

TÌM HIỂU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ NÔNG SẢN CHỦ LỰC CỦA NAM BỘ

NGUYỄN THỊ VÂN

TÓM TẮT

Xuất khẩu nông sản là thế mạnh của Việt Nam đặc biệt là của các tỉnh Nam Bộ. Trong những năm gần đây, xuất khẩu nông sản tăng nhanh cả về số lượng lẫn giá trị, thị trường xuất khẩu ngày càng mở rộng. Tuy vậy, xuất khẩu nông sản đang phải đối mặt với những thách thức không nhỏ. Dựa trên những số liệu của các hiệp hội nông sản, Tổng cục Thống kê và các nghiên cứu trước đó, bài viết phân tích tình hình xuất khẩu một số nông sản chủ lực của Nam Bộ trong những năm gần đây. Các kết quả này gợi ý một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng xuất khẩu của từng loại nông sản.

Xuất khẩu nông sản ở Việt Nam nói chung và ở các tỉnh Nam Bộ nói riêng đã có bước tiến đáng kể trong những năm gần đây, góp phần quan trọng khắc phục những khó khăn của nền kinh tế cũng như giải quyết vấn đề an sinh xã hội. Tuy nhiên, bên cạnh

những thuận lợi thì xuất khẩu nông sản đang phải đối mặt với những thách thức lớn như sản xuất còn manh mún, chủ yếu xuất thô, sản phẩm có tính cạnh tranh thấp, giá nguyên liệu đầu vào cao, hàm lượng khoa học công nghệ trong sản phẩm rất khiêm tốn và luôn gặp khó khăn với hàng rào kỹ thuật của các nước phát triển... Một số sản phẩm nông nghiệp chủ lực của Nam Bộ như gạo, trái cây, cá tra, tôm cũng đang phải đối mặt với những thách thức này.

1. GẠO

Theo Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), năm 2012 là năm tương đối khó khăn cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo do giá gạo thị trường thế giới sụt giảm và sự cạnh tranh gay gắt đến từ các nguồn cung giá thấp, nhất là từ Ấn Độ, Pakistan, Myanmar. Mặc dù vậy, xuất khẩu gạo đã đạt kết quả ấn tượng, Việt Nam đã vươn lên vị trí số 1 thế giới, với sản lượng xuất khẩu đạt 7,72 triệu tấn (tăng 8,29%) so với năm 2011, tiếp theo là Ấn Độ với 5,8 triệu tấn và Thái Lan 5,3 triệu tấn. Đồng bằng sông Cửu Long là vùng trọng điểm về xuất khẩu gạo của cả nước, trong đó các tỉnh Kiên Giang, An Giang, Đồng Tháp, Cần Thơ là những tỉnh dẫn đầu. Năm 2012, toàn vùng đã xuất 6,9 triệu tấn gạo, tăng 7,8% so với năm 2011 và chiếm 89,6% lượng xuất khẩu gạo của cả nước.

Tuy lượng gạo xuất khẩu tăng nhưng giá trị xuất khẩu gạo giảm 1,98% so năm 2011

Nguyễn Thị Vân. Thạc sĩ. Trung tâm Kinh tế học. Viện Khoa học Xã hội vùng Nam Bộ.

Bài viết là một phần kết quả đề tài cấp Bộ: “Khảo sát doanh nghiệp ở vùng Nam Bộ theo hướng phát triển bền vững” do Lê Thanh Sang làm chủ nhiệm. Thuộc chương trình cấp Bộ “Nghiên cứu Nam Bộ 2011-2012” (Chủ nhiệm Chương trình Bùi Thế Cường). Viện Phát triển bền vững vùng Nam Bộ chủ trì.

