHQ; (): nhập khẩu*

Bảng 1: Kim ngạch xuất nhập khẩu một số mặt hàng nông sản sang thị trường Trung Quốc trong 3 tháng đầu năm 2014

		Trung Quốc	Tổng	Tỷ trọng (%)
Xuất khẩu	Thủy sản	80.139.700	1.616.417.808	4,96
	Hạt điều	64.976.870	324.678.796	20,01
	Cà phê	28.540.198	1.181.605.129	2,42
	Gạo	250.367.404	652.456.320	38,37
	Sắn và các SP từ sắn	302.709.108	340.404.196	88,93
	Cao su	108.375.294	303.984.620	35,65
	Rau quả	90.551.799	276.242.621	32,78
	Chè	3.595.232	37.866.072	9,49
Nhập khẩu	phân bón	126.108.323	250.611.190	50,32

Nguồn: TCHQ

Bảng 2: Kim ngạch và tỷ trọng xuất nhập khẩu một số mặt hàng nông sản sang thị trường Trung Quốc trong năm 2013

		Trung Quốc	Tổng	Tỷ trọng (%)
Xuất khẩu	Thủy sản	426.109.521	6.717.429.682	6,34
	Hạt điều	300.127.106	1.646.675.690	18,23
	Cà phê	96.172.945	2.721.389.362	3,53
	Gạo	901.861.233	2.925.222.101	30,83
	Sắn và các SP từ sắn	946.406.274	1.100.420.465	86,00
	Cao su	1.136.668.003	2.492.054.195	45,61
	Rau quả	302.610.881	1.094.885.656	27,64
	Chè	18.989.666	229.719.055	8,27
Nhập khẩu	Phân bón	853.467.170	1.709.389.448	49,93

Nguồn: TCHQ

Chi tiết về hiện trạng xuất nhập khẩu một số mặt hàng chính sang Trung Quốc như sau:

Xuất khẩu gạo sang Trung Quốc: Xuất khẩu gạo Trung Quốc tăng mạnh từ 2012, trong đó tiêu ngạch ngày càng lớn. Các tháng đầu năm 2014, xuất khẩu tiêu ngạch có thể lên đến 50% tổng xuất khẩu chính ngạch đi Trung Quốc. Xuất khẩu tiêu ngạch chủ yếu qua đường bộ ở các cửa khẩu biên giới phía Bắc. Xu hướng mới này đang hình thành một lực lượng doanh nghiệp thương mại mới kinh doanh gạo ở miền Bắc và thúc đẩy một lượng doanh nghiệp ở miền Tây chuyên làm hàng gạo đi Bắc.

Xuất khẩu sắn sang Trung Quốc: Trong những tháng đầu năm 2014 tồn kho tinh bột sắn tại Việt Nam cao trong khi các nhà nhập khẩu Trung Quốc đã đẩy mạnh nhập khẩu từ Thái Lan trong 3 tháng đầu năm tiếp tục gây sức ép cho các doanh nghiệp sản xuất và thương mại tinh bột sắn của Việt Nam. Thị trường sắn lát xuất khẩu cũng không mấy khả quan khi Trung Quốc đã nhập một lượng sắn có thể cho là khổng lồ từ Thái Lan trong 3 tháng đầu năm trong khi tồn kho sắn lớn có thể khiến cho các nhà nhập khẩu Trung Quốc tiếp tục gây sức ép hạ giá cho các nhà xuất khẩu.

Nhập khẩu phân bón từ Trung Quốc: Nhập khẩu Ure từ Trung Quốc được kỳ vọng giảm khi sản xuất gia tăng tuy nhiên thực tế con số thương mại chứng minh ngược lại, như năm 2013 khi thuế xuất khẩu phân bón của Trung Quốc có ưu đãi, giá xuất khẩu của Trung Quốc thấp thì lượng nhập khẩu Ure của Trung Quốc vào Việt Nam vẫn tăng 51,12% về lượng và 20,19% về kim ngạch so với cùng kỳ năm trước. Không những thế lượng tồn kho cuối năm 2012, 2013 cũng gia tăng mạnh 40,8% và 31,2% so với cùng kỳ năm trước.

Không những thế, ngoài xuất nhập khẩu chính ngạch qua Trung Quốc thì Việt Nam còn xuất nhập khẩu tiêu ngạch¹ sang thị trường này qua các cửa khẩu, lối mở ở biên giới phía Bắc. Do đó trên thực tế tỷ trọng xuất nhập khẩu một số mặt hàng nông sản sang Trung Quốc còn cao hơn con số tính toán trên.

¹ Tiêu ngạch trong bài viết này được hiểu là lượng hàng xuất nhập khẩu không được khai báo hải quan

Các quan điểm trên truyền thông lâu nay cho rằng “Việc quá phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc có thể sẽ gây rối loạn cho sản xuất trong nước, chưa kể các thủ đoạn ép giá, không thanh toán... gây thiệt hại lớn cho thương nhân và nông dân Việt Nam.” Xu hướng này có thể tạo nên tâm lý cho rằng thương mại với Trung Quốc chứa đựng nhiều nguy cơ và rủi ro cho cộng đồng kinh doanh Việt Nam. Bài viết này tập hợp một số lập luận phân tích rằng quan điểm trên là không hợp lý và có nhiều lý do để tin rằng nếu có được sự hiểu biết sâu sắc và chủ động khai thác thì Trung Quốc nhiều khả năng là cơ hội kinh doanh lớn cho doanh nghiệp Việt Nam.

- Tỷ trọng thương mại với Trung Quốc rất lớn phản ánh sự phụ thuộc của Việt Nam vào thị trường nước này và do đó khi thị trường Trung Quốc biến động sẽ gây rủi ro cho Việt Nam? Với quy mô to lớn của mình, sự lên xuống của thị trường Trung Quốc gây ra những tác động rất lớn và khó lường đến thị trường Việt Nam trên cả hai phương diện về mức độ phạm vi và tốc độ lan truyền. Tuy nhiên Trung Quốc không phải là một thị trường thống nhất mà bao gồm rất nhiều phân khúc đa dạng về nhu cầu và cả những khung khổ thể chế chi phối do đó tính phụ thuộc cũng không chặt chẽ và thống nhất như vào một thị trường đơn lẻ.

- Về lo ngại thương nhân Trung Quốc thao túng thị trường Việt Nam là một sự lo ngại chưa có đủ các chứng cứ thuyết phục. Sự thao túng chỉ được thực hiện khi có sự chi phối áp đảo của một vài doanh nghiệp Trung Quốc trong tổng thương mại với Việt Nam. Tuy nhiên, các bằng chứng về số liệu thống kê cho thấy rất nhiều doanh nghiệp Trung Quốc ở các quy mô vừa và nhỏ tham gia thương mại với thị trường Việt Nam. Như vậy, nhu cầu tiêu thụ lớn, đa dạng và trên nhiều vùng miền của Trung Quốc sẽ thúc đẩy các doanh nghiệp lâu năm hoặc khuyến khích sự tham gia của doanh nghiệp mới nhập khẩu và do đó sẽ khó có một sự điều tiết nhất quán để gây sức ép mua giá thấp trừ khi năng lực nắm bắt nhu cầu của người bán là các doanh nghiệp Việt Nam còn yếu kém.

- Kênh xuất khẩu đi Trung Quốc phản ánh rủi ro trong thanh toán, giao hàng và cả sự phức tạp trong kênh vận chuyển... So với cách vận chuyển gạo ở cảng Sài Gòn lên các con tàu lớn xuất khẩu thẳng đi các thị trường với quãng đường và cách thức đi thị trường Trung Quốc bằng các tàu nhỏ đi từ miền Tây đến cảng Hải Phòng, đi đường bộ bằng xe tải lên các cửa khẩu biên giới và từng đoàn cử vận vác từng bao gạo sẽ cho chúng ta một hình dung về sự phức tạp, chi phí cao của vận chuyển và lót tay để gạo có thể vào được thị trường Trung Quốc. Hoặc những thùng tôm đông lạnh được vận chuyển đường bộ thẳng từ miền Tây lên biên giới. Tuy nhiên, nhìn ở một khía cạnh khác nó phản ánh lợi nhuận rất lớn và cho thấy nhu cầu cấp thiết cũng như khả năng chi trả rất cao của thị trường Trung Quốc.

- Một cách logic, người bán hàng sẽ đến tận nơi tiếp thị, tìm hiểu nhu cầu người mua và sau đó điều chỉnh sản phẩm để cung ứng hàng cho người mua một cách hiệu quả nhất. Nhưng trong trường hợp này, thương nhân Trung Quốc vào thị trường nội địa của Việt Nam để “mua tận ruộng” như lời của báo chí. Điều này phải chăng phản ánh về năng lực của doanh nghiệp Việt Nam còn rất thụ động, chưa tìm kiếm các khách hàng đối tác Trung Quốc hoặc nhu cầu ở tận thị trường nội địa của Trung Quốc.

- Như vậy Trung Quốc như một cơ hội thị trường để làm giàu thay vì nguy cơ? Trung Quốc không bao giờ công bố về nhu cầu vì họ biết rằng điều này sẽ làm cho thị trường phản ứng, mặt bằng giá dâng lên gây thua thiệt rất lớn đối với lượng tiền bỏ ra nhập khẩu. Phải chăng đây cũng là cách để họ có chiến lược nhập khẩu chính thống song hành với phi

chính thống bằng cách tăng nhập khẩu tiểu ngạch bởi rất nhiều các doanh nghiệp thương mại ở biên giới. Cách này sẽ giúp Trung Quốc nhập khẩu âm thầm với lượng lớn mà không phải chịu một mức giá cao.

- Sự tăng lên hay biến mất đột ngột của nhu cầu mua của thương nhân Trung Quốc thường được nhìn nhận như một sự bất thường trong kinh doanh và quy nguyên nhân về sự mở rộng sản lượng của nông dân dẫn đến cung lớn hơn cầu và do Nhà nước không cung cấp dự báo. Nhà nước không có vai trò cung cấp dự báo thị trường. Mà ở đây là Việt Nam thiếu một lực lượng doanh nghiệp đủ lớn và đủ tầm khai thác thị trường Trung Quốc. Chỉ có doanh nghiệp mới có khả năng là lực lượng phát tín hiệu kịp thời nhất và hiệu quả nhất để điều tiết nông dân điều chỉnh sản xuất.

2. Phân tích chuỗi giá trị xuất khẩu gạo tiểu ngạch qua Cao Bằng

Cao Bằng là tỉnh nằm ở phía Đông Bắc Việt Nam. Hai mặt Bắc và Đông Bắc giáp với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc), với đường biên giới dài 333.403 km. Phía Tây giáp tỉnh Tuyên Quang và Hà Giang. Phía Nam giáp tỉnh Bắc Kạn và Lạng Sơn, cách cảng Hải Phòng khoảng 315 km.

Trong những năm qua, xuất khẩu gạo tiểu ngạch chiếm vị trí quan trọng và chi phối thị trường xuất khẩu Lúa gạo của Việt Nam. Theo số liệu từ AgroMonitor, năm 2014 xuất khẩu gạo tiểu ngạch sang Trung Quốc ước tính ở mức 1,68 triệu tấn. Trong đó, Cao Bằng và Lào Cai là 2 địa bàn chủ yếu xuất khẩu gạo sang thị trường Trung Quốc.

Tại cửa khẩu Cao Bằng, gạo được xuất khẩu qua biên giới chủ yếu bằng tiểu ngạch. Lượng gạo xuất khẩu chính ngạch là rất ít và hầu như không đáng kể. Theo số liệu của Hải quan cho thấy, lượng gạo xuất khẩu chính ngạch qua Cao Bằng năm 2014 chỉ đạt mức 6.519 tấn. Trong khi đó, lúc cao điểm lượng gạo xuất tiểu ngạch qua cửa khẩu Tà Lùng có thể lên tới 8000-10.000 tấn/ngày đêm.

Bảng 3: Lượng gạo xuất khẩu chính ngạch qua Cao Bằng

Năm	Lượng (Nghìn tấn)
2011	1.951
2012	16.154
2013	2.566
2014	6.519
2 tháng 2015	1.250

Chuỗi giá trị xuất khẩu gạo tiểu ngạch tại Cao Bằng

Luồng vận chuyển của gạo từ miền Tây qua các cửa khẩu ở Cao Bằng



Xe đi lối mở tại Trà Lĩnh, Hạ Lang, Trùng Khánh sang tải các xe nhỏ đi qua biên giới

Gạo từ miền Tây vận chuyển bằng xà lan ra cảng Hải Phòng. Ô tô vận chuyển gạo lên Lào Cai và Cao Bằng.

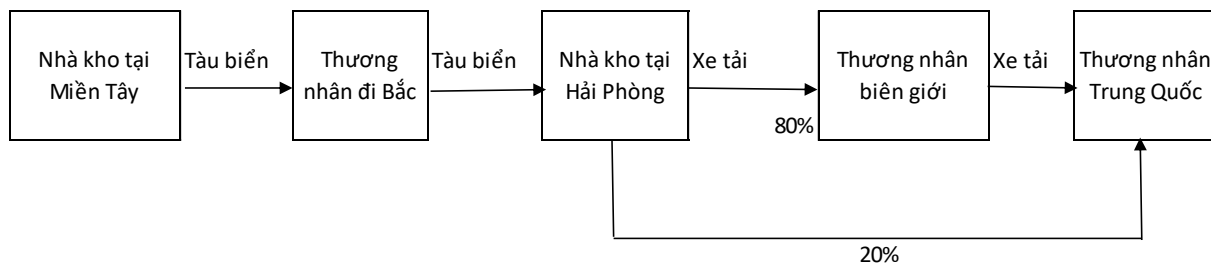


Gạo từ cảng Hải Phòng chuyển lên Cao Bằng, chung chuyển tại Quảng Uyên đi các lối mở hoặc đi thẳng Tà Lùng



Giao hàng tại Tà Lùng

Tại Cao Bằng, gạo chủ yếu được giao hàng qua cửa khẩu Tà Lùng, Trà Lĩnh, Trùng Khánh và Hạ Lang. Xuất tiêu ngạch qua Tà Lùng trong năm 2015 giảm do phía Trung Quốc liên tục cấm biên tại đây.



Hình 2: Chuỗi giá trị lúa gạo tiêu ngạch

Thương nhân biên giới

Thương nhân biên giới có mối quan hệ gắn kết với thương nhân Trung Quốc, kinh doanh các mặt hàng như gạo, cao su, hàng đông lạnh..., đóng vai trò cầu nối quan trọng giữa doanh nghiệp từ Trung Quốc và Cảng Hải Phòng và các địa phương khác. Thương nhân biên giới chủ yếu là người tại địa phương, am hiểu địa bàn. Sản phẩm kinh doanh phụ thuộc vào yêu cầu từ các doanh nghiệp Trung Quốc và doanh nghiệp trong nước.

- Về chủng loại: Gạo giao dịch tiêu ngạch qua Trung Quốc thường là các chủng loại gạo có chất lượng trung bình và thấp như IR 50404 và OM 6976 (thương nhân biên giới gọi là 604) chiếm tỷ lệ lớn.

- Về chất lượng: Thương nhân Trung Quốc chủ yếu yêu cầu mặt gạo, hình thức, tỷ lệ tằm, bạc bụng, độ ẩm 14 độ (tránh bị hỏng khi Trung Quốc cấm biên) gạo đẹp thường được giao dịch trước.

- Thời điểm: Gạo tiêu ngạch thường được giao dịch quanh năm. Tuy nhiên, lượng gạo tiêu ngạch thường tăng mạnh vào thời điểm trước và sau tết nguyên đán và có xu hướng giảm xuống vào các tháng 5 và 6 khi Trung Quốc thu hoạch vụ chính ở nước này.

Từ Miền Tây - Cảng Hải Phòng

Gạo (chủ yếu là gạo thành phẩm) được vận chuyển từ các nhà kho tại Miền Tây trên xà lan hoặc thuyền nhỏ ra Cảng (Mỹ Thới, Cần Thơ..), sau đó thương nhân đi Bắc vận chuyển gạo ra Cảng Hải Phòng bằng hàng tàu. Chi phí vận chuyển phụ thuộc lượng hàng đi Bắc mạnh hay yếu.

Cảng Hải Phòng - Cao Bằng

Gạo được vận chuyển bằng xe tải từ Cảng Hải Phòng qua Hà Nội - Thái Nguyên - Bắc Cạn - Cao Bằng. Từ Cao Bằng, hàng gạo được vận chuyển theo 2 địa bàn chủ yếu là Tà Lùng và Quảng Uyên. Các xe gạo thường chở quả tải từ 50-75 tấn/xe.

- Cửa khẩu Tà Lùng: Xe gạo được vận chuyển trực tiếp và xuất hàng qua cửa khẩu Tà Lùng. Gạo được vận chuyển qua các đường sông qua thuyền hoặc bằng nhân công sang nhà kho bên Trung Quốc. Ưu điểm là tốc độ giao hàng nhanh, đặc biệt là bằng thuyền. Lượng hàng giao lớn, 8000-10000 nghìn tấn/đêm. Có thể đạt tới 20000 tấn/ngày cả đường bộ và đường sông. Tuy nhiên, do gần cửa khẩu chính nên phía Hải quan Trung Quốc kiểm soát chặt và chủ yếu giao hàng vào ban đêm.

- Quảng Uyên: Xe gạo vận chuyển và được tập kết tại Quảng Uyên. Từ đây, gạo được vận chuyển bằng các xe nhỏ (10-15 tấn) tới các lối mở như Trùng Khánh, Hạ Lang, Trà Lĩnh. Ưu điểm là giao được hàng cả ngày lẫn đêm và phía Trung Quốc ít kiểm soát hơn do các điểm giao hàng xa, đi lại khó khăn. Tuy nhiên, tốc độ giao hàng chậm chỉ đạt khoảng 2000-3000 nghìn tấn/ngày.

- Trong thời điểm phía Trung Quốc cấm biên, các xe gạo chờ lại và các thương nhân thường cố gắng đẩy mạnh giao hàng qua nhiều điểm tiểu ngạch. Trong một số thời điểm cấm chặt và thời gian chờ đợi lâu thì gạo sẽ được đưa vào kho của các doanh nghiệp tại cửa khẩu. Thương nhân tại biên giới phải chịu chi phí lưu kho, bốc xếp và lưu xe.

Chi phí và lợi nhuận của các chủ thể

Bảng 4: Chi phí của thương nhân tại biên giới với gạo thành phẩm 5% tằm, IR 50404 /xe 75 tấn tại Tà Lùng ngày 16/03

Tiêu chí	Đơn giá	Lượng (Kg)	Thành tiền
Giá gạo tại Hải Phòng	8.100 đ/kg	75.000	607.500.000
Giá gạo giao tại Tà Lùng	9.300 đ/kg	75.000	697.500.000
Chi phí vận chuyển từ Hải Phòng - Tà Lùng	700 đ/kg	75.000	52.500.000
Chi phí giao dịch			13.000.000
Chi phí bến bãi			700.000
Chi phí bốc xếp	240 đ/kg	75.000	18.000.000
Lợi nhuận của thương nhân			5.800.000

Xuất tiểu ngạch chứa đựng nhiều rủi ro cho các doanh nghiệp tại Hải Phòng và Miền Tây do một số lý do như:

- Các doanh nghiệp tại biên giới Việt Nam và Trung Quốc thường có mối liên hệ mật thiết với nhau về tài chính. Doanh nghiệp tại Việt Nam xuất tiểu ngạch qua biên giới gạo, cao su, hạt điều... Trong khi đó, thương nhân Trung Quốc xuất sang Việt Nam phân bón, vải, hàng điện tử... do đó các doanh nghiệp chia sẻ về rủi ro về tài chính và nguồn vốn. Các doanh nghiệp 2 biên giới nắm rõ về thông tin về nhà xưởng, tình hình kinh doanh, tài sản nên có thể cho động vốn một lượng khá lớn.

- Nhiều thương nhân tại Cao Bằng hiện đưa hàng trực tiếp sang Côn Minh tiêu thụ. Thương nhân Trung Quốc sẽ chịu trách nhiệm bán hàng và thu tiền gửi về cho thương nhân tại Việt Nam. Mức lợi nhuận lớn hơn so với giao hàng tại cửa khẩu, giá thành cạnh tranh. Trong khi đó, các thương nhân tại Hải Phòng thường không cạnh tranh với phương thức này.

- Thanh toán: Các doanh nghiệp tại biên giới sử dụng phương thức thanh toán bằng tiền mặt được đổi tại cửa khẩu. Hiện phương thức phổ biến được thương nhân biên giới giao dịch là thương nhân Trung Quốc thường đặt cọc trước 20-30%. Thương nhân nhận tiền đặt cọc trước khi hàng được vận chuyển qua Trung Quốc sau đó toàn bộ số tiền còn lại sẽ được trả ngược lại cho thương nhân tại Hải Phòng.

Một số kết luận và hàm ý chính sách

- Sự nổi lên của tiêu thụ gạo Trung Quốc trong vòng 5 năm vừa qua có thể được nhìn nhận như cơ hội kinh doanh cho ngành xuất khẩu gạo Việt Nam. Tuy nhiên, phần lớn gạo đi Trung Quốc, đặc biệt tiêu ngạch qua biên giới là gạo phẩm cấp thấp, không có giám định chất lượng ngặt nghèo. Đây là cái bẫy “giá rẻ chất lượng thấp” cho ngành hàng lúa gạo Việt Nam trong trung và dài hạn, nó gây ra sự xói mòn đối với những nỗ lực tái cơ cấu ngành hàng xuất khẩu gạo theo hướng chất lượng và bền vững.

- Trước sự nổi lên của Trung Quốc, sự bị động của các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam trong những năm qua cho thấy Việt Nam thiếu một lực lượng doanh nghiệp có khả năng khai thác nhu cầu nội địa thị trường Trung Quốc một cách hiệu quả. Phương thức kinh doanh thụ động và buôn bán ở biên giới sẽ luôn gánh chịu rủi ro, khó xây dựng được các mối quan hệ đối tác bền vững với phía Trung Quốc, không thể hình thành những doanh nghiệp lớn mạnh làm ăn lâu dài với Trung Quốc.

- Thách thức về mặt chính sách đó là Việt Nam chưa có cơ chế giám sát hữu hiệu được xuất khẩu tiêu ngạch để có thể nắm được diễn biến cung cầu từ đó có được các giải pháp chính sách kịp thời.

- Cần tiến hành các nghiên cứu chuyên sâu để có những đánh giá toàn diện và sát thực về quy mô cũng như ảnh hưởng của xuất nhập khẩu tiêu ngạch đến sự phát triển của ngành, từ đó có các đề xuất giải pháp mang tính chiến lược lâu dài đối với thương mại tiêu ngạch.

- Nghiên cứu và triển khai các chương trình hỗ trợ lực lượng doanh nghiệp Việt Nam nói chung và Cao Bằng nói riêng khai thác thị trường Trung Quốc hiệu quả, có thể qua các khóa đào tạo tập huấn về ngoại ngữ tiếng Trung, các chương trình xúc tiến thương mại, tham quan tìm hiểu thị trường và xây dựng đối tác.

Tài liệu tham khảo

1. Báo cáo thường niên ngành hàng lúa gạo AgroMonitor. Dự kiến phát hành 1/2016
2. Đề tài Đánh giá tác động xuất nhập khẩu lúa gạo tiêu ngạch đến xuất khẩu gạo bền vững Đồng bằng Sông Cửu Long. Phạm Quang Diệu. Viện Kinh tế Việt Nam.
3. Tiền Phong, Trung Quốc phá giá đồng tiền, doanh nghiệp Việt 'đứng ngòì' không yên, 14/8/2015.
4. Trần Bảo Giám, Xuất nhập khẩu tiêu ngạch: Phương thức không còn hiện hữu. 06/10/2011 - Báo Công Thương. <http://news.go.vn/kinh-te/tin-280375/xuat-nhap-khau-tieu-ngach-phuong-thuc-khong-con-hien-huu.htm>
5. Haiquanonline. Xuất khẩu tiêu ngạch: Chưa thể bỏ? Chủ Nhật, 03/05/2015. <http://www.baohaiquan.vn/pages/xuat-khau-tieu-ngach-chua-the-bo.aspx>
6. Tapchitaichinh.vn. Xuất khẩu tiêu ngạch: Nhiều rủi ro. 08:42, 18/08/2015. <http://tapchitaichinh.vn/nguyen-cuu-trao-doi/trao-doi---binh-luan/xuat-khau-tieu-ngach-nhieu-rui-ro-67984.html>

NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU GẠO SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG

促进大米经高平省销向中国市场的现状及解决方案

TS. Nguyễn Thị Thanh Phương - ThS. Vũ Tuấn Hiệp
Trường Đại học Thương mại

商业大学博士 阮氏清芳
硕士 武俊侠

Tóm tắt

Việt Nam là một nước có nền nông nghiệp phát triển lâu đời và lúa gạo là một trong những sản phẩm chính được chú trọng sản xuất phát triển. Với thế mạnh trong canh tác lúa gạo, sản lượng gạo không chỉ đáp ứng đủ nhu cầu trong nước mà còn là mũi nhọn trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam. Luôn đứng vị trí top đầu về sản lượng xuất khẩu gạo, Việt Nam đã xuất khẩu gạo sang nhiều quốc gia trong khu vực và trên thế giới, trong đó Trung Quốc là một thị trường đầy tiềm năng. Tuy nhiên, trong một vài năm trở lại đây, sản lượng xuất khẩu gạo sang thị trường này giảm đáng kể về lượng cũng như giá bán do những bất đồng và tranh chấp tại khu vực Biển Đông giữa hai nước. Chính sách xiết chặt hạn ngạch xuất khẩu và cấm biên của Trung Quốc đã đẩy các Doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam vào tình trạng “tắc đầu ra”. Cần phải có những chính sách hỗ trợ Doanh nghiệp Việt Nam cũng như đẩy mạnh khai thông xuất khẩu tại một số tỉnh biên giới giữa hai nước. Bài viết đã phân tích thực trạng xuất khẩu lúa gạo Việt Nam qua địa bàn tỉnh Cao Bằng đặt trong bối cảnh chung trong hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam trong những năm gần đây, từ đó đi đến những giải pháp nâng cao hiệu quả xuất khẩu lúa gạo qua địa phương. Làm tốt được tại một địa phương sẽ góp phần giữ vững vị thế xuất khẩu lúa gạo hàng đầu của Việt Nam tại thị trường Trung Quốc.

Từ khóa: Xuất khẩu, gạo, giải pháp, thực trạng, thị trường Trung Quốc, Cao Bằng

摘要

越南是个传统农业国家，大米在生产发展中得到重视的主要产品之一。以大米耕作为优势，大米产量不仅满足国内要求而且还是越南出口活动的先锋。越南大米一直以来都是世界大米出口大国之一。越南大米已经出口到世界与地区的许多国家，其中最潜能市场为中国。然而几年来由于两国之间对东海的分歧与争端，大米到该市场的出口量与其价格显著降低。中国的抓紧出口配额与禁止边境政策导致越南许多大米出口商碰到“出口堵塞”问题。这需要拿出支持越南出口商政策并开通两国边界几个省的出口状况。本文已将在越南几年来的大米出口背景下的大米经高平省小巷中国市场现状进行分析。在此基础上提出有关提高经过该地方出口效果的解决方案。能在一个地方做好该工作会保持越南大米在中国市场的第一位置。

关键词: 出口, 大米, 解决, 现状, 中国市场, 高平省

1. Mở đầu

Việt Nam và Trung Quốc là hai nước láng giềng có quan hệ đối tác chiến lược và quan hệ thương mại lâu đời, đánh dấu bằng những dấu mốc lịch sử đáng ghi nhận. Cùng với tiến trình toàn cầu hóa và hội nhập khu vực, gạt sang một bên những “bất đồng” và “tranh chấp” về đường biên giới lãnh thổ, quan hệ kinh tế giữa hai nước không ngừng được mở rộng và phát triển. Đặc biệt từ khi Trung Quốc chính thức gia nhập WTO, hàng hóa Việt Nam có cơ hội thâm nhập sâu rộng hơn nữa vào thị trường đầy tiềm năng và không quá “khó tính” này. Trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc thì nhóm hàng nông sản chiếm ưu thế hơn cả, đặc biệt là mặt hàng lúa gạo. Theo số liệu thống kê của *Tổng cục Hải quan Việt Nam*, trong 3 quý đầu của năm 2015, Trung Quốc vẫn là thị trường tiêu thụ gạo lớn nhất của Việt Nam với 1,77 triệu tấn, tăng 4,7% so với cùng kỳ năm trước và chiếm 39,2% tổng lượng xuất khẩu gạo của cả nước. Tuy nhiên, do những bất ổn trong thị trường tiền tệ Trung Quốc, việc Trung Quốc phá giá đồng Nhân dân tệ trong thời gian vừa qua đã có những tác động tiêu cực đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam nói chung và xuất khẩu gạo nói riêng. Thêm vào đó, quan hệ căng thẳng về chính trị, những bất đồng tranh chấp tại Biển Đông leo thang, chính sách “cấm biên”, “chặn tiêu ngạch, siết chính ngạch” của Chính phủ Trung Quốc là những nguyên nhân dẫn đến sản lượng xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc giảm mạnh trong thời gian qua (Trung Chánh, 2015; Tâm An, 2015). Xuất phát từ thực tế “nóng” này, bài viết chọn đề tài “*Nghiên cứu thực trạng và các giải pháp thúc đẩy xuất khẩu gạo sang thị trường Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng*” như một kênh nghiên cứu góp phần đưa ra cái nhìn tổng quát nhất về hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam qua một tỉnh biên giới cụ thể là Cao Bằng. Tính cần thiết của bài viết thể hiện qua thực tế Cao Bằng là tỉnh biên giới quan trọng, là cầu nối để đưa mặt hàng nông sản Việt Nam nói chung và mặt hàng gạo nói riêng sang thị trường Trung Quốc; theo Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu gạo sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng vào năm 2014 đạt 6.449 tấn, tương đương 2.634.546 USD. Trên cơ sở đánh giá thực trạng hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam trong những năm gần đây, đặc biệt là hoạt động xuất khẩu gạo sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng, bài viết đi đến những giải pháp để nâng cao kim ngạch xuất khẩu gạo sang Trung Quốc nói chung và qua địa phương này nói riêng.

2. Cơ sở lý luận

+ *Tổng quan về hàng nông sản xuất khẩu*

Nông sản là những hàng hóa có nguồn gốc từ hoạt động sản xuất nông nghiệp, bao gồm cả lĩnh vực trồng trọt, chăn nuôi và thủy hải sản... như lúa gạo, ngô, khoai sắn, rau củ quả, gà, vịt... Theo phân loại của tổ chức nông lương Liên hợp quốc FAO, hàng nông sản là tập hợp của nhiều nhóm hàng khác nhau như nhóm hàng các sản phẩm nhiệt đới, nhóm hàng ngũ cốc, nhóm hàng thịt sữa, nhóm hàng nguyên liệu, nhóm hàng dầu mỡ và các sản phẩm khác. Đặc điểm nổi bật của mặt hàng nông sản là hoạt động sản xuất mang tính thời vụ; chủng loại rất phong phú và đa dạng; chất lượng nông sản có tác động trực tiếp đến sức khỏe con người; khâu bảo quản và chế biến có vai trò quan trọng quyết định đến chất lượng nông sản... Trong số các mặt hàng nông sản thì lúa gạo được coi là mặt hàng quan trọng, là nông sản chính được nhiều quốc gia tập trung vào canh tác sản xuất và đẩy mạnh xuất khẩu.

Xuất khẩu là một bộ phận của hoạt động ngoại thương, trong đó hàng hóa, dịch vụ từ một quốc gia được đưa ra bên ngoài phạm vi lãnh thổ của quốc gia đó nhằm thu về lợi nhuận. Xuất khẩu phản ánh mối quan hệ thương mại, buôn bán giữa các quốc gia trong khu vực và

trên thế giới, là xu thế tất yếu trong nền kinh tế của mỗi nước. Có nhiều hình thức để thực hiện hoạt động xuất khẩu bao gồm: xuất khẩu trực tiếp, xuất khẩu qua trung gian, mua bán đối lưu, đấu thầu quốc tế, gia công quốc tế, xuất khẩu thông qua các hội chợ triển lãm... Tùy vào điều kiện và chính sách phát triển kinh tế mà mỗi quốc gia sẽ chọn cho mình những hình thức xuất khẩu phù hợp nhất.

Một quốc gia có thể thực hiện xuất khẩu nhiều mặt hàng mà mình có lợi thế so sánh so với quốc gia khác. Đối với nhiều nước có điều kiện tự nhiên thuận lợi cho phát triển nông nghiệp thì xuất khẩu nông sản được coi là nền kinh tế mũi nhọn và được tập trung phát triển. Xuất khẩu nông sản là hoạt động xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp của một quốc gia sang một quốc gia khác, thông qua đó, hai quốc gia trao đổi hàng hóa và ngoại tệ mang mà cả hai bên cùng có lợi. Đối với nhiều nước, đặc biệt là nước có nền kinh tế đang phát triển thì đây là ngành kinh tế quan trọng đóng góp khá lớn cho sự phát triển chung của đất nước.

+ Lý thuyết về xuất khẩu

- *Lý thuyết về lợi thế tuyệt đối*: Nhà kinh tế học người Anh Adam Smith (1723 - 1790) là người đầu tiên đưa ra những nghiên cứu giải thích về nguồn gốc của các giao dịch trong thương mại quốc tế. Để giải thích về quan hệ thương mại giữa các nước, ông đưa ra học thuyết về lợi thế tuyệt đối. Lý thuyết về lợi thế tuyệt đối của Adam Smith cho rằng, mỗi quốc gia nên tập trung vào sản xuất, chuyên môn hóa những mặt hàng mà mình có lợi thế tuyệt đối, sau đó tiến hành trao đổi với các quốc gia có lợi thế tuyệt đối khác dựa trên nguyên tắc hai bên cùng có lợi. Các nguồn lực mà quốc gia có thể khai thác bao gồm: vốn, lao động, tài nguyên thiên nhiên, tiến bộ về khoa học kỹ thuật... Thông qua hình thức này, nguồn lực quốc gia sẽ được tận dụng một cách hiệu quả nhất, chi phí và giá thành sản phẩm sẽ được giảm thiểu đáng kể. Như vậy, theo quan điểm này, Adam Smith tin tưởng rằng, tự do hóa thương mại sẽ góp phần sử dụng nguồn lực của mỗi nước một cách hiệu quả nhất và tối đa hóa phúc lợi toàn thế giới. Tuy nhiên, học thuyết của Adam Smith không giải thích được rằng, có những quốc gia không có lợi thế tuyệt đối sẽ tham gia vào thương mại quốc tế như thế nào? Để giải thích vấn đề này, lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricacdo (1772 - 1823) đã ra đời.

- *Lý thuyết về lợi thế so sánh*: Học thuyết về lợi thế so sánh của David Ricacdo được xây dựng dựa trên quy luật về lợi thế so sánh. Theo đó, những nước có lợi thế tuyệt đối hoàn toàn hơn hẳn các nước khác, hoặc bị kém lợi thế tuyệt đối so với các nước khác trong sản xuất mọi sản phẩm, thì vẫn có thể và vẫn có lợi khi tham gia vào phân công lao động và thương mại quốc tế. Bởi lẽ, mỗi nước sẽ có một lợi thế so sánh nhất định về sản xuất một số sản phẩm nhất định so với nước khác. Bằng việc chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu sản phẩm mà mình có lợi thế và nhập khẩu những sản phẩm mà việc sản xuất trong nước gặp nhiều bất lợi sẽ tạo ra thặng dư thương mại cho quốc gia, sản lượng và tiêu dùng của thế giới cũng tăng lên (Markusen và các cộng sự, 1995). Ví dụ như đối với Việt Nam, việc sản xuất các mặt hàng nông nghiệp có lợi thế hơn hẳn so với hàng công nghiệp, xuất phát từ việc Việt Nam là một đất nước có nền nông nghiệp lâu đời, nguồn đất đai màu mỡ và điều kiện tự nhiên thuận lợi cho sản xuất hàng nông sản. Trong hoạt động thương mại quốc tế, Việt Nam ưu tiên xuất khẩu các mặt hàng nông sản mà mình có lợi thế sản xuất và nhập khẩu một số mặt hàng công nghiệp mà điều kiện sản xuất trong nước gặp nhiều khó khăn. Và Trung Quốc là một trong số những thị trường xuất gạo đầy tiềm năng của Việt Nam. Từ góc độ lý thuyết và ví dụ thực tế của Việt Nam, có thể kết luận, lợi thế so sánh là cơ sở để các nước buôn bán với nhau và là cơ sở để thực hiện phân công lao động quốc tế.

Mặc dù lý thuyết về lợi thế so sánh của David Ricardo còn chưa giải thích được nguồn gốc của nhiều vấn đề phức tạp trong quan hệ quốc tế hiện đại, nhưng học thuyết này đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển quan hệ thương mại quốc tế. Đây là cơ sở khoa học để các nước xây dựng mối quan hệ thương mại, tập trung chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu những sản phẩm mà mình có lợi thế so sánh. Vì thế, chuỗi cung ứng hàng hóa toàn cầu được vận hành một cách linh hoạt, chuyên môn hóa sản xuất và phân công lao động quốc tế trở thành đặc điểm tất yếu của thương mại quốc tế hiện đại.

