BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

VIDAVONG HEUANGMISOUK

PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA NƯỚC CHDCND LÀO TRONG ĐIỀU KIỆN HÌNH THÀNH CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN

Chuyên ngành: KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ THƯƠNG MẠI
Mã số: 62 34 01 21

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. NGUYỄN THỊ XUÂN HƯƠNG

HÀ NỘI - 2018

LỜI CAM ĐOAN

Tôi đã đọc và hiểu về các hành vi vi phạm sự trung thực trong học thuật. Tôi cam kết bằng danh dự cá nhân rằng nghiên cứu này do tôi thực hiện và không vi phạm yêu cầu về sự trung thực trong học thuật.

Hà Nội, ngày ..... tháng ..... năm 2018

Nghiên cứu sinh

Vidavong HEUANGMISOUK

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Bộ Giáo dục và Đào tạo, Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam đã tạo điều kiện và cung cấp học bổng cho tôi trong suốt quá trình học tập tại Việt Nam.

Tôi cũng xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành đến Ban Giám hiệu, Viện Đào tạo Sau Đại học Trường Đại học Kinh tế Quốc dân đã tạo mọi điều kiện tốt nhất cho tôi trong suốt quá trình học tập.

Đặc biệt, tôi xin chân thành cảm ơn PGS.TS. Nguyễn Thị Xuân Hương, người thầy đã cho tôi ý tưởng và đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo cho tôi trong suốt quá trình nghiên cứu, hoàn thành luận án này.

Cuối cùng, tôi bày tỏ lòng biết ơn sự chia sẻ, động viên tận tình của gia đình, bạn bè, đồng nghiệp và các bạn cùng khóa đã giúp tôi có thêm nghị lực học tập và hoàn thành luận án này.

Hà Nội, ngày ..... tháng ..... năm 2018

Nghiên cứu sinh

Vidavong HEUANGMISOUK

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN
LỜI CẢM ƠN
MỤC LỤC
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT
DANH MỤC BẢNG
DANH MỤC HÌNH
PHẦN MỞ ĐẦU 1
CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI 10
1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan về lý luận phát triển xuất khẩu nông sản 10
1.2. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến hội nhập AEC 17
1.3. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến phát triển xuất khẩu nông sản ở nước CHDCND Lào 18
1.4. Những khoảng trống rút ra từ tổng quan nghiên cứu 23
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1 25
CHƯƠNG 2 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA QUỐC GIA TRONG ĐIỀU KIỆN HÌNH THÀNH CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN 26
2.1. Sự hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN và khía cạnh ảnh hưởng của nó tới phát triển thị trường nông sản của các quốc gia thành viên 26
2.1.1. Khái quát về nông sản và phát triển xuất khẩu nông sản 26
2.1.2. Sự hình thành của AEC và những nội dung cam kết của các quốc gia thành viên khi tham gia AEC 33
2.1.3. Các khía cạnh ảnh hưởng của AEC tới sự phát triển xuất khẩu nông sản của các quốc gia thành viên 40
2.2. Nội dung và hệ thống tiêu chí đánh giá phát triển xuất khẩu nông sản trong điều kiện hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN 42
2.2.1. Nội dung phát triển xuất khẩu nông sản trong điều kiện hình thành AEC 42
2.2.2. Hệ thống tiêu chí đánh giá phát triển xuất khẩu nông sản trong điều kiện hình thành AEC 45
2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản của quốc gia thành viên trong điều kiện hình thành AEC 50
2.3.1. Chính sách hỗ trợ của nhà nước cho phát triển sản xuất nông sản xuất khẩu 50

2.3.2. Các quan hệ kinh tế quốc tế 52
2.3.3. Nghiên cứu, triển khai và tăng năng suất trong sản xuất hàng hóa xuất khẩu 55
2.3.4. Chính sách phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ phục vụ chế biến nông sản xuất khẩu 56
2.3.5. Các nhân tố về giá cả xuất khẩu nông sản 57
2.3.6. Các nhân tố về khoa học kỹ thuật công nghệ 58
2.3.7. Lợi thế cạnh tranh trong xuất khẩu nông sản so với các quốc gia thành viên khác 58
2.4. Kinh nghiệm của một số nước về phát triển xuất khẩu nông sản khi tham gia vào các Cộng đồng kinh tế và một số bài học kinh nghiệm cho Lào 59
2.4.1. Kinh nghiệm của Thái Lan 59
2.4.2. Kinh nghiệm của Việt Nam 61
2.4.3. Kinh nghiệm của Malaysia 64
2.4.4. Bài học rút ra sau nghiên cứu 65
TIỂU KẾT CHƯƠNG 2 67
CHƯƠNG 3 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU NÔNG SẢN Ở NƯỚC CHNCND LÀO TRONG ĐIỀU KIỆN HÌNH THÀNH CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN 68
3.1. Tiềm năng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào và những ảnh hưởng của AEC 68
3.1.1. Tiềm năng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào 68
3.1.2. Sự tham gia của nước CHDCND Lào vào AEC 77
3.1.3. Những ảnh hưởng của AEC đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào 80
3.2. Phân tích thực trạng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC 85
3.2.1. Thực trạng chính sách phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào 85
3.2.2. Thực trạng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trước khi tham gia AEC 100
3.2.3. Phân tích mức độ ảnh hưởng của AEC đến phát triển xuất khẩu nông sản và kết quả phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi tham gia vào AEC 107
3.3. Đánh giá chung về hoạt động phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào và những vấn đề đặt ra khi tham gia vào AEC 123
3.3.1. Những thành tựu đạt được 123
3.3.2. Những mặt hạn chế 125
3.3.3. Nguyên nhân của hạn chế 127

3.3.4. Những vấn đề đặt ra cho phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi tham gia vào AEC 129
TIỂU KẾT CHƯƠNG 3 132
CHƯƠNG 4 PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU NÔNG SẢN Ở NƯỚC CHDCND LÀO TRONG ĐIỀU KIỆN HÌNH THÀNH AEC 133
4.1. Phương hướng phát triển xuất khẩu nông sản CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC 133
4.1.1. Quan điểm, định hướng và mục tiêu phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC 133
4.1.2. Mục tiêu phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC 136
4.2. Một số giải pháp phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC 137
4.2.1. Tăng cường đa dạng hóa nguồn hàng xuất khẩu 137
4.2.2. Hoàn thiện chính sách và cơ chế quản lý xuất khẩu nông sản theo hướng đơn giản, thông thoáng và phù hợp với cơ chế thị trường 139
4.2.3. Mở rộng thị trường xuất khẩu nông sản 142
4.2.4. Tăng cường việc tổ chức, quản lý hoạt động xuất khẩu nông sản 144
4.2.5. Thúc đẩy và nâng cao hiệu quả hoạt động khoa học công nghệ nhằm phục vụ xuất khẩu nông sản 145
4.2.6. Tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến về hội nhập, thương mại quốc tế .. 148
4.3. Khiến nghị 149
4.3.1. Với Nhà nước 149
4.3.2. Với doanh nghiệp, đơn vị sản xuất nông sản xuất khẩu 150
TIỂU KẾT CHƯƠNG 4 151
KẾT LUẬN 152
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ 154
TÀI LIỆU THAM KHẢO 155
PHỤ LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Ký hiệu	Tên đầy đủ	Nghĩa tiếng Việt
AEC	ASEAN Economic Community	Cộng đồng kinh tế ASEAN
AFTA	ASEAN Free Trade Area	Khu vực thương mại tự do ASEAN
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
ACIA	ASEAN Comprehensive Invesment Agreement	Hiệp định đầu tư toàn diện ASEAN
APEC	Asia-pacific Economic Cooperation	Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương
BCT		Bộ Công thương
BTC		Bộ Tài chính
CHDCND		Cộng hòa dân chủ nhân dân
CNH - HĐH		Công nghiệp hoá - hiện đại hoá
EC	European Community	Cộng đồng Châu Âu
EFA	Exploratory Factor Analysis	Nhân tố khám phá
EU	European Union	Liên minh Châu Âu
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations	Tổ chức lương thực và nông nghiệp Liên Hiệp quốc
FDI	Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade	Hiệp ước chung về thuế quan và mậu dịch
GTGT		Thuế giá trị gia tăng
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
HS		Hệ thống hoá mô tả và mã hoá thông tin
KTQT	International Economy	Kinh tế quốc tế
L/C	Letter of credit	Thư tín dụng
MNP		Hiệp định về di chuyển thể nhân trong ASEAN
MRA		Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau

Ký hiệu	Tên đầy đủ	Nghĩa tiếng Việt
		trong ASEAN
NDT		Kiểm tra không phá huỷ
NHNN		Ngân hàng nhà nước
NSCL		Nông sản chủ lực
NSXK		Nông sản xuất khẩu
ODA	Official Development Assistance	Hỗ trợ phát triển chính thức
QH		Quốc hội
RCA	Root cause analysis	Phân tích nguyên nhân gốc
SWOT	**S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities **T**hreats	Điểm mạnh, Điểm yếu, Cơ hội, thách thức
TMNĐ	Domestic Trade	Thương mại nội địa
TTg		Thủ tướng Chính phủ
TMQT	Imternational commerce	Thương mại quốc tế
TTĐB		Thuế tiêu thủ đặc biệt
WTO	World Trade Organization	Tổ chức thương mại thế giới
XNK	Export- Import	Xuất - Nhập khẩu
XK	Export	Xuất khẩu
XHCN		Xã hội chủ nghĩa
ລບ		Chính phủ
ນຍ		Thủ tướng
ສພຊ		Quốc hội
ທຫລ		Ngân hàng Nhà nước
ກງ		Bộ Tài chính
ອຄ		Bộ Công thương
ກຂອ		Cục Xuất nhập khẩu
ຄພນ		Cục Thương mại nội địa
ທທ		Bộ Du lịch và Văn hóa

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Thang đo của bảng hỏi 6
Bảng 3.1: Cơ cấu kinh tế trong GDP phân theo ba khu vực 70
Bảng 3.2: Diện tích trồng cà phê CHDCND Lào 71
Bảng 3.3: Một số chỉ tiêu so sánh giống cà phê Robusta và cà phê Arabica 72
Bảng 3.4: So sánh tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào giai đoạn 2003 - 2015 101
Bảng 3.5: Kim ngạch xuất khẩu nông sản theo cơ cấu mặt hàng của CHDCND Lào giai đoạn 2003-2015 102
Bảng 3.6: Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản theo cơ cấu mặt hàng của CHDCND Lào giai đoạn 2003-2015 103
Bảng 3.7: Xuất khẩu nông sản giai đoạn 2003-2015 theo khu vực thị trường 104
Bảng 3.8: Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nông sản theo khu vực thị trường của CHDCND Lào giai đoạn 2003-2015 106
Bảng 3.9: So sánh tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trước và sau khi tham gia AEC 107
Bảng 3.10: Sự thay đổi kim ngạch xuất khẩu nông sản theo mặt hàng trước và sau khi tham gia AEC 108
Bảng 3.11: Sự thay đổi kim ngạch xuất khẩu nông sản theo thị trường xuất khẩu 108
Bảng 3.12: Sự thay đổi diện tích một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực 109
Bảng 3.13: Các tiêu chí phân tích và ký hiệu 110
Bảng 3.14: Kết quả kiểm định KMO và Bartlett's 111
Bảng 3.15: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu 112
Bảng 3.16: Ma trận xoay nhân tố 113
Bảng 3.17: Kiểm định KMO và Bartlett's 114
Bảng 3.18: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu 115
Bảng 3.19: Ma trận xoay các nhân tố 115
Bảng 3.20: Kiểm định KMO 116
Bảng 3.21: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu 117
Bảng 3.22: Ma trận xoay các nhân tố 117
Bảng 3.23: Kiểm định KMO 118

Bảng 3.24: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu.118
Bảng 3.25: Ma trận xoay các nhân tố 119
Bảng 3.26: Kiểm định KMO 120
Bảng 3.27: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu..120
Bảng 3.28: Ma trận nhân tố 121
Bảng 3.29: Kiểm định KMO 121
Bảng 3.30: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu..122
Bảng 3.31: Ma trận xoay nhân tố 122

DANH MỤC HÌNH

Hình 2.1: Mô hình tác động của AEC đến thương mại của các quốc gia 41
Hình 3.1: Diện tích trồng cà phê của CHDCND Lào năm 2015.....72
Hình 3.2: Diện tích sản xuất và sản lượng gạo CHDCND Lào 74
Hình 3.3: Mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào 100

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của nghiên cứu

Trong xu hướng khu vực hóa, toàn cầu hóa, mỗi nước đều chọn cho mình một hướng đi thích hợp để cùng tới một mục tiêu kinh tế là: ổn định và phát triển lâu dài nền kinh tế. Một hướng đi mà nhiều nước lựa chọn là công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu. Đối với nước CHDCND Lào đã chứng minh, xuất khẩu hàng hóa là một công cụ hữu dụng nhất nhằm hội nhập và tận dụng những cơ hội trong quá trình hội nhập để tăng trưởng và phát triển kinh tế. Xuất khẩu hàng hóa phát triển sẽ như là một đầu tàu kéo theo sự phát triển của tất cả các lĩnh vực, là điều kiện tiền đề để nâng cao chất lượng cuộc sống nhân dân, giải quyết công ăn việc làm và làm chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại. Hiện nay, sản xuất và xuất khẩu nông sản đang trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong quá trình phát triển kinh tế - xã. Theo nghị quyết lần thứ IX của Đảng và Nhà nước Lào đã đề ra 4 chủ trương như sau: (i) Phát huy nội lực; (ii) Đào tạo nguồn nhân lực; (iii) Hệ thống quản lý; (iv) Xóa đói giảm nghèo cho nhân dân. Trong đó, thúc đẩy xuất khẩu nông sản được coi là giải pháp nhằm phát huy thế mạnh nội tại, giải quyết công ăn việc làm cho nhân dân, xây dựng cơ sở hạ tầng và xóa đói giảm nghèo.