(thấp hơn cả Ấn Độ và Thái Lan), do giá bán thấp. Chất lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam tuy đã có sự chuyển biến nhất định (tỷ lệ gạo cao cấp đã chiếm 46,29% lượng xuất khẩu tăng 79% so với năm 2011), nhưng vẫn kém xa so với chất lượng gạo của Thái Lan và Ấn Độ⁽¹⁾. Vì vậy, để có thể duy trì vị thế xuất khẩu gạo trên thị trường thế giới, Việt Nam không chỉ cạnh tranh về lượng mà phải chú trọng về chất, cần nâng cao chất lượng hạt gạo thay vì tập trung tăng khối lượng xuất khẩu. Nguyên nhân Việt Nam vượt qua Thái Lan vươn lên vị trí số 1 về xuất khẩu gạo bởi Thái Lan đặt ra chính sách mua lúa giá cao cho người dân nên các doanh nghiệp của họ không thể cạnh tranh về giá với các nước xuất khẩu còn lại. Vì vậy, hiện nay tiềm năng xuất khẩu gạo của Thái Lan rất lớn, nếu các doanh nghiệp quyết định xuất khẩu thì họ có thể trở lại vị trí số 1 bất cứ khi nào.

Trong thời kỳ toàn cầu hóa như hiện nay, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo ở Việt Nam, mà điển hình là các doanh nghiệp Nam Bộ đang đứng trước những thách thức không nhỏ:

- Gạo Việt Nam sẽ phải cạnh tranh với một số nước đã, đang và sẽ tham gia vào thị trường như: Campuchia đã bắt đầu xuất khẩu, Philippines đang vươn lên, Myanmar có 12 triệu ha đất hoang hóa, lại không bị tác động lớn của thiên tai, đang hồi phục và quyết tâm lấy lại vị trí xuất khẩu hàng đầu thế giới trong vòng vài năm nữa. Bên cạnh đó là sự cạnh tranh gay gắt đến từ các nguồn cung giá thấp, nhất là Ấn Độ, Pakistan, Myanmar...

- Thách thức lớn cho việc xuất khẩu gạo đạt

hiệu quả hiện nay là mô hình liên kết 4 nhà chưa bền vững, đặc biệt mối liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân còn lỏng lẻo. Mối quan hệ giữa hai chủ thể chính là nông dân-doanh nghiệp thường xuyên rạn nứt. Khi giá lúa sụt giảm, doanh nghiệp tìm mọi lý do để “bỏ rơi” nông dân. Tuy nhiên, khi giá lúa lên cao, nông dân sẵn sàng bỏ hợp đồng để bán cho các doanh nghiệp khác hoặc thương lái. *“Ở các nước khác, doanh nghiệp và nông dân phải nương nhau, không nương không sống được. Còn ở Việt Nam, đa phần doanh nghiệp lúa gạo của Nhà nước. Họ chẳng cần nương nông dân, vì họ có Nhà nước chống lưng. Và nông dân, đôi khi cũng ngẫu hứng phá hợp đồng bán cho ai đó mua giá cao vì họ quá vất vả, trong khi chưa có chế tài...”* (Nguyễn Minh Nhị - nguyên Chủ tịch Ủy ban Nhân dân tỉnh An Giang) (Trung Chánh, 2012).

- Những năm tới nhu cầu giải quyết tồn kho của các nước xuất khẩu gạo rất lớn. Vì vậy, sự cạnh tranh gay gắt sẽ đến từ các nước có nguồn cung dồi dào như Thái Lan, Ấn Độ, Pakistan và Myanmar. Đó là một trở ngại lớn cho việc xuất khẩu gạo của Việt Nam khi chất lượng hạt gạo chưa cao. Trước những thách thức trên, Việt Nam cần có quy định cũng như các chế tài cụ thể để mô hình liên kết 4 nhà hoạt động đạt hiệu quả. Có như vậy mới nâng cao được chất lượng sản phẩm gạo, cạnh tranh được với thị trường thế giới.