- Vai trò của Nhà nước trong hoạt động xuất khẩu: Đối với các nước xuất khẩu lúa gạo, trong đó có Việt Nam, Nhà nước giữ vai trò quan trọng trong việc xây dựng quy hoạch tổng thể cũng như đưa ra những chính sách hỗ trợ xuất khẩu lúa gạo nhằm tối đa hóa hạn ngạch xuất khẩu của các Doanh nghiệp. Những chính sách của Nhà nước đối với xuất khẩu phải kể đến bao gồm:

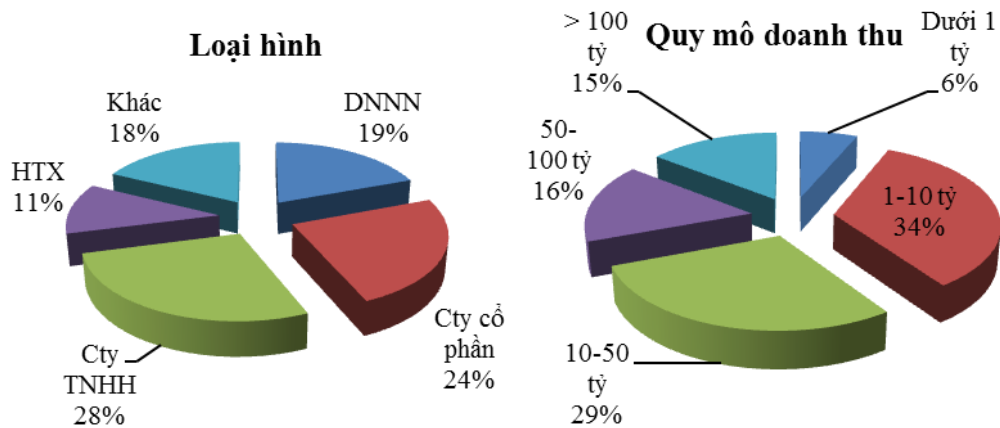
+ Chính sách thuế quan và hạn ngạch nhập khẩu: Bao gồm thuế quan nhập khẩu và thuế quan xuất khẩu, trong đó được áp dụng chủ yếu là thuế quan nhập khẩu (Pindyck và Rubinfeld, 1998). Thuế quan nhập khẩu áp dụng đối với mặt hàng gạo được phổ biến rộng rãi hiện nay là hạn ngạch nhập khẩu. Trong đó, hạn ngạch nhập khẩu cho phép sẽ được hưởng mức thuế quan ưu đãi hoặc bằng không, vượt qua hạn ngạch đó, doanh nghiệp sẽ phải chịu mức thuế suất cao. Biện pháp này giúp hạn chế hàng hóa nhập khẩu trong nước, tạo điều kiện cho mặt hàng lúa gạo trong nước chiếm được thị trường nội địa. Cùng với thuế nhập khẩu, Nhà nước đánh thuế vào các doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo trong nước. Khoản thuế này nhằm tạo ra nguồn thu hỗ trợ người nông dân cũng như phát triển sản xuất. Khi giá lúa gạo nội địa cao, mức thuế xuất khẩu sẽ khuyến khích doanh nghiệp hướng đến thị trường trong nước để không phải chịu thuế xuất khẩu, vì thế giá thành trong nước sẽ giảm. Khi giá lúa gạo ở mức thấp, việc xuất khẩu ra thị trường bên ngoài sẽ mang đến nhiều lợi nhuận cho Doanh nghiệp (Spencer and Rupert, 2001).

+ Các biện pháp phi thuế quan: Cùng với các chính sách về thuế, Nhà nước còn áp dụng hàng rào phi thuế quan nhằm hạn chế nhập khẩu gạo vào thị trường nội địa. Hàng rào phi thuế quan bao gồm các biện pháp hành chính, các biện pháp tiêu chuẩn kỹ thuật (tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn về môi trường, tiêu chuẩn đo lường, đóng gói, an toàn lao động...), sử dụng đòn bẩy kinh tế (các biện pháp hỗ trợ tín dụng, chính sách giá...). Trong đó, các biện pháp về hỗ trợ tín dụng, trợ giá của Nhà nước có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hoạt động xuất khẩu (UNCTAD, 2012). Đối với mặt hàng nông sản nói chung hay lúa gạo nói riêng, việc giá cả thay đổi theo thông lệ “được mùa, mất giá”, “mất mùa, được giá” dẫn đến nhiều khó khăn cho người nông dân. Vì thế, chính sách bình ổn giá của Nhà nước và trợ giá áp dụng cho các mặt hàng lúa gạo xuất khẩu phần nào giúp các Doanh nghiệp trong nước giải quyết được khó khăn này.

3. Phương pháp nghiên cứu

Để xây dựng và hoàn thiện chủ đề nghiên cứu, bài viết đã sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu tổng hợp và phân ra từng giai đoạn. Đầu tiên là quá trình thu thập hệ thống dữ liệu về xuất khẩu nói chung, hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng nói riêng để làm cơ sở tiến hành nghiên cứu. Dữ liệu được lấy từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm: sách, báo, thống kê, luận văn nghiên cứu về xuất khẩu... thông tin từ các website điện tử, cổng thông tin điện tử tỉnh Cao Bằng... về tình hình thương mại quốc tế của Việt Nam cũng như tình hình xuất khẩu gạo sang Trung Quốc.

Ngoài ra, để có cái nhìn mang tính thực tế từ các chuyên gia và các Doanh nghiệp xuất khẩu gạo, nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn một số chuyên gia và nhà hoạch định chính sách xuất khẩu, 62 doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo trong nước thông qua bảng hỏi phỏng vấn. Nhằm đa dạng hóa đối tượng Doanh nghiệp phỏng vấn và có cái nhìn đa chiều hơn, bài viết tiến hành phỏng vấn nhiều nhóm Doanh nghiệp có quy mô khác nhau. Trong đó, nhóm Doanh nghiệp là Công ty Cổ phần chiếm 24%, Công ty TNHH chiếm 28%, Doanh nghiệp Nhà nước chiếm 19%, loại hình Hợp tác xã chiếm 11%, còn lại là các Doanh nghiệp hoạt động theo hình thức khác. Về quy mô, 15% doanh nghiệp được phỏng vấn có quy mô lớn hơn 100 tỷ VND, 16% quy mô từ 50-100 tỷ, 29% quy mô từ 10-50 tỷ, còn lại là quy mô dưới 10 tỷ. Sự đa dạng hóa về loại hình và quy mô Doanh nghiệp được khảo sát cho phép đề tài nghiên cứu phân tích được sâu hơn thực trạng xuất khẩu gạo của Doanh nghiệp Việt Nam thông qua quan điểm và ý kiến của chính các Doanh nghiệp.



Sau khi đã thu thập thông tin từ các nguồn lý thuyết và thực tế, quá trình xử lý thông tin được tiến hành theo các bước. Phân loại thông tin thành các hạng mục khác nhau, các số liệu thống kê... thông tin không cần thiết bị loại bỏ. Sau đó, tiến hành xây dựng dàn ý cho bài viết, lồng ghép các số liệu và câu từ để hoàn thành bài nghiên cứu hoàn chỉnh.

4. Kết quả nghiên cứu

+ *Thực trạng xuất khẩu gạo VN sang Trung Quốc trong thời gian qua*

- *Thị trường Trung Quốc và đặc điểm thị trường Trung Quốc:* Trung Quốc là một đất nước có diện tích địa lý đứng thứ ba trên thế giới và là một nước láng giềng của Việt Nam. Với dân số đông nhất thế giới (trên 1,3 tỷ người) và tiềm năng kinh tế vào bậc nhất, Trung Quốc được coi là một “người khổng lồ về kinh tế” ở khu vực Châu Á. Mặc dù thu nhập của người dân không cao, nhưng tính tổng thu nhập quốc nội, Trung Quốc vẫn là nước dẫn đầu và được coi là một cường quốc về kinh tế. Đây thực sự là một thị trường rộng lớn đầy tiềm năng, là cơ hội để các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường này.

Đối với Việt Nam, Trung Quốc là nước láng giềng có đường biên giới kéo dài cả đường bộ, đường thủy và có quan hệ kinh tế từ lâu đời. So với nhiều thị trường khác trên thế giới, thị trường nông sản này được coi là khá “dễ tính” với những quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm không cao, nhu cầu tiêu dùng của người dân rất đa dạng... Vì thế, xuất khẩu nông sản nói chung và lúa gạo nói riêng sang Trung Quốc là một thế mạnh của Việt Nam về cả chất lượng sản phẩm và phương thức xuất khẩu. Với quy mô dân số trên 1,3 tỷ người, nhu cầu về lúa gạo tại đất nước này rất cao, Trung Quốc trở thành mảnh đất màu mỡ của các nước xuất khẩu nông sản trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, xuất khẩu lúa gạo sang thị trường này cũng

phải chịu áp lực cạnh tranh cao, đặc biệt là khi Chính phủ Trung Quốc đặt ra nhiều rào cản thương mại nhằm hạn ngạch hàng nhập khẩu nước ngoài. Trong đó, Nhà nước Trung Quốc chủ yếu quản lý nhập khẩu gạo bằng hạn ngạch quota nên lúa gạo Việt Nam xuất sang thị trường này chủ yếu theo đường biên giới tiểu ngạch. Như nhiều nước thành viên khác của WTO, để xây dựng rào cản thương mại đối với hàng nông sản nhập khẩu, Trung Quốc áp dụng các biện pháp thuế quan và phi thuế quan như hạn ngạch thương mại, rào cản kỹ thuật... Tuy nhiên, một số rào cản thương mại này đang dần được Trung Quốc dỡ bỏ theo lộ trình hội nhập trong WTO. Đây cũng là một cơ hội tốt cho hàng xuất khẩu gạo của Việt Nam sang đất nước láng giềng này.

Có thể nói, Trung Quốc là một thị trường xuất khẩu gạo đầy tiềm năng của Việt Nam. Sản lượng gạo xuất khẩu sang nước này luôn đứng vị trí thứ hai, thứ ba trên thế giới. Tuy nhiên, những bất đồng tranh chấp tại khu vực biển Đông trong thời gian gần đây đã làm căng thẳng thêm mối quan hệ chính trị giữa hai nước. Việc Trung Quốc tấn công một số tàu cá của Việt Nam cũng như đặt giàn khoan Hải Dương 981 trên lãnh hải Việt Nam đã thể hiện rõ quan điểm bành trướng lãnh thổ của nước này. Bất ổn về chính trị dẫn đến quan hệ kinh tế giữa hai nước bị ảnh hưởng nghiêm trọng, thêm vào đó sự sụt giảm của đồng Nhân dân tệ đã khiến các Doanh nghiệp thu mua của Trung Quốc ép giá đối với mặt hàng lúa gạo của Việt Nam. Đây là một trong những nguyên nhân khiến mặt hàng lúa gạo xuất khẩu Việt Nam bị “tắc” đầu ra ở thị trường Trung Quốc và một nghịch lý là thị trường Trung Quốc “cần” gạo Việt Nam nhưng vẫn ép giá. Xuất khẩu gạo Việt Nam sang thị trường Trung Quốc gặp nhiều khó khăn và cần phải có những chính sách đồng bộ và hỗ trợ cần thiết để lúa gạo Việt Nam vẫn giữ vững được vị trí top đầu tại thị trường này.

- *Thực trạng xuất khẩu gạo sang Trung Quốc trong thời gian gần đây:* Trong nhiều năm qua, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu lúa gạo truyền thống của Việt Nam, sản lượng gạo xuất khẩu sang thị trường này luôn đứng ở vị trí top đầu trên thế giới. Tuy nhiên, mối quan hệ chính trị căng thẳng giữa hai nước trong thời gian qua và việc Chính phủ Trung Quốc áp dụng chính sách “cấm biên” hạn chế xuất khẩu qua đường tiểu ngạch đã khiến cho các Doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo của Việt Nam gặp nhiều khó khăn. Sản lượng gạo xuất sang Trung Quốc giảm mạnh trong một vài năm trở lại đây.

Theo số liệu của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, khối lượng gạo 9 tháng đầu năm 2015 ước đạt 4,47 triệu tấn và 1,92 tỷ USD, giảm 10,1% về khối lượng và giảm 15,7% về giá trị so với cùng kỳ năm 2014. Giá gạo xuất khẩu bình quân 8 tháng đầu năm 2015 đạt 430,87 USD/tấn, giảm 5,08% so với cùng kỳ năm 2014. Tuy có giảm mạnh về lượng xuất khẩu, nhưng Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2015 với 35,37% thị phần. Không chỉ khối lượng xuất khẩu giảm mà giá bán tại thị trường nội địa cũng đi xuống vì bị thương lái Trung Quốc ép giá. Hình thức thu mua của các Doanh nghiệp Trung Quốc cũng thay đổi nhiều. Họ cử người đến trực tiếp mua gạo tại các kho của hộ nông dân và Doanh nghiệp, sau đó thuê các thương lái Việt Nam vận chuyển xuất khẩu qua biên giới. Với hình thức thu mua tận nơi này, Doanh nghiệp Trung Quốc đang tìm mọi cách ép giá lúa gạo của Việt Nam. Nếu trong năm 2014, giá xuất khẩu bình quân đạt 462 đô la Mỹ/tấn, thì 9 tháng đầu năm 2015 giảm xuống trung bình chỉ còn 420,77 đô la Mỹ/tấn (gạo tằm 5%). Riêng trong tháng 10-2015, giá xuất khẩu gạo giảm xuống chỉ còn 343,75 đô la Mỹ/tấn, giảm 115USD/tấn so với cùng kỳ năm trước (Nguồn: Tổng cục Thống kê).

Giải thích rõ hơn về thực trạng này, Tổng cục Thống kê Việt Nam cho biết, xuất khẩu gạo sang Trung Quốc giảm mạnh do Trung Quốc đang kiểm soát chặt chẽ việc nhập khẩu gạo theo hình thức qua biên giới, trong khi đó lại tăng cường nhập khẩu theo đường chính thức từ nhiều nguồn cung cấp với giá thấp của Ấn Độ, Pakistan, Myanmar. Đối với Việt Nam, con đường xuất khẩu gạo truyền thống sang thị trường Trung Quốc là qua đường biên giới, vì thế chính sách này của Chính phủ Trung Quốc tác động trực tiếp đến các Doanh nghiệp Việt Nam.

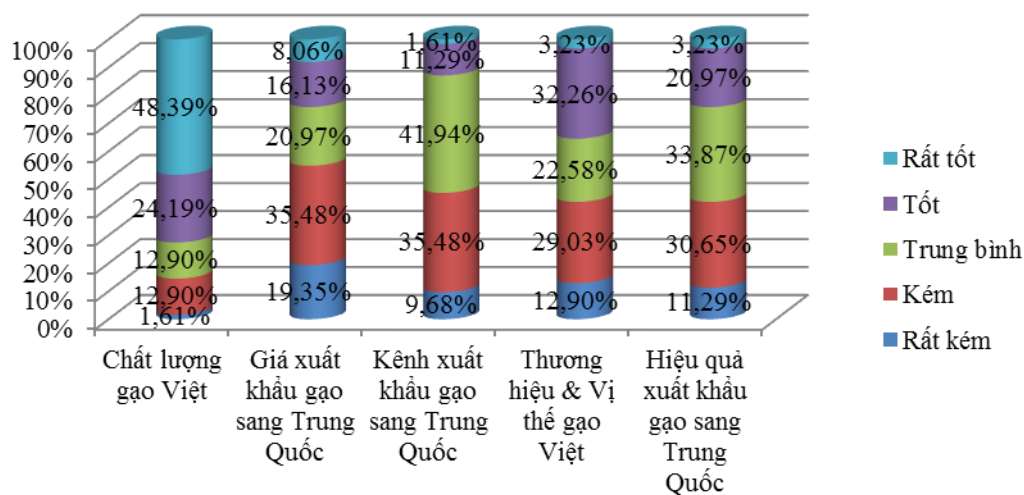
Để siết chặt hơn nữa công tác quản lý xuất khẩu gạo qua địa phương, mới đây UBND tỉnh Cao Bằng đã ra Quyết định 30/2015/QĐ-UBND thay cho Quyết định 1223/QĐ-UBND ngày 25/8/2014. Quyết định này có ý nghĩa quan trọng trong việc góp phần tạo lập môi trường pháp lý, đảm bảo cho các doanh nghiệp đi vào hoạt động có nề nếp, có trật tự và tạo điều kiện thuận lợi cho các thương nhân, doanh nghiệp khi tham gia xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh. Đồng thời tăng cường nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo, hạn chế tình trạng buôn lậu, gian lận thương mại, đảm bảo an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội tại các cửa khẩu biên giới./.

- Kết quả khảo sát điều tra về thực trạng xuất khẩu gạo của các doanh nghiệp Việt sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng:

Cao Bằng là tỉnh miền núi, biên giới nằm ở vùng Đông Bắc, phía Bắc và Đông Bắc giáp Quảng Tây (Trung Quốc), đường biên giới dài trên 333 km. Đây cũng là tỉnh có nhiều tiềm năng về kinh tế, hoạt động giao thương với Trung Quốc diễn ra qua địa bàn tỉnh khá sôi nổi. Chỉ đạo các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu gạo, Chính phủ Việt Nam đã phối hợp với Bộ Công Thương và UBND tỉnh Cao Bằng, mở các lối biên giới có đủ điều kiện để cho phép xuất khẩu gạo qua địa phương. Thực hiện quyết định số 1223/QĐ-UBND và Quyết định số 1577/QĐ-UBND về quy định tạm thời quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng, hiện có 7 doanh nghiệp được UBND tỉnh cho phép thực hiện xuất khẩu gạo qua cửa khẩu, lối mở, điểm thông quan trên địa bàn tỉnh. Tuy nhiên chỉ có 6 đơn vị thực hiện, còn Công ty cổ phần Xuất nhập khẩu nông sản xuyên Việt không triển khai. Năm 2013, các doanh nghiệp đã thực hiện xuất khẩu 1.566 tấn gạo, kim ngạch 626.400 USD; năm 2014 xuất khẩu 6.449 tấn gạo, kim ngạch 2.634.564 USD; 8 tháng năm 2015 xuất khẩu 3.961 tấn gạo, kim ngạch 2.827.957 USD (Ngọc Minh, 2015; Nguyễn Thị Huyền, 2015).

Công tác xuất khẩu gạo qua tỉnh Cao Bằng đã đem lại nguồn thu đáng kể cho địa phương. Đánh giá về công tác này, tại cuộc họp do UBND tỉnh tổ chức nhằm sơ kết tình hình triển khai thực hiện quy chế tạm thời quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh, lãnh đạo tỉnh Cao Bằng đã nhận định: Phần lớn các Doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu gạo qua địa bàn đã tuân theo sự giám sát quản lý của các cơ quan chức năng tỉnh. Điều này hạn chế được tối đa tình trạng buôn lậu và gian lận thương mại qua địa bàn, gia tăng ngân sách địa phương. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một thực tế là nhiều Doanh nghiệp chưa được tỉnh cấp phép vẫn xuất khẩu gạo sang Trung Quốc (Nguyễn Thị Huyền, 2015). Vì thế, lượng gạo này không được khai báo hải quan, không nộp phí theo quy định. Xuất hàng vào ban đêm qua các đường mòn gây khó khăn cho hoạt động giám sát kiểm tra của các cơ quan chức năng. Qua kiểm tra thực tế, số lượng gạo thực tế xuất khẩu gạo nhiều hơn số liệu thống kê của Hải quan và số liệu doanh nghiệp báo cáo.

Đánh giá về thành công cũng như hạn chế của hoạt động xuất khẩu gạo sang Trung Quốc, kết quả khảo sát điều tra các doanh nghiệp xuất khẩu qua tỉnh Cao Bằng cho thấy:



Theo kết quả khảo sát điều tra, 72,58% doanh nghiệp xuất khẩu qua tỉnh Cao Bằng đều cho rằng chất lượng gạo Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc đều ở mức tốt và rất tốt. Đây là một trong những tiêu chí để gia tăng cạnh tranh so với gạo xuất khẩu của các nước Châu Á tại thị trường này. Tuy nhiên, có một nghịch lý là, trong khi chất lượng gạo Việt Nam được đánh giá là tốt, lại vẫn bị thương nhân Trung Quốc ép giá, dẫn đến giá xuất khẩu ở mức cao chỉ chiếm 24,19% theo kết quả điều tra. Nguyên nhân chính được giải thích vì kênh xuất khẩu gạo sang thị trường Trung Quốc hiện còn kém hiệu quả theo đánh giá của đến 45,16% doanh nghiệp được hỏi; bất chấp thương hiệu gạo Việt ở thị trường Trung Quốc cũng được đánh giá tốt theo 35,49% doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt qua tỉnh Cao Bằng.

Đánh giá một cách tổng quan về hiệu quả xuất khẩu gạo sang thị trường Trung Quốc, kết quả điều tra cho thấy, đa phần các doanh nghiệp Việt đều cho rằng hiệu quả còn kém và rất kém (41,94%); ở mức chấp nhận được đạt 33,87%; trong khi chỉ có 24,2% doanh nghiệp hài lòng với hiệu quả xuất khẩu gạo hiện tại. Dù sản lượng xuất khẩu cao, nhưng hiệu quả xuất khẩu lại rất thấp; đây là nghịch lý trong bài toán xuất khẩu gạo Việt Nam sang Trung Quốc mà các nhà lãnh đạo cũng như Doanh nghiệp Việt Nam cần ngò lại để cùng nhau tìm ra giải pháp tháo gỡ khó khăn.

Lý giải về tình trạng này, Cùng với những chính sách “cấm biên” và xiết chặt tiêu ngạch của Trung Quốc, một nguyên nhân khác khiến cho lượng gạo Việt Nam xuất sang Trung Quốc sụt giảm là do việc Thái Lan gia tăng hoạt động xuất khẩu gạo cấp thấp tại thị trường này, chiếm lĩnh thị trường của Việt Nam. Nếu như trước đây, Thái Lan chỉ xuất khẩu gạo chất lượng cao sang Trung Quốc thì hiện nay đã chú trọng nhiều đến đối tượng khách hàng bình dân. Không những vậy, 2 thị trường là Myanmar và Campuchia cũng đang bắt đầu nổi để cạnh tranh trực tiếp với gạo Việt Nam.

Như vậy, bức tranh toàn cảnh về xuất khẩu gạo Việt Nam sang Trung Quốc trong thời gian gần đây là giảm về lượng, giảm và giá và bị cạnh tranh khốc liệt bởi các nước xuất khẩu gạo khu vực Châu Á. Có thể nhìn nhận thực tế này qua một giới hạn nhỏ hơn là tỉnh Cao Bằng - địa phương là một trong những cầu nối để đưa gạo Việt Nam sang Trung Quốc.

5. Giải pháp

Dựa trên những phân tích khái quát về hoạt động xuất khẩu gạo Việt Nam sang Trung Quốc nói chung và qua tỉnh Cao Bằng nói riêng, nghiên cứu này gợi ý những giải pháp nhằm

khắc phục những khó khăn hiện tại, giữ vững vị trí top đầu trong kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc. Những biện pháp phải kể đến bao gồm:

Thứ nhất là hỗ trợ về vốn cho các Doanh nghiệp xuất khẩu gạo của Việt Nam. Thiếu vốn cho hoạt động đầu tư sản xuất luôn là bài toán đặt ra cho các Doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam nói chung và Doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo nói riêng. Hiện nay các doanh nghiệp xuất khẩu gạo gặp khó khăn về vốn trong thu mua gạo tạm trữ cũng như áp lực trả nợ ngân hàng, nên các doanh nghiệp không thể thu mua lúa kịp thời vào thời điểm thu hoạch của người nông dân, cũng như phải hạ giá bán gạo để đáo hạn nợ ngân hàng gây ra sự biến động về giá gạo. Nhà nước cần dành một khoản vốn hỗ trợ cho các Doanh nghiệp từ các nguồn như vốn ODA, vốn vay dài hạn từ các tổ chức tín dụng. Theo kết quả phỏng vấn 62 Doanh nghiệp thì trên 60% cho rằng giải pháp này là cần thiết và rất cần thiết. Bởi lẽ, nguồn vốn này sẽ giúp Doanh nghiệp cũng như hỗ trợ người nông dân trồng lúa gạo đầu tư xây dựng các cơ sở xay xát, chế biến; nghiên cứu, tìm tòi ra giống lúa mới chất lượng gạo ngon, năng suất cao; đào tạo cán bộ khuyến nông và cán bộ công tác; phát triển mạng lưới thủy lợi, khuyến nông... Thực tế cho thấy, mặt bằng thu nhập của người nông dân ở Việt Nam còn ở mức thấp, vì thế, tỷ lệ người lao động gắn bó với nghề trồng lúa gạo không cao. Để nông dân có thể tái sản xuất và yên tâm, gắn bó với đồng ruộng, Nhà nước cũng cần có sự quan tâm hỗ trợ người dân trên tất cả các mặt nhằm ổn định hoạt động sản xuất lúa gạo trong nước, đảm bảo lượng gạo cho xuất khẩu.

Thứ hai là đẩy mạnh xúc tiến hoạt động thương mại và quảng bá thương hiệu gạo Việt Nam tại thị trường Trung Quốc. Để có thương hiệu gạo Việt Nam ngoài việc khuyến cáo nông dân quan tâm hơn đến giống lúa có chất lượng cao, chúng ta còn phải tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại giới thiệu sản phẩm gạo và cố gắng ký được các hợp đồng tiêu thụ dài hạn với các nước có tiềm năng. Nhà nước cũng như Doanh nghiệp cần tổ chức các cuộc khảo sát thực tế, nghiên cứu về thị trường Trung Quốc, sở thích tiêu dùng hàng lúa gạo... để từ đó có những chính sách kịp thời để phát triển sản xuất, tạo nguồn cung theo yêu cầu của thị trường. Ngoài ra, cũng cần tìm hiểu kỹ về đặc điểm địa bàn tỉnh Cao Bằng - một trong những địa phương làm cầu nối xuất khẩu gạo sang Trung Quốc, những quy định pháp lý của địa phương này về việc cấp phép cho gạo xuất khẩu để hỗ trợ kịp thời Doanh nghiệp. Đối với thị trường xuất khẩu, Hệ thống thu thập và cung cấp thông tin thường xuyên, nhanh nhất là hệ thống thương vụ và đại diện thương mại Việt Nam tại Trung Quốc. Vì thế Doanh nghiệp và Nhà nước cần nắm bắt kịp thời thông tin thị trường qua kênh thông tin này và có những chính sách phát triển xuất khẩu phù hợp. Đây cũng là kênh để quảng bá và giới thiệu về thương hiệu gạo Việt để khẳng định chất lượng gạo tại thị trường Trung Quốc.

Thứ ba, cần đào tạo nguồn nhân lực để phát triển hoạt động xuất khẩu gạo sang thị trường Trung Quốc. Nguồn nhân lực cần được đào tạo ở đây bao gồm: đào tạo về kỹ thuật canh tác lúa cho người nông dân; đào tạo trình độ chuyên môn cho các kỹ sư nông nghiệp và các nhà nghiên cứu giống lúa, phân bón; đào tạo về nghiệp vụ cho các cán bộ trong các Sở, ban ngành liên quan đến xuất khẩu, đặc biệt là cán bộ tại địa bàn tỉnh Cao Bằng - nơi có hoạt động xuất khẩu lúa gạo chuyển qua. Các hình thức như đào tạo bao gồm: đào tạo tại chỗ, đào tạo ngắn hạn, tổ chức các cuộc hội thảo chuyên đề, cập nhật thông tin ở trong và ngoài nước... 53,3% số người được phỏng vấn trong cuộc khảo sát nghiên cứu của đề tài khẳng định rằng cần thiết phải nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động xuất khẩu. Làm tốt được công tác này, chúng ta sẽ có một chuỗi cung ứng gạo hoàn chỉnh sang thị trường Trung Quốc và giữ vững được vị thế số 1 tại thị trường này.

Thứ tư, cần xây dựng hành lang pháp lý, đơn giản hóa thủ tục hành chính nhằm thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Đây được coi là một trong những giải pháp quan trọng để giải quyết bài toán khó khăn về thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam sang Trung Quốc. 56,4% thành viên tham gia phỏng vấn trong đề tài đã khẳng định điều đó. Trong bối cảnh Chính phủ Trung Quốc thực hiện các biện pháp siết chặt nhập khẩu gạo Việt Nam qua đường biên giới, một hành lang pháp lý thông thoáng, thủ tục bớt rườm rà sẽ là bước đệm để đẩy mạnh xuất khẩu. Đặc biệt, UBND tỉnh Cao Bằng cần phối hợp với Bộ Công Thương và các cơ quan liên quan xây dựng cơ chế thích hợp, tạo điều kiện thuận lợi cho các Doanh nghiệp xuất khẩu gạo qua địa bàn, đơn giản hóa thủ tục hành chính, đặc biệt là thủ tục thông quan, cấp phép xuất khẩu. Đẩy mạnh vai trò hoạt động của Hiệp hội lúa gạo Việt Nam để giữ vai trò đầu mối giao lưu quốc tế và thống nhất phát triển sản xuất lúa gạo trong nước.

Thứ năm, là giải pháp cho kho bãi, khu trung chuyển xuất khẩu gạo tại địa bàn tỉnh Cao Bằng: Với vai trò là cầu nối xuất khẩu gạo Việt Nam sang Trung Quốc, tỉnh Cao Bằng cần có hệ thống kho bãi, khu trung chuyển lúa gạo để hỗ trợ kịp thời các Doanh nghiệp xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh. 74,2% doanh nghiệp được phỏng vấn đề cập đến vai trò quan trọng của công tác này. Bởi lẽ, trên thực tế, để đảm bảo cho gạo xuất khẩu không bị ầm mốc trong quá trình vận chuyển, địa phương cần có hệ thống kho bãi đạt tiêu chuẩn nhất định, đảm bảo cho xuất khẩu gạo được thông suốt.

6. Kết luận

Xuất khẩu lúa gạo là một trong những thế mạnh của nền kinh tế Việt Nam và Trung Quốc là thị trường tiêu thụ đầy tiềm năng. Tuy nhiên, những bất đồng trong quan hệ chính trị và tranh chấp biên giới giữa hai nước trong thời gian gần đây đã tác động tiêu cực đến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam vào thị trường này. Sản lượng xuất khẩu gạo bị giảm sút đáng kể, giá gạo bị ép giá và cạnh tranh khốc liệt với một số nước xuất khẩu gạo tại châu Á... là thực tế đặt ra cho các nhà lãnh đạo cũng như các Doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo Việt Nam. Đẩy mạnh xuất khẩu gạo qua tỉnh Cao Bằng được coi là một kênh quan trọng góp phần đáng kể vào việc cải thiện tình hình này. Bài viết đã phân tích về lý thuyết xuất khẩu, vai trò của xuất khẩu mặt hàng nông sản, đặc điểm của thị trường Trung Quốc cũng như địa phương cầu nối tỉnh Cao Bằng... tiến hành phỏng vấn một số Doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo Việt Nam... từ đó đi đến những giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu gạo qua địa phương này. Đây sẽ là một tham khảo cần thiết cho các doanh nghiệp có hoạt động xuất khẩu gạo qua tỉnh Cao Bằng và là một định hướng quan trọng cho gạo xuất khẩu của Việt Nam.

Tài liệu tham khảo

1. Markusen J., Melvin J., Kaempfer W., Maskus K. (1995). *International trade theory and evidence*. McGrawHill.
2. Ngọc Minh (2015), UBND tỉnh: Đánh giá tình hình thực hiện quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn”, <http://baocaobang.vn/Thoi-su/UBND-tinh-Danh-gia-tinh-hinh-thuc-hien-quan-ly-xuat-khau-gao-qua-dia-ban/43357.bcb>
3. Nguyễn Thị Huyền (2015), “Hội nghị triển khai Quy chế quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng”, <http://www.congthuongcaobang.gov.vn/gpmaster.gp-media.so-cong-thuong-caobang.gplist.16.gpopen.1319.gpside.1.asmx>

4. Pindyck R. S, Rubinfeld D. L. (1998), *Microeconomics*, 4th edition, Prentice Hall, New Jersey.
5. Ricardo David (1817), “On the Principles of Political Economy and Taxation”. Piero Sraffa (Ed.) *Works and Correspondence of David Ricardo*, Volume I, Cambridge University Press, 1951.
6. Smith Adam (1977), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. University of Chicago Press.
7. Spencer Henson, Rupert Loader (2001), “Barriers to Agricultural Exports from Developing Countries: The Role of Sanitary and Phytosanitary Requirements”, *World Development*, Vol. 29, No. 1.
8. Tâm An (2015) “Vì sao xuất khẩu gạo sang Trung Quốc sụt giảm?”, <http://danviet.vn/nha-nong/vi-sao-xuat-khau-gao-sang-trung-quoc-sut-giam-628602.html>
9. Trung Chánh (2015), “Xuất khẩu gạo sang Trung Quốc giảm mạnh”, <http://www.thesaigontimes.vn/139308/Xuat-khau-gao-sang-Trung-Quoc-giam-manh.html>
10. UNCTAD (2012), *International classification of non-tariff measures*, UNCTAD.

THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC THÔNG QUA ĐỊA BÀN TỈNH CAO BẰNG

促进越南农产品经高平省销往中国

*TS. Trần Thị Thu Phương - Th.S Phùng Bích Ngọc
Trường Đại học Thương mại*

*商业大学博士 陈世秋芳
硕士 冯碧玉*

Tóm tắt

Bài viết này tập trung nghiên cứu về thực tế hoạt động trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc thông qua tỉnh Cao Bằng, đồng thời đưa ra một số khuyến nghị nhằm khai thác có hiệu quả hơn tiềm năng hợp tác phát triển các hoạt động kinh tế - thương mại thông qua các hoạt động biên mậu giữa hai quốc gia nói chung cũng như nhằm thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng nông sản của Việt Nam nói riêng trong thời gian tới, trong đó có tính tới địa bàn cụ thể là tỉnh Cao Bằng.

Từ khóa: Thực trạng, xuất khẩu, nông sản, Việt Nam, Cao Bằng

摘要

本文的研究重点为越南农产品经高平省销往中国的出口活动现状，随后提出有效地开拓发展两国边贸的经济贸易活动合作潜能，促进将越南农产品出口活动，特别是经高平省出口到中国市场的一些建议。

关键词：现状，出口，农产，越南，高平省

Xuất khẩu nói chung và xuất khẩu hàng hóa nông sản nói riêng đã, đang và sẽ tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam trong quá trình đổi mới và hội nhập quốc tế. Cùng với đầu tư và thương mại trong nước, xuất khẩu được xác định là một trong ba trụ cột chính trong phát triển kinh tế của đất nước trong thời kỳ hội nhập và đổi mới toàn diện nền kinh tế Việt Nam. Trong đó, không thể không kể tới vai trò của xuất khẩu các mặt hàng nông sản, vốn là lĩnh vực sản xuất hàng hóa có nhiều thế mạnh và tiềm năng của Việt Nam.

Trong bức tranh chung về xuất khẩu nông sản hàng hóa của Việt Nam, hoạt động xuất khẩu sang các quốc gia có chung đường biên giới nói chung và sang thị trường Trung Quốc nói riêng thông qua các hoạt động thương mại biên mậu ngày càng có bước phát triển mạnh mẽ, cho thấy tiềm năng, dư địa to lớn cho hợp tác phát triển kinh tế - thương mại của cả hai nước.

Tổng quan về tỉnh Cao Bằng và tình hình trao đổi biên mậu giữa Việt Nam- Trung Quốc trong thời gian qua

Cao Bằng là tỉnh có biên giới đất liền tiếp giáp với Trung Quốc dài trên 333 km trong tổng thể chiều dài trên 1.000 km biên giới đất liền giữa Việt Nam và Trung Quốc, có những

điều kiện thuận lợi cho phát triển hoạt động kinh tế - thương mại biên mậu với Trung Quốc như: Hệ thống cửa khẩu quốc tế Tà Lùng và 3 cặp cửa khẩu chính gồm cửa khẩu Trà Lĩnh, cửa khẩu Sóc Giang, cửa khẩu Lý Vạn và nhiều cặp cửa khẩu phụ, lối mở rải rác trên toàn tuyến biên giới giữa 2 nước... Đây là những điều kiện, tiền đề hết sức thiết yếu và thuận lợi, tạo ra tiềm năng, lợi thế để phát triển kinh tế biên mậu, trao đổi sản phẩm hàng hóa với các địa bàn thị trường Trung Quốc.

Trong cơ cấu thương mại qua biên giới với 3 nước có chung đường biên giới đất liền với Việt Nam là Trung Quốc, Lào và Campuchia, kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa biên mậu giữa Việt Nam và Trung Quốc luôn chiếm tỷ trọng ưu thế. Đến năm 2015, thương mại biên giới giữa Việt Nam và Trung Quốc đạt mức giá trị khoảng 16 tỷ USD, với Lào đạt khoảng 2 tỷ USD, với Campuchia đạt khoảng 5 tỷ USD. Dự báo thương mại biên giới giữa Việt Nam với các quốc gia này sẽ tiếp tục đạt mức tăng trưởng cao trong thời gian tới.

Điều kiện lợi thế của tỉnh Cao Bằng trong thúc đẩy hợp tác thương mại và xuất khẩu các mặt hàng nông sản sang thị trường Trung Quốc:

Ưu thế của Cao Bằng trong phát triển hợp tác kinh tế - thương mại và đặc biệt là xuất khẩu nhóm hàng nông sản với tỉnh Quảng Tây nói riêng và với thị trường Trung Quốc nói chung.

Trung Quốc là thị trường quan trọng trong xuất khẩu hàng nói chung và nhóm hàng nông sản nói riêng của Việt Nam. Trong đó, khu tự trị dân tộc Choang thuộc tỉnh Quảng Tây được coi là cửa ngõ hết sức quan trọng trong việc thúc đẩy giao lưu kinh tế giữa thị trường Trung Quốc và ASEAN, đặc biệt là Việt Nam. Tỉnh Cao Bằng của Việt Nam và khu tự trị dân tộc Choang thuộc tỉnh Quảng Tây Trung Quốc có hơn 333 km đường biên giới với nhiều cặp cửa khẩu, điểm thông quan và lối mở thông thương, trong đó tiếp giáp trực tiếp với thành phố Bách Sắc thuộc tỉnh Quảng Tây có hai cửa khẩu chính là Trà Lĩnh và Sóc Giang. Điều kiện địa lý thuận lợi tạo ra nhiều tiềm năng lợi thế để kết nối hợp tác kinh tế qua biên giới giữa Cao Bằng với các thành phố phát triển năng động của khu vực phía Tây và Tây Nam Trung Quốc, nhất là trong hợp tác lĩnh vực thương mại, xuất nhập khẩu hàng nông sản.