Cộng hoà Dân chủ Nhân dân Lào (CHDCND Lào) là quốc gia nằm ở trung tâm của bán đảo Đông Dương, có biên giới với Trung Quốc ở phía Bắc, phía Nam giáp với Campuchia, phía Đông giáp với Việt Nam, phía Tây Nam giáp với Thái Lan, và phía Tây Bắc giáp với Myanmar. Là một nước có quy mô dân số nhỏ với 7,037,521 người (2017) trong đó hơn 70% dân cư sinh sống bằng nghề nông. Diện tích tự nhiên của CHDCND Lào là 236.800 km^2. CHDCND Lào có tài nguyên thiên nhiên rất phong phú đa dạng, có nhiều lợi thế và tiềm năng về vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên cộng với ưu thế nền nông nghiệp nhiệt đới nên khả năng xuất khẩu nông sản rất lớn. Tiềm năng này càng lớn từ khi nước CHDCND Lào hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực.

Những năm qua, ngành nông nghiệp là một trong những ngành quan trọng và có vai trò rất quan trọng trong sự phát triển kinh tế - xã hội của CHDCND Lào. Sản xuất nông nghiệp không chỉ đáp ứng tiêu dung của thị trườngtrong nước mà còn có khả năng xuất khẩu rất lớn xét trên cả hai khía cạnh: khả năng sản xuất và nhu cầu tiêu dùng ở các thị trường nước ngoài. Từ khi nước CHDCND Lào hội nhập quốc tế và khu vực, Nhà nước đã thực hiện mở cửa nền kinh tế bằng chiến lược hướng mạnh về xuất khẩu (XK) trên các nguyên tắc: đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ thương mại quốc tế trên cơ sở tôn trọng chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ, hợp tác bình đẳng và cùng có lợi,

phấn đấu vì mục tiêu hoà bình - độc lập - ổn định, hợp tác và phát triển, nông sản của Lào đã được xuất khẩu sang thị trường nhiều nước trong khu vực và thế giới làm kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào có tốc độ tăng trưởng hàng năm từ 17% trở lên trong thời gian qua. Tuy nhiên, trước khi tham gia vào AEC, xuất khẩu hàng nông sản chủ lực của nước CHDCND Lào vẫn bộc lộ nhiều hạn chế như hệ thống tổ chức xúc tiến xuất khẩu chưa thật sự hiệu quả, thông tin thu được còn ở dạng thô với chất lượng chưa cao, xuất khẩu một số mặt hàng nông sản sang thị trường mục tiêu chưa có hệ thống phân phối chính thức dẫn tới mặt hàng NSXK mất giá trong giao dịch, số lượng và giá nông sản không đúng theo hợp đồng xuất khẩu.

Việc hình thành AEC sẽ tạo ra những tác động tích cực sẽ đem lại nhiều cơ hội cho nước CHDCND Lào trong việc phát triển xuất khẩu hàng nông sản từ mở rộng thị trường xuất khẩu quốc tế cho hàng nông sản, tạo điều kiện đổi mới công nghệ sản xuất và chế biến nông sản, góp phần tạo chuyển biến trong việc xây dựng và hoàn thiện chính sách, luật lệ và thủ tục trong nước phù hợp hơn với yêu cầu của nền kinh tế thị trường trong quá trình hội nhập quốc tế sâu, rộng hơn, qua đó góp phần nâng cao vị thế quốc tế của nước CHDCND Lào. Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực AEC cũng gây ra không ít những tác động tiêu cực như nước CHDCND Lào đứng trước sức ép rất lớn, cạnh tranh ngày càng gay gắt, sẽ gặp những khó khăn, thách thức. Trước hết, đó là do trình độ phát triển kinh tế, năng suất lao động trong nông nghiệp thấp, ngành công nghiệp chế biến nông sản còn yếu, nhiều mặt hàng nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào chất lượng thấp, chưa đủ sức cạnh tranh trên thị trường thế giới.

Để có thể tận dụng những lợi thế, cơ hội, đồng thời vượt qua những thách thức và khai thác những tiềm năng thì nước CHDCND Lào phải có những hướng đi đúng đắn và có những giải pháp hữu hiệu, cụ thể, phù hợp để phát triển và nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu đối với hàng nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC.

Bên cạnh những thuận lợi cũng như những thách thức đặt ra cho nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC về mặt thực tiễn, về mặt lý luận, có tương đối nhiều các công trình nghiên cứu được tiếp cận theo các khía cạnh khác nhau của phát triển xuất khẩu nông sản như tiếp cận từ chính sách nhằm phát triển xuất khẩu nông sản, chiến lược marketing nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản,... Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập kinh tế ngày càng sâu và rộng, cụ thể là việc hình thành và tham gia của nước CHDCND Lào vào Cộng đồng kinh tế ASEAN tạo ra bối cảnh mới và ảnh hưởng đến xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào. Chính vì vậy, việc nghiên

cứu phát triển xuất khẩu nông sản trong bối cảnh tham gia vào cộng đồng kinh tế ASEAN là việc làm cần thiết với các nhà nghiên cứu.

Chính vì vậy, nghiên cứu cả lý luận và thực tiễn về phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào là rất quan trọng và cần thiết. Xuất phát từ lý do trên, nghiên cứu sinh đã lựa chọn đề tài nghiên cứu: **"*Phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điền kiện hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN*".**

2. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích thực trạng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC, xác định những mặt đạt được, những mặt hạn chế trong phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào. Nghiên cứu so sánh sự thay đổi về xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trước và sau khi tham gia vào AEC. Thêm vào đó, luận án cũng đi phân tích các nhân tố ảnh hưởng sự phát triển xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC. Từ đó, đề xuất định hướng và các giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC. Để đạt được mục tiêu trên, tác giả thực hiện các nhiệm vụ như sau:

+ Nhiệm vụ:

Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài, hệ thống hóa và làm rõ cơ sở lý luận chung về phát triển xuất khẩu nông sản.

Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào, chỉ ra những hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế trong phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào. So sánh sự thay đổi về phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trước và sau khi tham gia vào AEC

Nghiên cứu kinh nghiệm của một số nước về phát triển xuất khẩu nông sản và rút ra bài học cho nước CHDCND Lào; Nghiên cứu ảnh hưởng của AEC đối với xuất khẩu nông sản của Lào.

Đề xuất định hướng, hệ giải pháp đồng bộ, có cơ sở khoa học tính khả thi nhằm phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Lý luận và thực tiễn phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung: Luận án tập trung nghiên cứu về lý luận và thực tiễn phát triển xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ lực của nước CHDCND Lào như: cà phê, gạo và rau quả.

Về không gian: Luận án nghiên cứu về phát triển xuất khẩu nông sản ở nước CHNCND Lào và một số quốc gia như: Thái Lan, Việt Nam, Malaysia.

Về thời gian: Số liệu phục vụ cho nghiên cứu hoạt động xuất khẩu nông sản ở nước CHNCND Lào trong giai đoạn từ năm 2003 đến năm 2016 và tầm nhìn đến 2030

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

4.1.1. Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo, các kết quả nghiên cứu, các số liệu đã được công bố chính thức của các cơ quan, tổ chức của nước CHDCND Lào như: Niên giám thống kê của các cấp, các báo cáo của các cơ quan như Bộ Công thương, Tổng cục Hải quan, Cục thống kê, sở công thương và hải quan cấp tỉnh.

Các số liệu quốc tế liên quan đến đề tài như: Luận án, các báo cáo khoa học, bài thảo luận, tạp chí, các văn bản pháp quy liên quan đến xuất khẩu hàng nông sản đã công bố.

4.1.2. Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông quá phỏng vấn hai nhóm đối tượng:

Nhóm 1: Tác giả phỏng vấn các cán bộ quản lý nhà nước liên quan đến hoạt động xuất khẩu nông sản

Nhóm 2: Tác giả phỏng vấn đối tượng là các doanh nghiệp hoặc các hộ gia đình - chủ thể trực tiếp của hoạt động xuất khẩu nông sản. Đây là nhóm trực tiếp sản xuất và xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

Tác giả sử dụng bảng câu hỏi đã được chuẩn hóa để phỏng vấn hai nhóm đối tượng: Chi tiết bảng hỏi phụ lục 1

Tác giả lựa chọn chọn mẫu thuận tiện để sử dụng trong chọn mẫu nghiên cứu, bởi vì: việc lấy mẫu dựa trên sự thuận lợi hay dựa trên tính dễ tiếp cận của đối tượng, chính vì vậy việc tiếp cận với các đối tượng khảo sát là tương đối dễ dàng. Lấy mẫu thuận tiện thường được dùng trong nghiên cứu khám phá, để xác định ý nghĩa thực

tiễn của vấn đề nghiên cứu; hoặc để kiểm tra trước bảng câu hỏi nhằm hoàn chỉnh bảng; hoặc khi muốn ước lượng sơ bộ về vấn đề đang quan tâm mà không muốn mất nhiều thời gian và chi phí.Tuy nhiên, lấy mẫu thuận tiện cũng có những hạn chế, việc chọn mẫu hoàn toàn phụ thuộc vào kinh nghiệm và sự hiểu biết về tổng thể của người nghiên cứu nên kết quả điều tra thường mang tính chủ quan của người nghiên cứu. Mặt khác, ta không thể tính được sai số do chọn mẫu, do đó khó có thể áp dụng phương pháp ước lượng thống kê để suy rộng kết quả trên mẫu cho tổng thể chung.

Trong nghiên cứu này, tiêu chí chọn mẫu của tác giả đó là lựa chọn các cán bộ quản lý, doanh nghiệp hoặc hộ gia đình, những đối tượng trực tiếp liên quan đến sản xuất hoặc quản lý hoạt động xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào.

Bảng câu hỏi được chia làm 2 phần:

Phần 1: Thông tin chung về đối tượng được phỏng vấn

Phần 2: Đánh giá của những đối tượng được phỏng vấn về các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC, mức độ quan trọng và mức độ đạt được thực tế của các nhân tố tác giả đang xem xét

***)** Về số lượng mẫu khảo sát:

Kích thước của mẫu áp dụng trong nghiên cứu này được dựa theo yêu cầu của phân tích nhân tố và hồi quy đa biến:

Đối với phân tích nhân tố khám phá EFA: Dựa theo nghiên cứu của Hair, Anderson, Tatham và Black (1998) cho tham khảo về kích thước mẫu dự kiến. Theo đó kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát;

Đối với phân tích hồi quy đa biến: cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được tính theo công thức là: 50 + 8*m (m: số biến độc lập) (Tabachnick và Fidell, 1996);

Trên cơ sở tính toán kích thước mẫu khảo sát, số lượng quan sát tối thiểu để thực hiện phép toán thống kê là 250 quan sát. Do đó, tác giả đã phát ra 500 phiếu khảo sát trong đó bao gồm 250 phiếu khảo sát cho đối tượng là các doanh nghiệp hoặc hộ gia đình sản xuất, xuất khẩu hàng nông sản và 250 cán bộ quản lý nhà nước của nước CHDCD Lào phụ trách hoặc có liên quan đến hoạt động xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

*) Thang đo của bảng hỏi

Tác giả sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để thực hiện nghiên cứu nội dung của chuyên đề theo mức độ đánh giá tăng dần từ 1 đến 5 (từ rất không đồng ý đến đồng ý, từ rất không quan trọng đến quan trọng khi xem xét đến mức độ quan trọng hoặc mức độ ảnh hưởng)

Bảng 1: Thang đo của bảng hỏi

Thang đo	Khoảng đo	Mức đánh giá
5	4,21 - 5,0	Rất tốt
4	3,41 - 4,20	Tốt
3	2,61 - 3,40	Trung bình
2	1,81 - 2,60	Kém
1	1,00 - 1,80	Rất kém

*) Phương pháp điều tra mẫu

Phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên đã được tác giả sử dụng cho nghiên cứu, tác giả sử dụng phiếu điều tra đã được chuẩn hóa để gửi đi phỏng vấn đại diện của các doanh nghiệp/hộ gia đình, các cán bộ quản lý nhà nước về xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào, nếu không gặp được trực tiếp đại diện doanh nghiệp/hộ gia đình, các cán bộ quản lý này để phỏng vấn, tác giả lựa chọn một trong các phương pháp cụ thể: Gửi email phiếu điều tra chờ phúc đáp hoặc gửi phiếu điều tra lại cơ quan và sẽ đến nhận lại phiếu trả lời sau thời gian 1 tuần.