- Hiện nay, thị trường chính của hạt gạo Việt Nam vẫn là châu Á (chiếm 71% tổng lượng gạo xuất khẩu), bao gồm Trung Quốc, Indonesia, Malaysia, Philippines... Kế đến là thị trường châu Phi (khoảng

23%) (Công Phiên, 2013). Vậy, để hạt gạo của Việt Nam chiếm lĩnh thị trường EU, Mỹ, được coi là những thị trường “khó tính”, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam cần có chiến lược liên kết, tạo thương hiệu, đặc biệt liên kết giữa nông dân-nhà nước-nhà khoa học để tạo nên sản phẩm gạo có chất lượng tốt, có khả năng cạnh tranh cao trên thị trường thế giới. Có như vậy, mới hạn chế được tính rủi ro của hạt gạo Việt Nam trong giai đoạn kinh tế khó khăn như hiện nay.

- Việc các doanh nghiệp ba nước Thái Lan, Phillippin, Myanmar bắt ngờ thành lập Hiệp hội Lúa gạo để phát triển chuỗi cung ứng gạo trong khu vực Đông Nam Á, hướng đến các thị trường lớn như Indonesia, Trung Quốc... (Đỗ Thiện, 2012) sẽ làm cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam gặp thêm khó khăn. Nếu Hiệp hội gạo ba nước này hoạt động thành công, khi đó, “bộ ba quyền lực” này, với những lợi thế so sánh trong đầu tư (Thái Lan cung cấp dịch vụ tiếp thị toàn cầu, Philippines cung cấp công nghệ và giống lúa, Myanmar có vai trò cung cấp đất và tài nguyên) sẽ tạo nên một liên minh lúa gạo thực sự, có khả năng chi phối giá gạo và ảnh hưởng an ninh lương thực trong khu vực và cả thế giới

Có thể nhận thấy, việc Việt Nam đang ở ngoài cửa Hiệp hội Lúa gạo Đông Nam Á là điều bất lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam. Giải pháp trước mắt là cần hợp tác song phương với một số nước trong khu vực, đặc biệt là với Thái Lan. Hiện nay, sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam và Thái Lan chiếm khoảng 50% sản lượng xuất khẩu gạo toàn thế giới, vì vậy nếu

Việt Nam và Thái Lan hợp tác thành công trong việc xuất khẩu gạo thì có thể chi phối được thị trường gạo toàn thế giới.

- Hiện nay mô hình cánh *đồng mẩu lớn* đang được thực hiện ở một số địa phương vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Mô hình này được các nhà quản lý, nhà khoa học và nông dân xác định là hướng đi cần thiết để tiến đến nền sản xuất lớn, hiện đại và bền vững, xây dựng thương hiệu hạt gạo Việt Nam, hài hòa chuỗi giá trị... Song, thực tế cho thấy khi mô hình này được thực hiện đại trà trên diện tích lớn thì lo ngại lớn nhất là năng lực của các doanh nghiệp không đáp ứng được. Hiện nhiều doanh nghiệp không đủ năng lực giải quyết khâu vận chuyển, phơi sấy, kho trữ... nên khi nông dân thu hoạch đồng loạt sẽ dẫn đến dòn ứ. Để giải quyết vấn đề này, các doanh nghiệp cần tập trung xây dựng kho chứa, nhà máy sấy... để đảm bảo giữ đúng hợp đồng, lời hứa với nông dân. Bên cạnh đó, Nhà nước cần có những chính sách hợp lý hỗ trợ doanh nghiệp, có cơ chế điều hành xuất khẩu gạo, đứng ra thu mua lúa gạo với giá có lợi cho nông dân nhằm 2 mục tiêu “an ninh lương thực và thương mại”.

- Diễn biến phức tạp của biến đổi khí hậu, nước biển dâng đang đe dọa Đồng bằng sông Cửu Long, nhất là đối với người dân trồng lúa phụ thuộc nhiều vào thiên nhiên. Vì vậy cần phải có các biện pháp ứng phó với biến đổi khí hậu kịp thời. Người dân cần biết chủ động phòng tránh những thiệt hại rủi ro gây ra từ thời tiết, khí hậu.