Với định hướng của Chính phủ Trung Quốc là xây dựng thành phố Bách Sắc trở thành trung tâm nông nghiệp Trung Quốc - ASEAN, việc phát triển quan hệ hợp tác thương mại giữa Cao Bằng và Bách Sắc được xác định phát triển theo hướng: Thành phố Bách Sắc tìm kiếm đầu ra cho nông sản từ Việt Nam, đưa nông sản Việt Nam tới tiêu thụ tại các thị trường lớn nằm sâu trong nội địa Trung Quốc một cách nhanh nhất và mang lại hiệu quả kinh tế lớn nhất. Tỉnh Cao Bằng sẽ tìm kiếm nguồn hàng có chất lượng tốt, phối hợp với các địa phương của Việt Nam để tổ chức nguồn hàng, bảo đảm đáp ứng nhu cầu của thị trường Trung Quốc.

Trong những năm gần đây, quan hệ hợp tác phát triển kinh tế giữa tỉnh Cao Bằng và khu tự trị dân tộc Choang và thành phố Bách Sắc đã có nhiều bước phát triển đi vào chiều sâu. Trong đó, phải kể tới việc mới đây (tháng 5 năm 2015) tỉnh Cao Bằng và thành phố Bách Sắc đã ký kết thỏa thuận khung về hợp tác xuất khẩu nông sản, hải sản, hoa quả từ Việt Nam cũng như các nước ASEAN thông qua cửa khẩu Trà Lĩnh - Long Bang. Theo đó, hai bên sẽ thực hiện việc nghiên cứu, đánh giá các mặt hàng nông sản, hải sản có thế mạnh của Việt Nam mà thị trường Trung Quốc có nhu cầu để xây dựng kế hoạch tổ chức nguồn hàng bảo đảm số lượng, chất lượng và giá cả để xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc.

Chính vì vậy, khai thác tiềm năng xuất khẩu các sản phẩm nông sản sang địa bàn tỉnh Quảng Tây còn có ý nghĩa to lớn trong việc khai thác một khu vực thị trường tiềm năng cho các sản phẩm nông sản đi vào các thị trường rộng lớn hơn thông qua các tuyến kết nối đi các thành phố lớn khu vực phía Bắc Trung Quốc như Bắc Kinh, Thượng Hải... Hiện tại, thành phố Bách Sắc thuộc tỉnh Quảng Tây là một trong những trung tâm cung ứng nông sản lớn của Trung Quốc với hệ thống giao dịch, tập kết, phân luồng hàng hóa đi các trung tâm tiêu thụ lớn trong cả nước (tới khoảng 200 thành phố). Vì vậy, việc khai thác thị trường xuất khẩu hàng nông sản sang địa bàn tỉnh Quảng Tây nếu được thực hiện tốt sẽ mở ra một khu vực thị trường rộng lớn hơn rất nhiều cho hàng hóa nông sản của Việt Nam.

Quy định của pháp luật về hoạt động xuất khẩu hàng hóa nói chung và xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam nói riêng sang thị trường Trung Quốc

Hệ thống pháp luật điều chỉnh các hoạt động xuất khẩu hàng hóa nói chung bao gồm Luật Thương mại và các văn bản quy định chi tiết. Trên cơ sở quy định của Luật Thương mại 2005 điều chỉnh chung các hoạt động thương mại diễn ra trên lãnh thổ Việt Nam, Chính phủ Việt Nam đã ban hành Nghị định 187/2013/NĐ-CP ngày 20 tháng 11 năm 2013 quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài (sau đây viết tắt là Nghị định 187/2013). Nghị định này thay thế cho Nghị định 12/2006/NĐ-CP ngày 23 tháng 01 năm 2006 của Chính phủ được ban hành trước đó trong lĩnh vực này. Nghị định này chính là cơ sở pháp lý cơ bản để điều chỉnh các hoạt động xuất khẩu từ Việt Nam ra nước ngoài. Nghị định quy định về quyền kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu của các thương nhân Việt Nam, thương nhân nước ngoài có chi nhánh tại Việt Nam. Bên cạnh Nghị định 187/2013/NĐ-CP, Chính phủ còn ban hành Nghị định 90/2007/NĐ-CP ngày 31 tháng 05 năm 2007 quy định về quyền xuất khẩu, quyền nhập khẩu của thương nhân nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam. Ngoài ra, Thủ tướng Chính phủ còn ban hành Quyết định số 52/2015/QĐ-TTg ngày 20/10/2015 (sau đây viết tắt là Quyết định 52/2015) về việc quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung biên giới (bao gồm Trung Quốc, Lào, Campuchia) quy định khung pháp lý cho các hoạt động mua bán hàng hóa qua biên giới của thương nhân, hoạt động mua bán hàng hóa của cư dân biên giới và các hoạt động mua bán, trao đổi hàng hóa tại chợ biên giới, chợ cửa khẩu và chợ trong Khu kinh tế cửa khẩu, cũng như các dịch vụ hỗ trợ thương mại tại khu vực cửa khẩu, lối mở biên giới. Các thủ tục xuất khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu, lối mở biên giới được quy định trong Nghị định 112/2014/NĐ-CP ngày 21 tháng 11 năm 2014 của Chính phủ về quản lý cửa khẩu biên giới đất liền (sau đây viết tắt là Nghị định 112/2014).

Nhìn chung, Việt Nam đã có hệ thống quy định pháp luật khá đầy đủ nhằm điều chỉnh về hoạt động xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam ra nước ngoài. Pháp luật về hoạt động xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam ra nước ngoài có những nội dung liên quan đến điều kiện tham gia hoạt động xuất khẩu, những hình thức thực hiện hoạt động xuất khẩu hàng hóa và các thủ tục thực hiện hoạt động xuất khẩu.

Theo quy định của pháp luật Việt Nam, để có thể tham gia hoạt động xuất khẩu nông sản, cần phải là thương nhân. Căn cứ Điều 6 Luật Thương mại của Việt Nam, thương nhân được hiểu bao gồm các tổ chức kinh tế được thành lập hợp pháp, cá nhân có hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên và có đăng ký kinh doanh. Để được coi là thương nhân, tổ chức và cá nhân cần phải có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh. Luật Thương mại cũng nêu rõ định

nghĩa về thương nhân nước ngoài tại Điều 16. Theo đó, thương nhân nước ngoài là thương nhân được thành lập theo quy định của pháp luật nước ngoài hoặc được pháp luật nước ngoài công nhận. Theo quy định của Nghị định 187/2013, quyền kinh doanh xuất khẩu được trao cho cả thương nhân Việt Nam và thương nhân nước ngoài. Đối với thương nhân nước ngoài, pháp luật Việt Nam có quy định thêm điều kiện so với thương nhân Việt Nam. Quyền kinh doanh xuất khẩu giữa các thương nhân Việt Nam có sự khác nhau, phụ thuộc vào nguồn vốn của các thương nhân này.

Trường hợp thương nhân Việt Nam không có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, quyền kinh doanh xuất khẩu hàng hóa được mở rộng đến mức tối đa. Cụ thể, các thương nhân này được quyền xuất khẩu hàng hóa mà không cần phải đáp ứng bất kỳ một điều kiện nào, trừ trường hợp hàng hóa xuất khẩu có điều kiện. Đối với hàng hóa xuất khẩu có điều kiện thì khi thực hiện hoạt động xuất khẩu, thương nhân cần phải thực hiện theo quy định của pháp luật về điều kiện xuất khẩu đối với hàng hóa đó. Ví dụ, đối với hàng hóa xuất khẩu theo giấy phép, thương nhân cần có giấy phép để xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa đó. Trường hợp, đối với các hàng hóa khác không thuộc Danh mục hàng hóa cấm xuất khẩu, tạm ngừng xuất khẩu, các thương nhân này đều được quyền kinh doanh xuất khẩu mà không phụ thuộc vào ngành nghề đăng ký kinh doanh của thương nhân.

Đối với các thương nhân có vốn đầu tư nước ngoài, thì ngoài việc tuân theo quy định của Nghị định 187/2013, còn phải tuân theo quy định của pháp luật liên quan và các cam kết của Việt Nam trong các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên và lộ trình do Bộ Công Thương công bố. Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam được hiểu là doanh nghiệp có nhà đầu tư nước ngoài là thành viên hoặc cổ đông. Việc thực hiện các hoạt động xuất khẩu hàng nông sản của các doanh nghiệp này được thực hiện tuân theo quy định của Nghị định 23/2007/NĐ-CP ngày 12 tháng 02 năm 2007 quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam (sau đây viết tắt là Nghị định 23/2007). Theo Nghị định 23/2007, các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài cần phải có Giấy phép kinh doanh hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan đến mua bán hàng hóa tại Việt Nam. Giấy phép này do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh cấp. Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã được cấp phép quyền xuất khẩu, được mua hàng hóa tại Việt Nam để xuất khẩu ra nước ngoài, bao gồm hàng hóa do doanh nghiệp hoặc doanh nghiệp khác nhập khẩu vào Việt Nam đã hoàn thành nghĩa vụ thuế và nghĩa vụ tài chính khác; được trực tiếp làm thủ tục xuất khẩu hàng hóa tại cơ quan Hải quan theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên, các doanh nghiệp này chỉ được trực tiếp mua hàng của thương nhân Việt Nam có đăng ký kinh doanh hoặc có quyền nhập khẩu, quyền phân phối hàng hóa đó để xuất khẩu, mà không được tổ chức mạng lưới mua gom hàng hóa tại Việt Nam để xuất khẩu, bao gồm mở địa điểm mua gom hàng hóa để xuất khẩu, trừ trường hợp pháp luật Việt Nam hoặc điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên có quy định khác.

Đối với chi nhánh của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam, quyền xuất khẩu của chi nhánh của thương nhân nước ngoài hiện nay chưa được quy định rõ trong một văn bản quy phạm pháp luật cụ thể. Theo quy định tại Điều 17 Nghị định 72/2006/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại về văn phòng đại diện, chi nhánh của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam, chi nhánh được tiến hành hoạt động ghi trong Giấy phép thành lập. Trường hợp chi nhánh hoạt động trong các lĩnh vực mà pháp luật quy định phải có điều kiện thì Chi

nhánh chỉ được hoạt động khi có điều kiện quy định. Tuy nhiên, hiện nay, vẫn chưa có hướng dẫn cụ thể của Bộ Công Thương đối với các hoạt động mua bán hàng hóa và hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa mà Chi nhánh của thương nhân nước ngoài được thực hiện tại Việt Nam.

Đối với thương nhân nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam, quyền kinh doanh xuất khẩu hàng hóa được quy định tại Nghị định 90/2007. Theo quy định của Nghị định 90/2007, thương nhân nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam là các thương nhân nước ngoài không có đầu tư trực tiếp tại Việt Nam theo các hình thức đầu tư được quy định trong Luật Đầu tư, Luật Thương mại, không có văn phòng đại diện, chi nhánh tại Việt Nam. Các thương nhân này được quyền xuất khẩu hàng hóa khi được cấp Giấy chứng nhận đăng ký quyền xuất khẩu đối với các loại hàng hóa được phép xuất khẩu theo quy định của pháp luật Việt Nam và theo lộ trình cam kết mở cửa thị trường của Việt Nam. Thương nhân nước ngoài được quyền mua hàng hóa để xuất khẩu với thương nhân Việt Nam có đăng ký kinh doanh các loại hàng hóa đó theo quy định của pháp luật Việt Nam hiện hành. Giấy chứng nhận đăng ký quyền xuất khẩu do Bộ Công Thương cấp hoặc ủy quyền cho cơ quan nhà nước có thẩm quyền thực hiện. Điều kiện để thương nhân nước ngoài được đăng ký quyền xuất khẩu là không bị tước quyền hoạt động thương mại hoặc đang chịu hình phạt liên quan đến hoạt động thương mại theo quy định của pháp luật nước ngoài hoặc pháp luật Việt Nam; không có tiền án, không bị hạn chế hoặc mất năng lực hành vi dân sự đối với thương nhân nước ngoài là cá nhân hoặc người đại diện theo pháp luật của thương nhân nước ngoài là tổ chức kinh tế. Sau khi được cấp Giấy chứng nhận đăng ký quyền xuất khẩu, thương nhân nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam phải đăng ký mã số thuế tại Cục thuế tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương nơi thương nhân được cấp Giấy chứng nhận đăng ký quyền xuất khẩu. Thương nhân phải thực hiện nghĩa vụ thuế, phí, lệ phí và các nghĩa vụ tài chính khác hoặc thực hiện các biện pháp bảo đảm theo quy định của pháp luật Việt Nam trước khi hàng hóa được phép thông quan và chịu trách nhiệm liên quan đến hàng hóa xuất khẩu theo quy định của pháp luật Việt Nam.

Qua rà soát các quy định của pháp luật Việt Nam về hoạt động xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài, có thể thấy quy định của pháp luật Việt Nam khá đầy đủ và tạo điều kiện thuận lợi cho việc thực hiện hoạt động xuất khẩu của thương nhân. Đối với thương nhân nước ngoài, quyền xuất khẩu hàng hóa còn có thể được thực hiện ngay cả khi các thương nhân này không có hiện diện thương mại tại Việt Nam. Đánh giá tổng quan cho thấy các quy định của pháp luật Việt Nam đã tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Theo đó, các thương nhân, cả trong nước và ngoài nước, cả thương nhân có vốn đầu tư nước ngoài lẫn không có vốn đầu tư nước ngoài đều có quyền kinh doanh xuất khẩu theo quy định của pháp luật.

Tuy có một số quy định về điều kiện áp dụng cho thương nhân nước ngoài và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, nhưng về cơ bản, các quy định của pháp luật Việt Nam không hạn chế một cách vô lý hoạt động xuất khẩu của thương nhân nước ngoài, hay của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Quy định này góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy hoạt động xuất khẩu hàng hóa Việt Nam ra nước ngoài.

Về các hình thức thực hiện các hoạt động xuất khẩu hàng nông sản, các thương nhân Việt Nam có thể trực tiếp xuất khẩu hàng nông sản do mình sản xuất, hoặc cũng có thể mua hàng nông sản từ các hộ gia đình, các hợp tác xã để bán cho thương nhân nước ngoài hoặc

cũng có thể trở thành đại lý, mua hàng nông sản của thương nhân nước ngoài, hoặc cũng có thể thông qua hoạt động ủy thác xuất khẩu hàng nông sản sang thị trường Trung Quốc. Đối với thương nhân nước ngoài nói chung và thương nhân Trung Quốc nói riêng, các thương nhân này có thể trực tiếp thực hiện hoạt động xuất khẩu bằng việc mua hàng của các thương nhân Việt Nam, hoặc thông qua hoạt động nhận đại lý để mua hàng nông sản của Việt Nam xuất sang thị trường Trung Quốc.

+ Trường hợp thực hiện hoạt động xuất khẩu hàng hóa trên cơ sở hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế. Theo quy định tại Điều 27 Luật Thương mại, để thực hiện các hoạt động xuất khẩu hàng hóa, các thương nhân phải ký kết hợp đồng thương mại quốc tế bằng văn bản. Tuy nhiên, Quyết định 52/2015 của Thủ tướng Chính phủ cũng cho phép các thương nhân không xác lập hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế được quyền thực hiện hoạt động xuất khẩu, với điều kiện phải lập bảng kê mua bán hàng hóa qua biên giới. Bảng kê này được thương nhân Việt Nam ký tên, đóng dấu và chịu trách nhiệm trước pháp luật về tính xác thực, có giá trị pháp lý tương đương hợp đồng. Bộ Công Thương có nhiệm vụ hướng dẫn mẫu Bảng kê mua bán hàng hóa qua biên giới của thương nhân, trong đó có tên thương nhân hoặc cá nhân, tên hàng hóa, đơn giá, số lượng và các nội dung cần thiết khác để việc kê khai, theo dõi và quản lý được thống nhất.

+ Đối với hoạt động đại lý, mua bán hàng hóa cho thương nhân nước ngoài, thương nhân Việt Nam có thể làm đại lý mua hàng hóa cho thương nhân nước ngoài, trừ hàng hóa thuộc Danh mục cấm xuất khẩu, tạm ngừng xuất khẩu. Đối với hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa xuất khẩu theo giấy phép, thương nhân chỉ được quyền ký hợp đồng đại lý sau khi được cơ quan có thẩm quyền cấp phép. Thương nhân Việt Nam cũng có thể thuê thương nhân nước ngoài làm đại lý bán hàng hóa tại nước ngoài, trừ hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa cấm xuất khẩu, tạm ngừng xuất khẩu. Đối với hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa xuất khẩu theo giấy phép quy định tại Nghị định 187/2013, thương nhân chỉ được ký hợp đồng thuê đại lý bán hàng tại nước ngoài sau khi được Bộ Công Thương cho phép. Áp dụng các quy định này, các thương nhân Việt Nam hoàn toàn có thể chủ động trong việc tự mình làm đại lý mua hàng nông sản để xuất khẩu cho thương nhân nước ngoài hoặc thuê thương nhân nước ngoài bán hàng nông sản của Việt Nam tại nước ngoài. Hình thức làm đại lý mua hàng nông sản để xuất khẩu cho thương nhân được thực hiện khá rộng rãi trong hoạt động xuất khẩu nông sản từ Việt Nam sang Trung Quốc. Ở đây, một thương nhân có thể đứng ra mua gom hàng nông sản từ các hộ gia đình, từ các hợp tác xã sản xuất, sau đó làm thủ tục xuất khẩu hàng hóa đó cho thương nhân Trung Quốc. Hoặc các thương nhân Việt Nam cũng có thể thuê thương nhân Trung Quốc làm đại lý bán hàng nông sản của Việt Nam tại thị trường Trung Quốc.

+ Hoạt động ủy thác và nhận ủy thác xuất khẩu hàng hóa: Thương nhân cũng có thể thực hiện ủy thác cho thương nhân khác xuất khẩu hoặc được nhận ủy thác xuất khẩu từ thương nhân khác các loại hàng hóa, trừ hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa cấm xuất khẩu, tạm ngừng xuất khẩu. Đối với hàng hóa xuất khẩu theo giấy phép, bên ủy thác và bên nhận ủy thác phải có giấy phép xuất khẩu trước khi ký hợp đồng ủy thác hoặc nhận ủy thác. Tương tự, các tổ chức, cá nhân không phải thương nhân, sản xuất hàng nông sản có thể ủy thác xuất khẩu cho thương nhân trên cơ sở hợp đồng ủy thác xuất khẩu hàng hóa. Hoạt động này cũng khá phổ biến và tạo điều kiện cho hàng nông sản Việt Nam có nhiều kênh để xuất khẩu ra thị trường nước ngoài nói chung và thị trường Trung Quốc nói riêng.

Pháp luật Việt Nam cũng có các quy định nhằm khuyến khích, hỗ trợ xuất khẩu qua các nước có chung biên giới đất liền trong đó có Trung Quốc. Cụ thể, bên cạnh các hoạt động xuất khẩu được thực hiện thông qua cửa khẩu chính, Quyết định 52/2015 còn cho phép thực hiện các hoạt động mua bán hàng hóa thông qua các cửa khẩu phụ và lối mở biên giới (căn cứ theo quy định của Nghị định 112/2014/NĐ-CP). Tuy nhiên, tất cả các hoạt động mua bán hàng hóa qua biên giới của thương nhân đều phải tuân thủ các quy định của pháp luật về kiểm dịch y tế, kiểm tra chất lượng hàng hóa, kiểm tra về an toàn thực phẩm,... Bên cạnh đó, pháp luật Việt Nam cũng cho phép các hoạt động thương mại biên giới được thanh toán bằng ngoại tệ tự do chuyển đổi, đồng Việt Nam hoặc đồng tiền của nước có chung biên giới. Pháp luật cũng tạo điều kiện cho các thương nhân được quyền thực hiện các hình thức thanh toán thuận tiện như thanh toán bằng tiền mặt, hoặc qua ngân hàng, hoặc cũng có thể được thanh toán bù trừ giữa hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu với hàng hóa, dịch vụ nhập khẩu,...

Nhằm bảo đảm phát triển ngành nông nghiệp hiệu quả, bền vững, các giải pháp cần phải được thực hiện đồng bộ. Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành nông nghiệp và Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững vào tháng 6 năm 2013 ban hành kèm theo Quyết định 899/QĐ-TTg. Trên cơ sở Đề án này, Chính phủ đã ban hành các chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn (Nghị định 210/2013/NĐ-CP); khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn (Quyết định 62/2013/QĐ-TTg); hỗ trợ nhằm giảm tổn thất trong nông nghiệp (Quyết định 68/2013/QĐ-TTg); hỗ trợ việc áp dụng Quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt trong nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản (Quyết định 01/2012/QĐ-TTg). Ngân hàng Nhà nước cũng thực hiện một số giải pháp tín dụng hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu nông sản. Cụ thể, Ngân hàng Nhà nước quy định trần lãi suất cho vay ngắn hạn bằng VND đối với lĩnh vực ưu tiên là 7%/năm, điều hành tỷ giá linh hoạt, tạo điều kiện cho xuất khẩu. Các doanh nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp được tiếp cận vốn vay ngoại tệ với lãi suất hợp lý. Ngân hàng Nhà nước thực hiện chính sách cho vay tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn (có hiệu lực từ 25/7/2015) theo Nghị định 55/2015/NĐ-CP, theo đó các doanh nghiệp nông nghiệp và xuất khẩu nông lâm thủy sản có mô hình liên kết, ứng dụng công nghệ cao được cho vay không có tài sản bảo đảm đến 70-80% giá trị phương án, dự án và được hưởng cơ chế xử lý khoản nợ (khoanh nợ, xóa nợ) khi gặp rủi ro do nguyên nhân khách quan bất khả kháng.... Các quy định này đã tạo nên cơ sở pháp lý thúc đẩy hoạt động xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam ra thị trường nước ngoài nói chung và sang thị trường Trung Quốc nói riêng, qua đó giúp phát triển nông nghiệp nước ta hiệu quả và bền vững.

Tình hình xuất khẩu nông sản từ Việt Nam sang thị trường Trung Quốc trong những năm vừa qua:

Những năm gần đây, hoạt động thương mại biên giới Việt - Trung đã góp phần thúc đẩy phát triển hoạt động kinh tế - xã hội trên địa bàn các tỉnh miền núi, vùng cao khu vực biên giới trong đó có Cao Bằng. Kim ngạch xuất khẩu qua địa bàn tỉnh không ngừng tăng trưởng qua các năm, từ 15,351 triệu USD năm 2006, đến 106,5 triệu USD vào năm 2009, 9 tháng đầu năm 2010 đạt 84,4 triệu USD.

Theo Báo cáo số 1344/SCT-QLTM, ngày 09/12/2015 của Sở Công Thương Cao Bằng cho thấy trong tháng 11/2015, cơ cấu hàng hoá thương mại tại cửa khẩu biên giới Cao Bằng

có nhiều thay đổi. Thông qua hoạt động thương mại biên giới Việt - Trung, các mặt hàng nông sản, thực phẩm đã xuất khẩu được như sau:

- Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là hạt điều (5,11 triệu USD).
- Mặt hàng gửi kho ngoại quan chủ yếu là thịt, hải sản đông lạnh (41,76 triệu USD).
- 1.940 tấn gạo với kim ngạch 843.300 USD được xuất qua các cửa khẩu chính là Trà Lĩnh, Lý Vạn, Pò Peo và Bí Hà theo đường biên mậu.

Phụ lục: Bảng tổng hợp tháng 11/2015 kim ngạch xuất nhập khẩu hàng nông sản qua các cửa khẩu biên giới Việt Nam - Trung Quốc

(Kèm theo Báo cáo số: 1344/SCT-QLTM, ngày 09/12/2015 của Sở Công Thương Cao Bằng)

Đơn vị tính: USD

STT	Loại cửa khẩu	Tên cửa khẩu	Tên mặt hàng	Xuất khẩu	Kho Ngoại quan		Tổng
					XK	NK	
I	Cửa khẩu quốc tế	Tà Lùng	Hạt hồ trăn khô		103,156.00	103,156.00	206,312.00
II	Cửa khẩu chính	Trà Lĩnh	Hạt điều	2.237.531,00			2.237.531,00
			Gạo tẻ	506.500,00			506.500,00
		Lý Vạn	Gạo tẻ	246.800,00			246.800,00
II	Cửa khẩu phụ	Bí Hà	Gạo tẻ	54.000,00			54.000,00
		Pò Peo	Gạo tẻ	36.000,00			36.000,00
IV	Lối mở	Nà Lạn	Hạt điều	2.871.982,80			2.871.982,80
			Tôm đông lạnh	795.874,72			795.874,72
			Cá đông lạnh	111.429,35			111.429,35
			Nhãn khô	1.015.017,00			1.015.017,00
			Sầu riêng	55.680,00			55.680,00
			Sữa	45.021,30			45.021,30
TỔNG				7.975.836,17	103.156,00	103.156,00	8.182.148,17

Trên thực tế, hoạt động xuất khẩu biên mậu của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc thời gian qua còn tồn tại không ít hạn chế, tính ổn định chưa cao, chưa khai thác hết tiềm năng thể mạnh của cả hai bên.

Trong đó, cần phải kể tới một số điểm cơ bản như sau:

- Về bối cảnh quốc tế chung: Cuộc cạnh tranh về thị trường đối với các ngành hàng xuất khẩu của Việt Nam, kể cả những ngành hàng có thế mạnh như nuôi trồng thủy sản, nông nghiệp, công nghiệp chế biến... ngày càng trở nên gay gắt. Thực tế kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2015 vừa qua đã cho thấy rõ những vấn đề nêu trên. Nếu năm 2014, xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam đã ghi nhận mức tăng trưởng mạnh mẽ khi kim ngạch xuất khẩu đạt mức kỷ lục là 28,4 tỷ USD, chiếm khoảng 18,9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Năm 2015, theo Báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn công bố chiều ngày 25/12 vừa qua, kim ngạch xuất khẩu xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam chỉ đạt 30,14 tỷ USD (giảm 0,8% so với năm ngoái) do sản xuất nông nghiệp ở một số nhóm sản phẩm gặp nhiều khó khăn, đồng thời do tác động của xu hướng giảm giá sản phẩm nông sản trên thị trường thế giới.

- Lợi nhuận trong hoạt động trồng, chế biến và xuất khẩu nông sản của Việt Nam không cao so với các mặt hàng khác. Nền sản xuất với qui mô nhỏ là chủ yếu và chi phí trong lưu thông từ khâu sản xuất đến tiêu thụ các mặt hàng nông sản của Việt Nam còn tương đối cao, khiến cho khả năng cạnh tranh thực tế của hàng hóa nông sản Việt Nam bị giảm sút. Cho đến nay, về cơ bản sản xuất nông nghiệp của Việt Nam vẫn là phân tán, nhỏ lẻ và lạc hậu. Chưa có nhiều doanh nghiệp lớn tham gia vào sản xuất nông nghiệp, mô hình sản xuất lớn chưa phổ biến. Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, có khoảng 70% số hộ có quy mô sản xuất dưới 0,5ha, có khoảng 35% số hộ có quy mô đất sản xuất dưới 0,2ha... Hơn nữa, địa bàn sản xuất nông sản hàng hóa trải dài với chiều dài hơn 1.500 km, địa hình phức tạp, khó khăn trong phát triển hạ tầng giao thông.

- Các sản phẩm nông sản xuất khẩu của Việt Nam hiện nay chủ yếu là sản phẩm thô chưa qua chế biến. Lĩnh vực chế biến và bảo quản nông sản chủ yếu dừng lại ở mức sơ chế, các sản phẩm chất lượng cao còn chiếm tỷ trọng rất nhỏ. Sản xuất nông nghiệp thì theo thời vụ mà tiêu dùng lại quanh năm. Tỷ lệ chế biến của nông nghiệp Việt Nam hiện nay còn nhiều hạn chế: đối với rau quả mới chiếm 5%, đối với thịt chỉ chiếm khoảng 1%... Nông sản được tiêu thụ chủ yếu dưới dạng tươi, sống.

- Việc thực hiện và gắn kết qui hoạch sản xuất với thị trường còn nhiều hạn chế. Mặc dù qui hoạch phát triển sản xuất nhiều nhóm sản phẩm nông nghiệp chủ lực đã được nghiên cứu xây dựng và ban hành nhưng hiệu quả thực thi còn thấp, tình trạng phát triển tự phát còn phổ biến... Trong khi đó, công tác thông tin thị trường, cung cầu hàng hóa, đặc biệt là đối với mặt hàng mang tính mùa vụ cao, còn nhiều hạn chế.

- Công tác điều phối tạo thuận lợi hóa cho thương mại cửa khẩu chưa thực sự được triển khai mạnh mẽ, trong đó bao gồm cả vấn đề về hạ tầng thương mại, cả về công tác cải cách các thủ tục hành chính có liên quan tại cửa khẩu... Các qui định về hoạt động thương mại biên giới chưa thực sự được xây dựng và ban hành một cách có hệ thống và đầy đủ. Mặc dù Quyết định số 254/2006/QĐ-TTg qui định về quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung đường biên giới được Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 07 tháng 11 năm 2006, được sửa đổi bổ sung tại Quyết định số 139/2009/QĐ-TTg ngày 23 tháng 12 năm 2009 của Thủ tướng Chính phủ và mới đây được thay thế bằng Quyết định số 52/2015/QĐ-TTg ngày 20 tháng 10 năm 2015... song vẫn chưa thực sự đặt vấn đề một cách mạnh mẽ và ở tầm bao quát được hết các nội dung căn bản trong quản lý hoạt động thương mại biên giới tương xứng với vị trí, vai trò này trong phát triển kinh tế - thương mại nói chung của Việt Nam.

Một số đề xuất nhằm khai thác tiềm năng hợp tác kinh tế biên mậu Việt Nam - Trung Quốc và thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc thông qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Thứ nhất, vấn đề có thể coi là khó nhất trong phát triển kinh tế biên mậu của Việt Nam đó là vừa cần có sự ổn định, dài hơi nhưng cũng phải vừa có sự linh hoạt cao thông qua vai trò của chính quyền các tỉnh khu vực biên giới. Sở dĩ thời gian qua, chúng ta chưa thực sự có bước đầu tư, phát triển mạnh mẽ, chưa thực sự khai thác được tiềm năng thế mạnh của lĩnh vực hoạt động này cũng bởi nguyên nhân căn bản là chúng ta chưa thực sự có được một khung chiến lược, qui hoạch mang tính tổng thể lâu dài và ổn định để có thể hấp dẫn các nguồn lực trong xã hội yên tâm cùng đầu tư khai thác, phát triển, đặc biệt là các dự án đầu tư lớn mang tính trọng điểm, làm động lực cho phát triển. Vì vậy, rất cần có những rà soát, nghiên cứu từ phía các cơ quan của Chính phủ để xây dựng một khung chiến lược và qui hoạch tổng thể trong phát triển kinh tế biên mậu của Việt Nam với Trung Quốc, làm cơ sở để các chương trình, dự án cụ thể được thiết lập và thực hiện theo một qui hoạch tổng thể chung.

Thứ hai, vấn đề hạ tầng và kết nối hạ tầng vẫn luôn đóng vai trò đặc biệt quan trọng và cần được triển khai trước một bước để làm cơ sở cho các hoạt động khác cùng phát triển. Vấn đề được xác định ở đây là cần thúc đẩy việc hình thành tuyến giao thông chiến lược để kết nối các tỉnh Tây Nam Trung Quốc với Cao Bằng tới cảng Hải Phòng để từ đó mở ra thị trường ASEAN và thế giới. Theo đó, cặp cửa khẩu Trà Lĩnh (Việt Nam) - Long Bang (Trung Quốc) trong tương lai sẽ là đầu mối bắt nguồn tuyến giao thông đường bộ quốc tế từ các tỉnh Tây Nam, Trung Quốc qua cửa khẩu Trà Lĩnh đi ASEAN và quốc tế thông qua cảng Hải Phòng. Hệ thống này được thực hiện trên cơ sở kết nối từ hệ thống đường cao tốc từ Tây Nam, Trung Quốc đến cửa khẩu Trà Lĩnh và tuyến cao tốc Hà Nội - Lạng Sơn - cửa khẩu Trà Lĩnh (Cao Bằng) và tuyến Thái Nguyên - Bắc Kạn - Cao Bằng nếu được nâng cấp lên thành đường cao tốc thì sẽ rất thuận lợi cho việc hình thành tuyến giao thông nêu trên. Với chiều dài khoảng 1.100 km, khi tuyến đường này được hình thành sẽ tạo nên một hành lang giao thông vận tải bằng quốc tế bằng đường bộ cao tốc thông suốt và là tuyến đi ra biển ngắn nhất kết nối từ các tỉnh Tây Nam, Trung Quốc như Tứ Xuyên, Trùng Khánh, Quý Châu, Quảng Tây với các nước ASEAN và quốc tế. Cần sớm có nghiên cứu để báo cáo, đề xuất với Chính phủ xem xét, đưa tuyến giao thông đường bộ này vào Hiệp định vận tải đường bộ quốc tế ký kết giữa Chính phủ hai nước.

Bên cạnh đó, tuyến cao tốc Lạng Sơn - Hà Nội cần có phương án để sớm kết nối với Cao Bằng để tạo thành tuyến giao thông lưu chuyển hàng hóa trọng điểm Hải Phòng - Hà Nội - Lạng Sơn đến cửa khẩu Trà Lĩnh (Cao Bằng) - Bách Sắc (Quảng Tây) và từ đó kết nối với hệ thống đường cao tốc nối với khu vực Tây Nam Trung Quốc.

Thứ ba, nguồn lực đầu tư cho phát triển các loại hình kết cấu hạ tầng phục vụ cho phát triển kinh tế - thương mại khu vực biên giới đòi hỏi một khối lượng lớn. Trong điều kiện nguồn lực từ ngân sách và trung ương còn hạn chế thì giải pháp trọng tâm cần được xác định để tập trung triển khai trong thời gian tới là huy động đầu tư theo hình thức đối tác công tư (PPP). Khung khổ pháp lý cho hoạt động này mới đây đã được Chính phủ ban hành tại Nghị định số 15/2015/NĐ-CP ngày 14 tháng 02 năm 2015 của Chính phủ về đầu tư theo hình thức đối tác công tư. Tuy nhiên, để thực hiện được giải pháp này, yếu tố then chốt vẫn là cần phải có một định hướng, qui hoạch tổng thể thống nhất và ổn định lâu dài từ phía Chính phủ,

qua đó xác định được danh mục các dự án đầu tư trọng điểm để thu hút các nhà đầu tư cùng tham gia phát triển theo từng giai đoạn.

Thứ tư, bên cạnh các yếu tố về hạ tầng giao thông, các trung tâm dịch vụ hỗ trợ hoạt động thương mại hàng hóa cũng cần được xem là một trọng tâm trong giải pháp để khai thác hiệu quả hơn tiềm năng thương mại biên giới giữa Việt Nam và Trung Quốc. Theo đó, rất cần có sự xác định về mặt qui hoạch của Chính phủ và từ đó làm cơ sở thu hút các nguồn lực đầu tư phát triển các trung tâm hậu cần thương mại đủ lớn và có đủ năng lực để thực hiện các dịch vụ hậu cần thương mại đa dạng, kịp thời như dịch vụ kho bãi, bảo quản hàng hóa, dịch vụ phân loại, đóng gói hàng hóa, dịch vụ ngân hàng, hải quan... Trong đó, Cao Bằng cần được coi là một địa bàn trọng điểm để xác lập các trung tâm này. Đây có thể coi là giải pháp mang tính động lực và có thể tạo đột phá trong phát triển kinh tế biên mậu của Việt Nam với Trung Quốc trong thời gian tới.

Thứ năm, cần tiếp tục nhấn mạnh vai trò điều phối hợp tác liên vùng trong phát triển kinh tế biên mậu, đặc biệt là thông qua vai trò của Ban Chỉ đạo Tây Bắc. Theo đó, cần xác định cơ chế, lộ trình, bước đi cụ thể trong phối hợp đầu tư, phối hợp phát triển các hoạt động hợp tác, kết nối thương mại giữa các địa phương khu vực Tây Bắc, tạo nên chuỗi liên kết giá trị bền chặt của Vùng và từ đó thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa nói chung và nông sản nói riêng sang thị trường Trung Quốc một cách bền vững.

Thứ sáu, đẩy mạnh công tác thông tin thị trường, đặc biệt thông tin chính xác, kịp thời về tình hình cung cầu các mặt hàng nông sản có tính mùa vụ cao tới các địa phương vùng sản xuất và các doanh nghiệp thu mua, kinh doanh xuất khẩu, tạo sự chủ động trong tổ chức kế hoạch xuất khẩu đạt hiệu quả cao hơn. Cùng với đó, kết hợp với việc đẩy mạnh thực hiện giải pháp đầu tư hình thành các trung tâm hậu cần thương mại có qui mô và năng lực đủ mạnh để hỗ trợ trong các khâu tập kết, phân loại, bảo quản, phân luồng hàng hóa hợp lý.

Thứ bảy, khẩn trương thực hiện việc nghiên cứu, xây dựng Đồ án qui hoạch chung khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng theo tinh thần chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Quyết định số 20/2014/QĐ-TTg ngày 11 tháng 3 năm 2014 nhằm tạo cơ sở quan trọng cho công tác thu hút nguồn lực đầu tư, phát triển đồng bộ, hiệu quả hệ thống hạ tầng và khai thác được tiềm năng, thế mạnh của Cao Bằng trong hoạt động hợp tác phát triển với Trung Quốc nói chung và xuất khẩu các mặt hàng nông sản nói riêng của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc./.