Trong trường hợp sau 1 tuần không nhận được câu trả lời của đối tượng khảo sát, tác giả sẽ lựa chọn đối tượng khảo sát khác thay thế, đảm bảo đối tượng được lựa chọn khảo sát cùng nhóm, cụ thể: doanh nghiệp sẽ thay thế bằng doanh nghiệp khác, cán bộ quản lý nhà nước thay thế bằng cán bộ quản lý nhà nước, hộ gia đình thay thế bằng hộ gia đình.

Thời gian khảo sát của tác giả từ tháng 9 năm 2016 đến tháng 11 năm 2016.

Với 500 phiếu khảo sát phát ra, sau khi hoàn thành việc thu thập số liệu sơ cấp tác giả thu lại được 362 phiếu, sau khi thực hiện nhập liệu dữ liệu có 41 phiếu khảo sát không đạt yêu cầu do không đủ thông tin trên phiếu, tác giả thực hiện loại bỏ 41 phiếu đó khỏi dữ liệu, còn lại 321 phiếu khảo sát đạt yêu cầu tác giả thực hiện việc hoàn thiện nhập liệu dữ liệu vào phần mềm Excel và thực hiện phân tích. Trong số 321 phiếu khảo sát đó có 130 phiếu khảo sát thuộc về đối tượng doanh nghiệp/hộ gia đình và 191 phiếu khảo sát từ cán bộ quản lý. Với số lượng quan sát: 130 với đối tượng doanh nghiệp hoặc hộ gia đình và 191 quan sát của cán bộ quản lý đáp ứng yêu cầu về số lượng quan sát tối thiểu để thực hiện các phép toán thống kê.

4.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

4.2.1. Phương pháp thống kê mô tả

Thống kê là hệ thống các phương pháp dùng để thu nhập xử lý và phân tích các con số (mặt lượng) của những hiện tượng số lớn để tìm hiểu bản chất và tính quy luật

vốn có của chúng (mặt chất) trong điều kiện thời gian và địa điểm cụ thể. Thống kê mô tả được sử dụng để mô tả những đặc tính cơ bản của dữ liệu thu thập được từ nghiên cứu thực nghiệm qua các cách thức khác nhau. Tác giả sẽ sử dụng một số kỹ thuật thống kê mô tả sau để phân tích dữ liệu:

Biểu diễn dữ liệu bằng đồ họa trong đó các đồ thị mô tả dữ liệu hoặc giúp so sánh dữ liệu, Biểu diễn dữ liệu thành các bảng số liệu tóm tắt về dữ liệu, Thống kê tóm tắt mô tả dữ liệu.

4.2.2. Phương pháp so sánh, đối chiếu

Đây là phương pháp chủ yếu dùng trong phân tích hoạt động kinh doanh để xác định xu hướng, mức độ biến động của các chỉ tiêu phân tích. Để tiến hành được cần xác định số gốc để so sánh (số liệu của năm trước), xác định điều kiện để so sánh, mục tiêu để so sánh.

4.2.3. Phương pháp phân tích tổng hợp

Vận dụng và kết hợp hợp lý các phương pháp so sánh để tìm ra xu hướng chung và mối quan hệ nhân quả, suy luận logic, lập luận đưa ra nhận xét và kết luận từ các sự kiện được nghiên cứu, phân tịch và tổng hợp để làm rõ các nhân tố có tác động đến sự phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào, thống kê mô tả nhằm cung cấp số liệu phản ánh nội dung và vấn đề nghiên cứu, tra cứu tài liệu để nắm và bổ sung về phương pháp nghiên cứu hướng đi, kiến thức và luận cứu.

4.2.4. Phương pháp phân tích theo dãy số thời gian

Sử dụng phương pháp phân tích theo dãy số thời gian với khoảng cách theo thời kỳ trong dãy số 1 năm, 2 năm, 3 năm, 4 năm và 5 năm. Các chỉ tiêu phân tích biến động về phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN

- Lượng tăng (hoặc giảm) tuyệt đối định gốc (Δ_i) với công thức:

$$\Delta_i = Y_i - Y_1 \; ; \; i = 1,2,3,...$$

Trong đó: Y_i *là mức độ tuyệt đối ở thời gian i*

Y_1 *là mức độ tuyệt đối ở thời gian đầu*

- Tốc độ phát triển có hai loại: tốc độ phát triển liên hoàn và tốc độ phát triển định gốc.

Công thức tính tốc độ phát triển liên hoàn (t_i) phản ánh tốc độ phát triển của hiện tượng ở thời gian sau so với thời gian trước liền đó:

$$t_i = Y_i/Y_{i-1} \; ; \; i=2,3,4..n$$

Trong đó: *Y_i là mức độ tuyệt đối ở thời gian i*

Y_{i-1} là mức độ tuyệt đối ở thời gian liền trước đó

- Tốc độ phát triển định gốc (T_i) dùng phản ánh tốc độ phát triển của hiện tượng trong khoảng thời gian tương đối dài:

Công thức tính như sau:

$$T = Y_i / Y_1 \; ; \; i=2,3,..n$$

Trong đó: Y_i là mức độ tuyệt đối ở thời gian i

Y_1 là mức độ tuyệt đối ở thời gian đầu

- Tốc độ phát triển bình quân (t) được dùng để phản ánh mức độ tốc độ phát triển liên hoàn.

- Tốc độ tăng giảm định gốc được dùng để phản ánh tốc độ tăng hoặc giảm ở thời gian i so với thời gian đầu trong dãy số.

4.2.5. Phương pháp phân tích định lượng dưới sự trợ giúp của phần mềm SPSS

+) Kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach Alpha

Để kiểm định mức độ chặt chẽ và sự tương quan giữa các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu.

Phương pháp này cho phép người phân tích loại bỏ các biến không phù hợp và hạn chế các biến rác trong quá trình nghiên cứu, theo đó, các biến có hệ số tương quan biến tổng (item-total correlation) lớn hơn 0,3 và có hệ số alpha từ 0,6 trở lên mới được xem là chấp nhận được và thích hợp đưa vào phân tích những bước tiếp theo. Thông thường, thang đo có Cronbach Alpha từ 0,7 đến 0,8 là sử dụng tốt. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng khi thang đo có độ tin cậy từ 0,8 trở lên đến gần 1 là thang đo lường tốt.

+) Phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis)

Để kiểm định giá trị khái niệm của các thang đo còn lại nhằm xác định các tập hợp biến cần thiết cho vấn đề nghiên cứu.

Sau khi loại đi các biến không đảm bảo độ tin cậy qua đánh giá độ tin cậy bằng hệ số Cronbach Alpha, tiến hành phân tích nhân tố. Phân tích nhân tố là tên chung của một nhóm các thủ tục được sử dụng chủ yếu để thu nhỏ và tóm tắt dữ liệu.

Để có thể phân tích nhân tố thì phải đảm bảo các điều kiện: chỉ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) > 0,5 thì dữ liệu phù hợp để phân tích nhân tố và mức ý nghĩa của kiểm định Bartlett (sig) < 0,05: xem xét các biến có tương quan với nhau trên tổng thể (Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008)

Số lượng nhân tố được xác định dựa trên chỉ số Eigenvalue đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố, theo tiêu chuẩn Kaiser thì những nhân tố có Eigenvalue nhỏ hơn 1 sẽ bị loại khỏi mô hình nghiên cứu.

Phương pháp trích hệ số được sử dụng trong nghiên cứu này là Principal component với phép quay Varimax, trong bảng Rotated Component Matrix chứa các hệ số tải nhân tố (Factor loading), theo Hair & cộng sự (1998), Factor loading là chỉ tiêu để đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của EFA. Factor loading > 0,3 được xem là đạt được mức tối thiểu, > 0,4 được xem là quan trọng, > 0,5 được xem là có ý nghĩa thực tiễn. Hair & cộng sự (1998) cũng khuyên bạn đọc như sau: nếu chọn tiêu chuẩn factor loading > 0,3 thì cỡ mẫu của bạn ít nhất phải là 350, nếu cỡ mẫu của bạn khoảng 100 - 350 thì nên chọn tiêu chuẩn factor loading > 0,55, nếu cỡ mẫu của bạn < 100 thì Factor loading phải > 0,75.

Theo Hair & cộng sự (1998), thang đo được chấp nhận khi tổng phương sai trích bằng hoặc lớn hơn 50%.

5. Bố cục của luận án

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận án được chia thành 4 chương:

Chương 1: Tổng quan nghiên cứu liên quan đến đề tài

Chương 2: Cơ sở lý luận về phát triển xuất khẩu nông sản của quốc gia trong điều kiện hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN

Chương 3: Thực trạng phát triển xuất khẩu nông sản ở nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN

Chương 4: Phương hướng và giải pháp phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN

CHƯƠNG 1
TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

Phát triển xuất khẩu nông sản đã nhận được sự quan tâm của không chỉ các nhà hoạch định chính sách mà còn của các nhà nghiên cứu trong và ngoài nước, với các khía cạnh tiếp cận khác nhau, những phương pháp nghiên cứu khác nhau được áp dụng, cụ thể, một số nội dung được nghiên cứu theo mảng vấn đề đã được thực hiện như sau: Nghiên cứu các vấn đề về lý luận của xuất khẩu nông sản, các công trình nghiên cứu liên quan đến hội nhập, các công trình nghiên cứu liên quan đến phát triển xuất khẩu nông sản trong điều kiện hội nhập. Cụ thể từng nội dung như sau:

1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan về lý luận phát triển xuất khẩu nông sản

Theo Ngô Thắng Lợi (2013), trích dẫn về tư tưởng kinh tế của Adam Smith mỗi quốc gia đều có những nguồn lực và tài nguyên sẵn có của mình như: đất đai, lao động, nguồn vốn, khoa học - công nghệ và kinh nghiệm sản xuất - kinh doanh… Như vậy, các quốc gia cần tiến hành sản xuất chuyên môn hóa những mặt hàng nào đó mà họ có lợi thế tuyệt đối về các nguồn lực, sau đó tiến hành trao đổi với các nước khác thì hai bên đều có lợi. Ông cho rằng, hai quốc gia trao đổi thương mại với nhau là dựa trên cơ sở tự nguyện và cùng có lợi, lợi ích của thương mại bắt nguồn từ lợi thế tuyệt đối của một quốc gia. Từ lập luận đó, Adam Smith chủ trương là phải tự do kinh doanh vì mỗi cá nhân và doanh nghiệp đều có mục đích thu lợi nhuận tối ưu. Trong khi đó, tư tưởng kinh tế của David Ricardo cho rằng: Mỗi nền kinh tế địa phương sẽ có lợi trong việc chuyên môn hóa một hay một số sản phẩm có lợi thế so sánh. Lợi thế so sánh có thể đạt được khi các quốc gia tập trung chuyên môn hóa và trao đổi những mặt hàng có bất lợi nhỏ nhất hoặc những mặt hàng có lợi nhuận lớn nhất thì tất cả các quốc gia đều có lợi. Dù cho mỗi nước có thể có hiệu suất tuyệt đối cao hơn hoặc thấp hơn nước kia nhưng mỗi nước đều có lợi thế so sánh nhất định về những điều kiện sản xuất khác.