2. TRÁI CÂY

Trái cây Việt Nam có lợi thế và tiềm năng lớn, các vùng có thể mạnh về trồng trái

Nam, chiếm gần 70% tổng diện tích vườn cây ăn quả hiện có của cả nước. Nam Bộ là vùng trồng cây ăn trái trọng điểm với diện tích khoảng 415.800ha, sản lượng 4,3 triệu tấn. Trong đó, vùng Đồng bằng sông Cửu Long có 288.268ha cây ăn trái, sản lượng đạt hơn 3 triệu tấn. Hiện trong các thị trường nhập khẩu trái cây của Việt Nam, Trung Quốc là thị trường lớn nhất dù nước này nổi tiếng là "kho" trái cây của thế giới. Nhật Bản là thị trường thứ hai với kim ngạch nhập khẩu khoảng 54,5 triệu USD. Trong những năm qua, xuất khẩu trái cây của Việt Nam sang EU tăng cao, đặc biệt là sau khi EU cấp giấy chứng nhận GAP cho trái thanh long của Việt Nam. Các loại trái cây được ưa thích tại thị trường EU là chuối, xoài, dứa, đu đủ... Thanh long và bưởi của Việt Nam cũng trở thành mặt hàng nhập khẩu ưa thích tại thị trường Nhật Bản, Hàn Quốc⁽²⁾.

Theo Hiệp hội Rau, quả Việt Nam (Vinafruit), thời gian gần đây giá các loại trái cây có xu hướng giảm mạnh. Nguyên nhân chính là do nhiều nước châu Âu đã tạm ngưng nhập khẩu trái cây tươi không đạt tiêu chuẩn Global GAP (tiêu chuẩn toàn cầu về chất lượng, an toàn và truy nguyên được nguồn gốc). Thực tế, trái cây Việt Nam vào Trung Quốc, Thái Lan thì dễ dàng, còn để đứng vững trên thị trường Mỹ, châu Âu, Nhật Bản thì phải đáp ứng hàng loạt tiêu chuẩn chất lượng khắt khe như Global GAP hoặc VietGap (Vietnamese Good Agricultural Practices). Xuất khẩu trái cây Việt Nam gặp nhiều khó khăn khiến hầu hết các loại trái cây bị rớt giá (tức giá cả bị giảm sút mạnh), gây khó

khăn lớn cho bà con nông dân. Nguyên nhân là do diện tích và sản lượng cây trồng đạt tiêu chuẩn GAP của EU thấp, lượng trái cây không đạt tiêu chuẩn, bị trả về nhiều⁽³⁾.

Hiện nay, các doanh nghiệp xuất khẩu trái cây của Việt Nam đã mở rộng thị trường xuất khẩu, song sản lượng trái cây xuất khẩu không nhiều. Nguyên nhân chủ yếu là thiếu "giấy thông hành" từ ngành kiểm dịch thực vật. Đó là các giấy tờ liên quan đến vùng nguyên liệu sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP; giấy chứng nhận nhà máy đóng gói đạt chuẩn... Tuy nhiên, để có được tấm "vé thông hành" này không đơn giản, bởi mức phí để đạt chứng nhận VietGAP, GlobalGAP quá cao, thêm vào đó nông dân phải mất khoảng một năm để thực hiện khoảng 70 tiêu chuẩn VietGAP và 234 tiêu chuẩn GlobalGAP trước khi được cấp giấy chứng nhận. Trong khi đó những giấy chứng nhận này chỉ có giá trị trong vòng một năm và chi phí tái chứng nhận cũng tốn kém như lần đầu. Chính vì thế, tỷ lệ diện tích trái cây được chứng nhận VietGAP và GlobalGAP trong cả nước và tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long hiện rất thấp. Những diện tích cây trái được chấp nhận là do các doanh nghiệp tài trợ hoặc các viện nghiên cứu, trường đại học, chính quyền địa phương bỏ tiền ra làm để khuyến khích nông dân tham gia. Các chủ trang trại phần lớn không có kinh phí để tự tham gia chứng nhận theo các tiêu chuẩn này. Đây là thách thức lớn nhất cho người dân và các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu trái cây.