Tài liệu tham khảo

1. Luật Thương mại 2005
2. Nghị định 55/2015/NĐ-CP ngày 9/6/2015 quy định về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn.
3. Nghị định 112/2014/NĐ-CP ngày 21 tháng 11 năm 2014 của Chính phủ về quản lý cửa khẩu biên giới đất liền.
4. Nghị định 187/2013/NĐ-CP ngày 20 tháng 11 năm 2013 quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài.

5. Nghị định 210/2013/NĐ-CP ngày 19/12/2013 quy định về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn.
6. Nghị định 23/2007/NĐ-CP ngày 12 tháng 02 năm 2007 quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam.
7. Nghị định 90/2007/NĐ-CP ngày 31 tháng 05 năm 2007 quy định về quyền xuất khẩu, quyền nhập khẩu của thương nhân nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam.
8. Nghị định 72/2006/NĐ-CP ngày 25/7/2006 quy định chi tiết Luật Thương mại về văn phòng đại diện, chi nhánh của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam, chi nhánh được tiến hành hoạt động ghi trong Giấy phép thành lập.
9. Quyết định số 52/2015/QĐ-TTg ngày 20/10/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung biên giới.
10. Quyết định số 20/2014/QĐ-TTg ngày 11 tháng 3 năm 2014 về việc thành lập khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng.
11. Quyết định 899/QĐ-TTg ngày 10/6/2013 quyết định phê duyệt Đề án “Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững.
12. Quyết định 68/2013/QĐ-TTg ngày 14/11/2013 quyết định về chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất trong nông nghiệp.
13. Quyết định 62/2013/QĐ-TTg ngày 10/12/2013 quy định về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn.
14. Quyết định 01/2012/QĐ-TTg về Việc ban hành Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung ngày 13/1/2012.
15. Báo cáo số 1344/SCT-QLTM, ngày 09/12/2015 của Sở Công Thương Cao Bằng về Tình hình xuất nhập khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu Biên giới tỉnh Cao Bằng.

XUẤT NHẬP KHẨU NÔNG SẢN SANG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG - THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP

农产品经高平省销往中国市场的现状与解决方案

PGS, TS Đỗ Thị Ngọc
Trường Đại học Thương mại
商业大学博士, 副教授 杜氏玉

Tóm tắt

Thực chất của thương mại qua biên giới là gì? Phát triển nó ra sao? Chính sách mặt hàng xuất nhập khẩu, chính sách thuế, hạn ngạch ra sao? Cần có giải pháp nào thúc đẩy hoạt động biên mậu Việt Nam - Trung Quốc? Cho đến nay các vấn đề trên chỉ mới được đề cập đến theo từng khía cạnh trên các bài báo đơn lẻ mang tính chất phản ánh hiện tượng, vì vậy, để có một cách nhìn tương đối hệ thống, đánh giá toàn diện và đầy đủ hơn về mảng hoạt động quan trọng này trong quan hệ hai nước, bài viết tập trung vào việc đánh giá thực trạng và tiềm năng xuất khẩu nông sản của nước ta sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng, đồng thời đề xuất một số hàm ý chính sách để thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc qua địa bàn Tỉnh Cao Bằng thời gian tới.

Từ khóa: Nông sản, hàng hóa, Xuất nhập khẩu (XNK); cửa khẩu, mặt hàng, kim ngạch XNK

摘要

跨境贸易本质如何? 如何开发其? 进出口政策、税务政策、配额如何? 需要什么措施来促进越南中国边贸活动? 至今以上的问题只是单纯是在一些报纸上带有反映现象性的文章。因此为了给两国关系之间这么重要的活动一个全面齐全的看法与评价, 本文集中将越南农产品经高平省销往中国市场的现状与潜能进行分析, 同时提出未来该活动的一些功能政策。

关键词: 农产, 产品, 进出口, 口岸, 货物, 进出口金额

1. Đặt vấn đề

Thương mại quốc tế qua biên giới phía Bắc là một bộ phận cấu thành rất quan trọng trong hệ thống ngoại thương nước ta. Từ cuối năm 1988, sau khi có Thông báo số 118-TB/TW ngày 19/11/1988 của Ban Bí thư Trung ương Đảng cho phép dân cư hai bên biên giới được qua lại thăm thân và trao đổi hàng tiêu dùng thiết yếu phục vụ sinh hoạt thì buôn bán qua biên giới trở thành vấn đề thời sự nóng bỏng. Những năm sau đó, buôn bán qua biên giới mỗi năm một phát triển với tốc độ nhanh chóng. Hàng hóa thông thương qua biên giới Việt - Trung ngày càng có vai trò to lớn trong đời sống kinh tế nước ta. Hiện nay thật khó tưởng tượng nhịp sống của nhân dân ta, nhịp sản xuất của các cơ sở sản xuất của chúng

ta mà thiếu hoạt động kinh tế của thị trường phía Bắc nói chung và các tỉnh biên giới vùng Đông Bắc nói riêng. Phía Trung Quốc, thương mại quốc tế vùng biên giới với các nước láng giềng cũng được coi là một bộ phận quan trọng nằm trong chính sách mở cửa từ cuối những năm 1970. Đối với biên giới Việt - Trung, từ đầu những năm 1980, Chính phủ Trung Quốc trung ương cũng như địa phương đã có những bước chuẩn bị để buôn bán với Việt Nam. Họ đã củng cố cơ sở hạ tầng, đường sá, nhà kho và xây dựng các ngân hàng biên giới. Hệ thống chỉ đạo gồm ba cấp từ trên xuống: Ban Việt Nam, Ban Biên mậu và Văn phòng Cửa khẩu. Một số thị trấn quan trọng như Đông Hưng, Bằng Tường... được xây dựng thành các trung tâm thương mại sản xuất để làm các đầu mối buôn bán qua biên giới với Việt Nam. Hệ thống này được đặt dưới sự kiểm soát chặt chẽ bằng luật pháp đến mức hầu như mọi quy định lớn nhỏ đều được thực hiện. Đứng trước một đối tượng có tiềm lực kinh tế lớn và tuy trình độ kỹ thuật sản xuất không hơn ta nhiều nhưng được quản lý chặt chẽ, thương mại quốc tế vùng biên phía Bắc nói chung và các tỉnh biên giới vùng Đông Bắc nói riêng hiện đang hàm chứa nhiều vấn đề lý luận và thực tiễn quan trọng.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu của đề tài

Là một trong những lĩnh vực thành công trong quan hệ Việt Nam - Trung Quốc, hợp tác kinh tế thương mại thời gian qua đã có bước phát triển mạnh mẽ, liên tục tăng trưởng với tốc độ khá cao, Trung Quốc đã trở thành một đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam. Phát huy lợi thế có chung đường biên giới, trong những năm qua, 7 tỉnh biên giới Việt Nam là Quảng Ninh, Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang, Lào Cai, Lai Châu, Điện Biên và 2 tỉnh biên giới Trung Quốc là Vân Nam và Quảng Tây đã chủ động hợp tác phát triển kinh tế. Nghiên cứu về thương mại qua biên giới nói chung và hoạt động buôn bán qua biên giới giữa Việt Nam với Trung Quốc nói riêng đã trở thành đề tài thu hút sự quan tâm của các nhà kinh tế. Có thể kể ra một số công trình tiêu biểu sau:

Nguyễn Thị Kim Dung, Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (Chủ nhiệm đề tài cấp Bộ 1999): *"Những vấn đề lý luận và thực tiễn trong xây dựng cơ chế chính sách và các biện pháp quản lý kinh tế đặc thù đối với khu vực cửa khẩu trên bộ phía Bắc Việt Nam"*. Tác giả khẳng định rằng, giao lưu kinh tế qua biên giới là sự thể hiện xu thế hội nhập kinh tế giữa các nước gần nhau về vị trí địa lý, thực hiện mục tiêu mở rộng hợp tác kinh tế giữa các nước láng giềng. Đồng thời tác giả cho rằng, hoạt động giao lưu kinh tế qua cửa khẩu cũng là một yếu tố cấu thành của các hoạt động kinh tế đối ngoại. Việc phát triển giao lưu đó mang lại lợi ích kinh tế đáng kể thông qua đẩy mạnh các hoạt động thương mại qua biên giới đồng thời cũng để thực hiện chủ trương cải cách kinh tế của Đảng là khẳng định nguyên tắc độc lập, chủ quyền, bình đẳng và cùng có lợi trong phát triển kinh tế đối ngoại; đa phương hóa, đa dạng hóa các hoạt động kinh tế đối ngoại; khai thác có hiệu quả lợi thế trong phân công lao động quốc tế.

Đề tài khoa học cấp Bộ: *"Một số giải pháp nhằm phát triển thương mại hàng hóa Việt Nam - Trung Quốc qua biên giới trên bộ thời kỳ đến 2005"*, do tác giả Phạm Thị Cải làm chủ nhiệm cho thấy: Phát triển thương mại hàng hóa Việt Nam - Trung Quốc qua biên giới trên bộ là chủ trương của cả Chính phủ Trung Quốc và Chính phủ Việt Nam. Chủ trương mở cửa thị trường khu vực biên giới trên bộ giữa Việt Nam và Trung Quốc của các Chính phủ đã được không chỉ các tỉnh có chung biên giới Việt - Trung mà cả các tỉnh khác của hai nước rất quan tâm. Thực hiện định hướng phát triển kinh tế đối ngoại, mở cửa biên giới, phát triển thị trường khu vực biên giới trên bộ giữa hai nước của Chính phủ Việt Nam và Chính phủ

Trung Quốc, các doanh nghiệp của cả hai nước đang từng bước tăng cường hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa qua biên giới trên bộ với mục tiêu phát triển kinh tế thương mại của các địa phương có biên giới, đồng thời phát triển kinh tế thương mại của các tỉnh khác trong cả nước Việt Nam và Trung Quốc cũng như đẩy mạnh thương mại hàng hóa để phát triển quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước.

Tác giả Nguyễn Đăng Ninh trong "*Đổi mới quản lý nhà nước về hoạt động xuất nhập khẩu trên địa bàn các tỉnh biên giới Việt Nam - Trung Quốc*", NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, 2004, khẳng định, cùng với quá trình cải cách và mở cửa, trên cơ sở nhận thức vai trò của hoạt động kinh tế biên mậu mà trọng tâm là việc thúc đẩy giao lưu kinh tế qua các cửa khẩu trên bộ, Chính phủ Việt Nam đã ban hành hàng loạt các chính sách có liên quan để hỗ trợ cho quá trình này. Các chính sách thúc đẩy biên mậu đã có tác động tích cực tới sự phát triển kinh tế của các tỉnh biên giới; trong đó các khu kinh tế cửa khẩu có vai trò nổi bật đối với việc thúc đẩy các hoạt động thương mại, dịch vụ, du lịch; do đó đã có những đóng góp to lớn vào sự tăng trưởng kinh tế của các khu vực này.

"*Đề án phát triển biên mậu Việt Nam - Trung Quốc thời kỳ 2006 - 2010*" của Bộ Công Thương nhận định: Trung Quốc là một nước đang phát triển có dân số lớn nhất thế giới, kinh tế phát triển vào loại nhanh nhất thế giới. Ngay từ những ngày đầu cải cách mở cửa, Trung Quốc đã có một chiến lược khá toàn diện trong việc phát triển biên mậu, cho đến ngày nay đang tham gia sâu vào thể chế kinh tế thế giới nhưng về cơ bản vẫn duy trì những chính sách đó. Các chính sách biên mậu của Trung Quốc đã trở thành một bộ phận quan trọng trong chính sách thương mại, và là một động lực thúc đẩy kinh tế vùng biên giới, miền núi phát triển, góp phần xóa đói giảm nghèo; đồng thời Trung Quốc luôn nắm thế chủ động trong biên mậu với các nước có chung biên giới. Đối với Việt Nam, mặc dù Nhà nước ta vẫn có những văn bản điều chỉnh chính sách về biên mậu, nhưng nhìn chung do chưa có một cơ quan chuyên trách về biên mậu nên những chính sách về biên mậu thường không đồng bộ. Mặt khác, việc Việt Nam chưa có một chiến lược biên mậu lâu dài với Trung Quốc sẽ dẫn đến tình trạng quan hệ biên mậu luôn bị động, không có khả năng thích ứng nhanh với những thay đổi của nền kinh tế Trung Quốc để có thể khai thác tối đa lợi thế so sánh và hạn chế rủi ro.

Tóm lại, qua đánh giá sơ bộ tình hình nghiên cứu có thể thấy rằng, các công trình nghiên cứu đã đề cập đến một số khía cạnh trong quan hệ thương mại Việt - Trung. Những công trình nghiên cứu tình hình và triển vọng xuất nhập khẩu nông sản sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng hiện nay khá nhiều, chủ yếu là các bài viết, các tọa đàm về tiềm năng và việc xúc tiến xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng để phát huy thế mạnh kinh tế của tỉnh.

3. Phương pháp nghiên cứu và những cơ sở pháp lý

Việc thu thập dữ liệu của bài viết chủ yếu từ nguồn dữ liệu thứ cấp, bao gồm: các báo cáo tình hình kinh tế, xã hội của tỉnh Cao Bằng qua các năm từ 2010 đến năm 2014; dữ liệu thống kê về kim ngạch xuất nhập khẩu của Sở Công Thương tỉnh Cao Bằng từ năm 2009 đến năm 2014; Báo cáo hoạt động thị trường của Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công thương; Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2016-2020, định hướng phát triển tới năm 2025; các thông tin của các cơ quan chuyên môn như VCCI, Vinatrade, Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công thương. Bên cạnh đó, tác giả bài viết phỏng vấn các cán bộ, chuyên viên của Viện Nghiên cứu thương mại - Bộ Công thương (1 người); Chuyên viên phụ trách về xuất nhập khẩu và thương mại biên giới của Sở Công thương tỉnh

(1 người) để có được những thông tin sơ cấp phục vụ cho việc đưa ra những nhận định về thực trạng xuất nhập khẩu nông sản qua Trung Quốc và đề xuất những hàm ý giải pháp cho bài viết.

Việc phân tích dữ liệu chủ yếu sử dụng phương pháp thống kê đơn giản, có sử dụng các bảng tính excel, sử dụng bảng, biểu để trình bày những kết quả thống kê, làm cơ sở cho việc khái quát, tổng kết, so sánh để đưa ra những kết luận, nhận định khách quan cho bài viết.

4. Thực trạng xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng

4.1. Khái quát tình hình kinh tế - xã hội tỉnh Cao Bằng

Khái quát về điều kiện tự nhiên, địa lý và lợi thế phát triển kinh tế của Tỉnh

Cao Bằng là tỉnh miền núi, biên giới nằm ở phía đông Bắc của Tổ quốc, có diện tích tự nhiên 6.690,72 km², chiếm 2,12% diện tích cả nước. Phía Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc), phía Tây giáp tỉnh Hà Giang và Tuyên Quang, phía Nam giáp tỉnh Bắc Kạn, phía Đông Nam giáp tỉnh Lạng Sơn. Là tỉnh miền núi vùng cao biên giới, xa các trung tâm kinh tế lớn của vùng Đông Bắc và cả nước nhưng Cao Bằng lại có ba cửa khẩu là Tà Lùng, Hùng Quốc và Sóc Hà. Đây là lợi thế quan trọng, tạo điều kiện cho tỉnh giao lưu kinh tế với bên ngoài, nhất là Trung Quốc.[4]

Cao Bằng có 332 km đường biên giới giáp với tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc, với 03 cửa khẩu chính (Tà Lùng, Trà Lĩnh, Sóc Giang), 03 cửa khẩu phụ (Pò Peo, Lý Vạn, Bí Hà), ngoài ra còn có các cặp chợ, điểm thông quan, lối mở biên giới. Hiện nay, tỉnh Cao Bằng đã quy hoạch và đang xây dựng 3 khu kinh tế cửa khẩu là Tà Lùng, Trà Lĩnh, Sóc Giang; trong đó quy hoạch thị trấn Tà Lùng với mục tiêu xây dựng hình thành một đô thị biên giới hiện đại, văn minh. Hình thành các phân khu chức năng chủ yếu như: khu quản lý nhà nước; khu thương mại quốc tế; khu thương mại nội địa; khu công nghiệp chế biến lắp ráp; khu ở và các trung tâm phục vụ công cộng. Đó là điều kiện thuận lợi cho việc giao lưu hợp tác phát triển kinh tế giữa tỉnh Cao Bằng với tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc, nhất là trên các lĩnh vực thương mại, du lịch, dịch vụ,...

Địa hình Cao Bằng chia cắt mạnh và phức tạp, hình thành 4 tiểu vùng kinh tế sinh thái: tiểu vùng núi đá vôi ở phía Bắc và Đông Bắc chiếm 32%, tiểu vùng núi đất ở phía Tây và Tây Nam chiếm 18%, tiểu vùng núi đất thuộc thượng nguồn sông Hiến chiếm 38%, tiểu vùng bồn địa thành phố Cao Bằng và huyện Hoà An dọc sông Bằng chiếm 12% diện tích tự nhiên của tỉnh.

Khí hậu Cao Bằng mang tính nhiệt đới gió mùa lục địa núi cao và có đặc trưng riêng so với các tỉnh miền núi khác thuộc vùng Đông Bắc. Có tiểu vùng có khí hậu á nhiệt đới. Đặc điểm này đã tạo cho Cao Bằng những lợi thế để hình thành các vùng sản xuất cây, con phong phú đa dạng, trong đó có những cây đặc sản như dẻ hạt, hồng không hạt, đậu tương có hàm lượng đạm cao, thuốc lá, chè đắng... mà nhiều nơi khác không có điều kiện phát triển.

Hiện nay, toàn tỉnh có khoảng 140.942 ha đất có khả năng phát triển nông nghiệp, chiếm 21% diện tích tự nhiên. Phần lớn đất được sử dụng để phát triển cây hàng năm, chủ yếu là cây lương thực, cây ăn quả, cây công nghiệp còn ít. Hiệu quả sử dụng đất còn thấp, hệ số sử dụng đất mới đạt khoảng 1,3 lần. Đất có khả năng phát triển lâm nghiệp có khoảng 408.705 ha, chiếm 61,1% diện tích tự nhiên, trong đó rừng tự nhiên khoảng 248.148 ha, rừng trồng 14.448 ha, còn lại là đất trống, đồi núi trọc. Với phương thức nông lâm kết hợp, căn cứ độ dốc và tầng đất mặt đối với diện tích đất trống đồi núi trọc có thể trồng cây công nghiệp,

cây ăn quả, cây đặc sản và chăn nuôi gia súc kết hợp với trồng rừng theo mô hình trang trại. Các loại đất chuyên dùng, đất xây dựng khu công nghiệp, đất xây dựng đô thị và đất xây dựng khác còn nhiều. Tỉnh cần có kế hoạch quản lý, sử dụng các loại đất trên cho hiệu quả, tạo thêm nguồn lực quan trọng để phát triển.

Hiện trên địa bàn tỉnh chủ yếu là rừng nghèo, rừng non mới tái sinh, rừng trồng và rừng vầu nên trữ lượng gỗ ít. Rừng tự nhiên còn một số gỗ quý như nghiến, sến, tô mộc, lát nhưng không còn nhiều, dưới tán rừng còn có một số loài đặc sản quý như sa nhân, bạch truật, ba kích, hà thủ ô và một số loài thú quý hiếm như: gấu, hươu, nai, và một số loài chim...Mấy năm gần đây, nhờ có chủ trương và chính sách xã hội hoá nghề rừng, giao đất giao rừng, thực hiện chương trình 327, chương trình 5 triệu ha rừng, PAM 5322 và trồng rừng quốc gia nên tài nguyên rừng đang dần được phục hồi, độ che phủ rừng đạt 40% năm 2000, 45% năm 2002, lập lại thế cân bằng sinh thái. Trữ lượng gỗ, lâm sản tăng lên sẽ có những đóng góp cho nền kinh tế tỉnh trong tương lai.

Cao Bằng có nguồn tài nguyên khoáng sản đa dạng, đến cuối năm 1999, trên địa bàn tỉnh đã đăng ký 142 mỏ và điểm quặng với 22 loại khoáng sản. Đáng kể nhất là quặng sắt trữ lượng hàng nghìn triệu tấn, có nhiều công dụng trong sản xuất vật liệu xây dựng. Số liệu điều tra địa chất hiện có đã cho phép Cao Bằng hoạch định quy hoạch phát triển khai thác và chế biến đối với các khoáng sản nêu trên. Đồng thời cần tiếp tục điều tra thăm dò chi tiết hơn đối với các khoáng sản còn tiềm năng như vàng, đolômít, thạch anh, antimon, vofram...

Về lợi thế phát triển kinh tế xuất nhập khẩu, Cao Bằng có nhiều cửa khẩu thông thương với Trung Quốc tạo thuận lợi giao lưu, mở rộng thị trường xuất nhập khẩu hàng hoá. Bên cạnh đó nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, đa dạng cũng là tiền đề để phát triển ngành công nghiệp của tỉnh. Đất nông - lâm nghiệp còn tiềm năng chưa được khai thác, đất vườn tạp còn nhiều, khả năng thâm canh tăng vụ còn lớn. Đó là các cơ sở và cũng là điều kiện cho phép phát triển một nền nông nghiệp hiệu quả. Với những đặc điểm địa hình, đất đai, nguồn nước và khí hậu đã tạo cho Cao Bằng có điều kiện phát triển một nền nông, lâm nghiệp đa dạng, phong phú với nhiều loại cây, con sinh trưởng và phát triển tốt cho sản phẩm có giá trị hàng hoá cao, được thị trường trong và ngoài nước ưa chuộng. Nhân dân các dân tộc Cao Bằng có truyền thống cách mạng, yêu nước, đoàn kết xây dựng quê hương

Cao Bằng có nhiều tiềm năng về du lịch cả tự nhiên và nhân văn với những di tích lịch sử, văn hoá được xếp hạng như di tích Pắc Bó, Lam Sơn, khu rừng Trần Hưng Đạo, khu di tích lịch sử Đông Khê, hầm pháo đài thị xã, thác Bản Dốc, động Ngườm Ngao, hồ Thang Hen...và các cửa khẩu. Ngoài ra tỉnh còn có nhiều dân tộc với truyền thống văn hoá, lễ hội đa dạng, độc đáo, sẽ là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch.

4.2. Thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu nông sản sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng những năm qua

Tình hình xuất nhập khẩu hàng hóa nói chung

Những năm gần đây, mối quan hệ hợp tác hữu nghị giữa tỉnh Cao Bằng với tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc đã đạt được những kết quả tích cực; các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá, đầu tư, quan hệ giao lưu thể thao - văn nghệ - du lịch ngày càng được mở rộng và phát triển.

Dưới sự chỉ đạo sát sao của Tỉnh uỷ, HĐND, UBND tỉnh và sự phối hợp của các cấp, các ngành liên quan đã giải quyết kịp thời những vấn đề nảy sinh trong hoạt động

thương mại biên giới và đang bước thực hiện cải cách thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động đầu tư, sản xuất, kinh doanh tại các cửa khẩu. Công tác xúc tiến thương mại qua biên giới, hợp tác kinh tế đối ngoại, cũng được quan tâm thông qua việc tổ chức các cuộc hội đàm, hội thảo bàn về hợp tác phát triển kinh tế, tăng cường gặp gỡ giao lưu hữu nghị giữa các đoàn địa phương 02 nước. Tỉnh Cao Bằng cũng đã triển khai thỏa thuận hợp tác phát triển kinh tế với các thành phố của Trung Quốc như: thành phố Sùng Tả, Bách Sắc thuộc tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc. Tổ chức các đoàn doanh nghiệp đi tham quan, học hỏi kinh nghiệm, tìm kiếm cơ hội hợp tác đầu tư, thương mại, du lịch; mời các doanh nhân, doanh nghiệp 02 nước tham gia các chương trình hội chợ, lễ hội được luân phiên tổ chức giữa 02 bên. Tổ chức, mời thương nhân tham gia hội chợ thảo luận tại huyện Tịnh Tây, hội chợ quốc tế Trung - Việt tại huyện Long Châu (Quảng Tây - Trung Quốc); hội chợ thương mại quốc tế Cao Bằng, tại thị xã Cao Bằng (Việt Nam). Các hội chợ đã thu hút được nhiều doanh nghiệp 02 nước tham gia, góp phần tích cực trong việc mở rộng giao lưu hợp tác kinh tế. Tổ chức cho các đoàn đại biểu kinh tế của tỉnh sang thành phố Sùng Tả - Quảng Tây để giao lưu gặp gỡ, hợp tác phát triển kinh tế; tại các cuộc hội đàm, hội thảo hai bên đã bàn bạc đi sâu về các vấn đề: Hợp tác phát triển công nghiệp, thương mại, xây dựng cơ sở hạ tầng cửa khẩu, mậu dịch biên giới,... cùng nhau tăng cường hợp tác thúc đẩy phát triển kinh tế giữa hai địa phương.

Để đẩy mạnh quan hệ giao lưu hợp tác kinh tế, thương mại với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc) tỉnh Cao Bằng đã ban hành cơ chế chính sách ưu đãi đầu tư, cải cách thủ tục hành chính, tạo dựng môi trường đầu tư thông thoáng, thuận lợi cho các nhà đầu tư sản xuất, kinh doanh. Do đó, đã có một số nhà đầu tư trong nước và nước ngoài đến các khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng đầu tư vào chế biến khoáng sản, chế biến nông lâm sản và cả thương mại, dịch vụ. Đến nay một số dự án đã hoàn thành đưa vào hoạt động; nhìn chung hoạt động thương mại biên giới đã bắt đầu có bước khởi sắc; hoạt động hội chợ, quảng bá, xúc tiến thương mại được tăng cường và mở rộng; kim ngạch xuất nhập khẩu qua các cửa khẩu trên địa bàn không ngừng tăng qua các năm. (Bảng 1); [7]

Theo báo cáo tình hình thực hiện kinh tế - xã hội của tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2011-2015 về hoạt động xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh: Với lợi thế là một tỉnh biên giới, các khu kinh tế cửa khẩu đang được quan tâm đầu tư phát triển. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh các năm gần đây tăng bình quân 27%/năm; các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là hàng nông lâm sản; mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là máy móc thiết bị, hoa quả tươi, phân bón, hàng công nghiệp tiêu dùng. Năm 2011 đạt 348,771 triệu USD, năm 2015 ước đạt 654 triệu USD, tốc độ tăng bình quân 30,9%/năm. Trong đó: Kim ngạch xuất khẩu tăng 18,7%/năm, kim ngạch nhập khẩu tăng 32,7%/năm.[4]

Bảng 1: Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn tỉnh Cao Bằng từ 2010-2014

Đơn vị tính: USD

STT	Cửa khẩu	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tạm nhập	Tái xuất	Kho ngoại quan	Trao đổi cư dân biên giới	Tổng
I	Năm 2010	121.591.532,90	81.271.403,40	8.278,00	1.335.393,10	0,00	28.988,90	204.235.596,30
1	Cửa khẩu quốc tế							0,00
2	Cửa khẩu chính	105.350.707,90	74.883.491,90	8.278,00	1.335.393,10		28.988,90	181.606.859,80
3	Cửa khẩu phụ	15.871.764,90	3.633.616,60					19.505.381,50
4	Lối mở	369.060,10	2.754.294,90					3.123.355,00
II	Năm 2011	221.314.698,50	127.457.083,70	7.900.374,30	6.918.268,60	0,00	107.977,30	363.698.402,40
1	Cửa khẩu quốc tế							0,00
2	Cửa khẩu chính	200.155.662,70	125.889.700,00	7.900.374,30	6.918.268,60		107.977,30	340.971.982,90
3	Cửa khẩu phụ	17.428.528,30	1.424.392,70					18.852.921,00
4	Lối mở	3.730.507,50	142.991,00					3.873.498,50
III	Năm 2012	200.648.028,00	47.452.432,00	0,00	0,00	0,00	0,00	248.100.460,00
1	Tà Lùng	182.582.303,00	22.029.132,00					204.611.435,00
2	Trà Lĩnh	2.098.220,00	19.822.584,00					21.920.804,00
3	Sóc Giang	851.193,00	368.921,00					1.220.114,00
4	Lý Vạn	8.606.831,00	0,00					8.606.831,00
5	Pồ Peo	2.855.430,00	5.194.296,00					8.049.726,00
6	Bí Hà	2.113.533,00	0,00					2.113.533,00
7	Nà Lạn	1.540.518,00	37.499,00					1.578.017,00

STT	Cửa khẩu	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tạm nhập	Tái xuất	Kho ngoại quan	Trao đổi cư dân biên giới	Tổng
IV	Năm 2013	140.950.453,00	76.983.357,00	256.946.855,00	2.248.139,00	32.737.754,00	0,00	509.866.558,00
1	Tà Lùng	92.699.390,00	59.489.336,00	247.536.415,00	1.315.527,00	32.737.754,00		433.778.422,00
2	Trà Lĩnh	3.877.400,00	15.015.543,00	9.410.440,00	932.612,00			29.235.995,00
3	Sóc Giang	0,00	64.139,00					64.139,00
4	Lý Vạn	1.044.032,00	0,00					1.044.032,00
5	Pò Peo	2.208.009,00	2.335.010,00					4.543.019,00
6	Bí Hà	855.803,00	0,00					855.803,00
7	Nà Lạn	40.265.819,00	79.329,00					40.345.148,00
V	Năm 2014	52.571.325,00	75.480.216,00	113.058.055,00	6.618.158,00	177.469.408,00	0,00	425.197.162,00
1	Tà Lùng	43.767.439,00	34.115.558,00	66.948.947,00	6.588.271,00	177.469.408,00		328.889.623,00
2	Trà Lĩnh	397.553,00	22.081.327,00	46.109.108,00	29.887,00			68.617.875,00
3	Sóc Giang	79.200,00	12.451,00					91.651,00
4	Lý Vạn	138.379,00	14.990.447,00					15.128.826,00
5	Pò Peo	197.500,00	2.709.557,00					2.907.057,00
6	Bí Hà	1.378.728,00	1.570.876,00					2.949.604,00
7	Nà Lạn	6.612.526,00	0,00					6.612.526,00
TỔNG (I-V)		737,076,037,40	408.644.492,10	377.913.562,30	17.119.958,70	210.207.162,00	136.966,20	1.751.098.178,70

Nguồn: Sở Công Thương tỉnh Cao Bằng [5]

Theo báo cáo hoạt động XNK và thương mại biên giới của Bộ Công Thương, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới của tỉnh Cao Bằng với Trung Quốc trong 11 tháng đầu năm 2015 là 46.528.746 USD.

Thứ nhất, trong giai đoạn 2006 đến 2010, kim ngạch xuất nhập khẩu sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng phát triển ngày càng mạnh từng năm, thậm chí có những năm tăng lên đột biến. Kim ngạch XNK năm 2010 tăng gấp 5 lần so với năm 2006 (40 triệu USD năm 2006 và 200 triệu USD năm 2010).[3] Đến năm 2011, con số này tăng đột biến và gấp 1,72 lần số cùng kỳ năm 2010, tăng 209% so với kế hoạch.

Thứ hai, hàng hóa XNK chủ yếu được thông thương qua hai cửa khẩu chính là Tà Lùng và Trà Lĩnh (chiếm 88%) kim ngạch XNK của cả tỉnh. Đối với các cửa khẩu phụ, lối mở, chủ yếu kim ngạch XNK do phát sinh các mặt hàng được thực hiện theo Quyết định của tỉnh và của Bộ Công Thương như than cốc, than mỡ, phân bón các loại...

Thứ ba, tỷ lệ hàng hóa XNK trên địa bàn tỉnh so với các hàng hóa xuất qua địa bàn tỉnh còn thấp. Có thể thấy tỷ lệ này qua Bảng 2 dưới đây. [3]

Bảng 2: Kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn tỉnh Cao Bằng, giai đoạn 2006 - 2012

Năm	Kim ngạch XNK (1000USD)	(%) so với kim ngạch XNK qua địa bàn tỉnh
2006	29.368	79,6
2007	26.120	48,3
2008	53.948	39,7
2009	23.516	14,3
2010	15.255	7,6
2011	11.894	3,4
2012	13.540	4,5

Nguồn: Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội tỉnh Cao Bằng [3]

So sánh số liệu XNK qua địa bàn với số liệu XNK trên địa bàn tỉnh Cao Bằng cho thấy giá trị hàng hóa do tỉnh Cao Bằng sản xuất và trực tiếp tham gia XNK qua biên giới Trung Quốc rất nhỏ bé. Nguyên nhân là do Cao Bằng chưa có sản phẩm chủ lực tham gia xuất khẩu. Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là hàng nông, lâm, thổ sản thô, giá trị thấp. Trong các năm 2008, 2009 Cao Bằng có sản phẩm quặng sắt xuất khẩu đôi lưu than mỡ để sản xuất than cốc, nhưng sang các năm 2010, 2011, các mặt hàng này không được phép xuất nữa. Việc nhập khẩu trên địa bàn chủ yếu là các mặt hàng phục vụ nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của tỉnh như phân đạm, vải, hàng điện tử, máy móc, thiết bị...

Hoạt động xuất nhập khẩu hàng nông sản với Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng

Kim ngạch xuất nhập khẩu các mặt hàng nông sản sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng được thể hiện trong bảng 3 dưới đây:

Bảng 3: Kim ngạch xuất nhập khẩu nông sản sang Trung Quốc qua địa bàn tỉnh Cao Bằng, giai đoạn 2006 - 2015

Đơn vị tính: USD

Năm	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tổng
2006	0	3.205.869	3.205.869
2007	0	4.072.922	4.072.922
2008	53.264.740	5.561.046	58.825.786
2009	100.956.664	6.712.272	107.668.936
2010	91.625.549	5.922.914	97.548.463
2011	141.974.810	2.863.941	144.838.751
2012	120.282.274	5.564.900	125.847.174
2013	90.665.898	0	90.665.898
2014	47.538.746	0	47.538.746
11 tháng đầu năm 2015	46.528.746	0	46.528.746
Tổng cộng	644.899.427	33.903.864	726.741.291

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ số liệu của Sở Công Thương tỉnh Cao Bằng [5]

Theo bảng dữ liệu trên, các mặt hàng nông sản được xuất, nhập khẩu qua tỉnh Cao Bằng ngày càng được đa dạng, phong phú hơn. Năm 2006, còn chủ yếu là nhập các mặt hàng như đỗ xanh (1.527.314) và đỗ tương (1.678.555); năm 2007 nhập các mặt hàng gồm: thuốc lá (903.231); hoa quả (71.001); đỗ xanh (1.571.637); đỗ tương (1.527.054); năm 2008, mặt hàng xuất duy nhất là hạt điều, một số mặt hàng nhập khẩu là thuốc lá, bột mì, đỗ xanh, đỗ tương; năm 2009 mặt hàng xuất duy nhất là hạt điều, một số mặt hàng nông sản được nhập như thuốc lá (6.096.357), đỗ tương (615.915); năm 2010 mặt hàng xuất gồm các loại hạt điều (88.111.548); gạo (2.013.059); dầu mỡ (1.500.942); nhập thuốc lá; năm 2011 đã đa dạng hóa các sản phẩm xuất như các loại nông sản như đường, hạt điều, dầu mỡ động thực vật, lông vịt, các loại thuốc lá, đỗ xanh, đỗ tương, hạt hướng dương; năm 2012, xuất tập trung vào các loại hạt điều, mía cây, gạo, lông vịt, riêng gạo đã tới 9.107.157 USD; và nhập chủ yếu là thuốc lá; năm 2013, xuất khẩu tập trung vào các loại nông sản như hạt điều, gạo, lông vịt, mía cây, nhập máy móc, thiết bị; năm 2014 chủ yếu tập trung xuất các loại hạt điều, gạo; và trong 11 tháng đầu năm 2015 các loại hàng xuất chủ yếu là hạt điều, chiếm tỷ trọng lớn (36.541.230 USD), mía cây, gạo, tôm, hạt tiêu, nấm hương, hoa quả tươi, quả khô các loại...

Tuy nhiên, nhìn vào số liệu cũng thấy, số lượng mặt hàng xuất khẩu nông sản qua Trung Quốc lại chính là các sản phẩm được sản xuất tại chỗ, ít có các sản phẩm nông sản từ các tỉnh khác trong nước được xuất khẩu qua các cửa khẩu tỉnh Cao Bằng. Tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu so với nhập khẩu thay đổi không ổn định. Nếu giai đoạn 2006-2007, nhập khẩu có tỷ lệ khá cao thì cuối giai đoạn 2010-2011, xuất khẩu đã vượt trội so với nhập khẩu. Đặc biệt vào năm 2010, khi Trung Quốc áp dụng nhiều biện pháp XNK qua các cửa khẩu phụ, lối mở đã làm ảnh hưởng tới cơ cấu hàng XNK qua các cửa khẩu chính của tỉnh.

Một số nhận xét, đánh giá về thực trạng xuất nhập khẩu nông sản sang Trung Quốc qua các cửa khẩu biên giới tỉnh Cao Bằng

❖ Những kết quả đạt được

Qua tìm hiểu, nghiên cứu, tổng kết từ các dữ liệu thống kê có thể thấy, tình hình XNK nông sản sang Trung Quốc qua các cửa khẩu Cao Bằng đã đạt được những kết quả quan trọng sau đây:

- Nhìn chung, hoạt động XNK, trong đó có XNK nông sản của tỉnh đã phát triển theo hướng phù hợp, bước đầu khai thác có hiệu quả tiềm năng và thế mạnh của cửa khẩu biên giới.