Theo Đỗ Đức Bình và cộng sự (2013) trong nghiên cứu đã trình bày quan điểm kinh tế của R.Forrens, Forrens đã phát triển lý thuyết lợi thế tuyệt đối của Adam Smith thành tư tưởng *"lợi thế tương đối"* hoặc *"lợi thế so sánh"*. Năm 1817, David Ricardo lại phát triển tư tưởng *"lợi thế so sánh"* thành thuyết *"lợi thế so sánh"* còn gọi là quy luật *"lợi thế tương đối"*. Cơ sở của lý thuyết này chính là luận điểm của David Ricardo về sự khác biệt giữa các nước không chỉ về điều kiện tự nhiên mà còn về điều kiện sản xuất nói chung nhưng đều có lợi khi chuyên môn hóa sản xuất một sản phẩm nào đó và cùng tham gia vào thương mại quốc tế.

Đồng thời, trong nghiên cứu của mình Đỗ Đức Bình và cộng sự (2013) đã phân tích học thuyết Hecksher- Ohlin: Một nước sẽ xuất khẩu loại hàng hoá mà việc sản xuất ra chúng sử dụng nhiều yếu tố rẻ và tương đối sẵn của nước đó và nhập khẩu những hàng hoá mà việc sản xuất ra chúng cần nhiều yếu dắt và tương đối khan hiếm ở quốc gia đó. Hay nói một cách khác một quốc gia tương đối giàu lao động sẽ sản xuất hàng hoá sử dụng nhiều lao động và nhập khẩu những hàng hoá sử dụng nhiều vốn. Về bản chất học thuyết Hecksher- Ohlin căn cứ về sự khác biệt về tình phong phú và giá cả tương đối của các yếu tố sản xuất, là nguyên nhân dẫn đến sự khác biệt về giá cả tương đối của hàng hoá giữa các quốc gia trước khi có các hoạt động xuất khẩu để chỉ rõ lợi ích của các hoạt động xuất khẩu. Sự khác biệt về giá cả tương đối của các yếu tố sản xuất và giá cả tương đối của các hàng hoá sau đó sẽ được chuyển thành sự khác biệt về giá cả tuyệt đối của hàng hoá. Sự khác biệt về giá cả tuyệt đối của hàng hoá là nguồn lợi của hoạt động xuất khẩu.

Nói một cách khác, một quốc gia dù ở trong tình huống bất lợi vẫn có thể tìm ra điểm có lợi để khai thác. Bằng việc khai thác các lợi thế này các quốc gia tập trung vào việc sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng có lợi thế tương đối và nhập khẩu những mặt hàng không có lợi thế tương đối. Sự chuyên môn hoá trong sản xuất này làm cho mỗi quốc gia khai thác được lợi thế của mình một cách tốt nhất, giúp tiết kiệm được những nguồn lực như vốn, lao động, tài nguyên thiên nhiên… trong quá trình sản xuất hàng hoá. Chính vì vậy trên quy mô toàn thế giới thì tổng sản phẩm cũng sẽ tăng.

Samuelson chỉ ra rằng tỷ lệ sử dụng các yếu tố chuyên biệt trong các ngành của các quốc gia khác nhau đã tạo ra cung tương đối của từng quốc gia cũng sẽ khác nhau. Từ đó tạo ra sự chênh lệch tương đối của giá cả và đây chính là lợi ích thu được từ thương mại quốc tế.

Trong nghiên cứu của mình, tác giả Trần Bình Trọng (2003) đã phân tích mô hình Samuelson, mô hình của Samuelson đã khắc phục được một số hạn chế của mô hình Ricardo. Ông chỉ ra rằng cơ sở của thương mại quốc tế bắt nguồn từ sự khác nhau về nguồn lực trong phát triển kinh tế giữa các nước. Do những điều kiện về tự nhiên, khoáng sản, truyền thống lịch sử khác biệt ở mỗi nước đã cho phép người ta sản xuất được những sản phẩm đặc thù để đem bán trên thị trường quốc tế để rồi dùng số tiền đó lại đi mua những thứ đặc thù của nước khác mà mình không có điều kiện sản xuất hoặc nếu sản xuất thì chi phí sẽ cao hơn. Qua hành vi đó mỗi quốc gia sẽ thu được lợi ích. Đó chính là lợi ích từ thương mại quốc tế đem lại.

Về xuất khẩu nông sản nói riêng, theo quan điểm của các nhà nghiên cứu với các cách tiếp cận khác nhau có những kết luận khác nhau:

Theo Nguyễn Đình Long và cộng sự (1999), trong nghiên cứu, nhóm tác giả đã đề cập nhiều nội dung khác nhau liên quan đến vấn đề lợi thế của nông sản xuất khẩu Việt Nam như: Một số vấn đề lý luận và sự vận dụng vào phân tích lợi thế trong sản xuất và xuất khẩu nông sản. Trong đó, các tác giả đặc biệt nhấn mạnh ý nghĩa quan trọng của sự vận dụng lý thuyết lợi thế so sánh trong điều kiện Việt Nam. Vấn đề lợi thế cạnh tranh là nội dung chủ yếu của cuốn sách, trong đó những vấn đề được các tác giả làm rõ: Khái niệm, đặc điểm và chỉ tiêu về lợi thế cạnh tranh đối với hàng nông sản xuất khẩu, biểu hiện trên các nội dung: chất lượng sản phẩm, khối lượng sản phẩm, kiểu dáng mẫu mã, uy tín của sản phẩm, môi trường kinh tế vĩ mô và giá thành sản phẩm. Từ đó, phân tích lợi thế và khả năng cạnh tranh của một số nông sản xuất khẩu chủ yếu là: lúa gạo, cà phê, cao su, chè, điều… và kiến nghị một số giải pháp nhằm phát huy lợi thế của nông sản xuất khẩu Việt Nam. Tuy nhiên kết quả nghiên cứu mới dừng lại ở năm 1999.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2000) đã đề cập đến rất nhiều vấn đề liên quan đến sự phát triển nói chung của ngành nông nghiệp Việt Nam, cũng như xem xét đến khả năng cạnh tranh của ngành nông nghiệp. Trong nghiên cứu, nhóm tác giả đã lựa chọn một số mặt hàng nông sản tiêu biểu của Việt Nam để minh họa cụ thể, trong nghiên cứu đó, tác giả lựa chọn một số mặt hàng của Việt Nam để phân tích như: Gạo, đường, hạt điều, thịt lợn, cà phê... Nhóm tác giả phân tích lợi thế cạnh tranh của những mặt hàng này chủ yếu dưới góc độ chi phí sản xuất, khả năng tiếp thị, giá cả. Cũng lựa chọn mảng vấn đề về lợi thế cạnh tranh, tuy nhiên phạm vi nghiên cứu rộng hơn, nghiên cứu

Trong nghiên cứu của mình năm 2011, tác giả Nguyễn Đình Long đã đưa ra những khái niệm cơ bản về lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh, phân tích những đặc điểm cơ bản về lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh, phân tích những đặc điểm và đưa ra những chỉ tiêu về lợi thế cạnh tranh của một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu (gạo, cà phê, cao su, chè và điều), bao gồm các chỉ tiêu về định tính như chất lượng và độ an toàn trong sử dụng, quy mô và khối lượng, kiểu dáng và mẫu mã sản phẩm, phù hợp của thị hiếu và tập quán tiêu dùng, giá thành v.v… và các chỉ tiêu định lượng như: mức lợi thế so sánh (RCA), chi phí nguồn lực nội địa (DRC). Dựa trên những tiêu chí đó, đề tài đi sâu phân tích các mặt hàng lúa gạo, cà phê, cao su, chè và điều về lợi thế cạnh tranh trên các tiêu chí trong sản xuất, chi phí sản xuất và thị trường tiêu thụ. Trong đó, các số liệu và phương pháp phân tích được sử dụng để làm nổi bật lợi thế cạnh tranh của các mặt hàng này (có so sánh với một số nước). Qua đó, đề tài cũng chỉ ra những yêu tố hạn chế lợi thế cạnh tranh của nhóm mặt hàng này và đề xuất các giải pháp.

Nguyễn Thanh Hà (2003) đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận về đẩy mạnh xuất khẩu trong điều kiện tham gia các liên kết kinh tế quốc tế, nghiên cứu kinh nghiệm của một số nước trong khu vực ASEAN và trung quốc trong đẩy mạnh xuất khẩu, đã chỉ ra những đặc điểm cơ bản của AFTA và ảnh hưởng của khu vực này tới xuất khẩu của Việt Nam. Luận án đã phá họa rõ nét bức tranh hiện trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam ra thị trường thế giới nói chung và sang các nước ASEAN nói riêng. Trên cơ sở phân tích thực trang của xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, luận án đã chỉ ra những thành công, hạn chế, nguyên nhân chủ yếu cản trở xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua. Đồng thời, luận án đã nêu ra định hướngvà một số giải pháp về thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam sang các nước trong AFTA giai đoạn 2001-2010.

Trung tâm thương mại quốc tế (2005) đã đưa ra những nhận định, đánh giá tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam đối với các nhóm hàng hóa, bao gồm: khoáng sản và nhiên liệu, thủy hải sản, nông sản, các sản phẩm công nghiệp chế biến và hàng thủ công mỹ nghệ. Báo cáo nghiên cứu này đánh giá tiềm năng xuất khẩu của khoảng 40 ngành hàng tại Việt Nam, bao gồm các sản phẩm tiền khoáng sản và nhiên liệu, thuỷ sản, nông sản, sản phẩm công nghiệp, sản phẩm thủ công mỹ nghệ. Báo cáo so sánh và xếp hạng các ngành hàng theo nhiều khía cạnh khác nhau, bao gồm môi trường quốc tế (ví dụ: nhu cầu của thế giới), tình hình xuất khẩu hiện tại của Việt Nam và các điều kiện cung cấp nội địa của các ngành hàng. Phân tích thống kê và khảo sát tài liệu được bổ sung bởi các cuộc phỏng vấn các thể nhân tại địa phương ở Việt Nam, bao gồm ở cả khu vực tư nhân và công cộng, nhằm trực tiếp nhìn nhận về môi trường kinh doanh nội địa có ảnh hưởng tới các doanh nghiệp tại Việt Nam hoạt động trong các ngành hàng khác nhau. Báo cáo bao gồm nội dung phân tích chuyên sâu về nhiều ngành hàng riêng biệt, trong đó có đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và Thách thức (phân tích SWOT); xác định những lĩnh vực chính cần có sự can thiệp và những chính sách liên quan đến xúc tiến phát triển xuất khẩu trong tương lai. Báo cáo cũng xác định những thị trường mục tiêu có khả năng thâm nhập nhằm đa dạng hóa thị trường cho từng ngành hàng. Đánh giá tiềm năng xuất khẩu và xác định những chính sách dành riêng cho từng ngành hàng cụ thể chỉ có thể là một phần trong tổng khối lượng công việc thực hiện thảo luận về những vấn đề thực tế đang rơi vào tình trạng Thách thức ở Việt Nam. Các tác giả muốn nhấn mạnh rằng sự lựa chọn tốt nhất của Việt Nam là không lựa chọn những ngành hàng thắng lợi trên thị trường xuất khẩu mà tạo một môi trường kinh doanh có lợi cho việc giảm rủi ro, hợp tác, sáng tạo và đổi mới.

Viện QH - TK nông nghiệp (2006), nhóm nghiên cứu đã đi sâu phân tích cơ hội và thách thức đối với sản xuất nông nghiệp Việt Nam, đề cập một số nguyên tắc cơ

bản của WTO và một số nhận xét về tiến trình chuẩn bị của Việt Nam để hội nhập kinh tế quốc tế. Trên cơ sở phân tích thực trạng sản xuất và tiêu thụ chè, cà phê, điều, đánh giá tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến các tác nhân tham gia sản xuất, chế biến và tiêu thụ những mặt hàng nông sản trên. Từ đó rút ra nhận xét về tác động của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đến việc sản xuất, chế biến và tiêu thụ những mặt hàng nông sản trên. Từ đó rút ra một số nhận xét về tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến việc sản xuất, tiêu thụ trong những năm gần đây, từ đó đưa ra giải pháp phát huy tác động tích cực, hạn chế tác động tiêu cực của hội nhập kinh tế quốc tế tới sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm này trong nhưng năm tới.

Trong nghiên cứu về: Tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến sản xuất, chế biến và tiêu thụ một số nông sản ở Việt Nam: qua nghiên cứu chè, cà phê, điều nhóm nghiên cứu đã đi sâu phân tích cơ hội và thách thức đối với sản xuất nông nghiệp Việt Nam, đề cập một số nguyên tắc cơ bản của WTO và một số nhận xét về tiến trình chuẩn bị của Việt Nam để hội nhập kinh tế quốc tế. Trên cơ sở phân tích thực trạng sản xuất và tiêu thụ chè, cà phê, điều, đánh giá tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến các tác nhân tham gia sản xuất, chế biến và tiêu thụ những mặt hàng nông sản trên. Từ đó rút ra nhận xét về tác động của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đến việc sản xuất, chế biến và tiêu thụ những mặt hàng nông sản trên. Từ đó rút ra một số nhận xét về tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến việc sản xuất, tiêu thụ trong những năm gần đây, từ đó đưa ra giải pháp phát huy tác động tích cực, hạn chế tác động tiêu cực của hội nhập kinh tế quốc tế tới sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm này trong nhưng năm tới.