Thực tế, với tiềm năng cung ứng trái cây của Việt Nam thì việc tăng kim ngạch xuất

Theo Cục Trồng trọt, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, năm 2012, toàn vùng Đồng bằng sông Cửu Long có gần 300 ha mô hình cây ăn trái được chứng nhận VietGAP, GlobalGAP. Một số cây ăn trái được chứng nhận VietGAP như bưởi da xanh (Bến Tre), chôm chôm JaVa (Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long), nhãn tiêu da bò (Tiền Giang, Bến Tre), quýt hồng (Đồng Tháp)... Tuy nhiên, diện tích cây ăn trái được chứng nhận GAP ở nước ta nói chung và Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng còn khá khiêm tốn. Riêng vùng Đồng bằng sông Cửu Long chỉ có khoảng 0,14% diện tích được chứng nhận quy trình GAP. Hầu hết những loại trái cây đặc sản được thị trường thế giới ưa chuộng như bưởi, xoài cát, nhãn, chôm chôm... đều trong tình trạng cạnh tác mạnh mún, thu hoạch không tập trung nên doanh nghiệp rất khó thu mua với số lượng lớn phục vụ cho việc chế biến, xuất khẩu, vì vậy không thể đáp ứng được những đơn đặt hàng lớn và ổn định của các đối tác nước ngoài. Do đó trong nhiều năm qua, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu trái cây và nhà vườn không

tim được tiếng nói chung, dẫn đến tình trạng trái cây ở Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng và Việt Nam nói chung chỉ dừng ở mức tiêu thụ nội địa, xuất tiểu ngạch bấp bênh sang thị trường Trung Quốc và thường lâm vào cảnh “được mùa, rớt giá”.

Để sản phẩm trái cây của Việt Nam nói chung và của vùng Nam Bộ nói riêng có khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới, cần phải thực hiện một số giải pháp đồng bộ giữa Nhà nước, địa phương, doanh nghiệp và người nông dân.

Các địa phương cần quy hoạch lập vùng trồng một loại cây ăn trái chủ lực tập trung để khắc phục tình trạng sản xuất manh mún, nhỏ lẻ. Cũng cố lại mô hình kinh tế hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Nhà nước cần hướng dẫn, vận động và hỗ trợ các hộ gia đình sản xuất theo tiêu chuẩn GAP nhằm đảm bảo sản phẩm an toàn, được thị trường thế giới chấp nhận. Tim thị trường tiêu thụ cho các hộ gia đình, cơ sở sản xuất theo tiêu chuẩn GAP mang lại lợi nhuận, tránh tình trạng để nông dân quay về sản xuất theo cách cũ.

Nhà nước cần hỗ trợ cho các doanh nghiệp chế biến, bảo quản trái cây để họ có điều kiện đổi mới công nghệ, chế biến ra những sản phẩm trái cây ngon, an toàn, đủ sức cạnh tranh trên thị trường thế giới, nhất là các thị trường khó tính như Nhật Bản, EU, Mỹ.

Cần phải có chế tài, có chính sách cụ thể tạo mô hình liên kết hiệu quả giữa nhà vườn, nhà quản lý, nhà khoa học, nhà doanh nghiệp. Sự liên kết đó sẽ tạo dựng một thương hiệu trái cây Việt Nam chất lượng cao, an toàn, đủ sức cạnh tranh với

3. CÁ TRA

Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP), giá trị kim ngạch xuất khẩu cá tra năm 2012 đạt gần 1,8 tỷ USD, tương đương năm 2011. Sản phẩm cá tra của Việt Nam đã có mặt ở 133 quốc gia và vùng lãnh thổ, đặc biệt ở một số nước lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản... Hiện nay sản phẩm cá tra của Việt Nam gần như độc chiếm thị trường thế giới với hơn 90% thị phần, đang “một mình một chợ”, nhưng các doanh nghiệp xuất khẩu không làm chủ được thị trường thế giới, vẫn bị nhà nhập khẩu ép giá. Nguyên nhân là do thiếu hợp tác giữa các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu, mỗi công ty chỉ nghĩ đến lợi ích trước mắt và lợi ích riêng nên sẵn sàng xé lẻ, giảm giá bán để có nhiều khách hàng. Vì vậy đã dẫn đến tình trạng Chính phủ Mỹ áp dụng Luật Chống bán phá giá, còn khách hàng châu Âu không chỉ ép giá mà còn mất niềm tin về chất lượng sản phẩm.