- Mặt hàng xuất khẩu nông sản đã dần được đa dạng, nhất là từ năm 2020 trở lại đây. Như đã trình bày trong bảng 3, nếu năm 2006, 2007 không có nông sản nào được xuất sang Trung Quốc qua biên giới tỉnh Cao Bằng, năm 2008, 2009 hàng xuất đi hầu như chỉ có hạt điều, đến năm 2011 đã đa dạng hóa các sản phẩm xuất như đường, hạt điều, dầu mỡ động thực vật, lông vịt, xuất các loại thuốc lá, đồ xanh, đồ tương, hạt hướng dương; năm 2012, xuất tập trung vào các loại hạt điều, mía cây, gạo, lông vịt, riêng gạo đã tới 9.107.157 USD; và nhập chủ yếu là thuốc lá; năm 2013, xuất khẩu tập trung vào các loại nông sản như hạt điều, gạo, lông vịt, mía cây, nhập máy móc thiết bị; năm 2014 chủ yếu tập trung xuất các loại hạt điều, gạo; và trong 11 tháng đầu năm 2015 các loại hàng xuất chủ yếu là hạt điều, chiếm tỷ trọng lớn (36.541.230 USD), mía cây, gạo, tôm, hạt tiêu, nấm hương, hoa quả tươi, quả khô các loại...

- Công tác quản lý và giám sát hàng tạm nhập tái xuất, kho ngoại quan (đăng ký mở tờ khai tại các Cục Hải quan khác chuyển tới) đảm bảo chặt chẽ, đúng quy định, cụ thể: Tổng số tờ khai 10.926 bộ (giảm 27% so với năm 2013); tổng trọng lượng 453,31 nghìn tấn hàng hóa (giảm 36% so với năm 2013); tổng trị giá đạt 760,94 triệu USD (giảm 44% so với năm 2013).[4]

- Cơ sở hạ tầng phục vụ XNK tại các cửa khẩu đã từng bước được đầu tư xây dựng nhằm thu hút các doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia XNK qua tỉnh Cao Bằng sang Trung Quốc.

Sở dĩ có được những kết quả đáng khích lệ như vậy là do:

- Những chính sách phát triển KTXH miền núi, chính sách thương mại biên giới của Chính phủ và các bộ, ngành đang phát huy tác dụng, sự tích cực, chủ động trong đàm phán, xúc tiến thương mại của tỉnh với nước bạn đồng thời có sự nỗ lực, linh hoạt của các cơ sở sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu.

- Hoạt động kinh tế đối ngoại tiếp tục đạt được bước tiến quan trọng, đặc biệt tăng cường thúc đẩy được mối quan hệ giao lưu hợp tác kinh tế - thương mại giữa Cao Bằng (Việt Nam) với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc). Để phát triển quan hệ hợp tác song phương, hai bên đã tổ chức nhiều cuộc gặp gỡ, hội đàm, hội thảo, bàn bạc ký kết về các vấn đề hợp tác phát triển kinh tế, thương mại, đầu tư,... đồng thời tổ chức nhiều hoạt động giao lưu phong phú thiết thực, góp phần thắt chặt mối quan hệ hữu nghị tốt đẹp giữa hai địa phương Cao Bằng (Việt Nam) - Quảng Tây (Trung Quốc).

- Hàng năm đã tổ chức nhiều Hội chợ Thương mại tạo cơ hội cho các nhà đầu tư, các doanh nghiệp trong và ngoài nước giao lưu gặp gỡ, liên doanh liên kết, tìm kiếm mở rộng thị trường,... để Cao Bằng có điều kiện hoà nhập với thị trường khu vực và quốc tế.

- Mạng bưu chính viễn thông tiếp tục được nâng cấp mở rộng; phủ sóng điện thoại di động tới 13/13 huyện, thành phố và các vùng lõm của tỉnh; cấp quang hoá 100% các tuyến truyền dẫn nội tỉnh.

- Dịch vụ vận tải khá phát triển, có nhiều thành phần kinh tế tham gia đã cơ bản đáp ứng nhu cầu vận chuyển hàng hoá và đi lại của nhân dân. Tuy nhiên, năng lực vận tải hàng hoá còn thấp, hệ thống cơ sở hạ tầng như đường, bến, bãi, nhà kho còn thiếu, nhất là các bến xe khách trên địa bàn.

- Các dịch vụ như: Ngân hàng, bảo hiểm, tư vấn, khoa học công nghệ, nhà hàng, khách sạn, ăn uống,... cơ bản đáp ứng nhu cầu xã hội, đảm bảo phục vụ sản xuất, kinh doanh, phát triển kinh tế - xã hội địa phương.

❖ *Một số hạn chế, tồn tại và nguyên nhân*

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động XNK nói chung, XNK nông sản sang Trung Quốc qua các cửa khẩu biên giới Cao Bằng vẫn còn một số hạn chế, tồn tại sau:

Một là, kim ngạch XNK chưa ổn định, có sự biến động chưa phù hợp giữa các năm, chưa tạo được mặt hàng xuất khẩu chủ lực, ổn định với khối lượng lớn. Có nhiều nguyên nhân dẫn tới hiện tượng này, trong đó phải kể đến sự bị động, lúng túng trong việc ứng phó của các tổ chức XNK Việt Nam với sự thay đổi chính sách của Trung Quốc. Đặc biệt từ năm 2010, khi phía Trung Quốc áp dụng nhiều biện pháp siết chặt việc XNK hàng hóa qua các cửa khẩu phụ, lối mở.

Hai là, chưa thu hút được nhiều doanh nghiệp hoạt động xuất nhập khẩu từ các địa phương tham gia buôn bán và đầu tư tại các cửa khẩu của tỉnh. Tổng số doanh nghiệp hoạt động tham gia xuất nhập khẩu năm 2014 có 143 doanh nghiệp (giảm 73 doanh nghiệp so năm 2013). Sở dĩ như vậy là vì các cơ sở và điều kiện về hoạt động thương mại biên giới chưa được đầu tư khai thác xứng với tiềm năng. Hoạt động thương mại biên giới, hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu tuy phát triển nhưng kim ngạch xuất nhập khẩu giá trị còn nhỏ bé, không ổn định, nguồn hàng xuất khẩu địa phương chưa nhiều. Môi trường kinh doanh tại các cửa khẩu chưa thuận lợi, do xa các trung tâm kinh tế lớn của vùng và cả nước hệ thống giao thông vẫn còn yếu kém, việc vận chuyển hàng hoá chỉ duy nhất là vận tải bằng đường bộ, chi phí vận chuyển cao. Hoạt động kinh tế đối ngoại, sự hợp tác đầu tư phát triển thương mại với tỉnh Quảng Tây Trung Quốc vẫn còn hạn chế.

Ba là, cơ sở hạ tầng kỹ thuật tại các cửa khẩu tuy đã được chú trọng đầu tư, nhưng chưa đồng bộ và kịp thời đáp ứng cho hoạt động xuất nhập khẩu của địa phương. Tiến độ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng tại các khu kinh tế cửa khẩu của tỉnh còn chậm, kết cấu hạ tầng phát triển chưa đồng bộ.

Bốn là, chưa xây dựng được mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Cơ cấu các mặt hàng XNK còn nhỏ bé về số lượng, chưa đa dạng về chủng loại. Các mặt hàng xuất khẩu nông sản chủ yếu vẫn là nhân hạt điều đã qua chế biến, cao su các loại, lông vịt, mía cây nguyên liệu và một số mặt hàng trao đổi của cư dân biên giới và một số mặt hàng thuộc loại hình tạm nhập, tái xuất. Hàng nhập khẩu chủ yếu là nông sản, hoa quả tươi, máy móc thiết bị, hàng tạp hóa, vải các loại, phân đạm, than cốc... Dự báo trong những năm tới, đây vẫn là những mặt hàng XNK chủ yếu. Nếu so với yêu cầu của QH 2006, *sự chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XNK theo hướng tạo một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực và thị trường xuất khẩu ổn định, có khả năng*

thâm nhập vào một số thị trường mới... hạn chế nhập các loại hàng hóa tiêu dùng thông thường... thì trong những năm qua hoạt động này tại các cửa khẩu biên giới của tỉnh Cao Bằng chưa có sự chuyển biến đáng kể. Hầu như quy mô và chủng loại hàng hóa XNK trong đó có hàng nông sản trên địa bàn vẫn phụ thuộc vào thị trường và tự thay đổi chính sách từ phía Trung Quốc là chủ yếu.

5. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng

5.1. Định hướng phát triển các ngành, lĩnh vực của tỉnh Cao Bằng

Theo Quyết định 512/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 11 tháng 4 năm 2014 về việc Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Cao Bằng đến năm 2020, định hướng đến năm 2025, mục tiêu tổng quát về phát triển XNK và hoạt động kinh tế của tỉnh là:

Đẩy nhanh nhịp độ tăng trưởng kinh tế bình quân cao hơn bình quân thời kỳ 5 năm trước (2011-2015) trên cơ sở khai thác phát huy tốt lợi thế, tiềm năng, nội lực kết hợp với sử dụng có hiệu quả nguồn lực bên ngoài; chú trọng chất lượng tăng trưởng, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế. Tạo ra bước phát triển mới của nền kinh tế theo hướng công nghiệp hoá. Đời sống vật chất, văn hoá, tinh thần của nhân dân được nâng lên rõ rệt so với hiện nay.

Đẩy mạnh và khai thác có hiệu quả quan hệ kinh tế đối ngoại. Tăng cường đầu tư, tiếp tục hoàn thiện kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội; bảo vệ môi trường. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả bộ máy quản lý nhà nước. Giữ vững ổn định chính trị và trật tự an toàn xã hội; đảm bảo quốc phòng - an ninh.

Định hướng phát triển thương mại, dịch vụ và hoạt động XNK của tỉnh là: Tăng cường các hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, tích cực khai thác nguồn hàng xuất khẩu, hình thành những mặt hàng chủ lực dựa trên tiềm năng thế mạnh sẵn có của địa phương.

Đẩy mạnh phát triển các khu kinh tế cửa khẩu, đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ giao lưu kinh tế, thương mại. Tăng cường mối quan hệ trao đổi hàng hoá với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc). Thu hút các thành phần kinh tế tham gia kinh doanh xuất nhập khẩu qua địa bàn của tỉnh.

Phấn đấu tốc độ tăng trưởng bình quân lĩnh vực dịch vụ giai đoạn 2016 - 2020 hơn 9%/năm.

5.2. Một số giải pháp chủ yếu

Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra ngày càng sâu rộng, quan hệ hợp tác kinh tế Việt - Trung Quốc đang đứng trước triển vọng tốt đẹp. Cả hai nước đều là thành viên chính thức của tổ chức thương mại thế giới (WTO), cùng với việc hình thành khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc, quan hệ thương mại Việt - Trung nói riêng, quan hệ trao đổi thương mại biên giới Cao Bằng - Quảng Tây nói riêng chắc chắn sẽ ngày càng thuận lợi, đây là cơ hội để thúc đẩy quan hệ hợp tác thương mại giữa hai địa phương tiếp tục phát triển phù hợp với xu thế hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực. Một số giải pháp chủ yếu để thúc đẩy hoạt động XNK nói chung, hoạt động xuất khẩu nông sản sang Trung Quốc nói riêng cần được thực hiện như sau:

Tiếp tục rà soát, bổ sung hoàn thiện các cơ chế chính sách nhằm thu hút đầu tư, kinh

doanh thương mại., đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, nâng cao giá trị xuất nhập khẩu nhất là các mặt hàng xuất khẩu địa phương, khuyến khích tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, thương nhân đầu tư, kinh doanh buôn bán qua các cửa khẩu biên giới.

Tăng cường công tác nắm bắt thông tin thị trường, hàng hoá, thương nhân tình hình hoạt động kinh tế biên giới trong đó có hệ thống kho hàng để cất trữ bảo quản hàng hoá tại cửa khẩu nhằm chủ động đối phó với sự biến động tại thị trường Trung Quốc. Trang bị thêm các phương tiện phục vụ bốc xếp hàng hoá tại các bến bãi giao nhận hàng hoá tại cửa khẩu và quy định về quản lý nhân lực bốc xếp,... tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong hoạt động xuất nhập khẩu.

Tiếp tục chủ động phối hợp với phía Trung Quốc để cùng xử lý kịp thời và cụ thể các vấn đề phát sinh trong hoạt động thương mại biên giới. Đàm phán với phía Trung Quốc kéo dài thời gian mở các cửa khẩu tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong hoạt động buôn bán biên mậu.

Đẩy mạnh công tác tuyên truyền quảng bá, hợp tác kinh tế với tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc. Định kỳ hàng năm tổ chức cuộc gặp cấp lãnh đạo hai bên, để trao đổi phương hướng hợp tác, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thương mại biên giới; kịp thời tháo gỡ những khó khăn, trở ngại đối với hoạt động buôn bán song phương; tăng cường công tác XTTM, luân phiên tổ chức các cuộc hội chợ, hội thảo về hợp tác phát triển thương mại, tạo điều kiện cho doanh nghiệp hai bên giao thương, có thêm thông tin về thị trường, phát triển quan hệ buôn bán, tìm kiếm đối tác.

Tăng cường hoạt động của các ngân hàng tại cửa khẩu hai bên, nhằm tạo các dịch vụ mới với nhiều tiện ích để phục vụ trong thanh toán mua bán, trao đổi hàng hoá và dịch vụ qua biên giới Việt - Trung.

Tóm lại, để tận dụng cơ hội thuận lợi này, nhằm khai thác tiềm năng thế mạnh của tỉnh, trong thời gian tới Cao Bằng cần phải phát huy cao nội lực, thực hiện đồng bộ và có hiệu quả các chương trình hành động đề ra, nỗ lực vươn lên vượt qua mọi thử thách, khai thác có hiệu quả tiềm năng thế mạnh của địa phương; tạo điều kiện môi trường thuận lợi cho mọi thành phần kinh tế phát triển, đồng thời tranh thủ tối đa các nguồn lực từ bên ngoài. Tập trung đầu tư xây dựng các khu kinh tế cửa khẩu, tăng cường các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá, nâng cao chất lượng xuất nhập khẩu. Thực hiện tốt quan hệ kinh tế thương mại với tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc thúc đẩy thương mại song phương. Ưu tiên đầu tư xây dựng phát triển hoàn thiện các khu kinh tế cửa khẩu; khuyến khích các doanh nghiệp hai nước hợp tác kinh tế lâu dài với nhiều hình thức, và tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong và ngoài nước đến đầu tư sản xuất, kinh doanh tại các khu kinh tế cửa khẩu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương, *Báo cáo hoạt động thương mại Biên giới số 11.2015*, Trung tâm Thông tin thương mại, tháng 11.2015.
2. Bộ Kế hoạch và Đầu tư - Giới thiệu khái quát về tỉnh Cao Bằng, 2014
3. Báo 24h Online, *Hướng mới xuất khẩu nông sản qua Trung Quốc*, ngày 31/10/2011
4. Ủy ban nhân dân tỉnh Cao Bằng, *Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm*

2016 - 2010, UBND tỉnh Cao Bằng, tháng 11 năm 2014

5. Sở Công Thương tỉnh Cao Bằng, *Kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn Tỉnh từ 2009-2015*,

6. Trang Thông tin liên kết doanh nghiệp, *Xuất khẩu các mặt hàng nông sản chủ lực đều giảm mạnh*, VCCI, tháng 10 năm 2015

7. Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương - *Thông tin từ Hội thảo “Thông tin về thị trường và tiềm năng xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc”*, Bộ Công Thương, ngày 20/12/2013.

8. Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương, *Kinh tế Cao Bằng - Hợp tác vùng biên*, Thông tin Xúc tiến thương mại, 2015

CƠ CHẾ QUẢN LÝ XUẤT KHẨU GẠO QUA ĐỊA BÀN TỈNH CAO BẰNG: THÀNH TỰU VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

经高平省大米出口管理机制：成就与问题

Ths. Phạm Thị Dự
Trường Đại học Thương mại
商业大学硕士 范氏玉

Tóm tắt:

Quản lý xuất khẩu nói chung, quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn một tỉnh biên giới phía Đông Bắc Việt Nam giáp với Tây Nam Trung Quốc nói riêng là một nhiệm vụ cấp thiết, đòi hỏi vừa đảm bảo phát triển kinh tế biên mậu, vừa đảm bảo an ninh quốc phòng và hài hòa chính trị là một yêu cầu đầy khó khăn và thử thách đối với tỉnh Cao Bằng. Tình trạng hàng nông sản Việt Nam, trong đó có mặt hàng gạo bị ùn tắc tại các cửa khẩu, bị thương lái Trung Quốc ngừng thu mua hay ép giá bán thấp thời gian qua gây ảnh hưởng không nhỏ tới lợi ích của các doanh nghiệp, thương nhân Việt. Do đó, đòi hỏi cần có sự nhìn nhận và đánh giá về cơ chế quản lý xuất khẩu gạo để từ đó có thể góp phần hỗ trợ thúc đẩy xuất khẩu gạo Việt Nam trong đó có địa bàn tỉnh Cao Bằng. Trên cơ sở đó, bài viết tập trung trình bày nội dung cơ chế quản lý xuất khẩu gạo, chỉ ra những thành tựu và những vấn đề còn đặt ra trong quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng.

Từ khóa: *Xuất khẩu, gạo, Cao Bằng, thành tựu*

摘要

出口管理机制，特别是大米经越南东北与中国西接壤的一个省销向中国市场的管理工作是一个迫切要求。其需要保证边贸经济发展的同时，也需要保证国防安宁与政治和谐。对于高平省，这就是一个十分困难的挑战。最近越南农产其中包括大米在内越南许多口岸出现堵塞状况；被中国商家暂停收购或将价格降低等问题对越南的商家企业的利益损害不知多少。因此，需要对大米出口管理机制的看法与评估，从而促进越南包括高平省在内大米出口。在此基础上，本文集中展示大米出口管理机制内容，指出当前大米经高平省出口活动所得到的成就与存在的问题。

关键词: *出口, 大米, 高平, 成就*

Đặt vấn đề

Cao Bằng là tỉnh có đường biên giới dài nhất trong 6 tỉnh biên giới phía Bắc với 333 km giáp với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc) - là nơi đông dân, giao thông thuận lợi. Mặc dù không có được lợi thế thuận lợi về giao thông như Lạng Sơn hay Quảng Ninh nhưng các cửa khẩu quốc tế tại Cao Bằng là Trà Lĩnh và Tà Lùng lại là địa chỉ được nhiều doanh nghiệp xuất nhập khẩu tìm đến và lượng hàng qua các cửa khẩu này đã tăng đều theo các năm. Kinh

tế cửa khẩu đã được Cao Bằng đưa vào chiến lược phát triển trọng tâm của tỉnh với mức đầu tư khá lớn. Bên cạnh việc khai thác lợi thế của các cửa khẩu để phát triển hoạt động kinh doanh tạm nhập tái xuất, Cao Bằng cũng tạo điều kiện thuận lợi để thúc đẩy xuất khẩu nông sản. Gạo không phải là nông sản chủ lực xuất khẩu qua địa bàn tỉnh Cao Bằng, nhưng nó lại là mặt hàng thỏa mãn nhu cầu cấp thiết và lượng cầu lớn của thị trường Trung Quốc. Việc xuất khẩu gạo có những thuận lợi và khó khăn riêng, đòi hỏi cần có cơ chế quản lý phù hợp hỗ trợ thúc đẩy xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng.

1. Sự cần thiết và nội dung cơ chế quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Cơ chế quản lý xuất khẩu có thể được hiểu là các phương thức mà qua đó Nhà nước tác động có định hướng theo những điều kiện nhất định mà các đối tượng (chủ thể và khách thể) tham gia hoạt động xuất khẩu nhằm đảm bảo cho sự tự vận động của hoạt động xuất khẩu hướng đến các mục tiêu kinh tế - xã hội đã định của Nhà nước. (Nguồn: Trang 249, Giáo trình Kinh tế ngoại thương, 2006).

1.1. Sự cần thiết quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Quản lý nhà nước đối với xuất khẩu gạo của Việt Nam nói chung, xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng nói riêng là một yêu cầu mang tính khách quan.

- *Điều tiết, tạo môi trường tương tác cho các chủ thể:* Gạo Việt Nam xuất khẩu qua địa bàn tỉnh Cao Bằng chủ yếu là xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Thực tế cho thấy, Việt Nam chưa tổ chức nghiên cứu một cách bài bản về thị trường tiêu thụ gạo của Trung Quốc. Cái Việt Nam cần không phải là vài đoàn cán bộ nhà nước đi nghiên cứu "làm phép" mà phải là cơ quan quản lý nhà nước có chức năng quản lý gạo xuất khẩu thật sự kết hợp với doanh nghiệp. Việc có sự tham gia của doanh nghiệp (DN) là bắt buộc, đặc biệt là DN xuất khẩu gạo có uy tín chứ không phải chỉ có Tổng công ty lương thực miền Bắc và Tổng Công ty Lương thực miền Nam.

- *Sự thiếu sót trong mua bán gạo giữa thương nhân Việt Nam và thương nhân Trung Quốc:* Đối với một thị trường lớn, ổn định thì quan hệ giao dịch phải chính ngạch, ký kết hợp đồng ràng buộc, có thể ký trước 1 năm, thậm chí trước 2-3 năm để đảm bảo uy tín, độ tin cậy. Việt Nam chưa làm được điều này mà chỉ XK gạo tiểu ngạch - ùn ùn chở gạo lên biên giới, Trung Quốc cần thì mua, không cần thì đổ đồng. Kiểu làm ăn gặp đâu bán đấy, có khách thì bán, không có khách thì thôi, mua bán trao tay, thanh toán rất rắc rối. Không phải phía Trung Quốc không có nhu cầu nhưng vì Việt Nam XK tiểu ngạch, lại có những hàng khác hiệu quả cao hơn nên họ mua những hàng đó chứ không mua gạo Việt Nam, thậm chí chuyển sang mua gạo của Thái Lan, Campuchia...

- *Gạo Việt Nam chất lượng không đồng đều, loại độ ẩm cao, loại độ ẩm thấp, đổ đồng lại chỉ một vài tháng là mốc:* Với kiểu gặp gì bán nấy, thấy thị trường Trung Quốc lớn là cứ làm ào ào, sản xuất mà chưa có kế hoạch thị trường, tìm hiểu thị trường, giao dịch, hợp đồng... nên sản xuất ra mà không bán được thì là chuyện bình thường, là lỗi của Việt Nam. Tất nhiên về phía Trung Quốc, họ cũng biết lỗi mua bán của Việt Nam nên mới bắt chẹt, bắt thóp để Việt Nam buộc phải bán rẻ.

- *Bảo vệ lợi ích cho người nông dân:* Trong chuỗi lợi nhuận từ sản xuất lúa gạo, hiện tại chỉ thương lái và DN xuất khẩu hưởng nhiều nhất. Nguyên nhân do DN xuất khẩu chưa gắn kết chặt chẽ với nông dân (thông qua việc cung cấp đầu vào, hỗ trợ kỹ thuật, xây dựng vùng nguyên liệu và bao tiêu sản phẩm). DN không muốn tái đầu tư cho nông dân, DN chủ

yếu đầu tư vào các lĩnh vực kinh doanh khác như vật tư nông nghiệp, hàng hóa công nghiệp... để tìm kiếm lợi nhuận. Rõ ràng việc lợi nhuận từ kinh doanh lúa gạo đang rơi vào tay thương lái khá nhiều là bất hợp lý. Hội Nông dân có danh thi cao, nhưng thực chất vai trò mờ nhạt, ít phục vụ được cho nông dân. Còn Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA) lại có vị thế quá lớn, có quá nhiều lợi thế trong việc đề xuất chính sách. Họ không quan tâm đến nông dân khi đề xuất chính sách thu mua tạm trữ lúa gạo mà thay vào đó là bảo vệ quyền lợi của các DN xuất khẩu.

- *Xuất khẩu nói chung, xuất khẩu gạo nói riêng qua địa bàn tỉnh Cao Bằng mang tính nhạy cảm tới vấn đề chính trị, mậu dịch biên giới:* Cao Bằng là địa phương có đường biên giới dài nhất trong số các tỉnh biên giới giáp Trung Quốc. Hiện nay, trên địa bàn Cao Bằng có 5 chi cục hải quan cửa khẩu thực hiện việc giao thương với Trung Quốc, nhiều nhất trong các địa phương có biên giới với Trung Quốc. Xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng đòi hỏi vừa đảm bảo mục tiêu kinh tế và xã hội vừa đảm bảo phát triển kinh tế biên mậu và an ninh biên giới.

1.2. Nội dung cơ chế quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Cơ chế quản lý xuất khẩu gạo bao gồm ba thành tố cơ bản:

a. Chủ thể điều chỉnh

Chủ thể điều chỉnh quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng bao gồm các cơ quan lập pháp, hành pháp từ trung ương tới địa phương.

- Về cơ cấu quản lý trực tiếp: Quốc hội, Chủ tịch nước, Bộ Công Thương, Sở Công Thương tỉnh Cao Bằng.

- Về cơ cấu bộ máy quản lý chuyên ngành: Các Bộ, ngành liên quan (Bộ Nông nghiệp và PTNT, Bộ Y tế, Bộ Khoa học công nghệ, Bộ Tài chính,...); Các Sở, Cục liên quan (Sở Nông nghiệp, Sở Y tế, Sở Khoa học Công nghệ, ...), Cục Hải quan Cao Bằng (gồm: Chi cục Hải quan cửa khẩu Tà Lùng; Chi cục Hải quan cửa khẩu Trà Lĩnh; Chi cục Hải quan cửa khẩu Sóc Giang; Chi cục Hải quan cửa khẩu Bí Hà; Chi cục Hải quan cửa khẩu Pồ Peo).

- Về cơ cấu bộ máy quản lý theo cấp: UBND tỉnh Cao Bằng; UBND huyện (gồm 12 huyện)

b. Đối tượng điều chỉnh

Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng. Tính đến nay, hiện có 7 doanh nghiệp được UBND tỉnh cho phép thực hiện xuất khẩu dịch vụ gạo qua địa bàn. Trong đó có 5/7 doanh nghiệp trực thuộc địa bàn tỉnh, còn 2 doanh nghiệp ngoại tỉnh. Cụ thể là: Công ty TNHH một thành viên CT (được cấp phép XK gạo ngày 31/10/2014); Tổng Công ty đầu tư và xuất nhập khẩu Cao Bằng (06/01/2015); Doanh nghiệp tư nhân Thu Hương (12/8/2015); Công ty TNHH dịch vụ sản xuất và xuất nhập khẩu Hùng Dũng (30/10/2014); Công ty TNHH thương mại Thu Công (30/10/2015); Công ty cổ phần xuất nhập khẩu nông sản Xuyên Việt - Hưng Yên (05/12/2014); Tổng Công ty thương mại Hà Nội (31/10/2014).

Ngoài ra, trên địa bàn tỉnh còn có nhiều DN không được phép kinh doanh xuất khẩu gạo hoặc các thương lái vẫn thực hiện buôn bán tiểu ngạch - điều này gây khó khăn trong công tác quản lý xuất khẩu gạo.

c. Công cụ điều chỉnh

Bài viết tập trung làm rõ những văn bản pháp luật Trung ương và địa phương ban hành, kèm theo đó là các điều kiện và thủ tục mà các DN xuất khẩu gạo phải tuân thủ.

**** Các văn bản pháp lý***

- Căn cứ theo quy định tại Nghị định số 12/2006/NĐ-CP của Chính phủ ngày 23/01/2006 quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài và Thông tư số 04/2006/TT-BTM ngày 06/4/2006 của Bộ Thương mại hướng dẫn thực hiện Nghị định số 12/2006/NĐ-CP thì mặt hàng gạo không thuộc Danh mục hàng hóa cấm xuất khẩu hay hạn chế xuất khẩu, cũng không thuộc Danh mục hàng hóa phải xin giấy phép khi xuất khẩu.

- Căn cứ quy định tại Nghị định số 109/2010/NĐ-CP ngày 04/11/2010 của Chính phủ về kinh doanh xuất khẩu gạo và Thông tư số 44/2010/TT-BCT ngày 31/12/2010 của Bộ Công Thương quy định chi tiết một số điều của Nghị định số 109/2010/NĐ-CP thì chỉ những thương nhân đáp ứng đủ điều kiện kinh doanh xuất khẩu gạo và được cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xuất khẩu gạo (do Bộ Công Thương cấp) mới được kinh doanh xuất khẩu gạo.

- Ngày 30 tháng 7 năm 2012, UBND tỉnh Cao Bằng đã ban hành kèm theo Quyết định số 05/2012/QĐ-UBND “Quy chế quản lý hoạt động thương mại biên giới trên địa bàn tỉnh Cao Bằng”. Nội dung của Quy chế gồm có 05 chương và 14 điều, hệ thống và chi tiết các quy định về quản lý các hoạt động thương mại biên giới trên địa bàn tỉnh, như: hoạt động mua bán trao đổi hàng hóa của cư dân biên giới; mua bán hàng hóa tại chợ biên giới, chợ cửa khẩu, chợ trong khu kinh tế cửa khẩu; hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa qua biên giới... Đây là một trong những cơ sở pháp lý quan trọng cho công tác quản lý điều hành hoạt động thương mại biên giới của tỉnh phát triển theo hướng ổn định và bền vững.

- Quyết định số 30/2015/QĐ-UBND, ngày 8/9/2015 về việc ban hành Quy chế quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng. Quyết định này được thay thế Quyết định 1223/QĐ-UBND ngày 25/8/2014 về Ban hành Quy định tạm thời quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo qua địa bàn tỉnh và Quyết định 1577/QĐ-UBND ngày 15/10/2014 của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định 1223/QĐ-UBND. Đây là văn bản quy phạm pháp luật đối với lĩnh vực quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo qua các cửa khẩu, lối mở trên địa bàn tỉnh. Đối tượng áp dụng là các cơ quan tổ chức, cá nhân có liên quan đến quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo và các doanh nghiệp có hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo qua các cửa khẩu trên địa bàn tỉnh.

**** Thủ tục xuất khẩu***

Các DN trực tiếp xuất khẩu gạo qua các cửa khẩu trên địa bàn tỉnh Cao Bằng phải tuân thủ các quy định tại Điều 4, Điều 6 Nghị định 109/2010/NĐ-CP của Chính phủ và có Hợp đồng xuất khẩu gạo đáp ứng Khoản 2, Điều 3 Thông tư số 44/2010/TT-BCT của Bộ Công Thương; có đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật; chấp hành tốt Luật Hải quan, pháp luật thuế đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu; có Hợp đồng xuất khẩu giữa 3 bên.

Về thủ tục hồ sơ đăng ký xuất khẩu mặt hàng gạo: Các DN trực tiếp kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo thực hiện theo quy định của Nghị định số 109/2010/NĐ-CP của Chính phủ

và các văn bản liên quan. Hồ sơ gồm: Đơn đề nghị được thực hiện dịch vụ kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng; Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh hoặc Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp; Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xuất khẩu gạo còn hiệu lực; Hợp đồng xuất khẩu giữa 3 bên; Hợp đồng ủy thác giữa DN trực tiếp kinh doanh và DN thực hiện dịch vụ kinh doanh xuất khẩu gạo; Văn bản xác nhận của cơ quan Hải quan về chấp hành tốt pháp luật hải quan, pháp luật về thuế đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu. DN đăng ký tham gia dịch vụ kinh doanh xuất khẩu gạo gửi trực tiếp 02 bộ hồ sơ đến bộ phận tiếp nhận hồ sơ của Sở Công Thương Cao Bằng.

2. Tình hình xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Để có cái nhìn rõ hơn, có thêm cơ sở để đánh giá cơ chế quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng, cần xem xét khái quát về tình hình XK nói chung và XK gạo trong thời gian qua.

2.1. Khái quát chung về tình hình xuất khẩu qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu qua địa bàn tỉnh là một số mặt hàng chi thời, hạt điều, cao su các loại, mía cây, gạo,...; mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là: than cốc, thuốc lá, sắt thép các loại, máy móc, thiết bị, hàng điện tử, phân bón hóa học, hàng tiêu dùng,...

Thị trường xuất khẩu của các DN qua địa bàn tỉnh Cao Bằng là thị trường Trung Quốc, với hơn 1,4 tỷ dân và đặc biệt là tỉnh biên giới Quảng Tây.

Kim ngạch xuất khẩu (KNXK) qua địa bàn tỉnh không ngừng tăng trưởng qua các năm, từ 15,351 triệu USD năm 2006 đến 106,5 triệu USD vào năm 2009 và cao nhất vào năm 2011 đạt 341,4 triệu USD. Tuy nhiên, những năm gần đây, KNXK giảm mạnh đặc biệt là năm 2014 giảm tới 61,8%.

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu qua Cục Hải quan Cao Bằng

Năm 2011		Năm 2012		Năm 2013		Năm 2014	
Trị giá (Triệu USD)	So sánh 2010 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So sánh 2011 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So sánh 2012 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So sánh 2013 (%)
341,4	68,1	339	-1	142	-51,8	54	-61,8

Nguồn: customs.gov.vn

Năm 2011 trị giá hàng hóa thông quan tăng mạnh tới hơn 70% thì năm 2012 đã bắt đầu giảm nhưng không đáng kể chỉ 2,5%. Năm 2013 và 2014 thì con số này giảm rất mạnh tới hơn một nửa.

Bảng 2: Tổng trị giá hàng hóa thông quan qua Cục Hải quan Cao Bằng

Năm 2011		Năm 2012		Năm 2013		Năm 2014	
Trị giá (Triệu USD)	So sánh 2010 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So sánh 2011 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So sánh 2012 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So sánh 2013 (%)
349,8	70,7	341	-2,5	144	-57,7	66	-51,4

Nguồn: customs.gov.vn

Cùng với đó số liệu về tờ khai xuất khẩu sụt giảm là minh chứng cho thấy rõ hơn về tình trạng giảm KNXK và trị giá hàng hóa thông quan qua tỉnh Cao Bằng. Năm 2012 có khoảng hơn 5.000 tờ khai xuất khẩu, thì đến năm 2013 đã giảm mạnh chỉ đạt 1.600 tờ khai và đến 2014 lại tiếp tục giảm còn 1.200 tờ khai.

Nguyên nhân của tình trạng giảm sút này xuất phát từ các yếu tố sau:

- Do ảnh hưởng chính sách biên mậu của Trung Quốc và sự kiện giàn khoan HD 981 nên lượng hàng hóa xuất khẩu (XK) giảm ở các cửa khẩu trong đó có các cửa khẩu ở Cao Bằng. Trung Quốc đang kiểm soát chặt chẽ việc nhập khẩu gạo theo hình thức qua biên giới, tăng cường nhập khẩu theo đường chính thức từ nhiều nguồn cung cấp với giá thấp của Ấn Độ, Pakistan, Myanmar.

- Hoạt động XK của các DN trong nước còn phụ thuộc hầu hết vào chính sách của Trung Quốc nên thiếu tính ổn định. Việc giao nhận hàng giữa DN hai bên thường xuyên bị gián đoạn do phía bạn thay đổi chính sách về xuất nhập khẩu nên cũng ảnh hưởng phần nào tới DN và cơ quan quản lý.

- Hàng hóa xuất khẩu chủ yếu là nông sản (hạt điều chiếm tỷ trọng cao nhất) từ các tỉnh phía Nam, nhưng do giá cước vận tải tăng cao nên DN ít vận chuyển hàng hóa lên Cao Bằng để xuất khẩu.

- Các số liệu thống kê về KNXK, trị giá hàng hóa thông quan và tờ khai xuất khẩu đều được thống kê bởi Cục Hải quan Cao Bằng, đó chính là những con số phản ánh XK chính ngạch, có kê khai hải quan qua địa bàn tỉnh. Tuy nhiên, trên thực tế không thể thống kê hết được trị giá hàng hóa XK theo con đường tiểu ngạch. Do vậy, mặc dù trị giá XK chính ngạch giảm, nhưng có thể trị giá XK tiểu ngạch lại tăng.

2.2. Tình hình xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Thực hiện Quyết định số 1223/QĐ-UBND và Quyết định số 1577/QĐ-UBND về quy định tạm thời quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu mặt hàng gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng, hiện có 7 doanh nghiệp được UBND tỉnh cho phép thực hiện dịch vụ xuất khẩu gạo qua địa bàn. Tuy nhiên chỉ có 6 đơn vị thực hiện, còn Công ty cổ phần Xuất nhập khẩu nông sản xuyên Việt không triển khai.

Về sản lượng gạo: Năm 2013, các doanh nghiệp đã thực hiện xuất khẩu 1.566 tấn gạo, năm 2014 xuất khẩu 6.449 tấn gạo, 8 tháng năm 2015 xuất khẩu 3.961 tấn gạo.

Về kim ngạch xuất khẩu gạo:

Theo bảng 3, năm 2013, KNXK gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng mới chỉ dưới 1 triệu USD thì đến năm 2014 đã tăng hơn 4 lần về mặt trị giá. So với tổng trị giá xuất khẩu của toàn tỉnh thì năm 2013 gạo chiếm tỷ trọng rất nhỏ chỉ có 0,44% thì đến năm 2014 con số này đã tăng lên hơn 10 lần chiếm 4,88%. Nguyên nhân là do các DN kinh doanh xuất khẩu gạo qua địa bàn đã tuân thủ theo sự quản lý, giám sát của các cơ quan chức năng, hạn chế được tình hình buôn lậu và gian lận thương mại xuất khẩu gạo qua các đường mòn, lối mở; tăng thu ngân sách cho địa phương. Bên cạnh đó, năm 2014 các thương lái, doanh nghiệp Trung Quốc ồ ạt nhập khẩu gạo của Việt Nam (sự việc giàn khoan HD 981, các thương lái sợ sẽ tăng giá gạo nên tăng lượng nhập) do đó KNXK gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng cũng có sự gia tăng vượt bậc.