Trịnh Thị Ái Hòa (2006), đã làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn của chính sách XKNS Việt Nam trong điều kiện xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, tiến hành CNH, HĐH và hội nhập kinh tế quốc tế. Luận án đưa ra khái niệm chính sách XKNS, đánh giá và luận giải năm đặc điểm của chính sách XKNS Việt Nam: có tính nhạy cảm cao; là chính sách quá độ gắn với sản xuất nông nghiệp đa dạng hóa sản phẩm; mang đặc trưng của nền kinh tế chuyển đổi; gắn với việc bảo đảm an ninh lương thực quốc gia; và gắn liền với phát triển nông nghiệp bền vững. Phân tích tác động của chính sách XKNS Việt Nam tới sản xuất và XKNS. Trong quá trình nghiên cứu, tác giả đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu lý thuyết và tổng kết thực tiễn; phương pháp phân tích, tổng hợp, diễn dịch, quy nạp; phương pháp hệ thống, so sánh, thống kê, phương pháp phỏng vấn chuyên gia. Luận án còn đề xuất giải pháp hoàn thiện chính sách XKNS Việt Nam nhằm bảo đảm cho XKNS phát triển bền vững trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

Ngô Thị Tuyết Mai (2007), Luận án đã hệ thống hóa và làm sáng tỏ thêm một số vấn đề cơ bản về cạnh tranh và sức cạnh tranh của hàng hóa như sản lượng và doanh thu, thị phần, chi phí sản xuất và giá cả, chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm thương hiệu và uy tín sản phẩm. Luận án cũng đã khẳng định sự cần thiết khách quan phải nâng cao sức cạnh tranh của hàng nông sản Việt Nam trong điều kiện hội nhập KTQT, nghiên cứu kinh nghiệm của một số nước có nền nông nghiệp phát triển và có điều kiện tương tự như ở Việt Nam. Luận án đã sử dùng những cơ sở lý luận đề phân tích và đánh giá thực trạng sức cạnh tranh một số mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam gồm có 4 mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu: gạo, cà phê, chè và cao su, chỉ ra rằng sức cạnh tranh của các mặt hàng này. Đồng thời, Luận án đã dưa ra các quan điểm và một số hệ thống các giải pháp nhằm nâng cao sức cạnh tranh của một số mặt hàng nông sản Việt Nam trong điều kiện hội nhập KTQT.

Tác giả Lương Xuân Quỳ và Lê Đình Thắng (2008) đã đi sâu nghiên cứu đánh giá thực trạng các giải pháp tác động đến nâng cao giá trị gia tăng hàng hóa nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu tập trung nhiều vào việc đánh giá thực trạng sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản ở Việt Nam trong những năm đổi mới cũng như giải pháp nâng cao giá trị gia tăng trong sản xuất, chế biến và xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ lực như: Lúa gạo, cà phê, chè và thuỷ sản. Dựa trên những đánh giá tổng quan đó, tác giả đề xuất các giải pháp tổng thể đối với từng mặt hàng nông sản đã phân tích và đề xuất các kiến nghị đối với Nhà nước những đánh giá tổng quan đó, tác giả đề xuất các giải pháp tổng thể đối với từng mặt hàng nông sản đã phân tích và đề xuất các kiến nghị đối với nhà nước, Bộ, ngành và đối với các hiệp hội ngành hàng.

Tác giả Nguyễn Minh Sơn (2010), đã hệ thống hóa và làm sáng tỏ thêm những vấn đề lý luận cơ bản về xuất khẩu hàng nông sản,trong đó đã khẳng định rõ vai trò và tầm quan trọng của xuất khẩu hàng nông sản đối với phát triển kinh tế - xã hội. Luận án đã đưa ra một số tiêu chí chủ yếu để đánh giá hiệu quả xuất khẩu hàng nông sản như: diện tích, sản lượng, doanh thu; tỷ lệ khối lượng; tỷ lệ giá trị kim ngạch; tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản so với cả nước; chỉ số so sánh công khai (RCA); chi phí sản xuất hàng nông sản xuất khẩu (DRC); thị phần hàng nông sản xuất khẩu; kiểu dáng, mẫu mã và thương hiệu hàng nông sản xuất khẩu, công tác dự báo thị trường nông sản. Luận án đã phân tích và đánh giá thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong thời gian qua và đã phân tích các cơ chế, chính sách đã được Nhà nước ban hành, chỉ ra được những kết quả, những hạn chế, tồn tại của từng chính sách trong triển khai thực hiện. Luận án đã phân tích và đánh giá hiệu quả kinh tế của xuất

khẩu nông sản chủ yếu của Việt Nam như: gạo, cà phê, cao su. Luận án đã đưa ra phương hướng và các nhóm giải pháp kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong điều kiện hội nhập.

Nguyễn Hồng Cử (2010), nghiên cứu những vấn đề cơ bản của phát triển bền vững nói chung và đặc biệt là củ thể hóa những vấn đề lý luận phát triển nông sản xuất khẩu theo hướng bên vững, làm rõ những khái niệm, nội dung của phát triển bền vững nói chung và phát triển bền vững nông nghiệp nói riêng, xác định nội dung, quan điểm các nguyên tắc cơ bản của phát triển nông sản xuất khẩu, luận án đã phân tích đánh giá những kinh nghiệm quốc tế trong phát triển nông sản xuất khẩu, xây dựng bộ chỉ tiêu đánh giá phát triển nông sản xuất khẩu theo hướng bền vững gồm 21 chỉ tiêu. Trong nghiên cứu tác giả còn phần tích thực trạng về mặt đặc điểm của hệ thống sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản, xem xét đánh giá phát triển nông sản xuất khẩu theo hướng quan điểm phát triển bền vững trên cả ba mặt như: kinh tế, xã hội và môi trường, làm rõ những nguyên nhân khách quan và chủ quan những hạn chế. Luận án đã phân tích toàn diện sự phát triển nông sản xuất khẩu theo hướng bền vững, xây dựng những định hướng phát triển và các biện pháp thực tiễn để thúc đẩy nông sản xuất khẩu vùng Tây Nguyên.

Ngô Thị Thúy Vân (2012) đã nghiên cứu và làm rõ cơ sở lý luận về chính sách xuất khẩu nông sản trong hội nhập kinh tế quốc tế như: làm rõ khái niệm về xuất khẩu nông sản, những lý thuyết thương mại quốc tế liên quan đến xuất khẩu nông sản, nghiên cứu vai trò của chính sách xuất khẩu trong quá trình hội nhập quốc tế, chỉ ra những đặc điểm chủ yếu của chính sách xuất khẩu nông sản Việt Nam cũng như các chính sách được áp dụng trong xuất khẩu hàng nông sản. Đồng thời, tác giả đã phân tích thực trạng nội dung chính sách xuất khẩu nông sản đã được áp dụngở Việt Nam trong thời gian qua có ảnh hưởng đến xuất khẩu nông sản, nghiên cứu này tác giả đã khái quoát các kinh nghiệm của một số nước về xuất khẩu nông sản, chỉ ra những hạn chế với hàng nông sản xuất khẩu ở Việt Nam. Ngoài ra trong nghiên cứu tác giả đã đề xuất một số quan điểm chủ yếu và đưa ra những giải pháp về hoàn thiện chính sách xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

Nguyễn Thị Đường (2012), đã hệ thống hóa và làm rõ những vấn đề lý luận về đẩy mạnh xuất khâu hàng nông sản một số quốc gia, nêu ra sự cần thiết phải đẩy mạnh xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường Trung quốc, luận án đã phân tích thực trạng đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam vào thị trường Trung quốc giai đôạn 2001-2010, nghiên cứu tập trung vào một số loại nông sản chủ lực như: gạo, cao su, hạt điều, cà phê, hồ tiêu,rau quả là những nhóm mặt hàng nông sản mà Việt Nam có năng lực lớn trong xuất khẩu. Trong nghiên cứu đã đánh giá về ưu điểm, nhược

điểm, hiệu quả kinh tế và phân tích nguyên nhân của những hạn chế để xuất quan điểm, giải pháp, các khiến nghị nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam vào thị trường Trung quốc giai đoạn 2012-2020

1.2. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến hội nhập AEC

Sanchita Basudas và cộng sự (2013) đã thực hiện nghiên cứu nhằm trả lời ba câu hỏi: (i) liệu AEC (AEC) có thể đạt được vào năm 2015; (ii) những trở ngại trên con đường để đạt được; và (iii) các biện pháp cần thiết để đạt được mục đích cuối cùng là hình thành AEC.

Gary Rynhart and Jae-Hee Chang (2014), nghiên cứu nảy đề cập đến các thị trường mới nổi trong ASEAN, trong đó khảo sát về vấn để sử dụng lao động, các kỹ năng và năng lực cạnh tranh, sự nhận thức về hội nhập khu vực; nghiên cứu khả năng tác động đến nguồn nhân lực, di chuyển lao động, phát triển doanh nghiệp và khả năng cạnh tranh kinh doanh.

ASEAN Secretariat (2014), trong cuốn sách: "*Thinking globally, prospering regionally - ASEAN Economic Community 2015"*. Cuốn sách này nhằm mục đích mở rộng nhận thức và sự hiểu biết của giới kinh doanh nói riêng và cộng đồng nói chung, bao gồm: lợi ích của AEC, sáng kiến trong các trụ cột của AEC đã được thực hiện, đưa những gợi ý để AEC đạt được mục tiêu liên quan đến doanh nghiệp và cộng đồng tập trung vào những vấn đề cần giải quyết sau năm 2015.

Giovanni Capannelli (2014) chỉ ra rằng ASEAN cần một kế hoạch nhiều tham vọng cho hội nhập kinh tế AEC nhằm đạt được mục tiêu phát triển kinh tế. Do ASEAN thiết kế chương trình nghị sự sau năm 2015 với tầm nhìn để vai trò của ASEAN như là một trang tâm năng động ở châu Á, các thành viên cần phải điều chỉnh chính sách giữa các thành viên một cách phù hợp bao gồm cải cách cơ cấu trong nước sâu rộng và hành động quyết liệt để AEC trở thành một cộng đồng kinh tế thực sự.

Lê Bộ Lĩnh (2010), đã đưa ra khung khổ lý thuyết cho việc nghiên cứu chủ nghĩa khu vực, quá trình hội nhập và việc hình thành một "cộng đồng" các quốc gia ở Đông Nam Á; trình bày cơ sở thực tiễn cho việc hình thành Cộng đồng ASEAN, một số tác động và định hướng tham gia của Việt Nam trong quá trình xây dựng Cộng đồng ASEAN.

Nguyễn Thu Mỹ (2010), nghiên cứu làm rõ quan điểm của các nước Đông Nam Á về AC: gồm Cộng đồng an ninh ASEAN (ASC), AEC (AEC), Cộng đồng văn hóa - xã hội ASEAN (ASCC); Các quan hệ song phương nội khối và các vấn đề bên trong mỗi nước có nguy cơ trở thành các vấn đề khu vực, hoặc tác động tiêu cực tới hợp tác nội khối; Tầm quan trọng của vai trò các nước đi đầu, lợi thế và bất lợi thế của các

nước kém phát triển trong ASEAN; Đánh giá triển vọng của AC từ sự phân tích chính sách của các nước thành viên.

Nguyễn Hồng Sơn (2015), trong nghiên cứu của mình đã tập trung nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn của hội nhập kinh tế khu vực vả AEC - AEC trong bối cảnh quốc tế mới; Kết quả thực hiện, thể chế hợp tác và kinh nghiệm tham gia AEC của các nước thành viên); Sự tham gia của Việt Nam vào AEC và một số gợi ý về chính sách nhằm tăng cường sự tham gia hiệu quả của Việt Nam vào cộng đồng kinh tế ASEAN.