Khó khăn lớn nhất đối với ngành sản xuất

Việc liên kết giữa người nuôi với doanh

Hiện nay liên kết, tạo nguồn nguyên liệu cá tra cho nhà sản xuất đang có xu hướng phát triển. Theo số liệu của VASEP tỉnh Bến Tre có đến 90% diện tích vùng nuôi gắn kết với các nhà máy, ở Đồng Tháp con số này là 61,9% diện tích, tỉnh An Giang: 58%, Vĩnh Long: 46,5%, Cần Thơ: 23%. Mặc dù sự liên kết này ở mỗi địa phương hay từng nhà máy có làm khác nhau và cũng chưa thật sự ổn định, nhưng liên kết này là cần thiết để hình thành xu hướng phát triển bền vững. Trong đó, nhà máy cũng như người nuôi cá phải “ngồi trên một con thuyền”, cùng hưởng những thành quả đạt được, cũng như cùng gánh chịu, chia sẻ những thiệt hại khi bất lợi xảy ra. Có như vậy, hoạt động sản xuất và xuất khẩu cá tra mới đạt hiệu quả.

Do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới, đặc biệt đối với EU là thị trường tiêu thụ lớn sản phẩm cá tra Việt Nam nên việc xuất khẩu cá tra cũng bị tác động đáng kể trong những năm tới. Điều đó ảnh hưởng mạnh đến giá xuất khẩu sang các nước khác trên thế giới. Mặt khác, một số nước đã đề ra hạn ngạch nhập khẩu một số loại thủy sản trong đó có cá tra của Việt Nam như Nga, Indonesia..., Riêng Trung Quốc ra quy định phải đăng ký thông tin với cơ quan thẩm quyền Trung Quốc nếu muốn vào thị trường này.

Như vậy, giải pháp cần thiết để việc sản xuất và xuất khẩu cá tra đạt hiệu quả là cần có chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp và người nuôi cá tra vay vốn. Bên cạnh đó, sự liên kết chặt chẽ giữa nhà nông và doanh nghiệp có một sức mạnh to lớn đẩy ngành xuất khẩu cá tra phát triển chi phối thị trường thế giới.

Chính phủ nên ưu tiên dành ngân sách

4. TÔM

Năm 2012 là năm thị trường xuất khẩu tôm của Việt Nam gặp nhiều khó khăn. Theo VASEP, giá trị kim ngạch xuất khẩu tôm chỉ đạt trên 2,2 tỷ USD, giảm 6,3% so với năm 2011. Thị trường tôm Việt Nam đã phải chịu sự cạnh tranh gay gắt với các nhà xuất khẩu lớn như Thái Lan, Ấn Độ, Indonesia... Những nước này đang có xu hướng hạ giá bán đối với các sản phẩm tôm, gây bất lợi lớn đối với tôm của Việt Nam.

Sở dĩ các nhà xuất khẩu của những nước

Đề đứng vững và tiếp tục phát triển trên thị

- Công

Sơn Trang, 2013).

Mặt khác, các doanh nghiệp ở Thái Lan,

Sơn Trang, 2013).

Tình hình dịch bệnh tôm thật sự là khó

Nhật Bản là thị trường quan trọng khi chiếm tới 27,7% tổng kim ngạch xuất khẩu tôm của Việt Nam, vì vậy những rào cản dựng lên từ thị trường này khiến trị giá xuất khẩu tôm bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Việc không cho phép sử dụng ethoxyquin trong thức ăn đối với tôm Việt Nam không chỉ gây khó ở thị trường Nhật Bản, Hàn Quốc mà các nước khác cũng tăng cường kiểm tra đối với tôm Việt Nam. Bên cạnh đó, kinh tế toàn cầu đang gặp khó khăn, một số nước châu Âu đang rơi vào vòng xoáy thất nghiệp, rủi ro tài chính; Mỹ gặp khủng hoảng nợ, trong khi kinh tế Trung Quốc và Nhật Bản tăng trưởng chậm sẽ làm giảm nhập khẩu tôm Việt Nam (H. Lợi, N. Thanh, 2013).