Bảng 3: Kim ngạch xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Năm 2013		Năm 2014	
Tri giá (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng XK (%)	Tri giá (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng XK (%)
0,624	0,44	2,634	4,88

Nguồn: congthuongcaobang.gov.vn và customs.gov.vn

Tuy nhiên, do sự phối hợp của các ngành chức năng chưa đồng bộ dẫn đến tình trạng một số DN chưa được UBND tỉnh cho phép vẫn thực hiện xuất khẩu gạo; gạo xuất khẩu không được khai báo Hải quan, không nộp phí theo quy định, xuất hàng vào ban đêm qua các đường mòn gây khó khăn trong công tác kiểm tra, kiểm soát, thu phí của lực lượng chức năng. Qua kiểm tra thực tế, số lượng gạo thực tế xuất khẩu gạo nhiều hơn số liệu thống kê của Hải quan và số liệu doanh nghiệp báo cáo. Hiệp hội Lương thực Việt Nam cũng ước tính, xuất khẩu gạo theo đường tiểu ngạch sang Trung Quốc năm 2013 lên tới 1,5 triệu tấn, chiếm hơn 20% tổng lượng xuất khẩu gạo chính ngạch của Việt Nam và hơn 51% tổng lượng xuất khẩu gạo của Việt Nam sang Trung Quốc.

3. Thành tựu và những vấn đề đặt ra trong cơ chế quản lý xuất gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Dựa trên cơ sở các nội dung cơ chế quản lý xuất khẩu gạo đã trình bày ở trên, tác giả đưa ra những đánh giá chung về thành tựu và những vấn đề đặt ra trong cơ chế quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng.

3.1. Thành tựu

- *Về phía chủ thể điều chỉnh:* Cơ quan quản lý các cấp đã ban hành kịp thời các quy định hỗ trợ kinh doanh xuất khẩu gạo trên địa bàn tỉnh. Các cơ quan chức năng đảm bảo công tác quản lý, giám sát, kiểm soát hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo, yêu cầu các DN thực hiện nghĩa vụ đúng, đủ, kịp thời. Sở Công Thương đã chỉ đạo lực lượng Quản lý thị trường thường xuyên phối hợp chặt chẽ với các lực lượng Hải quan, Công an, Biên phòng, các cơ quan kiểm dịch triển khai thực hiện tốt công tác kiểm tra, kiểm soát, tăng cường đấu tranh phòng, chống buôn lậu qua biên giới, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm pháp luật, góp phần ngăn chặn, hạn chế các hoạt động buôn bán phức tạp xảy ra trên địa bàn.

Hoạt động giao lưu hợp tác kinh tế, thương mại tỉnh Cao Bằng với các địa phương thuộc tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc không ngừng được tăng cường mở rộng. Sở Công Thương Cao Bằng đã tham gia các Đoàn công tác của tỉnh sang nước bạn tham quan, khảo sát, học tập kinh nghiệm, tham dự các cuộc hội đàm, hội chợ, hội thảo trao đổi hợp tác kinh tế với các địa phương thuộc tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc; tổ chức các đoàn đi dự các cuộc hội thảo tại huyện Long Châu, tại thành phố Sùng Tả - thuộc Khu tự trị dân tộc Choang Quảng Tây - Trung Quốc; mối quan hệ hợp tác hữu nghị giữa tỉnh Cao Bằng với Khu tự trị dân tộc Choang Quảng Tây- Trung Quốc đạt được những kết quả tích cực. Đây cũng là dịp để các nhà quản lý, các DN hai bên cùng nhau trao đổi chia sẻ, đề xuất, kiến nghị những vấn đề nhằm thúc đẩy XK hàng hóa trong đó có mặt hàng gạo ngày càng hiệu quả hơn, góp phần xây dựng vùng biên giới ngày càng ổn định, phát triển.

- Về phía đối tượng điều chỉnh:

Các DN kinh doanh xuất khẩu gạo về cơ bản đã ủng hộ các quyết định của UBND tỉnh, tuân thủ theo sự quản lý giám sát của các cơ quan chức năng, hàng tháng đều thực hiện chế độ báo cáo theo quy định và thực hiện nghĩa vụ đóng góp cho ngân sách địa phương. Qua đó hạn chế được tình trạng buôn lậu trong việc xuất khẩu mặt hàng gạo qua các đường mòn, lối mở, tăng nguồn thu cho ngân sách, góp phần thúc đẩy hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh.

Hoạt động XK gạo qua địa bàn tỉnh có bước chuyển biến tích cực; có sự tham gia của DN ngoại tỉnh; có sự gia tăng trong KNXXK và tỷ trọng xuất khẩu gạo. Bên cạnh đó đã góp phần thúc đẩy phát triển các hoạt động dịch vụ tại các cửa khẩu, tạo nguồn thu cho DN, giải quyết việc làm cho một số lao động tại khu vực cửa khẩu, góp phần xóa đói giảm nghèo và giảm tình trạng lao động tự do sang Trung Quốc làm thuê trái pháp luật, thúc đẩy phát triển kinh tế cửa khẩu.

- Về công cụ điều chỉnh:

Quyết định 30/2015/QĐ-UBND ban hành có ý nghĩa quan trọng trong việc góp phần tạo lập môi trường pháp lý, đảm bảo cho các DN đi vào hoạt động có nề nếp, có trật tự và tạo điều kiện thuận lợi cho các thương nhân, DN khi tham gia XK gạo qua địa bàn tỉnh. Đồng thời tăng cường nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh XK mặt hàng gạo, hạn chế tình trạng buôn lậu, gian lận thương mại, đảm bảo an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội tại các cửa khẩu biên giới.

Thủ tục hồ sơ đăng ký xuất khẩu gạo được thực hiện theo đúng quy định của pháp luật, tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ thể kinh doanh. Sở Công Thương Cao Bằng xem xét, thẩm định hồ sơ và trình UBND tỉnh trong thời gian 5 ngày làm việc, kể từ khi nhận đủ hồ sơ hợp lệ. UBND tỉnh Quyết định cho phép DN thực hiện dịch vụ kinh doanh XK gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng trong thời gian 3 ngày, kể từ ngày nhận được văn bản đề nghị của Sở Công Thương.

3.2. Những vấn đề đặt ra trong cơ chế quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

Bên cạnh những thành tựu đã đạt được, công tác quản lý hoạt động xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng vẫn những vấn đề đặt ra cần khắc phục:

- Về phía chủ thể điều chỉnh:

Các lực lượng chức năng tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát, phối hợp thực hiện tốt công tác thu phí sử dụng hạ tầng cửa khẩu, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm. Các huyện biên giới và Ban quản lý cửa khẩu, lực lượng Công an tăng cường công tác quản lý, đảm bảo an ninh trật tự trên địa bàn.

Xuất khẩu gạo tiểu ngạch diễn ra phổ biến ở các đường mòn, lối mở và đặc biệt là vào ban đêm gây rất nhiều khó khăn và cản trở cho các cơ quan chức năng trong khi thi hành nhiệm vụ. Chính vì vậy không thể tránh khỏi vẫn tồn tại tình trạng buôn lậu, gian lận, trốn tránh nghĩa vụ của các đối tượng tham gia kinh doanh xuất khẩu gạo.

Hạ tầng đường sá đi lại còn nhiều khó khăn, chi phí vận tải lớn, chưa có các cơ chế, chính sách đặc thù đủ sức hấp dẫn, thu hút các doanh nhân, DN trong và ngoài nước đến tham gia đầu tư sản xuất kinh doanh, hoạt động buôn bán xuất khẩu qua các cửa khẩu của tỉnh,...

Tiến độ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng tại các Khu kinh tế cửa khẩu của tỉnh còn chậm, kết cấu hạ tầng phát triển chưa đồng bộ.

- Về phía đối tượng điều chỉnh

Vẫn còn tình trạng các doanh nghiệp chưa thực hiện tốt việc xin phép xuất khẩu, nộp phí đầy đủ theo quy định. Số lượng doanh nghiệp được phép kinh doanh XK gạo qua địa bàn tỉnh hiện mới chỉ có 7 doanh nghiệp. Và những DN này mới chỉ được cấp phép xuất khẩu gạo trong 2 năm trở lại đây. 5/7 doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh là những DN non trẻ, mới được thành lập trong thời gian gần đây, ví dụ như Tổng Công ty Đầu tư và Xuất nhập khẩu Cao Bằng thành lập ngày 13/10/2011.

Quy mô KNXK và tỷ trọng XK gạo còn thấp. Nguồn hàng xuất khẩu không ổn định. Giá trị gạo XK không đồng đều, tình trạng ùn tắc tại các cửa khẩu vẫn còn xảy ra, thương lái Trung Quốc thay đổi chính sách mua hàng, việc bị ép giá bán gạo diễn ra phổ biến.

- Về công cụ điều chỉnh

Mặc dù các văn bản pháp lý của Chính phủ, Bộ Công Thương điều chỉnh hoạt động xuất khẩu gạo được ban hành từ lâu, song đối với tỉnh Cao Bằng chỉ trong 2 năm gần đây mới có quyết định của UBND tỉnh ban hành để điều chỉnh hoạt động xuất khẩu gạo. Như đã trình bày ở trên, trong năm 2014 UBND tỉnh mới chỉ ban hành Quy chế tạm thời điều chỉnh hoạt động XK gạo và đến tận tháng 9/2015 mới ban hành Quyết định để thay thế Quy chế đó. Điều này gây khó khăn cho các DN khi tham gia xuất khẩu gạo chính ngạch qua địa bàn tỉnh và lý giải tình trạng xuất khẩu gạo tiểu ngạch tồn tại phổ biến tại khu vực biên giới.

4. Định hướng và một số đề xuất

4.1. Định hướng phát triển mậu dịch biên giới tỉnh Cao Bằng

Cùng với chính sách tăng cường hợp tác kinh tế thương mại của hai nước Việt Nam - Trung Quốc, mối quan hệ hợp tác chiến lược toàn diện Việt Nam - Trung Quốc đang có những bước tiến quan trọng theo hướng hợp tác phát triển, hòa bình và cùng có lợi. Hai tỉnh Cao Bằng - Quảng Tây đều có nguyện vọng tăng cường hợp tác kinh tế thông qua mở cửa hợp tác, phát triển khu vực biên giới giữa hai nước, xây dựng khu vực biên giới hữu nghị, vững mạnh toàn diện nhằm tạo điều kiện cho mở rộng hợp tác kinh tế thương mại giữa các địa phương trên tuyến biên giới. Với định hướng phát triển đúng đắn, hợp lý, chính sách biên mậu thông thoáng, khả thi cùng với việc tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, hoạt động xuất nhập khẩu, thương mại biên giới ngày càng gia tăng sẽ đóng góp tích cực vào công tác phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Cao Bằng.

Quy hoạch vùng tỉnh Cao Bằng bao gồm toàn tỉnh Cao Bằng có diện tích hơn 6.690 km² với 13 đơn vị hành chính gồm một thành phố Cao Bằng và 12 huyện. Là một tỉnh thuộc vùng Đông Bắc, tỉnh Cao Bằng có đóng góp không nhỏ trong tiến trình phát triển của đất nước, nằm trong trục phát triển các tuyến hành lang Hải Phòng - Hà Nội - Lào Cai - Hà Khẩu - Côn Minh, Hải Phòng - Hà Nội - Lạng Sơn - Bằng Tường - Nam Ninh và vành đai kinh tế dọc vịnh Bắc bộ (Hải Phòng - Hạ Long - Móng Cái - Đông Hưng - Hải Nam). Trong tương lai, nếu tuyến hành lang Trùng Khánh, Tứ Xuyên - Quý Châu - Bách Sắc (Quảng Tây) - Cao Bằng - Hà Nội - ASEAN được phê duyệt thì sẽ là động lực làm bật dậy khả năng liên kết kinh tế của cả vùng Đông Bắc nói chung và Cao Bằng nói riêng.

4.2. Một số đề xuất quản lý xuất khẩu gạo qua địa bàn tỉnh Cao Bằng

- Về phía chủ thể điều chỉnh:

UBND tỉnh chỉ đạo các huyện biên giới bố trí các điểm thu phí xuất khẩu gạo tại thị trấn; có chế tài xử lý nghiêm đối với các DN không chấp hành các quy định quản lý XK gạo qua địa bàn. Đề nghị các ngành chức năng phối hợp thực hiện tốt công tác thu phí; có giải pháp hạn chế xe quá tải tham gia vận chuyển gạo để đảm bảo hạ tầng giao thông. Bố trí kinh phí đầu tư cải tạo, nâng cấp các tuyến đường qua địa bàn.

UBND tỉnh cần khuyến khích các DN có đủ điều kiện tham gia đăng ký kinh doanh XK gạo qua địa bàn tỉnh để hạn chế tình trạng gian lận, buôn lậu gạo; chuyển dần từ XK tiểu ngạch sang XK chính ngạch.

- Về phía đối tượng điều chỉnh:

Đối với các DN và thương nhân cũng cần thay đổi phương thức kinh doanh, từ buôn bán hàng theo kiểu bạn hàng truyền thống kinh doanh tiểu ngạch sang phương thức kinh doanh chính ngạch có hợp đồng ngoại thương theo thông lệ quốc tế, để giảm thiểu được rủi ro khi XK gạo sang Trung Quốc. Bên cạnh đó cần nâng cao nhận thức, thực hiện đúng các nghĩa vụ và quy định của pháp luật. Khi tham gia kinh doanh xuất khẩu gạo cần nghiên cứu và tìm hiểu các bạn hàng, tránh tình trạng mua bán chỉ có thỏa thuận miệng, không có hợp đồng, hạn chế việc chờ hàng lên biên giới mà không xuất được, chi phí đợi chờ tại cửa khẩu hoặc chi phí vận chuyển ngược lại tăng cao.

- Về công cụ điều chỉnh:

Bên cạnh Quyết định 30/2015/QĐ-UBND mới được ban hành, cần có thêm các văn bản hướng dẫn, hoặc các tài liệu, thông tin tuyên truyền, hỗ trợ các DN, thương nhân tìm hiểu và nâng cao nhận thức kinh doanh xuất khẩu gạo của người dân, đảm bảo kinh doanh đúng pháp luật. Sở Công Thương, Cục Hải quan Cao Bằng tích cực hỗ trợ thương nhân, DN về cơ chế, chính sách, quy định nhập khẩu gạo của Trung Quốc; chuẩn bị điều kiện, thủ tục nhanh chóng, thuận lợi khi xuất khẩu gạo sang Trung Quốc; thậm chí đứng ra bảo vệ thương nhân, DN Việt khi có rủi ro, tranh chấp xảy ra.

Tài liệu tham khảo

1. GS.TS. Bùi Xuân Lưu, PGS.TS. Nguyễn Hữu Khải (2006), *Giáo trình Kinh tế Ngoại thương*, ĐH Ngoại thương, NXB Lao động xã hội

2. Tổng cục Hải quan, *Niên giám thống kê hải quan về hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam các năm 2011, 2012, 2013, 2014*, Nguồn <http://ptsw.customs.gov.vn/vnaccs/TKHQ>

3. Website:

<http://www.customs.gov.vn>

<http://www.baocaobang.vn/Thoi-su/UBND-tinh-Danh-gia-tinh-hinh-thuc-hien-quan-ly-xuat-khau-gao-qua-dia-ban/43357.bcb>

<http://www.congthuongcaobang.gov.vn/gpmaster.gp-media.so-cong-thuong-cao-bang.gplist.16.gpopen.918.gpside.1.aspx>

<http://dantri.com.vn/kinh-doanh/nghich-ly-gao-viet-hang-xin-xuat-khau-re-hon-ban-trong-nuoc-20151108080820096.htm>

<http://vov.vn/kinh-te/trung-quoc-kiem-soat-chat-xuat-khau-gao-cua-viet-nam-giam-manh-435150.vov>

<http://kinhtevadubao.vn/chi-tiet/91-3721-xuat-khau-tieu-ngach--loi-thi-co-loi-nhung---.html>

<http://cafef.vn/nong-thuy-san/trung-quoc-cam-nhap-khau-gao-tieu-ngach-tu-viet-nam-201408100736216704.chn>

PHÁT TRIỂN KINH TẾ VÙNG NAM TRUNG QUỐC VÀ TÁC ĐỘNG VỚI CAO BẰNG

中国南区经济发展概况与其对越南高平省之影响

TS. Phạm Sỹ Thành¹

Giám đốc Chương trình Nghiên cứu Kinh tế Trung Quốc thuộc VEPR,
Đại học Kinh tế, ĐHQGHN

河内国家大学所属经纪大学树 VEPR 组中国经济研究项目经理
范士成

Tóm tắt:

Chủ trương phát triển kinh tế vùng miền của Trung Quốc tập trung vào ba phương diện: (1) phối hợp phát triển giữa các vùng miền; (2) xây dựng các cực tăng trưởng mới; (3) các điểm tăng trưởng ven miền duyên hải phía Đông và theo các dòng sông lớn ở Trung Quốc.

Từ khóa: Nam Trung Quốc, tác động, Cao Bằng

摘要

中国地区经济发展主张集中在：（1）各地区之间的配合；（2）建立新的增长极；（3）东面沿海及中国大河边平原地区增长点

关键词: 南中国, 影响, 高平省

1. Tổng quan chiến lược phát triển kinh tế vùng của Trung Quốc

1.1. Khái quát

Từ khi thành lập nước đến nay, chiến lược phát triển kinh tế vùng của Trung Quốc đã trải qua 3 giai đoạn lớn: (1) từ khi thành lập nước đến trước cải cách mở cửa (1949-1978) là giai đoạn phát triển cân bằng kinh tế vùng; (2) từ sau cải cách mở cửa đến cuối thế kỷ XX (1979-1999) là giai đoạn phát triển không cân bằng; (3) từ khi bước sang thế kỷ mới (từ năm 2000) là giai đoạn phát triển nhịp nhàng kinh tế vùng. Bước sang thế kỷ XXI, Trung Quốc tích cực tham gia vào toàn cầu hóa kinh tế, nhất thể hóa/hội nhập? Kinh tế khu vực, chiến lược phát triển vùng miền cũng được đẩy mạnh.

1.2. Bố cục

Kinh tế vùng miền Trung Quốc đã hình thành bố cục mới - hệ dẫn động 4 bánh “4WD” bao gồm 4 vùng kinh tế lớn: miền Tây, miền Trung bộ, Đông Bắc và miền Tây. Bố cục tổng thể của chiến lược phát triển vùng của Trung Quốc được nêu rõ trong Cương yếu quy hoạch 5 năm lần thứ 11: “thúc đẩy đại khai phá miền Tây, chấn hưng các cơ sở công

¹ Giám đốc Chương trình Nghiên cứu Kinh tế Trung Quốc thuộc VEPR, ĐHKT, ĐHQGHN

nghiệp cũ vùng Đông Bắc”, thúc đẩy miền Trung trỗi dậy, khuyến khích miền Đông đi đầu phát triển, đẩy mạnh sự tương tác tốt giữa miền Đông - miền Trung - miền Tây, phát triển vùng hài hòa nhịp nhàng trở thành trọng tâm và điểm dừng chính của chiến lược phát triển tổng thể vùng miền Trung Quốc và xây dựng xã hội hài hòa chủ nghĩa xã hội Trung Quốc².

Chủ trương phát triển kinh tế vùng miền của Trung Quốc tập trung vào ba phương diện: (1) phối hợp phát triển giữa các vùng miền; (2) xây dựng các cực tăng trưởng mới; (3) các điểm tăng trưởng ven miền duyên hải phía Đông và theo các dòng sông lớn ở Trung Quốc.

2. Vùng kinh tế miền Tây

2.1. Chiến lược Đại khai phát miền Tây

2.1.1. Bối cảnh

Từ khi thực hiện cải cách mở cửa (1978), trọng điểm chiến lược phát triển vùng miền của Trung Quốc chuyển dịch về phía Đông. Đặng Tiểu Bình đưa ra chủ trương phát triển làm giàu có các tỉnh duyên hải phía Đông trước sau đó quy trở lại phát triển miền Tây, củng cố quốc phòng. Sau hơn 20 năm thực hiện phát triển kinh tế miền Đông, tồn tại lịch sử và khoảng cách chênh lệch phát triển giữa khu vực miền Đông và miền Tây ngày càng lớn trở thành vấn đề toàn diện cản trở sự phát triển bền vững lâu dài của nền kinh tế xã hội Trung Quốc. Chiến lược đại khai phát miền Tây là quyết sách chiến lược quan trọng của Trung Quốc, nhằm phát triển miền Tây, thu hẹp khoảng cách chênh lệch phát triển giữa hai miền Đông và Tây. Cuối năm 1999, trong Hội nghị Công tác Kinh tế Trung ương, Giang Trạch Dân đã nêu ra quyết sách Đại khai phát miền Tây.

Năm 2000, Trung Quốc thành lập tổ chỉ đạo phát triển miền Tây do thủ tướng Chu Dung Cơ làm tổ trưởng với thành viên là các quan chức cấp cao hàng bộ trưởng. Năm 2001, trong bản “Đề cương kế hoạch 5 năm lần thứ 10 về phát triển kinh tế - xã hội nước Cộng hòa nhân dân Trung Hoa” được chính thức thông qua đã tiến hành bố trí cụ thể cho chiến lược đại khai phá miền Tây. Quy hoạch tổng thể đại khai phá miền Tây trong 50 năm có thể chia thành 3 giai đoạn: xây dựng nền tảng cơ sở hạ tầng (2001-2010), tăng tốc độ phát triển (2010-2030) và thúc đẩy hiện đại hóa toàn diện (2031-2050).

2.1.2. Phạm vi chiến lược

Miền Tây bao gồm 12 tỉnh, khu tự trị và thành phố trực thuộc Thiểm Tây, Cam Túc, Ninh Hạ, Thanh Hải, Tân Cương, Tứ Xuyên, Trùng Khánh, Vân Nam, Quý Châu, Tây Tạng, Quảng Tây, Nội Mong, với đặc điểm chung là núi non hiểm trở, dân cư thưa thớt, kinh tế kém phát triển.

2.1.3. Mục tiêu

- Mục tiêu tổng thể: Tháng 7 năm 2010, trong Hội nghị công tác đại khai phá miền Tây, Chủ tịch Hồ Cẩm Đào đã phát biểu, sau 10 năm thực hiện, mục tiêu tổng thể thực hiện chiến lược đại khai phá miền Tây là: nâng sức mạnh tổng thể kinh tế của khu vực miền Tây lên tầm cao mới, hoàn thiện hơn cơ sở hạ tầng, hình thành cơ bản hệ thống công nghiệp hiện đại, xây dựng cơ sở năng lượng mới, cơ sở chế biến sâu các nguồn tài nguyên, cơ sở sản xuất trang thiết bị và cơ sở các ngành công nghiệp chiến lược mới nổi quan trọng của cả nước;

²<http://www.dajunzk.com/quyujj.pdf>

nâng trình độ và chất lượng đời sống của nhân dân lên tầng cao mới, giảm chênh lệch về năng lực phục vụ công cộng cơ bản so với khu vực miền Đông; nâng cao bảo vệ môi trường sinh thái, hạn chế suy thoái môi trường.

- Mục tiêu các thời kỳ:

Tháng 12 năm 2006, Ủy ban thường vụ Quốc Vụ viện thông qua “Kế hoạch 5 năm lần thứ 11 đại khai phá miền Tây”. Mục tiêu hướng tới nỗ lực thực hiện phát triển kinh tế khu vực miền Tây vừa nhanh vừa hiệu quả, nâng cao và duy trì sự ổn định cho đời sống nhân dân, những khu vực và ngành nghề trọng điểm đạt trình độ phát triển mới, đạt được thành tựu mới trong lĩnh vực phục vụ lợi ích cộng đồng cơ bản như giáo dục, y tế, xây dựng xã hội chủ nghĩa và xã hội hài hòa vững bền.

Năm 2012, Trung Quốc thông qua “Kế hoạch 5 năm lần thứ 12 đại khai phá miền Tây”, xác định rõ mục tiêu phát triển kinh tế xã hội miền Tây: phấn đấu giai đoạn “5 năm lần thứ 12” đại khai phá miền Tây trên 7 lĩnh vực kinh tế tổng hợp, cơ sở hạ tầng, môi trường sinh thái, ngành nghề đặc sắc, dịch vụ công cộng, đời sống nhân dân và cải cách mở cửa. Những mục tiêu này bao gồm: tốc độ tăng trưởng kinh tế khu vực và tốc độ tăng trưởng thu nhập người dân nông thôn đều cao hơn mức bình quân của cả nước, tăng thêm 15.000 km đường sắt, độ che phủ của rừng đạt khoảng 19%, tiêu hao năng lượng tính trên GDP giảm khoảng 15%, giảm tiêu thụ nước trên một đơn vị giá trị gia tăng công nghiệp xuống 30%, tỷ lệ giáo dục bắt buộc 9 năm đạt từ 90% trở lên, tỷ lệ đô thị hóa vượt mức 45%.

2.1.4. Thực hiện

Tổ chức lãnh đạo: Ngay khi bắt đầu thực hiện chiến lược đại khai phá miền Tây, Quốc vụ viện đã thành lập Tổ chỉ đạo phát triển miền tây do Thủ tướng chính phủ Chu Dung Cơ đứng đầu, phó thủ tướng Ôn Gia Bảo làm tổ phó cũng quản lý công tác khai phá miền Tây, các thành viên khác là những người phụ trách chính ở các bộ phận liên quan. Tổ chỉ đạo phụ trách tổ chức quán triệt phương châm, chính sách của Trung ương về thực hiện chiến lược đại khai phá miền Tây, cân nhắc chiến lược phát triển, quy hoạch phát triển, các vấn đề chính, các kiến nghị chính sách và những quy định pháp luật có liên quan đến chiến lược đại khai phá miền Tây. Tháng 6 năm 2014, cơ cấu tham gia Tổ chỉ đạo có sự điều chỉnh, tiếp tục nâng cao năng lực phối hợp quy hoạch tổng thể công tác đại khai phá miền Tây. Trong 13 năm được thành lập, Tổ chỉ đạo đã tổ chức 10 hội nghị tổng thể, xem xét thông qua 3 kế hoạch 5 năm lần thứ 10, 11 và 12, Tổ chỉ đạo đã nghiên cứu thực hiện một loạt chính sách hỗ trợ đặc thù cho các dự án công trình trọng điểm như chuyển đổi đất nông nghiệp sang đất trồng rừng, chuyển đổi đất chăn nuôi sang trồng cỏ, phê chuẩn trọng điểm công tác hàng năm chiến lược đại khai phá miền Tây.

Chính sách hỗ trợ: Trong giai đoạn mới của chiến lược đại khai phá miền Tây, Chính phủ Trung Quốc đã thực hiện 55 chính sách ưu đãi khác nhau trên 10 lĩnh vực như tài chính, thuế thu nhập, ngành nghề, đất đai, nhân tài,... Các phòng ban và các đơn vị (Vụ Tổ chức Trung ương, Ủy ban Cải cách và Phát triển Quốc gia, Bộ Khoa học, Bộ Công nghiệp và Công nghệ thông tin, Ủy ban Dân tộc Nhà nước, Bộ Tài chính, Bộ Nhân lực và An sinh xã hội, Bộ Đất đai và Tài nguyên, Bộ Giao thông vận tải, Bộ Thủy lợi, Bộ Nông nghiệp, Ủy ban Y tế và Kế hoạch hóa gia đình,...) nghiêm túc thực hiện công tác triển khai chính sách cụ thể, ban hành một loạt các quy định và biện pháp hỗ trợ thực hiện chính sách.

2.1.5. Các khu kinh tế trọng điểm

Chiến lược đại khai phát miền Tây đã quy hoạch 11 khu kinh tế trọng điểm gồm: khu kinh tế Thành Đô - Trùng Khánh, Khu kinh tế Quan Trung - Thiên Thủy, Khu kinh tế Vịnh Bắc bộ, khu kinh tế Hồ Bao Ngân Du (Hubaoyinyu), Khu vực Lan Châu - Tây Ninh - Cách Nhĩ Mộc - Đức Linh Cấp, Khu kinh tế Thiên Sơn Bắc Lộ, Khu kinh tế Điền Trung (miền Trung Vân Nam), Khu kinh tế Kiềm Trung (miền Trung Quý Châu), Khu kinh tế ven sông Hoàng Hà Ninh Hạ, Khu kinh tế Tạng Trung Nam, Vùng căn cứ cách mạng cũ Thiểm Tây - Cam Túc - Ninh Hạ.

Trong đó, khu kinh tế Thành Đô - Trùng Khánh, khu kinh tế Vịnh Bắc bộ Quảng Tây và khu kinh tế Quan Trung - Thiên Thủy là 3 khu kinh tế trọng điểm của chiến lược.

2.1.6. Thành tựu

- Tăng trưởng kinh tế ổn định và nhanh chóng: Sau hơn 15 năm thực hiện chiến lược đại khai phát miền Tây, tổng GDP của khu vực miền đã từ 1,3 nghìn tỷ NDT (năm 2000) tăng lên 13,8 nghìn tỷ NDT (năm 2014). Năm 2014, tốc độ tăng trưởng GDP của miền Tây đạt 9,06%, cao hơn các vùng miền Đông và miền Trung lần lượt là 1,15 và 0,64%, cao hơn mức tăng trưởng trung bình toàn quốc 0,77%, 8 năm liên tiếp nằm trong top dẫn đầu cả nước. Tỷ trọng của miền Tây trong GDP cả nước đạt 20,18%, tiếp tục thu hẹp khoảng cách kinh tế với khu vực miền Đông, đóng góp 21,9% và tốc độ tăng trưởng kinh tế của Trung Quốc. Theo dữ liệu cấp tỉnh, tốc độ tăng trưởng của tỉnh Trùng Khánh dẫn đầu cả nước với 10,9%, theo sau là Tây Tạng và Quý Châu với 10,8%, Tân Cương và Thiểm Tây lần lượt đứng thứ 4 và thứ 7 với tốc độ tăng trưởng 10% và 9,7%³.

- Mở rộng quy mô đầu tư, kích thích tăng trưởng kinh tế: Ưu tiên đầu tư vào các công trình trọng điểm thúc đẩy miền Tây phát triển nhanh và hiệu quả, chủ yếu là các công trình xây dựng cơ sở hạ tầng, chủ yếu liên quan đến đường sắt, đường bộ và sân bay. Từ năm 2000-2014, Trung Quốc đã khởi công 240 công trình trọng điểm trong chiến lược đại khai phá miền Tây với quy mô tổng vốn đầu tư lên đến 4.839 tỷ NDT. Trong đó, có nhiều công trình đã đi vào hoạt động hoặc đang hoàn thành như: đường sắt Thanh Hải - Tây Tạng, dự án chuyển nước từ miền Nam lên miền Bắc “Nam thủy Bắc điều”, dự án dẫn khí từ miền Tây sang miền Đông, xây dựng hệ thống tàu điện ngầm ở Trùng Khánh, dự án chuyển than từ miền Bắc và miền Tây sang miền Đông và miền Nam, dự án chuyển dầu từ miền Tây sang miền Bắc, dự án đưa điện từ miền Tây tới miền Đông,... Năm 2014, Trung Quốc khởi công 33 công trình trọng điểm mới để phục vụ chiến lược đại khai phát miền Tây với tổng vốn đầu tư lên đến 835,3 tỷ NDT⁴.

- Việc khởi công xây dựng những công trình trọng điểm này đã phát huy vai trò quan trọng đối với việc thực hiện chiến lược phát triển miền Tây, thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội vùng miền Tây, cải thiện điều kiện sản xuất và đời sống của nhân dân miền Tây. Đặc biệt, trong giai đoạn kế hoạch 5 năm lần thứ 11, chiến lược đại khai phát miền Tây đã đạt được nhiều thành tựu to lớn. Chỉ số kinh tế vĩ mô năm 2010 tăng gấp đôi so với năm 2005. Xây dựng cơ sở hạ tầng có bước tiến đột phá, bước đầu hình thành bộ khung mạng lưới CSHT

³http://finance.ifeng.com/a/20150915/13973402_0.shtml

⁴中华人民共和国国家发展和改革委员会, 2009, 2010, 2014

giao thông vận tải tổng hợp, thông xe 365.000km đường quốc lộ mới và đưa 8000km đường sắt đi vào hoạt động. Xây dựng sinh thái và bảo vệ môi trường, đạt được kết quả đáng ghi nhận, các công trình sinh thái trọng điểm tiến triển thuận lợi giảm đáng kể lượng khí thải và chất ô nhiễm, từng bước cải thiện chất lượng môi trường. Sự phát triển nhanh chóng của ngành công nghiệp ưu thế của địa phương và ưu thế về tài nguyên dần chuyển thành ưu thế về kinh tế, khả năng tự phát triển tăng mạnh. Mức sống của người dân được cải thiện rõ rệt, thu nhập của người dân ở thành thị và nông thôn tăng lần lượt là 80% và 85,7% so với năm 2005, diện mạo của khu vực thành thị và nông thôn có những thay đổi lịch sử rõ rệt.

2.2. Khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây

2.2.1. Bối cảnh

Nằm trong bố cục thực hiện chiến lược đại khai phá miền Tây, việc thành lập và triển khai Khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây là một trong những điểm nhấn trong chính sách phát triển kinh tế xã hội của Quảng Tây.

Đây là khu vực trọng điểm tiên hành cải cách mở cửa sớm nhất ở Trung Quốc, có vai trò và tác dụng to lớn trong bố cục chiến lược cải cách mở cửa của Trung Quốc, có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, vị trí giao thông thuận tiện. Do nằm ở vị trí phía tây nam Trung Quốc, hướng tới Đông Nam Á, khu kinh tế vịnh Bắc Bộ Quảng Tây đã được ấn định quy hoạch phát triển là: trở thành cơ sở dịch vụ lưu thông phân phối, cơ sở thương mại, cơ sở gia công, chế tạo và cơ sở chia sẻ thông tin phục vụ cho sự hợp tác mở cửa giữa Trung Quốc và ASEAN. Khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây là hạt nhân cho việc triển khai hợp tác tại khu vực Vịnh Bắc Bộ mở rộng giữa Trung Quốc và ASEAN. Trên cơ sở vị trí quan trọng về ưu thế địa lý duyên hải của khu tự trị, tháng 3 năm 2006, Quảng Tây đã thành lập Khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây, lấy đó để chỉ đạo toàn bộ quá trình khai thác, mở cửa toàn khu tự trị tỉnh Quảng Tây, thúc đẩy hợp tác khu vực giữa Trung Quốc - ASEAN và hợp tác Vịnh Bắc Bộ mở rộng. Ngày 22/3/2006, chính quyền nhân dân khu tự trị dân tộc Choang tỉnh Quảng Tây đã thành lập Ủy ban quản lý xây dựng quy hoạch kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây để quy hoạch, quản lý, chỉ đạo công tác mở cửa, phát triển khu kinh tế. Ủy ban là cơ quan trực thuộc Chính quyền Quảng Tây. Tháng 2 năm 2007, Quảng Tây chính thức thành lập công ty trách nhiệm hữu hạn khai thác, đầu tư Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây và công ty trách nhiệm hữu hạn tập đoàn cụm cảng quốc tế Vịnh Bắc Bộ, đánh dấu sự chinh hợp nguồn tài nguyên, quy hoạch phát triển khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây đã đạt được bước tiến mang tính thực chất, quá trình mở cửa, khai thác toàn diện đó đã bước được một bước quan trọng.

Dưới sự chỉ đạo của Ủy ban cải cách và phát triển quốc gia, theo tinh thần đại hội Đảng lần thứ 17 và “Đề cương kế hoạch 5 năm lần thứ 11 về phát triển kinh tế xã hội nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa” và “Kế hoạch 5 năm lần thứ 11 đại khai phá miền Tây”, bản Kế hoạch Phát triển Khu kinh tế Vịnh Bắc bộ Quảng Tây từ 2006 đến 2020 do Quảng Tây soạn thảo đã ra đời.

Tháng 1 năm 2008, Quốc vụ viện Trung Quốc đã chính thức phê chuẩn và công bố “Kế hoạch phát triển khu kinh tế Vịnh Bắc bộ Quảng Tây”⁵. Đánh dấu việc hợp tác kinh tế khu vực Vịnh Bắc Bộ đã được nâng lên thành chiến lược quốc gia.

⁵广西壮族自治区人民政府 (2008), 广西北部湾经济区发展规划, 国家发改委网站

2.2.2. Phạm vi

Khu kinh tế vịnh Bắc Bộ Quảng Tây (gọi tắt là khu vực kinh tế Vịnh Bắc Bộ) gồm 4 thành phố Nam Ninh, Bắc Hải, Khâm Châu và Cảng Phòng Thành, diện tích đất liền 42.500 km² chiếm 17,9% tổng diện tích toàn Quảng Tây, diện tích mặt biển đạt 129.300 km với số dân 21 triệu người (2013), là khu vực ven biển duy nhất ở miền tây Trung Quốc.

2.2.3. Mục tiêu

Sau 10-15 năm sẽ xây dựng khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ trở thành khu vực tăng trưởng kinh tế quan trọng ven biển của Trung Quốc, đi đầu thực hiện mục tiêu xây dựng toàn diện xã hội khá giả của khu vực miền Tây, Trung Quốc.

5 mục tiêu cụ thể được đưa ra gồm:

(1) Sức mạnh kinh tế tăng lên rõ rệt. Trên cơ sở của việc tối ưu hóa cơ cấu nền kinh tế, nâng cao hiệu quả, giảm tiêu thụ, bảo vệ môi trường, đến năm 2010, gia tăng đáng kể GDP bình quân đầu người, đến năm 2020, GDP bình quân đầu người cao hơn mức trung bình của cả nước, chiếm khoảng 45% tổng sản lượng kinh tế của toàn tỉnh Quảng Tây.