Lê Thị Minh Hằng (2015), nông nghiệp là lĩnh vực quan trọng đối với cả Việt Nam và ASEAN. Nông nghiệp không chỉ đóng góp một tỷ trọng đáng kể và GDP của các nước ASEAN mà nó còn ảnh hưởng trực tiếp tới một tỷ lệ lớn dân cư trong khu vực. Dưới tác động của Cộng đồng kinh tế ASEAN, nông nghiệp Việt Nam có thể sẽ có cơ hội mở rộng thị trường, cơ hội cải tổ và gia nhập vào chuỗi giá trị nông sản toàn cầu. Tuy nhiên cũng tạo ra không ít khó khăn cho lĩnh vực sản xuất nông nghiệp. Trong nghiên cứu, tác giả đã tập chung phân tích đặc trưng của nông nghiệp Viêt Nam cũng như tương quan của nông nghiệp Việt Nam trong Cộng đồng ASEAN, từ đó nhìn nhận cơ hội, thách thức mà AEC gây ra cho khu vực nông nghiệp, trên cơ sở đó gợi ý các định hướng và một số giải pháp để phát triển nền sản xuất nông nghiệp Viêt Nam hiệu quả hơn.

Tác giả Lê Thị Yến (2015) đã đi sâu nghiên cứu xác định và phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của các doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập kinh tế, cụ thể là Cộng đồng kinh tế ASEAN. Trong nghiên cứu cho thấy có ba nhóm nhân tố chính ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp, các nhân tố có mức ảnh hưởng lớn nhất với từng nhóm nhân tố là: Chính sách hỗ trợ liên quan đến công nghệ với các doanh nghiệp, vị trí của các doanh nghiệp và chính sách ưu đãi của chính quyền địa phương. Từ đó tác giả đưa ra một số khiến nghị liên quan đến những hỗ trợ của các cơ quan quản lý để giảm thiểu rủi ro cũng như góp phần cải thiện hiệu quả sản xuất kinh doanh, tăng cường khả năng thích ứng và cạnh tranh của các doanh nghiệp khi hoạt động trong môi trường cạnh tran gay gắt này.

1.3. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến phát triển xuất khẩu nông sản ở nước CHDCND Lào

Nhiều năm trở lại đây đã có nhiều đề tài, dự án của các Bộ, ngành, Viện nghiên cứu, đã tiến hành nghiên cứu về giải pháp thúc đẩy xuất khẩu của nước CHDCND Lào. Trong số đó, trước hết phải kể đến các công trình nghiên cứu xây dựng chiến lược phát triển ngành thương mai, hoạch định các chương trình mục tiêu phát triển

ngành thương mại cho các giai đoạn 2001-2005, 2010 và đến năm 2020 bao gồm: Chiến lược phát triển thương mại nội địa của CHDCN Lào, Chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu và hợp tác quốc tế CHDCN Lào, Chiến lược thương mại biên giới, chiến lược dịch vụ tạm nhập tái xuất, Chiến lược phát triển khu thương mại tự do.

Bộ Công thương nước CHDCND Lào - Dự án hỗ trợ xúc tiến sản phẩm JICA (2010), Tổng quan chiến lược xuất khẩu quốc gia**,** Đề tài khoa học cấp Bộ. Đề tài đã tập trung tổng quát hai chiến lược lớn là: (1) Chiến lược xuất khẩu mặt hàng/nhóm hàng: có 9 sản phẩm xuất khẩu, gồm có: Điện lực; Xuất khẩu tại chỗ dịch vụ du lịch thiên nhiên, văn hóa và di tích lịch sử, Nông sản; Khoáng sản; Thủ công mỹ nghệ; Dệt may; Thuốc chữa bệnh; Sản phẩm gỗ và Sản phẩm sản xuất của hộ gia đình và (2) Chiến lược liên quan đến nguồn lực và công cụ hỗ trợ xuất khẩu có 6 chiến lược, gồm: Chiến lược quản lý chất lượng xuất khẩu; Chiến lược cung cấp vốn cho ngành thương mại; Chiến lược dịch vụ nguồn thông tin về thương mại; Chiến lược phát triển tiềm năng cạnh tranh; Chiến lược nhập khẩu để xuất tiếp. Mục tiêu chung và tầm nhìn của chiến lược xuất khẩu quốc gia CHDCND Lào là trở thành "máy biến áp" của ASEAN vì lệ phí sử dụng dòng điện rẻ hơn các nước láng giềng, là con đường truyền qua của các nước trong khu vực, tạo hệ thống dịch vụ phân phối (logistics) hiện đại và giá cả thấp. Xác định phát triển xuất khẩu các mặt hàng mới phù hợp với xu hướng biến đổi của thị trường thế giới và lợi thế của CHDCND Lào là khâu đột phá trong phát triển xuất khẩu đến năm 2020. Đề tài này cũng chỉ ra rằng trong giai đoạn 2015-2020, tập trung phát triển xuất khẩu những mặt hàng có lợi thế về điều kiện tự nhiên và lao động rẻ như: nông sản, dệt may và các sản phẩm chế tác công nghệ trung bình... Tuy nhiên cần chuẩn bị điều kiện để gia tăng tỷ trọng trọng xuất khẩu hàng chế biến.

Bộ Công thương nước CHDCND Lào (2010), Chiến lược phát triển công nghiệp chế biến và thương mại của CHDCND Lào giai đoạn 2011-2020, Đề tài cấp Bộ. Đề tài đã khái quát tình hình phát triển công nghiệp chế biến và thương mại của CHDCND Lào trong thời gian qua, từ đó đề xuất ra chiến lược phát triển công nghiệp chế biến và thương mại. Mục tiêu chung của chiến lược là tập trung phát triển thương mại, tăng cường kinh tế bền vững, trở thành công nghiệp hóa hiện đại hóa, tập trung đột phá 4 mục tiêu phát kinh tế xã hội quốc gia.

Văn phòng thư ký Uỷ viên quốc gia (2012), Chiến lược phát triển ngành cà phê của nước CHDCND Lào. Đề tài cấp Bộ. Đề tài đã tổng quan tình hình, quá trình hình thành ngành cà phê của nước CHDCND Lào trong thời gian qua, từ đó có thể nhận thấy các vấn đề lớn về thuận lợi, thách thức và định hướng trong phát triển ngành cà phê của CHDCND Lào. Đề tài sử dụng phân tích SWOT để nghiên cứu những điểm

mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức về sản xuất, chế biến và phân phối sản phẩm và phê của nước CHDCND Lào. Trên cơ sở đó đưa ra dự báo về tiềm năng phát triển ngành cà phê của nước CHDCND Lào cũng như định hướng chiến lược phát triển đến năm 2020.

Bộ Nông - Lâm nghiệp (2013), Tăng cương hiệu quả sản xuất nông sản của nước CHDCND Lào, Đề tài cấp Bộ. Đề tài đã khái quát tầm quan trọng của ngành nông nghiệp trong phát triển kinh tế xã hội của CHDCND Lào, tình hình sản xuất và buôn bán nông sản, nhìn thấy những thách thức trong việc phát triển ngành nông sản, từ đó phân tích đánh giá SWOT những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức. Trên cơ sở đó đề xuất ra chính sách và để nghị giải pháp thực hiện trong thời gian tới.

Phongtisouk SIPHOMTHAVIBOUN (2010) đã nghiên cứu một cách hệ thống chính sách TMQT của nước CHDCND Lào trong điều kiện hội nhập KTQT, và đề xuất một số quan điểm và giải pháp hoàn thiện chính sách này ở nước CHDCND Lào; luận án thực hiện hệ thống hóa các vấn đề lý luận trong đó chú trọng việc xây dựng một khung phân tích thống nhất; nghiên cứu thực trạng hoàn thiện chính sách TMQT của nước CHDCND Lào; chỉ ra những hạn chế trong chính sách xuất khẩu, xem xét kinh nghiệm hoàn thiện chính sách này ở một số quốc gia.

Khamphet VONGDALA (2011) đã đi sâu nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về chính sách xuất khẩu các mặt hàng chiến lược, mặt hàng xuất khẩu chiến lược. phân tích thực trạng việc tổ chức và thực thi chính sách xuất khẩu các mặt hàng chiến lược của nước CHDCND Lào giai đoạn vừa qua (2006-2010), các kết quả đạt được, những tồn tại và yếu kém và nguyên nhân của các tồn tại, yếu kém cần khắc phục và đề xuất các phương pháp nhằm hoàn thiện việc xây dựng và thực thi chính sách xuất khẩu các mặt hàng chiến lược trong giai đoạn năm 2011-2020.

Phoxay SITHTHISONH (2011) đã nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản và nhận diện các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển thị trường xuất khẩu hàng hóa trong thương mại quốc tế; tổng kết kinh nghiệm của một số nước trong khu vực về phát triển thị trường xuất khẩu hàng hóa, phân tích, đánh giá thực trạng phát triển thị trường xuất khẩu hàng hóa của nước CHDCND Lào trong thời gian qua, đề xuất giải pháp phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa của nước CHDCND Lào đến năm 2020 với các biện pháp tổ chức nguồn hàng, các biện pháp tài chính tín dụng.

Bounvixay KONGPALY (2012) đã hệ thống hóa và sang tỏ thêm những vấn đề lý luận cơ bản về xuất khẩu hàng hóa, trong đó đã khẳng định rõ vai trò và tầm quan trọng

của xuất khẩu hàng hóa đối với phát triển kinh tế - xã hội. Luận án đã đưa ra một số tiêu chí chủ yếu để đánh giá hiệu quả xuất khẩu hàng hóa. Luân án đã khẳng định sự cần thiết khách quan trong quá trình hội nhập KTQT và đã phân tích, đánh giá thực trạng xuất khẩu hàng hóa của nước CHDCND Lào trong thời gian qua và phân tích các cơ chế, chính sách Nhà nước đối với xuất khẩu hàng hóa, chỉ ra được những kết quả, những hạn chế, tồn tại của từng chính sách trong triển khai thực hiện. Luận án đã đưa ra phương hướng và các nhóm giải pháp kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa ở nước CHDCND Lào trong quá trình hội nhập. Tuy nhiên nghiên cứu mới tập trung nghiên cứu về xuất khẩu hàng hóa ở nước CHDCND Lào chưa nghiên cứu sâu về phát triển xuất khẩu nông sản ở nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành Cộng đồng ASEAN.

Thatsanadeuan KHAMKEO (2016) đã hệ thống hóa một số vấn đề chung trong chiến lược marketing xuất khẩu nông sản chủ lực quốc gia như: Tổng quan về chiến lược và chiến lược marketing xuất khẩu quốc gia, tổng quan về sản phẩm và sản phẩm nông sản chủ lực. Từ đó phân tích mô hình, nội dung và các nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến xây dựng chiến lược marketing xuất khẩu. Luận án đã đi sâu vào phân tích trạng thái chiến lược marketing xuất khẩu hàng NSCL của nước CHDCND Lào ở cấp độ vĩ mô (quốc gia) và các yếu tố nguồn lực (cơ chế, bộ máy, tài chính và thông tin) cho xây dựng chiến lược marketing xuất khẩu hàng NSCL quốc gia. Từ đó, rút ra những thuận lợi, phát hiện những khó khăn tồn tại trong quá trình xây dựng chiến lược này. Trong nghiên cứu, tác giả đã đề xuất định hướng chiến lược phát triển xuất khẩu nông sản chủ lực của CHDCND Lào đến năm 2020. Luận án đưa ra dự báo tiềm năng xuất khẩu nông sản chủ lực về kim ngạch xuất khẩu và thị trường xuất khẩu đến năm 2020. Trên cơ sở đó, đề xuất quan điểm và giải pháp định hướng chiến lược marketing xuất khẩu hàng NSCL của CHDCND Lào. Các giải pháp cơ bản bao gồm: Phát triển hiệu suất phân tích môi trường kinh doanh, xác định mục tiêu chiến lược marketing xuất khẩu hàng NSCL của nước CHDCND Lào, giải pháp xây dựng chiến lược marketing mục tiêu đáp ứng các thị trường xuất khẩu hàng NSCL của nước CHDCND Lào, giải pháp về marketing - mix trong chiến lược marketing xuất khẩu hàng NSCL của nước CHDCND Lào và giải pháp về nguồn lực xây dựng chiến lược marketing xuất khẩu hàng NSCL của nước CHDCND Lào.

Xem xét đến khía cạnh phương pháp nghiên cứu, khi nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản, các nghiên cứu trên thế giới nói chung và các nghiên cứu của nước CHDCND Lào nói riêng thường sử dụng hai phương pháp nghiên cứu chính là phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng. Với phương pháp nghiên cứu định tính, đây là phương pháp phân tích dựa

vào sự phân tích lý luận, kinh nghiệm cũng như trình độ hiểu biết của người nghiên cứu nên sẽ phù hợp với những nhân tố không khó hoặc không thể lượng hóa được. Phương pháp này trở thành thông dụng với rất nhiều nghiên cứu từ trước đến nay cho cả nhân tố có thể và không thể lượng hóa được. Các nghiên cứu của Robert (1994) và Onaran (2008) đã sử dụng phương pháp phân tích định tính nhằm đánh giá ảnh hưởng của cơ sở hạ tầng và chính sách kinh tế đến xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp tại các nước đang phát triển. Tuy nhiên, khi các tác giả Tinbergen (1962) và Linnemann (1966) ban đầu đã xác định các biến cơ bản để giải thích cho dòng thương mại giữa hai nước bất kỳ thông qua mô hình trọng lực thì phương pháp này không còn hiệu quả khi phân tích cho các biến định lượng. Mặc dù vậy, phân tích định tính vẫn song hành với phân tích định lượng trong các nghiên cứu nhưng tập trung chủ yếu vào những biến không luợng hóa được (định tính) như chất lượng hàng hóa, chính sách của nhà nước, sự phát triển của khoa học công nghệ (KHCN),… đến hoạt động xuất nhập khẩu.