Tình hình kinh tế khó khăn ở nhiều thị

Qua phân tích hiện trạng xuất khẩu một số nông sản chủ lực của Nam Bộ, có thể nhận thấy, thị trường xuất khẩu nông sản đang phải đối mặt với nhiều khó khăn,

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ <http://www.vietfood.org.vn/vn/>.

⁽²⁾ <http://www.cuctrongtrot.gov.vn/>

⁽³⁾ <http://www.vinafruit.com/>.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bình Đại. 2012. *Xuất khẩu nhiên nông dân vẫn khổ*.

<http://www.sggp.org.vn/nongnghiepkt/2012/1/303523/>, ngày 07/11/2012.

2. Công Phiên. 2013. *Xuất khẩu gạo 2013: Chủ động giải pháp ứng phó*.

<http://sggp.org.vn/kinhte/2013/1/308379/>, ngày 08/01/2013.

3. Chí Nhân. 2012. *Lợi nhuận thấp vì dự trữ kém*.

<http://www.thanhnien.com.vn/pages/20120903/loi-nhuan-thap-vi-du-tru-kem.aspx>, ngày 03/9/2012.

4. Đỗ Thiện. 2012. *Liên minh lúa gạo: Việt Nam lỡ nhịp?* <http://vietnamnet.vn/vn/kinhte/91431/lien-minh-lua-gao-viet-nam-lo-nhip.html>, ngày 07/10/2012.

5. H. Lợi, N. Thanh. 04/01/2013. *Xuất khẩu tôm 2013 - Nhiều thách thức*.

<http://sggp.org.vn/kinhte/2013/1/308400/>.

6. <http://www.customs.gov.vn/>.

7. <http://www.cuctrongtrot.gov.vn/>.

8. <http://www.vinafruit.com/>.

9. <http://www.vasep.com.vn>.

10. <http://www.vietfood.org.vn/vn/>.

11. LH. *Tổng hợp 10 nội dung về sản xuất và xuất khẩu tôm quý II/2012*.

http://www.vasep.com.vn/Bao-cao-xuat-khau-thuy-san/253_21472/Tong-hop-10-noi-dung-ve-san-xuat-va-xuat-khau-tom-quy-II2012.htm.

12. Nguyễn Bích. 2012. *Năm 2012: Xuất khẩu tôm không đạt mục tiêu 2,4 tỷ USD*.

http://www.vasep.com.vn/Bao-cao-xuat-khau-thuy-san/253_22793/Nam-2012-Xuat-khau-tom-khong-dat-muc-tieu-24-ty-USD.htm, ngày 21/11/2012.

13. Nguyễn Ngọc Ngoạn. 2008. *Phát triển nông thôn bền vững – những vấn đề lý luận và kinh nghiệm thế giới*. Tạp chí Môi trường và Phát triển bền vững, số 01/2008.

14. Nguyễn Ngọc Vinh. 2012. *Xuất khẩu nông sản Việt Nam sau 5 năm gia nhập WTO - huận lợi và thách thức*. Tạp chí Phát triển và Hội nhập, số 7(17) – tháng 11-12/2012.

15. Sơn Trang. 01/01/2013. *Thủy sản lo nhất vốn*.

<http://nongnghiep.vn/nongnghiepvvn/72/1/15/104442/Thuy-san-lo-nhat-von.aspx>.

16. Trung Chánh. 05/11/2012. *Ai tạm trữ lúa gạo: “Cuộc chiến” chưa hồi kết*.

<http://www.thesaigontimes.vn/Home/nongsan/tintucthitruong/86518/Ai-tam-tru-lua-gao-%E2%80%99Cuoc-chien%E2%80%9D-chua-hoi-ket.html><http://sggp.org.vn/kinhte/2012/12/306883/>.