(2) Tăng cường tối ưu hóa cơ cấu nền kinh tế. Hình thành cơ bản kết cấu ngành nghề hợp lý, phát triển đồng bộ 3 nhóm ngành, nâng cao rõ rệt năng lực sáng tạo độc lập và khả năng cạnh tranh của các ngành nghề, hình thành cơ bản cơ sở công nghiệp hiện đại, cơ sở phát triển nguồn năng lượng mới và bảo vệ an ninh năng lượng của khu vực, xây dựng nông thôn mới xã hội chủ nghĩa đạt bước phát triển quan trọng, thành thị và nông thôn hỗ trợ nhau cùng phát triển, nâng cao và giữ ổn định mức độ đô thị hóa, nâng cao rõ rệt vai trò đi đầu bức xạ của các thành phố trung tâm.

(3) Không ngừng hợp tác mở cửa sâu sắc. Xây dựng cơ bản khu vực hợp tác kinh tế khu vực và quốc tế, gia tăng đáng kể nền kinh tế định hướng xuất khẩu, mở rộng quy mô ngoại thương, kinh tế đối ngoại, đầu tư nước ngoài, tăng cường năng lực ngành dịch vụ, thành lập cơ bản thể chế cơ chế hợp tác mở cửa.

(4) Tăng cường xây dựng nền văn minh sinh thái. Duy trì chất lượng môi trường sinh thái trên đất liền và trên biển, trở thành khu bảo tồn sinh thái quan trọng của biển Đông, hiệu quả tiết kiệm năng lượng rõ ràng, hình thành kinh tế vòng tròn có quy mô khá lớn, không ngừng tăng cường khả năng hỗ trợ bảo vệ môi trường, tiết kiệm tài nguyên, hình thành cơ bản cơ cấu ngành nghề, phương thức tăng trưởng, mô hình tiêu thụ, năng lực phát triển bền vững về tiết kiệm năng lượng và bảo vệ môi trường sinh thái.

(5) Cải thiện toàn diện đời sống người dân. Tăng trưởng ổn định thu nhập của cư dân nông thôn, tăng cao và giữ ổn định tỷ lệ tiêu dùng, hình thành cơ bản hệ thống giáo dục suốt đời, cung cấp đầy đủ hơn công tác xã hội, phổ biến toàn diện bảo hiểm xã hội, giúp cho toàn thể cư dân được hưởng dịch vụ y tế cơ bản, nâng cao chất lượng dịch vụ công cộng, môi trường sống thuận lợi tốt đẹp, xã hội ổn định, hài hòa và tiến bộ.

Bảng: Mục tiêu phát triển chủ yếu của khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây

STT	Nội dung	Năm 2005	Năm 2010	Năm 2020
1	Dân số (triệu người)	12,3	14	19
2	Tỷ lệ đô thị hóa (%)	39,23	45	60
3	Tỷ trọng khai thác và đầu tư/GDP (%)	0.5	0.8	4
4	Tiêu thụ năng lượng trên GDP (TCE) (NDT)	10.000	9.000	6.600
5	Tiêu thụ nước trên đơn vị giá trị gia tăng công nghiệp (tấn) (NDT)	3.000.000	2.000.000	1.200.000
6	Tổng lượng khí thải oxit lưu huỳnh (chủ yếu là SO ₂) (nghìn tấn)	227	205	205
7	Tổng lượng phát thải COD (nghìn tấn)	315,5	277	250
8	Độ che phủ của rừng (%)	45,1	50	60

2.2.4. Thực hiện

Qua 6 năm thành lập khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây, Quảng Tây đẩy nhanh tiến độ thực hiện "Kế hoạch Phát triển khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây", thúc đẩy phát triển mạnh trên các lĩnh vực công nghiệp, cảng biển, giao thông vận tải, dịch vụ hậu cần, xây dựng đô thị, du lịch, thương mại, văn hóa, mở rộng hợp tác đa kênh với các nước ASEAN và nhiều khu vực châu thổ sông Châu, sông Dương Tử và Tây Nam, Nam Phi và các tỉnh lân cận khác.

Sau sáu năm phát triển và xây dựng, nền kinh tế của Khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ Quảng Tây tăng trưởng nhanh chóng, tích tụ công nghiệp nhanh chóng, sự gia tăng nhanh chóng của các hệ thống công nghiệp hiện đại, số cảng lớn 100 triệu tấn gia tăng nhanh chóng, mô hình đại khai phát hình thành nhanh chóng.

Với tinh thần Vịnh Bắc Bộ, Vịnh Bắc Bộ đã nhanh chóng tạo nên kỳ tích, trở thành khu vực dẫn đầu phát triển khu kinh tế, tốc độ để tạo ra một phép lạ, trở thành sự phát triển kinh tế hàng đầu tại Quảng Tây, là động cơ quan trọng để phát triển miền Tây, là một công cụ quan trọng của biên giới biển của Trung Quốc, nhấn mạnh sự phát triển kinh tế quan trọng, một kênh quan trọng của sự hợp tác giữa Trung Quốc và ASEAN, dịch vụ, các quốc gia chiến lược ngoại giao láng giềng một lực lượng quan trọng⁶.

2.2.5. Triển vọng

Dựa trên Vịnh Bắc Bộ, phục vụ "Tam Nam" (gồm Tây Nam, Hoa Nam và Trung Nam), kết nối Đông-Tây, hướng ra Đông Nam Á, phát huy đầy đủ vai trò đường giao thông quan trọng, cầu nối giao lưu và môi trường hợp tác giữa nhiều khu vực, lấy hợp tác mở cửa để thúc đẩy phát triển và xây dựng, nỗ lực xây dựng khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ thành cơ sở hậu cần, cơ sở thương mại, cơ sở gia công chế tạo và trung tâm trao đổi thông tin giữa Trung Quốc và ASEAN, trở thành động lực hỗ trợ chiến lược đại khai phá miền Tây, trở

⁶<http://www.svnbk.com/ts/177099.html>

thành khu hợp tác kinh tế quốc tế quan trọng có trình độ mở cửa lớn, năng lực bức xạ mạnh, kinh tế phồn vinh, xã hội hài hòa, sinh thái tốt lành.

Đường lối phát triển

1. Xây dựng quy hoạch khởi điểm cao, chất lượng cao. Chủ yếu xây dựng 9 quy hoạch: quy hoạch khu kinh tế, quy hoạch dải đô thị, quy hoạch sử dụng đất, quy hoạch phát triển giao thông tổng hợp, quy hoạch xây dựng tổ hợp cảng lớn, quy hoạch sử dụng hợp lý tài nguyên nước, quy hoạch phát triển công nghiệp ven biển, quy hoạch phát triển ngành dầu khí và các ngành phụ trợ, quy hoạch bảo vệ môi trường sinh thái đất liền và biển. Mời hoặc ủy thác cho các cơ quan có uy tín của nhà nước tham gia xây dựng quy hoạch, mời các chuyên gia quốc tế tham gia thẩm định.

2. Mở rộng mở cửa đối nội và đối ngoại, đẩy mạnh hợp tác vùng trong nước và quốc tế. Đi sâu thực hiện chiến lược mở cửa cùng có lợi và cùng thắng, chiến lược hợp tác vùng dựa vào phía Đông, liên kết với miền Tây, phát triển xuống phía Nam, tích cực chủ động tham gia liên kết hợp tác giữa các tỉnh, khu vực trong vành đai kinh tế vịnh Bắc Bộ, tích cực chủ động hợp tác với các nước ven vịnh Bắc Bộ, đặc biệt là Việt Nam, lấy đại khai phá để thúc đẩy hợp tác lớn, phát triển mạnh.

3. Xây dựng chính sách khuyến khích, vận dụng cơ chế thị trường thúc đẩy mở cửa phát triển toàn diện. Đổi mới trợ giúp chính sách và hơn nữa là tập trung nguồn lực, phát huy ưu thế của các bên, mở rộng nhịp độ kêu gọi đầu tư, cải thiện môi trường đầu tư, thu hút và sử dụng nhân tài các bên. Kết hợp giữa chính sách trợ giúp Khu kinh tế vịnh Bắc Bộ (Quảng Tây) với chính sách phát triển miền Tây của Nhà nước, chính sách mở cửa đối ngoại vùng ven biển, phát huy hiệu ứng tổng hợp của từng chính sách. Bảo đảm cho các chủ thể được tiếp cận thị trường công bằng, phát huy ưu thế của cơ chế thị trường trong phân bổ nguồn lực. Khuyến khích phát triển kinh tế phi công hữu, khuyến khích kinh tế phi công hữu tham gia các lĩnh vực xây dựng với nhiều phương thức như tham gia cổ phần, đầu tư toàn bộ, cùng góp vốn, hợp tác hoặc tham gia hạng mục...

4. Quy hoạch thống nhất thúc đẩy xây dựng các hạng mục ngành nghề lớn và cơ sở hạ tầng. Một mặt, khởi công, hoặc tiền thi công các công trình như: nhà máy lọc dầu triệu tấn Khâm Châu, hạng mục nhà máy giấy Khâm Châu - Bắc Hải, hạng mục công trình gang thép cảng Phòng Thành, hạng mục nhà máy điện hạt nhân. Mặt khác, xoay quanh các ngành luyện kim, hoá dầu, công nghiệp giấy các ngành phụ trợ. Kết hợp với ưu thế cảng biển, lợi dụng đầu tư của các nước Đông Nam Á, bắt tay quy hoạch các hạng mục chế tạo gia công lớn. Đẩy mạnh xây dựng cơ sở hạ tầng giai đoạn II với trọng điểm là các công trình luồng lạch, cấp nước, đường sá, mạng điện.

5. Xây dựng môi trường đầu tư tiên tỵ, xây dựng công ty kinh doanh nhất thể hoá cảng biển. Để tập hợp vốn tốt hơn, thành lập công ty đầu tư phát triển vịnh Bắc Bộ (Quảng Tây) thành môi trường đầu tư góp vốn và là chủ thể đầu tư, phụ trách các hạng mục kinh doanh, đầu tư kinh doanh Căn cứ theo nguyên tắc thị trường hoá, lấy tài sản làm khớp nối, thúc đẩy thống nhất quy hoạch tài nguyên, thống nhất xây dựng và thống nhất quản lý, xây dựng công ty tập đoàn cảng vụ vịnh Bắc Bộ. Hiện nay, công tác quy hoạch vùng và quy hoạch dải đô thị Khu kinh tế vịnh Bắc Bộ (Quảng Tây) đã hợp tác với cơ quan có uy tín của Nhà nước và trưng bày mô hình lớn tại Hội chợ triển lãm Trung Quốc-ASEAN lần thứ III.

3. Các chiến lược phát triển kinh tế quốc tế

3.1. Một trục hai cánh

Tại hội nghị cao cấp ASEAN - Trung Quốc, thủ tướng Ôn Gia Bảo đã kêu gọi các nhà lãnh đạo ASEAN cùng tích cực tham gia nghiên cứu tính khả thi của việc đẩy mạnh hợp tác Vịnh Bắc Bộ mở rộng, coi đây là một điểm sáng mới trong hợp tác Trung Quốc - ASEAN. Chiến lược “Một trục hai cánh” được cấu thành bởi hai mảng (cánh) lớn là hợp tác kinh tế Vịnh Bắc Bộ, hợp tác tiểu vùng sông Mê Kong và một trục là hành lang kinh tế Nam Ninh - Singapore. Về hình thức biểu đạt, hợp tác kinh tế trên biển, hợp tác kinh tế trên đất liền và hợp tác tiểu vùng sông Mê Kong đều bắt nguồn từ chữ M nên có thể gọi là chiến lược “3M” trong hợp tác giữa Trung Quốc và ASEAN. Giới lãnh đạo Trung Quốc đã thống nhất coi chiến lược “một trục hai cánh” là chiến lược hợp tác kinh tế khu vực Trung Quốc - ASEAN với các mục tiêu cụ thể như: (1) Hình thành một vành đai tăng trưởng kinh tế mới ở bờ Tây Thái Bình Dương, trọng tâm là phát triển hợp tác Vịnh Bắc Bộ mở rộng thành sự án hợp tác vùng mới giữa Trung Quốc và ASEAN, đưa nội dung hợp tác này vào khung khổ tổng thể hợp tác Trung Quốc - ASEAN. (2) Tạo sự ổn định cả khu vực ở biên giới trên bộ và trên biển, mở ra không gian phát triển mới cho Trung Quốc, đặc biệt mở ra con đường cho khu vực miền Tây Trung Quốc đi qua Tiểu vùng Sông Mê Kong mở rộng, thông qua Ấn Độ Dương để đi vào thị trường thế giới nhằm chấn hưng vùng Tây Nam Trung Quốc. (3) Đưa hợp tác Trung Quốc - ASEAN vào phát triển thực chất, hiệu quả, từ đó thúc đẩy sự phát triển hợp tác tổng thể Đông Á, đồng thời mở ra cục diện đảm bảo an ninh năng lượng cho Trung Quốc ở biển Đông. Trung Quốc chủ trương xây dựng hợp tác kinh tế Vịnh Bắc Bộ mở rộng trở thành cực tăng trưởng mới giữa Trung Quốc và ASEAN, trong đó khu kinh tế Vịnh Bắc Bộ là hạt nhân cực tăng trưởng mới của Trung Quốc.

Nội dung: Trục hành lang kinh tế Nam Ninh (Quảng Tây) - Singapore, phát triển cơ sở hạ tầng, đường cao tốc, đường sắt cao tốc

Cánh trái: Hợp tác tiểu vùng sông Meekong mở rộng (GMS), phát triển cơ sở hạ tầng, nông nghiệp, thương mại đầu tư. Các bên tham gia: Việt Nam, Lào, Campuchia, Thái Lan, Myanmar, Vân Nam, Quảng Tây

Cánh phải: Hợp tác kinh tế VBBMR, các bên tham gia: Việt Nam, Lào, Campuchia, Thái Lan, Malaysia, Singapore, Indonesia, Philippines và Brunei.

3.2. Khu khai phát kinh tế Nam Ninh - ASEAN

Khu khai phát kinh tế Nam Ninh - ASEAN nằm ở điểm giao nhau giữa Trung Quốc - ASEAN "10 + 1" và vòng tròn kinh tế Chu Giang mở rộng 9+2, là khởi điểm của vành đai kinh tế biên giới Sở Nam-Quý Dương-Côn Minh và khu vực hợp tác kinh tế VBBMR "một trục hai cánh".

Trong đó, hành lang kinh tế Nam Ninh - Singapore có thể được coi là một trong những dự án quan trọng nhất trong hợp tác kinh tế khu vực Trung Quốc - ASEAN, sự phát triển của nó sẽ cải thiện đáng kể điều kiện giao thông vận tải trong khu vực, kích thích và tận dụng lợi thế về địa lý, tài nguyên, kinh tế, công nghệ và thị trường của các nước trong khu vực, tối ưu hoá sự phân phối các nguồn lực và tài nguyên trong khu vực, qua đó thúc đẩy sự hợp tác và phát triển giao lưu kinh tế kỹ thuật của các quốc gia và khu vực xung quanh hành lang kinh tế. Hành lang này sẽ trở thành đường giao thông quốc tế quan trọng nhất trên đường bộ Trung Quốc - ASEAN, tạo điều kiện cho đầu tư và hợp tác thương mại giữa các quốc gia và

khu vực xung quanh Hành lang, thúc đẩy sự phân công ngành nghề và sự hội tụ các thị trường chuyên nghiệp trong khu vực.

Phạm vi Hành lang kinh tế Nam Ninh - Singapore: Kết nối giao thông, kinh tế trực Nam Ninh - Hà Nội - Phnom Penh - Bangkok- Kuala Lumpur- Singapore.

3.3. Hợp tác kinh tế Vịnh Bắc Bộ mở rộng

Phạm vi không gian hợp tác kinh tế VBBMR: Ban đầu, khi Trung Quốc mới đưa ra sáng kiến hợp tác này, không gian hợp tác được xác định là một số tỉnh, thành phố phía Nam của Trung Quốc và các nước ASEAN dọc theo Hành lang kinh tế Nam Ninh - Singapore, như: Việt Nam, Lào, Campuchia, Thái Lan, Malaysia Singapore và Brunei. Tuy nhiên, đến nay phạm vi khuôn khổ hợp tác này đã bao trùm hầu hết các nước ASEAN. Về phía Trung Quốc, theo Lộ trình hợp tác kinh tế VBBMR mà Trung Quốc đưa ra tháng 7/2012, không gian hợp tác còn được đề nghị mở rộng trong thời gian tới, với sự tham gia của Hồng Kông, Ma Cao và Đài Loan.

Mục tiêu chung của hợp tác kinh tế VBBMR là: Thiết lập một cơ chế hợp tác tiểu vùng, tạo đòn bẩy toàn diện cho hệ thống vận tải trên biển và duyên hải, tăng cường hợp tác cảng biển và tiếp vận, đẩy mạnh liên kết công nghiệp và phân công lao động, phát triển các ngành kinh doanh duyên hải, hợp tác phát triển tài nguyên biển, xúc tiến phát triển các thành phố ven biển, thiết lập các cụm cảng hỗ trợ lẫn nhau, các cụm công nghiệp và cụm thành phố với sự bổ sung mạnh mẽ và tính đa dạng, đồng thời đẩy nhanh việc phát triển bền vững kinh tế, xã hội trong khu vực.

Ngoài các mục tiêu chung nêu trên, việc Trung Quốc tích cực đề xuất và triển khai sáng kiến "Một trục hai cánh" nói chung và hợp tác kinh tế VBBMR nói riêng còn nhằm củng cố môi trường hòa bình, ổn định xung quanh, tạo vành đai an ninh ở phía Nam, tăng sự hiện diện, nâng cao vị thế nước lớn của Trung Quốc ở Đông Nam Á; ngăn chặn ảnh hưởng của các nước lớn, đặc biệt là Mỹ, Nhật ở khu vực này, nhất là trong bối cảnh Mỹ đẩy mạnh thực hiện chiến lược "trở lại châu Á" trong năm 2012... Bên cạnh đó, Trung Quốc muốn thông qua hợp tác kinh tế VBBMR để mở rộng không gian phát triển, thị trường tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ, nguồn cung cấp nguyên liệu, năng lượng, thu hút đầu tư, du lịch... giành vị trí có lợi nhất trong tiến trình liên kết kinh tế khu vực và tiểu vùng. Đồng thời, cụ thể hóa và tận dụng tối đa lợi ích hợp tác toàn diện Trung Quốc - ASEAN trong khung khổ CAFTA. Sáng kiến hợp tác kinh tế VBBMR cũng phù hợp với Chiến lược quốc gia phát triển hướng Nam của Trung Quốc. Trung Quốc coi Đông Nam Á và Nam Á là khu vực trọng điểm thúc đẩy chính sách ngoại giao "*láng giềng hoà mục, láng giềng cùng giàu*" của nước này.

3.4. Hợp tác vùng Chu Giang mở rộng

Năm 2003, Quảng Đông đưa ra chủ trương Hợp tác vùng Chu Giang mở rộng (9+2) kết nối các tỉnh vùng duyên hải phía Đông với tỉnh Hồ Nam, Giang Tây ở miền Trung với các tỉnh Tứ Xuyên, Vân Nam, Quý Châu, Quảng Tây ở miền Tây.

Phạm vi: 9 tỉnh Quảng Đông, Phúc Kiến, Khu tự trị dân tộc Choang Quảng Tây, Vân Nam, Quý Châu, Tứ Xuyên, Hồ Nam, Giang Tây, Hải Nam và 2 khu hành chính đặc biệt là Hồng Kông, Ma Cao.

Mục tiêu:

Xây dựng mạng lưới cơ sở hạ tầng thích ứng với nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội, thiết lập hệ thống thị trường khu vực công bằng và mở cửa, xây dựng hệ thống hợp tác ngành nghề bổ sung ưu thế cho nhau trong vùng, gây dựng thương hiệu hợp tác vùng Chu Giang mở rộng nâng cao sức cạnh tranh và ảnh hưởng quốc tế của toàn vùng, hình thành cục diện mới liên kết và tác động phát triển nhịp nhàng giữa miền Đông - Trung - Tây.

Giai đoạn 2011-2020: Thông qua phân bổ nguồn lực của thị trường thực hiện phát triển phối hợp giữa các ngành nghề, thiết lập hệ thống thị trường các yếu tố sản phẩm có sức cạnh tranh và mở cửa, nâng cao sức cạnh tranh và ảnh hưởng quốc tế chung, nâng cao trình độ giao lưu giữa vùng Chu Giang mở rộng và ASEAN.

3.5. Một vành đai, một con đường

Ý tưởng “Một vành đai, một con đường” được bắt nguồn từ con đường tơ lụa lịch sử trên bộ và một con đường tơ lụa trên biển kết nối Trung Quốc với các nước châu Á, châu Phi và châu Âu. Trong ba thập kỷ cải cách, Trung Quốc đã xây dựng một hệ thống đường cao tốc, đường sắt từ Bắc vào Nam, từ phía Đông sang khu vực kém phát triển phía Tây và Tây Nam. Sau khi thực hiện được điều này, Trung Quốc coi đó là cơ hội để liên kết với các khu vực ở Nam Á, châu Âu, châu Phi và thậm chí cả châu Mỹ.

Ý tưởng này lần đầu tiên được đưa ra trong bài phát biểu của ông Tập Cận Bình tại Đại học Nazarbayev, Kazakhstan vào ngày 7/9/2013: “Để kết nối chặt chẽ kinh tế, tăng cường hợp tác và mở rộng phát triển trong khu vực Á - Âu, chúng ta nên có một cách tiếp cận sáng tạo và cùng nhau xây dựng một vành đai kinh tế theo con đường tơ lụa. Điều này sẽ mang lại lợi ích cho tất cả người dân dọc theo tuyến đường”. Ông Tập đã đề nghị kết nối giao thông cần phải được cải thiện để mở đường cho việc kết nối các khu vực chiến lược từ Thái Bình Dương sang Biển Baltic và dần dần hướng tới việc thiết lập hệ thống giao thông kết nối Đông, Tây và Nam Á. Chủ tịch Trung Quốc cũng kêu gọi các thành viên trong khu vực thúc đẩy việc thiết lập hệ thống tài chính nội khối để tăng cường khả năng chống đỡ những rủi ro tài chính và cải thiện năng lực cạnh tranh toàn cầu.

Mục tiêu: 4 mục tiêu chính thức được Tập Cận Bình nói ra và được Quốc hội Trung Quốc xác nhận là (1) tự do chuyển dịch hàng hóa và cải thiện việc sử dụng tài nguyên; (2) phối hợp và hội nhập chính sách kinh tế với các nước; (3) tăng cường mạng lưới kết nối châu Âu - châu Á - châu Phi và các biển phụ cận; (4) khai thác tiềm năng của thị trường, khuyến khích đầu tư và tạo việc làm.

Mục tiêu đối nội: Quy hoạch kinh tế theo vùng với các tỉnh khi các chính sách cũ thất bại, giải quyết vấn đề dư thừa sản lượng, dư thừa vốn, sức cạnh tranh suy giảm nên doanh nghiệp phải hướng ra bên ngoài; ổn định và phát triển các vùng còn kém phát triển (miền Tây, Nam); ổn định tình hình chính trị trong nước. Mục tiêu đối ngoại: thực hiện quốc tế hóa NDT nhằm mở rộng ảnh hưởng của đồng tiền Trung Quốc trong luồng giao dịch và đầu tư với các nước châu Á, thiết lập trật tự kinh tế mới độc lập và cạnh tranh với hiện thời, đòn bẩy CSHT; Về quan hệ quốc tế, gia tăng quyền lực mềm của Trung Quốc, cải thiện hình ảnh quốc gia; kiểm soát chiến lược các tuyến giao thương; đẩy lùi ảnh hưởng của Mỹ, Nhật Bản, Australia và Ấn Độ thiết lập một trật tự mới xoay quanh Trung Quốc.

Thực hiện: Có nhiều nước đã ký văn bản hợp tác “một vành đai, một con đường” với Trung Quốc.

TT	Tên nước	Cơ quan ký kết phía TQ	Loại văn bản
1	Tajikistan	Ủy ban Cải phát	MOU
2	Kazakhstan	Ủy ban Cải phát	MOU
3	Qatar	Ủy ban Cải phát	MOU
4	Kuwait	Ủy ban Cải phát	MOU
5	Hàn Quốc	Ủy ban Cải phát	MOU
6	Hungary	Bộ Ngoại giao	MOU
7	Malaysia	Bộ Thương mại	MOU
8	Maldives	Bộ Thương mại	MOU
9	Sri Lanka	Bộ Thương mại	MOU
10	Sri Lanka	Bộ Thương mại	MOU
11	Nepal	Bộ Thương mại	MOU
12	Moldova	Bộ Thương mại	MOU
13	Kyrgyzstan	Bộ Thương mại	MOU
14	Georgia	Bộ Thương mại	MOU
15	Armenia,	Bộ Thương mại	MOU
16	Uzbekistan	Bộ Thương mại	MOU
17	Ukraine	Bộ Thương mại	MOU
18	Belarus	Bộ Thương mại	MOU
19	Nga	Chính phủ	Tuyên bố chung
20	Mông Cổ	Chính phủ	Tuyên bố chung

Phục vụ chiến lược một vành đai, một con đường, Tập Cận Bình công bố thành lập Quỹ con đường tơ lụa trị giá 40 tỷ USD để hỗ trợ đầu tư cơ sở hạ tầng ở các nước có liên quan. Ngoài ra, Trung Quốc còn khởi xuất thành lập Ngân hàng Phát triển Cơ sở hạ tầng châu Á (AIIB) thu hút 57 nước tham gia ký kết thỏa thuận. AIIB hoạt động với số vốn ban đầu là 50 tỷ USD và sẽ dần được tăng lên thành 100 tỷ USD.

4. Tác động đối với tỉnh Cao Bằng

Xuất phát từ nhu cầu về vốn CSHT đặc biệt trong việc phát triển cảng biển và kinh tế biển, MSN khởi xướng bởi Trung Quốc có thể đóng vai trò tích cực trong việc giải quyết “con khát CSHT” của khu vực khi ADB và Ngân hàng Thế giới (WB) đều chỉ đáp ứng được một phần nhỏ nhu cầu khổng lồ này. Tuy nhiên, khi tham gia vào các dự án CSHT khu vực do Trung Quốc dẫn dắt hoặc cấp vốn, Việt Nam cần tính tới các hệ quả đa chiều.

Nếu xem xét hệ thống hạ tầng giao thông tại khu vực Đông Nam Á lục địa bằng việc phân tích vai trò, tác động của các vùng tập trung quốc tế tại khu vực này, thì kết quả sẽ cho thấy lợi thế hay rủi ro của các quốc gia được quyết định bởi vị trí địa chiến lược của mỗi nước trong hệ thống giao thông khu vực. Cụ thể, đối với các nước không nằm ở vị trí trung tâm, giao

thoá các tuyến đường quốc tế, không thể kết nối với các quốc gia và vùng lãnh thổ khác thông qua hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông chung của khu vực sẽ gặp ít nhất ba rủi ro: (i) suy giảm sức hấp dẫn vì lệch trục đường chính vốn là chỉ dấu của đầu tư; (ii) mọi khoảng chi phí đầu tư vào cơ sở hạ tầng giao thông trở nên lãng phí vì không được sử dụng; (iii) mất lợi thế cạnh tranh (xuất nhập khẩu, di chuyển nguồn lực,...) trong một thời gian cố định hàng chục năm.

Tuy nhiên, với các quốc gia có lợi thế về vốn đầu tư, khả năng tự chủ tài chính, khả năng cho vay hay viện trợ chính thức, khả năng bảo trì hoạt động hạ tầng (như Trung Quốc) lại có thể điều chỉnh hệ thống giao thông xuyên quốc gia, chuyển dịch theo hướng có lợi về mặt địa chiến lược cho quốc gia của mình mà cụ thể là biến Vân Nam thành một vùng tập trung quốc tế. Nhìn vào bảng số liệu hạ tầng giao thông hiện có của năm quốc gia Đông Nam Á lục địa, có thể nhận thấy Lào, Myanmar sẽ dần cải thiện được chất lượng cơ sở hạ tầng; Thái Lan sẽ có cơ sở hạ tầng tối ưu hơn nếu các kế hoạch đầu tư của Trung Quốc được triển khai trong tương lai. Điều này tạo ra một lợi thế địa-kinh tế mới cho các nước này. Đồng thời, các vùng tập trung quốc tế về cơ sở hạ tầng chạy qua Lào, Thái Lan còn được coi là một phương án khả thi đối với Trung Quốc nếu kết nối từ Trung Quốc qua Việt Nam để đến ASEAN bị trì hoãn. Nghĩa là, Trung Quốc có nhiều con đường thương mại quốc tế khác nhau để phát triển Vân Nam.

Bảng 1: Hệ thống CSHT tại 5 quốc gia khối ASEAN thuộc GMS (2007)⁷

	Cảng	Đường sắt	Đường
Campuchia	Kém	Kém	Kém
Lào	-	-	Tạm được
Thái Lan	Tốt	Tốt	Tốt
Việt Nam	Tạm được	Tạm được	Tạm được
Myanmar	Kém	Kém	Tạm được

Nguồn: World Bank Fact Book, Comparison of Logistics Infrastructure of Countries in ASEAN

Hơn thế nữa, nếu nhìn vào bảng đồ đầu tư hạ tầng giao thông đến năm 2020 tại khu vực Tiểu vùng sông Mekong mở rộng (GMS)⁸, ngoài Thái Lan, Lào, thì nhân tố Campuchia và Myanmar cũng sẽ trở thành một vùng tập trung quốc tế tiềm năng trong các chương trình đầu tư của Trung Quốc (thông qua tỉnh Vân Nam, Quảng Tây) lẫn của nội khối GMS với việc phát triển tương đối đồng đều các hành lang giao thông. Như vậy, khi hạ tầng giao thông được định hình có thể thúc đẩy sự phát triển của Myanmar, Lào, Thái Lan, Campuchia nhưng làm giảm lợi thế của Việt Nam nếu không kết nối được với hệ thống hạ tầng giao thông của khu vực (kết nối hướng Đông - Tây). Khi địa-kinh tế dịch chuyển theo hướng các quốc gia nằm sâu trong lục địa có thể tiếp cận dễ dàng hơn với các cảng biển nhờ hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông (đường bộ, đường sắt) thì có khả năng các mạng sản xuất khu vực sẽ tăng tốc dịch chuyển từ Trung Quốc; và một số nước ASEAN mất ưu thế sang khu vực mới nổi này. Như vậy, hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông mang lại lợi ích đối với các quốc gia sở hữu hệ thống này (như Trung Quốc), nhưng đồng thời làm suy giảm lợi ích của các quốc gia nằm ở ngoại vi mạng lưới đó.

⁷ World Bank Fact Book, Comparison of Logistics Infrastructure of Countries in ASEAN, http://www.business-in-asia.com/infrastructure_asean.html, truy cập ngày 28-5-2015.

⁸ Nguồn: ADB. Tác giả đánh dấu các điểm Vùng tập trung và chú thích.

Trong số 6 nước tại GMS, hệ thống hạ tầng giao thông của Việt Nam ở mức tương đối phát triển và nhận được nhiều sự chú ý đầu tư. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số bất cập. Hệ thống hạ tầng giao thông đường bộ của Việt Nam hiện phát triển theo hình chữ Y chạy theo trục Bắc - Nam, nhưng vẫn chưa có nhiều dự án phát triển giao thông kết nối theo trục Đông - Tây. Nếu so sánh hệ thống giao thông đường bộ quốc tế thì Việt Nam còn yếu hơn so với Thái Lan, (và tương lai) là Lào, Campuchia, thậm chí là Myanmar (Xem hình 4).

Trong khi đó, hệ thống cảng biển với hơn 20 cảng lớn nhỏ, theo các phân lớp cảng khu vực, cảng quốc gia nhưng chỉ có cảng Sài Gòn nằm trong hải trình quốc tế. Việc quy hoạch cảng biển hiện nay chủ yếu bắt nguồn từ cạnh tranh giữa các địa phương, do đó thiếu sự điều phối và quy hoạch vùng hợp lý, cảng biển Việt Nam vừa thừa (các cảng nội vùng ASEAN), vừa thiếu (các cảng sâu quốc tế, cảng trung chuyên). Mặt khác, chi phí cảng biển của Việt Nam vừa đắt, dịch vụ kém và thời gian thông quan thường lâu nên dù có nhiều cảng nhưng hiện thời Campuchia và Lào vẫn không mấy mặn mà trong việc xuất khẩu hàng hóa qua cảng của Việt Nam.

Từ đây có thể đưa ra ba nhận xét chính về vấn đề đầu tư hạ tầng của Trung Quốc tại GMS: Thứ nhất, cho dù việc phát triển thương mại Trung Quốc - Đông Nam Á tăng, nhưng Trung Quốc chỉ hợp tác với GMS thông qua sự ảnh hưởng và hiện diện tỉnh Vân Nam và các thành phố phụ trợ. Thứ hai, để tạo thuận lợi và mở rộng quy mô thương mại dọc kết hợp xuyên biên giới trong dài hạn của Trung Quốc với Myanmar, Lào, và Việt Nam, Trung Quốc đã mở rộng việc phát triển cơ sở hạ tầng giao thông vận tải đến các nước GMS theo nhiều hướng, trong đó Vân Nam là một trong những vùng tập trung. Thứ ba, xét tổng thể GMS, hạ tầng giao thông chỉ giao thoa tại ba địa điểm chính, bao gồm Vân Nam (Trung Quốc), Viên Chăn (Lào) và Bangkok (Thái Lan). Điều này mở ra nhiều quan ngại rằng một số quốc gia khác trong GMS (trong đó có Việt Nam) nằm trong “trục đường phụ” khi tiến hành hoạt động thương mại với Trung Quốc (mà Vân Nam đóng vai trò là một vùng tập trung quan trọng), và các quốc gia khác.

Việc hình thành mạng lưới cơ sở hạ tầng Đông Nam Á kết nối với Nam Á và hai tỉnh Vân Nam, Quảng Tây của Trung Quốc chẳng hạn có thể thúc đẩy sự phát triển của Myanmar, Lào, Thái Lan, Campuchia nhưng làm suy giảm lợi thế của Việt Nam do hệ thống CSHT tại khu vực này có thể làm gia tăng quy mô thương mại, đầu tư, do đó đem lại ích lợi cho các quốc gia này. Hiện tượng này có thể được gọi dưới cái tên đòn bẫy cơ sở hạ tầng (ĐBCSHT). Ở một mức độ nhất định, khi CSHT cứng định hình (như đường xá, đường xe lửa hay bến cảng) và Việt Nam không kết nối được với hệ thống CSHT của khu vực (tức là các kết nối theo hướng Đông - Tây) thì lợi thế của toàn bộ mạng lưới CSHT cứng trong nước của Việt Nam sẽ suy giảm. Các trục CSHT đang được đầu tư với số vốn lớn như cao tốc Bắc - Nam, hệ thống cảng biển nằm dọc hầu như tất cả các tỉnh sẽ chủ yếu phục vụ nhu cầu nội địa. Các cảng biển Việt Nam có ưu thế lớn trong đó có cảng Sài Gòn nằm trong hải trình quốc tế, nhưng hiệu quả quản lý kém, chi phí đắt đỏ, hệ thống chuyên chở, lưu giữ và hậu cần thiếu hụt khiến các cảng này không thu hút được hàng hóa từ vùng “hậu cần” là Đông Nam Á lục địa rộng lớn.

Hàng hóa từ Lào, Campuchia đang xuất khẩu thông qua các cảng của Thái Lan. Trong tương lai, khi các cảng khác của Thái Lan được quy hoạch và hoàn thành, khi hệ thống CSHT cứng nối liền từ Côn Minh chạy xuyên qua Lào đến Bangkok, khi thị trường Đông Nam Á nối liền với Nam Á qua trạm kết nối Myanmar thì các cảng của Thái Lan sẽ có ưu thế rất lớn. Điều này đặt Việt Nam vào một tình thế quyết đoán trong việc lựa chọn các điểm tiếp nối CSHT khu vực sao cho không bị đầu tư dàn trải, lãng phí. Để làm được điều này, lợi ích của địa phương là một lực cản cần tính tới khi quy hoạch.

Những quan ngại về “đòn bẫy cơ sở hạ tầng” từ các dự án Trung Quốc đặt các nước đón nhận đầu tư, đặc biệt là Việt Nam cần tư duy lại cách tiếp cận với nó một cách vừa toàn

diện và vừa phân khúc. Nhu cầu dự án CSHT của châu Á và của Việt Nam là có thật, và các định chế tài chính hiện nay vẫn chưa thể đáp ứng hoàn toàn được nhu cầu này⁹. Vì thế tận dụng được các dự án trong các đề xuất CSHT của Trung Quốc thông qua “Một vành đai, một con đường” là một bổ sung quan trọng và cần thiết. Điều này không những có ý nghĩa về phát triển kinh tế với một số địa phương của Việt Nam, mà còn với liên kết vùng, tiểu vùng, và rộng lớn hơn là cả mạng lưới sản xuất-thương mại-đầu tư của khu vực.