Bên cạnh phân tích định tính, phân tích định lượng rất được quan tâm trong những năm qua, các nghiên cứu đều cố gắng sử dụng mô hình để lượng hóa ảnh hưởng của các nhân tố đến khả năng xuất khẩu nông sản tại một quốc gia, một số mô hình chính được sử dụng bao gồm: mô hình SMART (Software for Market Analysis and Restrictions on Trade - phần mềm phân tích thị trường và các rào cản thương mại), GTAP (Global Trade Analysis Project - mô hình phân tích thương mại toàn cầu) và mô hình trọng lực (Gravity model). Trong đó:

Mô hình SMART được sử dụng nhiều trong nghiên cứu vi mô để ước lượng tác động của Hiệp định thương mại tự do (FTA) đối với một thị trường nhất định. Mô hình này có thể trả lời cho câu hỏi, việc ký kết các FTA sẽ giúp cho xuất khẩu, nhập khẩu giữa các nước thay đổi như thế nào? Tuy nhiên, mô hình này có nhược điểm là sử dụng phương pháp cân bằng bộ phận, bỏ qua tương tác của một thị trường riêng lẻ với các thị trường khác. Bên cạnh đó, kết quả của mô hình cũng phụ thuộc nhiều vào các giả định và các hệ số đặt ra cho mỗi mô hình ước lượng cụ thể.

Mô hình GTAP là phương pháp dựa trên mô hình cân bằng tổng thể, coi mọi thị trường đều ở trạng thái cân bằng và xem xét tác động qua lại giữa các thị trường với nhau. Mô hình này mô phỏng các kịch bản trong thế giới thực, khi có các cú sốc chính sách (thay đổi chính sách), đánh giá tác động tới tất cả các thị trường. Mô hình GTAP có thể giúp trả lời các câu hỏi như: việc tham gia FTA sẽ có tác động thế nào tới GDP, cán cân thương mại, điều kiện thương mại, thay đổi trong giá hàng hóa xuất nhập khẩu của một ngành hàng cụ thể, thay đổi trong sản lượng và thương mại của các ngành hàng khác nhau trong nền kinh tế,... Tuy nhiên, mô hình này đòi hỏi rất nhiều số liệu

cũng như các kĩ thuật phức tạp trong tính toán. Bên cạnh đó, mô hình cũng đưa ra các giả định và đặc điểm có thể không phản ánh đúng hoặc đầy đủ thế giới thực.

Mô hình trọng lực vẫn đang được sử dụng ngày càng rộng rãi trong việc phân tích các nhân tố tác động đến thương mại cũng như chuyển dịch thương mại quốc tế. Ưu điểm của mô hình là có thể xem xét đồng thời tác động của các nhóm nhân tố như nhóm nhân tố ảnh hưởng đến cung (thuộc về nước xuất khẩu), nhóm nhân tố ảnh hưởng đến cầu (thuộc về nước nhập khẩu) và nhóm nhân tố gây cản trở (hấp dẫn) đến thương mại giữa hai nước. Các biến trong mô hình được thể hiện ở cả hai dạng là biến định tính và biến định lượng. Tuy nhiên, kết quả của mô hình có thể sai lệch nếu như thiếu đi các biến quan trọng khác có thể có ảnh hưởng tới thương mại.

Từ việc phân tích làm rõ các mô hình nghiên cứu cho thấy, mô hình trọng lực được xem là sự lựa chọn tối ưu trong phân tích hoạt động thương mại giữa các quốc gia. Trên thế giới đã có nhiều nghiên cứu sử dụng mô hình trọng lực để đánh giá tác động của các nhân tố đến quy mô sản phẩm nông nghiệp hoặc khả năng xuất khẩu của một hay một số nông sản tại các quốc gia khác nhau như Sevela (2002), Gbetnkom và Khan (2002), Rahman (2009), Erdem và Nazlioglu (2008), Folawewo và Olakojo (2010), Hatab và các cộng sự (2010), Idsardi (2010), Wei và các cộng sự (2012) và Martínez-Zarzoso (2014). Điểm chung lớn nhất của các nghiên cứu này là cùng sử dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất (OLS) để ước lượng các nhân tố ảnh hưởng.

Như vậy, cả hai phương pháp (phân tích định tính và phân tích định lượng) đều được sử dụng nhiều trong đánh giá ảnh hưởng của các nhân tố đến xuất khẩu nông sản. Song theo xu thế hiện nay, phương pháp định lượng (thông qua mô hình phân tích) cho thấy sự hiệu quả hơn vì các tác động cụ thể của từng nhân tố trở nên có cơ sở hơn vì đã được kiểm định trước khi đánh giá.

1.4. Những khoảng trống rút ra từ tổng quan nghiên cứu

Tổng quan tình hình nghiên cứu các công trình nghiên cứu trong nước và nước ngoài có thể thấy:

Thứ nhất, mặc dù có nhiều công trình nghiên cứu của nước CHDCND Lào và quốc tế liên quan đến xuất khẩu nông sản như phát triển thị trường xuất khẩu, chính sách thương mại quốc tế, thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa và chính sách xuất khẩu hàng hóa.... ở trong và ngoài nước, nhưng các nghiên cứu này đang dừng lại ở việc nghiên cứu về phát triển xuất khẩu của từng mặt hàng riêng lẻ và nghiên cứu về từng thị trường xuất khẩu

Thứ hai, các công trình nhiên cứu bàn luận về khái niệm của xuất khẩu hàng hóa và thường tập trung phân tích đánh giá chung về xuất khẩu hàng hóa nhưng ít đi

sâu phân tích đánh giá sâu vào nhóm mặt hàng nông sản. Do đó Luận án này, tác giả đi sâu phân tích đánh giá về phát triển xuất khẩu nông sản chủ yếu gồm 3 mặt hàng như: Cà phê, gạo và rau quả.

Thứ ba, có công trình nghiên cứu về xuất khẩu hàng nông sản, nhưng chủ yếu đã đi sâu phân tích đánh giá về chính sách nhà nước và phân tích các thị trường, đã đưa ra những định hướng, giải pháp đối với hàng nông sản, ít hoặc không thấy đi sâu phân tích những nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu hàng nông sản.

Thứ tư, trong bối cảnh mới nhất là sau khi hình thành AEC, chưa có nhiều công trình nghiên cứu đi sâu nghiên cứu về tác động của AEC đối với xuất khẩu hàng nông sản, đối với nước CHDCND Lào chưa có công trình nào nghiên cứu.

Thứ năm, các công trình nghiên cứu trên chưa xây dựng đồng bộ các chỉ tiêu đánh giá về phát triển xuất khẩu hàng nông sản. Trong nghiên cứu của Luận án này tác giả sẽ đi sâu phân tích các chỉ tiêu đánh giá về phát triển xuất khẩu hàng nông sản.

Tóm lại, mặc dù đã có nhiều công trình nghiên cứu liên quan đến xuất khẩu nông sản, phát triển xuất khẩu nông sản nhưng cho đến nay vẫn chưa có công trình nào nghiên cứu, đánh giá tổng quát thực trạng phát triển xuất khẩu các mặt hàng nông sản của CHDCND Lào, đưa ra quan điểm, định hướng và các giải pháp nhằm phát huy những lợi thế cạnh tranh, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu các mặt hàng nông sản của CHDCND Lào, đặc biệt là trong bối cảnh hội nhập, trong giai đoạn hiện nay là sự tham gia của CHDCND Lào vào quá trình hình thành AEC. Do vậy, có thể khẳng định rằng đề tài của nghiên cứu sinh là không trùng lặp và có ý nghĩa cả về mặt lý luận cũng như thực tiễn trong việc tăng cường khả năng tham gia và nâng cao hiệu quả xuất khẩu mặt hàng nông sản (cà phê, rau quả và gạo) của nước CHDCND Lào.

Thêm vào đó, việc xây dựng hệ thống chỉ tiêu đánh giá phát triển xuất khẩu nông sản trong điều kiện hình thành AEC là việc làm cần thiết, nó giúp luận án đi sâu phân tích những kết quả đạt được, những biến động về phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC.

Chính vì những lý do đó, theo quan điểm của nghiên cứu sinh, cần phải có những nghiên cứu chuyên sâu, nhằm đưa ra được những luận giải về mặt lý luận, phân tích làm rõ thực trạng tình hình xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC, trên cơ sở đó đề xuất được những giải pháp cơ bản, có tính khả thi nhằm phát triển xuất khẩu hàng hóa CHDCND Lào khi tham gia hoạt động AEC là việc làm cần thiết và đảm bảo tính mới cho nghiên cứu.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Trong Chương 1 của luận án, nghiên cứu sinh đã thực hiện được những vấn đề sau đây:

Thứ nhất, tác giả đã hệ thống, phân tích những công trình nghiên cứu trong nước và quốc tế liên quan đến đề tài nghiên cứu: Phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN. Cụ thể, tác giả đã hệ thống và phân tích những mặt đạt được, những mặt hạn chế của các nghiên cứu liên quan đến phát triển xuất khẩu nông sản, sự hình thành và phát triển của AEC và ảnh hưởng của nó đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

Thứ hai, tác giả cũng đã phân tích và so sánh những quan điểm của các công trình nghiên cứu trước đó liên quan đến đề tài, để có thể tìm ra khoảng trống nghiên cứu để thực hiện nghiên cứu của mình, những vấn đề về mặt lý luận, những phương pháp và những kiến nghị trong mỗi nghiên cứu được tác giả phân tích, làm cơ sở kế thừa cho nghiên cứu của tác giả.

Thứ ba, trên cơ sở phân tích và so sánh các phương pháp nghiên cứu của những công trình nghiên cứu trước đã thực hiện liên quan đến phát triển xuất khẩu nông sản, tác giả đã chia nhóm và so sánh những ưu điểm và những hạn chế của việc áp dụng các phương pháp nghiên cứu đó, để từ đó lựa chọn các phương pháp nghiên cứu phù hợp cho nghiên cứu.

CHƯƠNG 2
CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA QUỐC GIA TRONG ĐIỀU KIỆN HÌNH THÀNH CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN

2.1. Sự hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN và khía cạnh ảnh hưởng của nó tới phát triển thị trường nông sản của các quốc gia thành viên

2.1.1. Khái quát về nông sản và phát triển xuất khẩu nông sản

2.1.1.1. Nông sản và đặc điểm của nông sản

Nông sản là một trong những hàng hóa thiết yếu, không thể thiếu đối với sản xuất và tiêu dùng của người dân của mỗi quốc gia, có nhiều quan điểm khác nhau về nông sản, cụ thể như sau:

Theo quan điểm của liên minh Châu Âu: Mặc dù không đề cập đến một định nghĩa cụ thể nào về nông sản, nhưng đã đưa ra một danh sách các mặt hàng được coi là nông sản bao gồm: Động vật sống, thịt và phụ phẩm dạng thịt ăn được sau khi giết mổ, sản phẩm từ sữa, các sản phẩm có nguồn gốc động vật, cây sống và các loại cây trồng khác, rau, thâm, củ và quả có thể ăn được; cà phê, chè, phụ gia và các loại gia vị; ngũ cốc; các sản phẩm xay xát, hạt và quả có dầu; nhựa cánh kiến đỏ, gôm, nhựa cây và các chất nhựa; các loại rau khác; mỡ, dầu động vật hoặc thực vật; các chế phẩm từ thịt; đường và các loại kẹo đường; ca cao và các chế phẩm từ ca cao; các chế phẩm từ ngũ cốc, tinh bột, bột; các chế phẩm từ rau, hoa quả và thực vật; các phụ gia có thể ăn được hỗn tạp; đồ uống, rượu mạnh và giấm; thuốc lá và các sản phẩm tương tự. Từ danh mục các mặt hàng trên cho thấy, quan điểm của EU về cơ bản có nhiều điểm tương đồng với quan điểm của WTO, tuy nhiên, nếu so sánh với quan điểm nông sản của FAO thì quan điểm về nông sản theo WTO có điểm khác biệt là có tính cho một số mặt hàng chế biến.