Tuy vậy, một góc nhìn chỉ quá tập trung vào “phân khúc” theo nghĩa không có một kế hoạch phát triển tổng thể phát triển CSHT của Việt Nam sẽ là rất nguy hiểm vì nó có thể phá vỡ tổng thể quy hoạch phát triển cơ sở hạ tầng hiện có của Việt Nam. Tầm quan trọng của CSHT không phải là để có một con đường chạy qua hay có nhiều hơn các nhà máy điện, tầm quan trọng của các dự án CSHT là phải tạo ra tác động lan tỏa về kinh tế và phúc lợi cho các khu vực nằm dọc theo các dự án CSHT ấy. Một hệ thống CSHT hiệu quả cuối cùng không chỉ là kết nối hữu cơ các vùng địa lý mà phải thực sự là mạng lưới sản xuất, khoa học-kỹ thuật và kiến trúc. Từ đặc thù phát triển (cả các yếu tố nội sinh, lẫn ngoại sinh trong mối quan hệ Việt-Trung), những yếu tố vừa kể ở phần trên sẽ làm tăng khả năng Việt Nam có thể là chịu tác động tiêu cực trong đòn bẫy CSHT đang dần định hình. Không có một “đại chiến lược” với những tính toán từ tất cả các chiều hướng, lợi ích ngắn hạn có thể nhiều, nhưng dài hạn thì ít. Lợi ích của địa phương tăng lên, nhưng sẽ tỷ lệ thuận với chi phí ngân sách từ Trung ương dùng để sửa sai các “kết nối lệch” hay giải quyết các “vấn đề phát triển cục bộ”.

Quan trọng hơn, ngoài yếu tố lợi ích được-mất trong ngắn hạn, nó còn “cố định hóa” mối quan hệ Việt - Trung từ góc nhìn của việc thiết kế các kết nối về hạ tầng¹⁰. Và chưa chắc cố định này mang lại lợi ích nhiều nhất cho Việt Nam. Một đại công trình - khác với những hợp đồng thương mại hay đầu tư - thường có tuổi thọ hàng nửa thế kỷ. Nó không những điều chỉnh hành vi, ứng xử, và cả cách thức tổ chức của một cộng đồng trong một khoảng thời gian nhất định, mà còn tạo ra những yếu tố “ngoại sinh”. Các yếu tố này sẽ thúc đẩy các cá nhân, hay các nhóm tác nhân khác nhau hoạt động nương theo cách thức tổ chức đó. Nhưng ngược lại nó sẽ tạo ra những lực “tự trường nghịch” trong việc sửa sai hay những cố gắng trong việc tìm kiếm một giải pháp thay đổi.

Sự hình thành của các đòn bẫy CSHT và những tác động tích cực, cũng như tiêu cực của nó. Câu hỏi đặt ra là tích cực cho ai, và các hệ quả tiêu cực sẽ đẩy về hướng nào, ai sẽ phải là người gánh chịu? Đối với Việt Nam hiện nay, nếu chưa tận dụng được lợi thế từ đòn bẫy này, thì ít nhất đừng để trở thành mục tiêu của nó.

Việc phát triển hướng ra bên ngoài nhằm giải quyết vấn đề dư thừa vốn, dư thừa sản lượng của doanh nghiệp Trung Quốc có thể sẽ tác động lớn đến Cao Bằng thông qua hệ thống CSHT. Là tỉnh giàu tài nguyên, Trung Quốc là điểm xuất khẩu khoáng sản chủ yếu của Cao Bằng, tuy nhiên do kết nối CSHT của Việt Nam với Trung Quốc chủ yếu qua các đường Lào Cai - Vân Nam, Quảng Ninh - Quảng Tây và Lạng Sơn - Quảng Tây nên nếu không kết nối được Cao Bằng với Lào Cai hoặc Lạng Sơn thì ưu thế địa lý của Cao Bằng có thể bị suy giảm.

Ngoài ra, triển vọng kinh tế Trung Quốc trong trung hạn là điều chỉnh mạnh và có thể suy giảm, điều này sẽ làm giảm nhu cầu nhập khẩu các loại hàng hóa của Trung Quốc - đòi hỏi tỉnh Cao Bằng phải có giải pháp ứng phó, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu bao gồm cả tận dụng tốt hơn nữa việc lưu thông hàng hóa và thị trường hàng hóa trong nước.

⁹ Cuộc đua của các ngân hàng phát triển tại châu Á, Thời báo Kinh tế Sài Gòn 09/05/2015, <http://mobile.thesaigontimes.vn/tinbaichitiet/129944>, truy cập 09/11/2015.

¹⁰ Từ dùng của GS Trần Văn Thọ

经济动物经越南高平省销往中国市场的措施

ĐỀ XUẤT BIỆN PHÁP VÀ CHỨNG LOẠI SẢN PHẨM NÔNG SẢN ĐI QUA CAO BẰNG XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC

广西大学动物科技学院博士潘红平

GS. Phan Hồng Bình
Đại học Quảng Tây

摘要:

目前由越南通过各种渠道进入中国的经济动物主要有蛇类、龟鳖、蝎子、竹虫、蛤蚧、穿山甲、豪猪、竹鼠等，每年的交易额达到数十亿美元。但存在种源少、非法贸易、检疫慢等问题，鉴于目前中越经济动物的贸易状况，提出经济动物经越南高平省销往中国市场的措施。

关键词:农产品、高平、出口、中国、产品种类

Tóm tắt

Hiện nay những loại động vật có giá trị kinh tế từ Việt Nam vào Trung Quốc qua các kênh buôn bán chủ yếu gồm rắn, rùa, baba, bọ cạp, sâu tre, tắc kè, xuyên sơn giáp, nhím, dúi. Kim ngạch giao dịch hàng năm đạt đến con số một tỷ USD. Nhưng tồn tại một số vấn đề như nguồn cung, chủng loại ít, buôn bán phi pháp, quá trình kiểm dịch chậm, bài viết này đề cập đến tình hình buôn bán động vật có giá trị kinh tế giữa Trung Quốc và Việt Nam hiện nay, đưa ra biện pháp để đưa động vật có giá trị kinh tế bán sang thị trường Trung Quốc thông qua tỉnh Cao Bằng, Việt Nam.

Từ khóa: Nông sản, Cao Bằng, xuất khẩu, Trung Quốc, sản phẩm

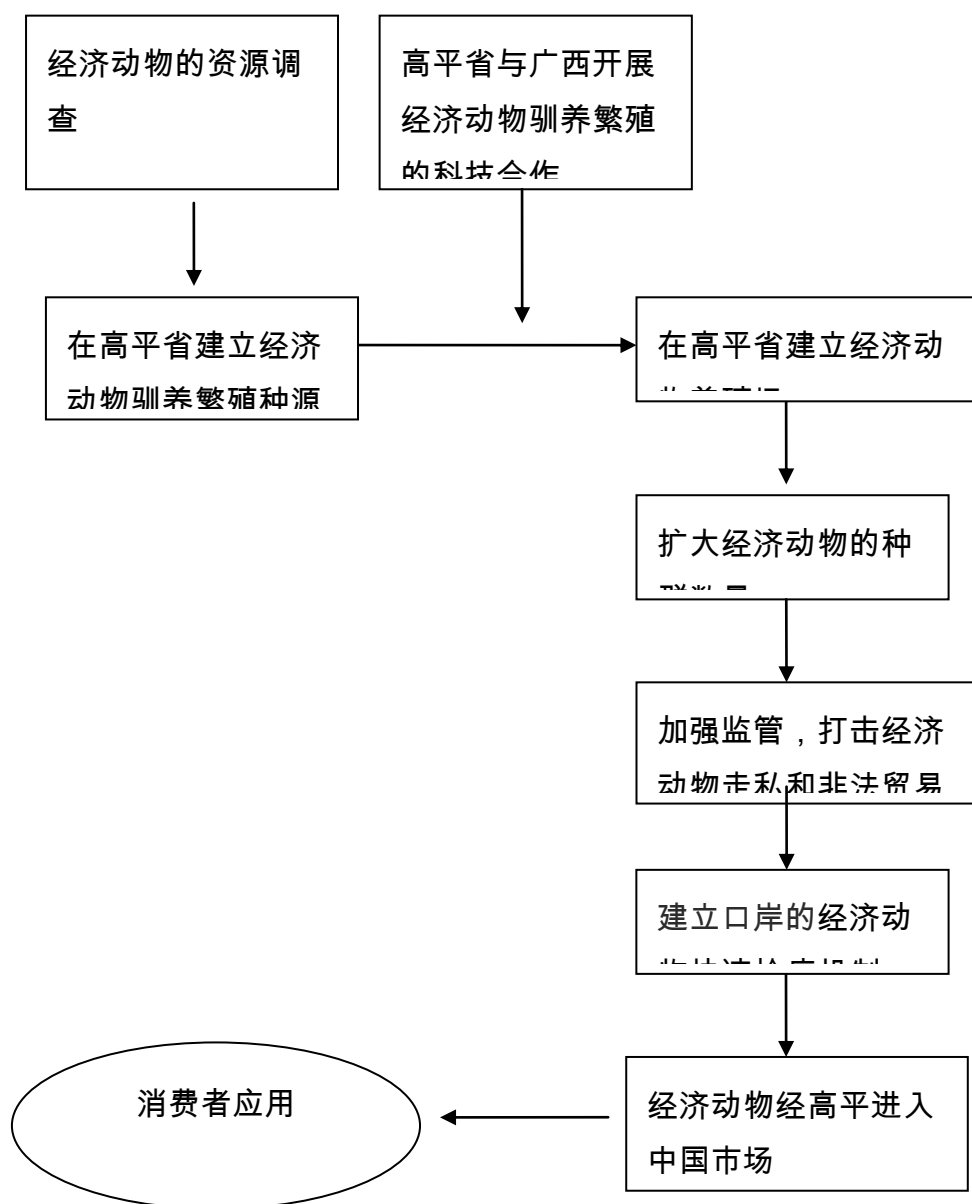
经济动物是指除了传统的家鱼、家禽和家畜之外的、有较大经济价值的和能够进行人工驯养的动物。根据经济用途，可以分为食用动物、药用动物、观赏动物和毛皮动物 4 大类。

目前由越南通过各种渠道进入中国的经济动物主要有蛇类、龟鳖、蝎子、蜈蚣、蜘蛛、竹虫、水蛭、蛤蚧、野猪、穿山甲、豪猪、竹鼠、食蟹猴、巨蜥、鳄鱼和青蛙等。每年的交易额达到数十亿美元。例如在蛇类中，由于越南品种的水律蛇个体大、生长快，深受中国养蛇场的欢迎，在 2012 年，一个越南水律蛇蛋价格高达 20 美元

，仅广西就从越南进入水律蛇蛋 200 多万个，交易额达到 4000 多万美元。如果加上水律蛇苗、商品蛇，以及眼镜蛇、大王蛇等品种，在 2012 年，从越南进入中国的蛇类交易额达到数亿美元。

但是目前存在种源少、非法贸易、检疫慢等问题，鉴于目前中越经济动物的贸易状况，本人提出如下经济动物经越南高平省销往中国市场的措施。

一、措施路线



二、在高平省建立经济动物驯养繁殖种源基地

在经高平进入中国市场的经济动物中，有很多属于野生动物，列入国际“濒危动植物国际贸易公约 CITES”附录，受到保护。通过经济动物的资源调查，确定贸易品种，在高平省建立一系列合法的驯养繁殖种源基地，特别建议建立蛇类、蛤蚧、穿山甲、豪猪、龟鳖的驯养繁殖种源基地。同时加强高平省与广西之间经济动物驯养繁殖的科技合作，不断提高野生动物驯养繁殖技术水平。通过野生动物驯养繁殖，既可以保护野生动物资源，又可以使野生动物得到了利用。

三、在高平省建立经济动物养殖场

有了合法、稳定的种源，就可以在高平省建立各种经济动物养殖场，进一步还可以建立经济动物酒、动物药、动物毛皮等加工企业。要科学办好一个经济动物养殖场，要注意生物学特性、场地设计和建造、人工繁殖、饲养管理、疾病防治、加工与运输等方面的技术，这些方面在中国有很多经验值得借鉴。通过在高平省建立经济动物养殖场，扩大经济动物的种群数量，从而有稳定的货源供应中国市场。同时，高平省的经济动物养殖场还要与中国相关企业加强交流合作。

四、加强监管，打击经济动物走私和非法贸易

目前由越南进入中国市场的经济动物，多是通过非法途径，有损越南、中国在野生动物保护方面的国际形象。因此，必须遵守国际动物保护的各种公约，特别是“濒危动植物国际贸易公约 CITES”，合法经营，加强监管，加强打击经济动物走私和非法贸易的力度，加强对贩卖和走私野生动物的惩处。只有这样，经济动物经越南高平省销往中国市场的事业才能做大做强。

五、建立口岸的经济动物快速检疫机制

一旦经济动物有了合法、稳定的货源，经济动物就会经越南高平省源源不断地供应中国市场，这就要考验口岸的检疫机制。由于经济动物多是活体，如果检疫速度跟不上，动物滞留在口岸，就会在口岸发病甚至死亡，所以，必须建立口岸的经济动物快速检疫机制，才能顺利通关。

总之，经济动物经越南高平省销往中国市场，是一个年贸易额可达数十亿美元的事业，通过建立种源基地和养殖场、打击非法贸易、快速检疫等措施，这个事业必

定能做大做强！

项目来源：广西科学研究与技术开发项目（桂科能 14123004-5-11），广西农业外资项目管理中心项目（2015）。

MỤC LỤC

BÁO CÁO ĐỀ DẪN HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ “Chính sách và giải pháp hỗ trợ xuất khẩu hàng nông sản sang thị trường Trung Quốc qua tỉnh Cao Bằng”	3
<i>NGŨT.GS.TS. Đinh Văn Sơn Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại</i>	
Chủ đề: THỰC TRẠNG, NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP ĐẦY MẠNH XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM HIỆN NAY	
TĂNG CƯỜNG NĂNG LỰC VÀ HIỆU QUẢ THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU CHO HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM 增强越南农产品参加全球价值链的能力与效果	9
<i>PGS. TS. Hà Văn Sự - Trường Đại học Thương mại 商业大学博士、副教授 何文事</i>	
THƯƠNG MẠI NÔNG SẢN VIỆT NAM - TRUNG QUỐC GIAI ĐOẠN 2008-2014: THỰC TRẠNG VÀ KHUYẾN NGHỊ 2008-2014 年阶段越中两国农产品贸易:现状与建议	18
<i>Nguyễn Ngọc Anh - Trung tâm Nghiên cứu chính sách và Phát triển 发展与政策研究中心 阮玉英</i>	
XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM SANG TRUNG QUỐC: THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG KHUYẾN NGHỊ 农产品销向中国市场：现状与建议	32
<i>PGS.TS Phạm Công Đoàn - Trường Đại học Thương mại 商业大学博士、副教授 范功团</i>	
MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI BIÊN GIỚI HIỆN NAY 提高目前边界贸易活动的效果之若干措施	40
<i>TS. Nguyễn Văn Thành - Ủy viên Trung ương Đảng Phó Chánh Văn phòng Trung ương Đảng 党中央委员会委员 党中央办事处副主任 阮文成博士</i>	
扩大跨境合作，扩大高平省农产品向中国出口的建议 MỞ RỘNG HỢP TÁC QUA BIÊN GIỚI, MỘT SỐ ĐỀ XUẤT VỀ MỞ RỘNG HÀNG NÔNG SẢN TỈNH CAO BẰNG XUẤT KHẨU SANG TRUNG QUỐC	50
<i>广西民族大学教授 高歌 GS. Cao Ca - Đại học Dân tộc Quảng Tây</i>	
PHÂN TÍCH SWOT XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA TỈNH QUẢNG TÂY TRONG BỐI CẢNH CAFTA 广西财经学院教授 张建中	55
<i>广西财经学院教授 邹忠全 GS. Trương Kiến Trung - GS. Khâu Trung Toàn Học viện Tài chính Kinh tế Quảng Tây Trung Quốc</i>	
积极打造广西与越南旅游合作的升级版 TÍCH CỰC ĐẦY MẠNH HỢP TÁC DU LỊCH GIỮA QUẢNG TÂY VÀ VIỆT NAM LÊN MỘT TẦM CAO MỚI	68
<i>黄福东 广西财经学院</i>	

XUẤT KHẨU TRÁI CÂY CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC 越南水果销向中国市场	74
<i>TS Lê Thị Việt Nga - Trường Đại học Thương mại 商业大学博士 黎氏越娥</i>	
RÀO CẢN KỸ THUẬT CỦA TRUNG QUỐC ĐỐI VỚI TRÁI CÂY XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM 中国对越南出口水果的技术性贸易壁垒	81
<i>ThS. Ngô Ngân Hà - Trường Đại học Thương mại 商业大学硕士 吴银霞</i>	
ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC TRƯỚC THÊM TPP 促进越南农产品在 TPP 谈判前夕销向中国的活动	92
<i>ThS. Nguyễn Văn Luyện - Trường Đại học Thương mại 商业大学硕士 阮文恋</i>	
ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG NÔNG SẢN CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC 促进越南主力农产品销向中国	107
<i>ThS. Hà Xuân Bình - Trường Đại học Thương mại 商业大学硕士 何春平</i>	
QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - TRUNG QUỐC: VẤN ĐỀ VÀ ĐỊNH HƯỚNG 中越经贸关系的问题及取向	117
<i>TS. Nguyễn Vĩnh Thanh - Học viện Chính trị khu vực I 阮永青博士 1号区政治学院</i>	
CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM XUẤT KHẨU SẢN PHẨM ĐIỀU SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC 越南腰果制品销向中国市场的机遇与挑战	125
<i>TS. Trần Thị Hoàng Hà - Trường Đại học Thương mại 商业大学博士 陈氏黄河</i>	
GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC 越南农产品销向中国市场扶持措施	132
<i>PGS,TS. Nguyễn Quang Hồng- Học viện chính trị khu vực I 第1区政治学院博士、副教授 阮光红</i>	
PHÁT TRIỂN CÁC HÀNH LANG VẬN TẢI ĐƯỜNG BỘ XUYÊN BIÊN GIỚI GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC 跨境陆运走廊的发展系促进农产品销向中国市场的有效措施	139
MỘT VÀI VẤN ĐỀ VỀ TÁC ĐỘNG CỦA TPP ĐẾN XUẤT KHẨU GẠO CỦA VIỆT NAM 论 TPP 协定对越南大米出口的影响	148
<i>ThS. Lê Như Quỳnh - Trường Đại học Thương mại 商业大学硕士 黎如琼</i>	
MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP 在国际一体化进程促进农产品销向中国市场的措施	159
<i>ThS. Nguyễn Thị Thúy Hạnh - Trường Đại học Thương mại</i>	

- THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP THÁO GỖ KHÓ KHĂN TRONG XUẤT KHẨU
HÀNG NÔNG SẢN VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC 168
越南农产品销向中国所遭受的困难及其解决措施
TS. Hà Thị Thúy Vân - Trường Đại học Thương mại
商业大学博士 何氏翠云
- PHÒNG NGỪA RỦI RO TRONG XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM
SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP 175
越南水产品销向中国的风险预防:现况与解决措施
TS. Nguyễn Bích Thủy - Trường Đại học Thương mại
商业大学博士 阮碧水
- ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC 182
促进越南农产品销向中国市场
TS. Chu Thị Thủy - Trường Đại học Thương mại
商业大学博士 周氏水
- NGHIÊN CỨU ÁP DỤNG MÔ HÌNH LIÊN KẾT 4 NHÀ TRONG SẢN XUẤT
VÀ TIÊU THỤ NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA CAO BẰNG
VÀ CÁC TỈNH KHU VỰC TÂY BẮC 194
研究运用西北部各省及高平省农产出口的生产与营销四家机构联合模式
TS. Nguyễn Thị Liên, ThS. Tạ Huy Hùng
Trường Đại học Thương mại
商业大学博士 阮氏莲
谢晖雄
- CAM KẾT MỞ CỬA NÔNG NGHIỆP TRONG TPP, AEC VÀ MỘT SỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN XUẤT KHẨU
NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM 200
承诺在太平洋伙伴关系协定(TPP)和东盟经济共同体(AEC)开放
对越南农产出口的影响
TS. Phạm Văn Đại - ThS. Phạm Việt Hải - CN. Nguyễn Quang Thái
Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (VEPR), Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia
国家大学所属经济大学经济与政策研究院 (VEPR) 博士 范文大
硕士 范越海
阮光泰
- MÔ HÌNH CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG SẢN XUẤT THỰC PHẨM AN TOÀN 212
绿色食品生产中价值链模式
TS. Kiều Minh Lực - Công ty cổ phần chăn nuôi C.P. Việt Nam
越南 C.P 养殖股份公司博士 乔明力
- KHUYẾN KHÍCH NGƯỜI NÔNG DÂN THAM GIA
VÀO CÁC CHUỖI GIÁ TRỊ NÔNG NGHIỆP 214
鼓励农民参加农业价值链
Hội Nông dân Việt Nam
越南农民会
- VAI TRÒ CỦA HỢP TÁC XÃ TRONG CÁC CHUỖI GIÁ TRỊ NÔNG NGHIỆP 218
合作社在农业价值链的作用
Nguyễn Văn Thịnh - Phó Chủ tịch Liên minh HTX Việt Nam
越南合作社联盟委员会副主席 阮文盛
- XUẤT KHẨU GẠO SANG TRUNG QUỐC:
NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG VÀ MỘT SỐ HÀM Ý ĐỐI VỚI VIỆT NAM 226

对越南大米出口到中国市场的影响因素与含义	
	<i>TS. Hà Văn Hội - Trường ĐH Kinh tế - ĐHQG Hà Nội</i> <i>河内国家大学所属经济大学博士 何文会</i>
SỰ THAM GIA CỦA SMES ĐỀ PHÁT TRIỂN CÁC CỤM LIÊN NGÀNH TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ KHU VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN	234
利用 SMES 的参与来发展产业集群农业、农村区的价值链	
	<i>Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam</i>
Chủ đề: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU VÀ MỨC ĐỘ THAM GIA VÀO CÁC CHUỖI CUNG ỨNG SẢN PHẨM NÔNG LÂM ĐẶC SẢN XUẤT KHẨU CỦA CÁC TỈNH KHU VỰC TÂY BẮC	
MỘT SỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU BƯỚC ĐẦU VỀ CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA MỘT SỐ TỈNH THUỘC KHU VỰC TÂY BẮC VIỆT NAM	245
对于一些越南西北区的水产出口供应链的初步研究结果	
	<i>PGS,TS Bùi Xuân Nhân</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士.副教授 陈春闲</i>
THỰC TRẠNG QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG SẢN PHẨM CHÈ XUẤT KHẨU VÙNG TÂY BẮC	258
西北地区出口茶叶产品供应链的管理状况	
	<i>PGS. TS. Nguyễn Thị Bích Loan, TS. Lục Thị Thu Hương</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士.副教授阮氏碧鸾</i> <i>博士六氏秋红</i>
HOẠT ĐỘNG XUẤT NHẬP KHẨU QUA CÁC CỬA KHẨU TỈNH CAO BẰNG - THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT	271
经高平省出入口活动现状与解决方案	
	<i>PGS.TS Nguyễn Hoàng Long</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士.副教授阮黄龙</i>
PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG SẢN PHẨM GẠO ĐẶC SẢN XUẤT KHẨU CỦA TỈNH ĐIỆN BIÊN	277
奠边省特产大米出口供应链的发展	
	<i>PGS.TS Đỗ Minh Thành, TS. Đào Văn Tiến</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士.副教授杜明成</i> <i>博士陶文进</i>
ÁP DỤNG MÔ HÌNH KIM CƯƠNG ĐỂ ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG PHÁT TRIỂN THỦY SẢN THEO HƯỚNG XUẤT KHẨU CỦA TỈNH SƠN LA	297
利用钻石理论模型评估山罗省水产业发展面向出口道路的潜力	
	<i>PGS.TS. Trần Hùng</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士.副教授陈雄</i>
SẢN XUẤT THỦY SẢN ĐỊNH HƯỚNG XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC CỦA TỈNH LÀO CAI	306
老街省销向中国的水产养殖	
	<i>PGS.TS. Doãn Kế Bôn</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士.副教授尹计贲</i>
XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU TẬP THỂ CHO SẢN PHẨM CHÈ XUẤT KHẨU	320
建设出口茶叶产品的集体商标	
	<i>PGS.TS Nguyễn Quốc Thịnh</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士.副教授 阮国盛</i>
THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG SẢN PHẨM CÁ NƯỚC LẠNH XUẤT KHẨU CỦA KHU VỰC TÂY BẮC	327
发展西北地区冷水鱼出口供应链的状况及若干措施	

	<i>TS. Nguyễn Thị Thu Hiền</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学博士 阮氏秋贤	
CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN LỰA CHỌN MÔ HÌNH CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU ĐẶC SẢN NÔNG, LÂM NGHIỆP VÙNG TÂY BẮC 影响到选择西北部农林业特产出口供应链模式的因素		339
	<i>TS. Phạm Minh Đạt</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学博士 范明达	
THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG SẢN PHẨM THỦY SẢN XUẤT KHẨU CỦA TỈNH SON LA 山罗省水产品出口供应链的状况及发展措施		359
	<i>TS. Trần Thị Bích Hằng</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学博士 陈氏碧姮	
XÂY DỰNG CHUỖI CUNG ỨNG QUẢ CÓ MÚI ĐỊNH HƯỚNG XUẤT KHẨU CỦA TỈNH HÒA BÌNH 和平省柑橘类水果面向出口的供应链之建立		379
	<i>PGS. TS Nguyễn Văn Minh - Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学博士.副教授 阮文明	
NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG CHUỖI CUNG ỨNG GẠO XUẤT KHẨU CỦA TỈNH LÀO CAI 老街省大米出口供应链状况之研究		392
	<i>Th.S Vũ Quang Trọng</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学硕士 武光重	
NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHUỖI CUNG ỨNG SẢN PHẨM GẠO XUẤT KHẨU CỦA CÁC TỈNH KHU VỰC TÂY BẮC 西北区出口大米供应链的影响要素之研究		407
	<i>PGS.TS Vũ Mạnh Chiến</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学博士.副教授 武孟战	
NGHIÊN CỨU ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG CÁC NHÂN TỐ CỦA CHUỖI CUNG ỨNG SẢN PHẨM GẠO XUẤT KHẨU CỦA CÁC TỈNH KHU VỰC TÂY BẮC 评价西北区出口大米供应链的影响要素的状况的研究		424
	<i>TS. Tạ Quang Bình</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学博士 谢光平	
PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA TỈNH HÒA BÌNH SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC 发展和平省水产品销往中国市场		442
	<i>TS. Nguyễn Thu Quỳnh</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学博士 阮秋琼	
NÂNG CAO HIỆU QUẢ NUÔI TRỒNG, CHẾ BIẾN VÀ TIÊU THỤ THỦY SẢN THEO HƯỚNG XUẤT KHẨU CỦA TỈNH YÊN BÁI 提高越南烟拜省水产品养殖、加工及销售的效果面向出口		459
	<i>ThS. Trương Quang Minh</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学硕士 张光明	
XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG HOA XUẤT KHẨU MỘC CHÂU - TỈNH SON LA 建设与发展山罗省木州出口花卉供应链		467
	<i>PGS, TS Bùi Hữu Đức</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> 商业大学博士.副教授 裴友德	

<p>XUẤT KHẨU TẠI CHỖ HÀNG NÔNG, LÂM ĐẶC SẢN THÔNG QUA DU LỊCH CỦA VÙNG TÂY BẮC: QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP 越南西北部经旅游之路进行当地农林特产出口：观点与解决方案</p>	477
	<p><i>ThS. Nguyễn Thị Quỳnh Hương</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>CHV Nguyễn Đình Cảnh</i> <i>Lớp 20B Quản lý Kinh tế</i></p>
<p>NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT QUI HOẠCH CÁC VÙNG TƯƠNG ỨNG VỚI TUNG KHẤU TRONG CHUỖI CUNG ỨNG HOA QUẢ XUẤT KHẨU KHU VỰC TÂY BẮC 西北部水果出口供应链行程的区域规划研究提案</p>	486
	<p><i>ThS. Đỗ Thị Bình</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学硕士 杜氏苹</i></p>
<p>THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG ĐẶC SẢN CHUỖI, DỨA XUẤT KHẨU CỦA TỈNH LÀO CAI 老街省香蕉、菠萝出口供应链现状与发展解决方案</p>	505
	<p><i>TS. Cao Tuấn Khanh</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士 高俊卿</i></p>

Chủ đề: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG

- VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN QUA BIÊN GIỚI SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC VÀ VAI TRÒ CỦA CAO BẰNG 517
 农产品销向中国所遭受的问题以及高平省的作用
 TS. Lê Hoàng Oanh
 Vụ Thị trường Châu Á - Thái Bình Dương
 太平洋及亚洲市场局博士 黎黄莺
- 关于建立“中国-东盟农产品集散中心”的构想
 Ý TƯỞNG THÀNH LẬP “TRUNG TÂM PHÂN PHỐI NÔNG SẢN KHU VỰC TRUNG QUỐC - ASEAN” 528
 广西财经学院教授 程怀儒
 GS. Trình Hoài Nho
 Học viện Tài chính kinh tế Quảng Tây
- CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỀ CAO BẰNG TRỞ THÀNH TRUNG TÂM TRUNG CHUYÊN HÀNG HOÁ VÀ LOGISTICS 532
 高平省成为货物物流中转中心的机遇与挑战
 PGS, TS. Phạm Thị Tuệ
 Trường Đại học Thương mại
 商业大学博士.副教授 范氏慧
- ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA ĐỊA BÀN TỈNH CAO BẰNG 542
 经高平省促进腰果销向中国市场的活动
 TS. Vũ Văn Hùng - Trường Đại học Thương mại
 商业大学博士 武文雄
- TỐI ƯU HÓA CHUỖI CUNG ỨNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU SANG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG 551
 经高平省向中国出口农产品的供应链之最优化
 PGS, TS Nguyễn Hoàng - Trường Đại học Thương mại
 商业大学博士.副教授 阮黄
- CHÍNH SÁCH THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM SANG TRUNG QUỐC: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI CÁC CỬA KHẨU CỦA TỈNH CAO BẰNG 565
 促进越南农产品销向中国的政策：在高平省各口岸的实验研究
 TS. Nguyễn Hoàng Quy
 Học viện Hành chính quốc gia
 国家行政学院博士 阮黄归
- CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN KHU KINH TẾ CỬA KHẨU Ở CAO BẰNG HIỆN NAY ĐỀ HỖ TRỢ XUẤT KHẨU NÔNG SẢN SANG TRUNG QUỐC 578
 目前发展高平口岸经济区以帮助农产品销向中国的政策之状况
 ThS. Nguyễn Thị Hương Giang
 Đại học Thương mại
 阮氏香江硕士 商业大学
- MỘT SỐ VẤN ĐỀ TRONG PHÁT TRIỂN HẠT DẸ TRỪNG KHÁNH - MỘT ĐẶC SẢN NÔNG SẢN CỦA TỈNH CAO BẰNG 590
 发展重庆板栗——高平省农业特产之一的若干问题
 Chủ Bá Quyết - Trường Đại học Thương mại
 商业大学 杵伯决
- XUẤT KHẨU GẠO SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP 598
 经高平省销大米向中国市场的现状与措施
 TS. Nguyễn Quốc Việt (Đại học Đại Nam),
 TS. Lê Thị Thanh Hương (Đại học Đại Nam),
 TS. Phạm Văn Hồng (Cao đẳng Vietronics),
 Chu Quốc Tế (Sở Kế hoạch - Đầu tư tỉnh Cao Bằng),
 Bế Thanh Tịnh (VP UBND tỉnh Cao Bằng),
 Trịnh Tiến Dũng (Cục Thuế Cao Bằng)
 大南大学博士 阮国越 黎氏清香 Vietronics 高专博士 范文宏 高平省计划与投资局 周国际 高平省
 人民委员会办事处 闭清静 高平省税务局 郑进用

论东兴打造跨境电子贸易中心的可行性 NGHIÊN CỨU TÍNH KHẢ THI CỦA VIỆC ĐỒNG HUNG XÂY DỰNG TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI	611
	<i>中国广西民族大学硕士研究生 王茜 房芸同 Wang Jian, Fang Yun Tong Nghiên cứu sinh Thạc sĩ Đại học Dân tộc Quảng Tây Trung Quốc</i>
THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU MẶT HÀNG RAU QUẢ VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA CÁC CỬA KHẨU THUỘC TỈNH LẠNG SƠN	625
经凉山省各口岸的越南蔬菜和水果销向中国市场的现状与扶持措施	<i>TS. Nguyễn Đức Nhuận Trường Đại học Thương mại 商业大学博士 阮德润</i>
KHU KINH TẾ CỬA KHẨU CAO BẰNG: MỘT SỐ HÀM Ý CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN	636
高平口岸经济区：发展政策之若干含义	<i>PGS,TS Nguyễn Hoàng Việt - Đại học Thương mại 商业大学博士.副教授 阮黄越</i>
XÂY DỰNG CÔNG THÔNG TIN XUẤT KHẨU - GIẢI PHÁP HỖ TRỢ XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CHO TỈNH CAO BẰNG	650
建立农产品出口相关信息窗口—高平省农产品出口扶持有效措施	<i>PGS,TS Nguyễn Văn Minh Trường Đại học Thương mại 商业大学博士.副教授 阮文明</i>
NÂNG CAO NĂNG LỰC QUẢN TRỊ VƯỢT QUA RÀO CẢN TRONG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC	663
提高打破农产品销向中国市场的贸易技术壁垒的管理能力	<i>TS. Lê Tiến Đạt Trường Đại học Thương mại 商业大学博士 黎进达</i>
LIÊN KẾT DOANH NGHIỆP LOGISTICS VỚI DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU - MỘT TRONG NHỮNG GIẢI PHÁP HỖ TRỢ XUẤT KHẨU MẶT HÀNG NÔNG SẢN VÀO THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG	679
物流企业与出口商的链接成为农产品经高平省销向中国市场的扶持措施之一	<i>ThS. Lâm Tuấn Hưng Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Thương mại 贸易技术与经济高专硕士 林俊兴</i>
ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ ĐỂ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CỦA TỈNH CAO BẰNG	690
应用电子贸易以推动高平省的出口活动	<i>PGS,TS Đàm Gia Mạnh - Trường Đại học Thương mại 商业大学博士.副教授 谈佳孟</i>
PHÂN TÍCH CÁC ĐIỀU KIỆN PHÁT TRIỂN CAO BẰNG HÀNH TRUNG TÂM LOGISTICS	700
分析使高平省发展为物流中心的各种条件	<i>ThS. Trần Thị Thu Hương Trường Đại học Thương mại 商业大学硕士 陈氏秋香</i>
THƯƠNG MẠI NÔNG SẢN VIỆT NAM - TRUNG QUỐC: PHÂN TÍCH TRƯỜNG HỢP XUẤT KHẨU GẠO TIỂU NGẠCH QUA CAO BẰNG	711
越南中国农产品贸易：经高平省边贸出口大米的分析	<i>TS. Nguyễn Chiến Thắng, - Ths Phạm Quang Diệu Viện Kinh tế Việt Nam 越南经济院博士 阮战胜 硕士 范光妙</i>
NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU GẠO SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG	720
促进大米经高平省销向中国市场的现状及解决方案	<i>TS. Nguyễn Thị Thanh Phương, ThS. Vũ Tuấn Hiệp Trường Đại học Thương mại 商业大学博士 阮氏清芳 硕士 武俊侠</i>

THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC THÔNG QUA ĐỊA BÀN TỈNH CAO BẰNG 促进越南农产品经高平省销往中国	731
<i>TS. Trần Thị Thu Phương - Th.S Phùng Bích Ngọc</i> <i>Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士 陈世秋芳 硕士 冯碧玉</i>	
XUẤT NHẬP KHẨU NÔNG SẢN SANG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG - THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP 农产品经高平省销往中国市场的现状与解决方案	743
<i>PGS,TS Đỗ Thị Ngọc - Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学博士.副教授 杜氏玉</i>	
CƠ CHẾ QUẢN LÝ XUẤT KHẨU GẠO QUA ĐỊA BÀN TỈNH CAO BẰNG: THÀNH TỰU VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA 经高平省大米出口管理机制：成就与问题	758
<i>Ths. Phạm Thị Dư - Trường Đại học Thương mại</i> <i>商业大学硕士 范氏玉</i>	
PHÁT TRIỂN KINH TẾ VÙNG NAM TRUNG QUỐC VÀ TÁC ĐỘNG VỚI CAO BẰNG 中国南区经济发展概况与其对越南高平省之影响	769
<i>TS. Phạm Sỹ Thành</i> <i>Giám đốc Chương trình Nghiên cứu Kinh tế Trung Quốc thuộc VEPR,</i> <i>Đại học Kinh tế, ĐHQGHN</i> <i>河内国家大学所属经纪大学树 VEPR 组中国经济研究项目经理 范士成</i>	
经济动物经越南高平省销往中国市场的措施 ĐỀ XUẤT BIỆN PHÁP VÀ CHỨNG LOẠI SẢN PHẨM NÔNG SẢN ĐI QUA CAO BẰNG XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC	7841
<i>广西大学动物科技学院博士潘红平</i> <i>GS. Phan Hồng Bình - Đại học Quảng Tây</i>	

HỘI THẢO QUỐC TẾ

CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP HỖ TRỢ XUẤT KHẨU
HÀNG NÔNG SẢN SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC QUA TỈNH CAO BẰNG

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Giám đốc - Tổng Biên tập

ThS. ĐỖ VĂN CHIẾN

Biên tập:

NGUYỄN THỊ THÚY HẰNG

VƯƠNG NGỌC LAM

NGỌC LAN

Sửa bản in:

BAN BIÊN TẬP

Trình bày:

DŨNG THẮNG - TRẦN KIÊN

MAI ANH - ANH TÚ

In 360 cuốn khổ 20,5 × 29,5 cm tại NXB Thống kê - Cty CP In tổng hợp Cầu Giấy,
Địa chỉ: Số 08, Phạm Văn Đồng, Mai Dịch, Cầu Giấy, Hà Nội.
Số xác nhận đăng ký xuất bản: 4206-2015/CXBIPH/01-40/TK
do Cục Xuất bản, In và Phát hành cấp ngày 29/12/2015
QĐXB số 145/QĐ-NXBTK ngày 31/12/2015 của Giám đốc - Tổng Biên tập NXB Thống kê
In xong và nộp lưu chiểu tháng 01 năm 2016.