Theo Bộ nông nghiệp Hoa Kỳ, thì nông sản bao gồm các sản phẩm từ hàng hóa chưa chế biến như đỗ tương, ngũ cốc, lúa mỳ, gạo và bông thô đến các thực phẩm và đồ uống đã được chế biến có giá trị cao như xúc xích, bánh, bia rượu, các đồ gia vị được bán lẻ trong các cửa hàng, tiệm ăn.

Theo Tổ chức nông lương thế giới, nông sản phẩm/sản phẩm có nguồn gốc nông nghiệp là bất kỳ sản phẩm hay hàng hóa nào, dù là thô hay đã chế biến, được trao đổi trên thị trường cho mục đích tiêu dùng của con người (không kể nước, muối và các chất phụ gia) hay thức ăn cho động vật.

Theo định nghĩa của Hiệp định về chương trình thuế quan ưu đãi cho khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) thì sản phẩm nông nghiệp có nghĩa là: Nguyên liệu nông nghiệp thô/các sản phẩm chưa chế biến được liệt kê trong các Chương 1 đến 24 của Hệ thống cân đối (HS) và các nguyên liệu nông nghiệp thô/các sản phẩm chưa chế biến tương tự được nêu trong các đề mục của Hệ thống cân đối; và các sản phẩm đã qua sơ chế nhưng hình thức không thay đổi nhiều so với sản phẩm gốc. Có thể hiểu khái niệm nông sản một cách khái quát như sau: nông sản hay nông phẩm là sản phẩm do ngành sản xuất nông nghiệp tạo ra. Còn nông sản phẩm hàng hóa là nông sản được sản xuất ra từ nông nghiệp và được đưa ra thị trường để tiêu thụ.

Theo hiệp định nông nghiệp, các hiệp định và nguyên tắc WTO, nông sản bao gồm một phạm vi khá rộng các loại hàng hóa có nguồn gốc từ hoạt động nông nghiệp như:

+) Các sản phẩm nông nghiệp cơ bản như: lúa gạo, lúa mỳ, bột mỳ, sữa, động vật sống, cà phê, hồ tiêu, hạt điều, chè, rau quả tươi…

+) Các sản phẩm phái sinh: như bánh mỳ, bơ, dầu ăn, thịt…

+) Các sản phẩm được chế biến từ sản phẩm nông nghiệp như: bánh kẹo, sản phẩm từ sữa, xúc xích, nước ngọt, rượu, bia, thuốc lá, bong xơ, da động vật thô…

Tất cả các sản phẩm còn lại trong hệ thống thuế mã HS được xem là sản phẩm phi nông nghiệp (còn được gọi là sản phẩm công nghiệp)

Theo Quan điểm của Việt Nam: Với cách hiểu đơn giản, nông sản là sản phẩm của ngành nông nghiệp trong đó ngành nông nghiệp sẽ bao gồm trồng trọt, chăn nuôi và dịch vụ nông nghiệp. Tuy nhiên, theo nghĩa rộng nông nghiệp sẽ còn cả lâm nghiệp và thủy sản, theo quan điểm mới, trong kết quả ngành nông nghiệp không tính giá trị hoạt động lâm nghiệp và thủy sản. Hiện nay, cách hiểu về nông sản có phần thu hẹp hơn, tập trung chủ yếu vào sản phẩm thu được từ đất, khi đó, *nông sản được hiểu là sản phẩm hàng hóa được làm ra từ tư liệu sản xuất đất đai.*

Tổng hợp từ các quan điểm trên cho thấy: "*Nông sản là sản phẩm của hoạt động sản xuất nông nghiệp, bao gồm thành phẩm hoặc bán thành phẩm thu được từ cây trồng, vật nuôi hoặc sự phát triển của cây trồng, vật nuôi (không bao gồm sản phẩm của ngành lâm nghiệp và ngư nghiệp)".* Đây là khái niệm rộng và tương đối phức tạp, vì thế để phù hợp với nội dung nghiên cứu, luận án sẽ đi sâu nghiên cứu với một số mặt hàng nông sản cụ thể thuộc nhóm cây trồng (sản phẩm làm ra từ tư liệu sản xuất đất đai). Đối với những nội dung cần khái quát chung về nông sản sẽ sử dụng theo khái niệm nông sản (đã trình bày ở trên) kết hợp với cách phân loại hàng hóa của SITC2 phiên bản 3 (World Bank, 2016), theo cách phân loại này, nông sản sẽ bao

gồm các nhóm hàng hóa là SITC0, SITC1, SITC2 và SITC4. Tuy nhiên, trong nhóm SITC2 không tính đến SITC27 (phân bón thô/khoáng sản) và SITC28 (quặng kim loại/kim loại phế liệu) - bởi hai nhóm hàng hóa này không phù hợp với quan điểm về nông sản của WTO.

❖ *Đặc điểm của nông sản*

Nông sản bao gồm những sản phẩm thiết yếu phục vụ đời sống và sản xuất của người dân ở mỗi quốc gia, đây là sản phẩm của ngành nông nghiệp mà bản chất là kết quả của quá trình sinh trưởng và phát triển của cây trồng, vật nuôi. Do vậy, nông sản mang một số đặc điểm của hoạt động sản xuất nông nghiệp:

Tính thời vụ: Sản xuất nông nghiệp mang tính thời vụ cao. Đó là một đặc thù điển hình nhất của sản xuất nông nghiệp, vì một mặt quá trình sản xuất nông nghiệp là qúa trình sản xuất kinh tế gắn liền với quá trình tái sản xuất tự nhiên, thời gian hoạt động và thời gian sản xuất xen kẽ vào nhau, song lại không hoàn toàn trùng hợp nhau, sinh ra tính thời vụ cao trong nông nghiệp. Mặt khác do sự biến thiên về điều kiện thời tiết, khí hậu mỗi loại cây trồng lại có sự thích ứng nhất định với điều kiện đó, dẫn đến những mùa vụ khác nhau. Vì vậy mà nông sản mang tính thời vụ cao.

Tính khu vực: Sản xuất nông nghiệp đươc tiến hành trên địa bàn rộng lớn, phức tạp, phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên nên mang tính khu vực rõ rệt. Ở đâu có đất đai và lao động là ở đó tiến hành sản xuất nông nghiệp. Nhưng mỗi vùng, mỗi quốc gia có điều kiện đất đai, khí hậu thời tiết rất khác nhau nên hoạt động sản xuất nông nghiệp cũng khác nhau, sản phẩm nông nghiệp cũng khác nhau. Vì vậy sản phẩm nông nghiệp mang tính khu vực rõ rệt.

Tính phân tán: Do đặc điểm sản xuất nông nghiệp mang tính khu vực cao, nên nông sản phân tán ở vùng nông thôn và trong tay hàng triệu nông dân đã trở thành một trở ngại trong việc thu mua nông sản của các doanh nghiệp.

Tính tươi sống: Nông sản phần lớn là cơ thể sống cây trồng và vật nuôi. Các loại cây trồng và vật nuôi phát sinh, phát triển theo quy luật sinh học. Do là cơ thể sống nên chúng rất nhạy cảm với yếu tố ngoại cảnh, mọi sự thay đổi về thời tiết, khí hậu đều tác động trực tiếp đến sự phát triển của cây trồng, vật nuôi, đến kết quả thu hoạch sản phẩm cuối cùng. Vì vậy nông sản dễ bị hư hỏng, kém phẩm chất.

Tính không ổn định: Do đặc điểm của sản xuất nông nghiệp phụ thuộc nhiều vào khí hậu, thời tiết nên sản phẩm nông sản không ổn định, lên xuống thất thường, có nơi được mùa nhưng cũng có nơi mất mùa, chất lượng nông sản không đồng đều.

Các mặt hàng nông sản như: Gạo, cà phê, cao su, điều… là những hàng hoá thiết yếu đối với đời sống và sản xuất của mỗi quốc gia, cho nên đa số các nước trên thế giới đều trực tiếp hoạch định các chính sách can thiệp vào sản xuất, xuất khẩu lương thực và nước nào cũng chú trọng chính sách dự trữ quốc gia và bảo hộ nông nghiệp. Mặt hàng nông sản là mặt hàng chủ yếu của các nước chậm và đang phát triển, nó chủ yếu được sản xuất và tiêu thụ trong nội địa là chính, có rất ít quốc gia có khả năng xuất khẩu ra bên ngoài.

2.1.1.2. Xuất khẩu nông sản, các hình thức xuất khẩu nông sản và đặc điểm của xuất khẩu nông sản

a. Xuất khẩu nông sản

Theo A. Smith, phân công lao động xã hội dẫn đến CMH sản xuất để tạo ra một khối lượng hàng hóa lớn không chỉ đáp ứng đủ nhu cầu trong nước mà còn có thể xuất khẩu ra nước ngoài. Theo học thuyết lợi thế so sánh của D. Ricardo khi một quốc gia sản xuất và đem trao đổi những mặt hàng có lợi thế so sánh của mình với một quốc gia khác thì cả hai quốc gia đều thu được lợi nhuận. Như vậy, xuất khẩu hàng hóa là một hoạt động tất nhiên xảy ra khi phân công lao động xã hội đạt được một trình độ nhất định. Bởi thế, có nhiều cách hiểu khác nhau về xuất khẩu hàng hóa như:

Xuất khẩu là hoạt động kinh doanh với phạm vi vượt ra khỏi biên giới quốc gia hoặc là hoạt động buôn bán của một nước với nước khác trên phạm vi quốc tế (Nguyễn Văn Tuấn, 2008). Đây không phải là hành vi mua bán đơn lẻ mà là cả hệ thống các quan hệ mua bán phức tạp có tổ chức cả bên trong lẫn bên ngoài nhằm thúc đẩy hàng hóa phát triển ổn định đem lại lợi ích cho quốc gia.

Xuất khẩu hàng hóa là hoạt động đưa hàng hóa (vật chất và dịch vụ) ra khỏi một nước (từ quốc gia này sang quốc gia khác) để bán trên cơ sở dùng tiền làm phương tiện thanh toán hoặc trao đổi lấy một hàng hóa khác có giá trị tương đương. Một cách khái quát có thể hiểu, xuất khẩu là việc đưa hàng hóa ra nước ngoài nhằm thực hiện giá trị sử dụng và giá trị của hàng hóa.

Theo luật Thương mại về hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam, Hoạt động xuất khẩu hàng hóa là hoạt động bán hàng của thương nhân Việt Nam với thương nhân nước ngoài theo hợp đồng mua bán hàng hóa, bao gồm cả hoạt động tạm nhập tái xuất và chuyển khẩu hàng hóa.

Từ các quan điểm khác nhau có thể đưa ra khái niệm mang tính tổng quát về xuất khẩu như sau: *Xuất khẩu là hoạt động trao đổi hàng hóa và dịch vụ của một quốc gia với phần còn lại của thế giới dưới hình thức mua bán thông qua quan hệ thị*

trường nhằm mục đích khai thác lợi thế của đất nước trong phân công lao động quốc tế để đem lại lợi ích cho quốc gia.

Trên cơ sở của khái niệm về nông sản và xuất khẩu, xuất khẩu nông sản có thể định nghĩa như sau: *Xuất khẩu nông sản là hoạt động trao đổi nông sản của một quốc gia với các nước khác trên thế giới dưới hình thức mua bán thông qua quan hệ thị trường nhằm mục đích khai thác lợi thế sẵn có của đất nước trong phân công lao động quốc tế nhằm đem lại lợi ích cho quốc gia.*

b. Các hình thức xuất khẩu nông sản

Hoạt động xuất khẩu nông sản khá đa dạng, được diễn ra dưới nhiều hình thức xuất khẩu khác nhau như:

• *Xuất khẩu trực tiếp*

Là hình thức xuất khẩu nông sản, trong đó người bán và người mua quan hệ trực tiếp với nhau (bằng cách gặp mặt, qua thư từ, điện tín) để bàn bạc thỏa thuận về hàng hóa, giá cả và các điều kiện giao dịch khác.

Hình thức này có ưu điểm là lợi nhuận thu được cao hơn các hình thức khác do không phải qua khâu trung gian. Trong điều kiện TMQT hiện đại như hiện nay, với vai trò bán hàng trực tiếp người bán có thể nâng cao uy tín của mình thông qua việc đảm bảo quy cách, chất lượng nông sản cũng như việc đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người mua. Tuy nhiên, hình thức này đòi hỏi người bán cần có sự nhanh nhạy về thông tin (thị trường, giá cả, hàng rào phi thuế quan,…) đồng thời trong quá trình bán hàng cũng có thể gặp những rủi ro như bên mua hàng thanh toán chậm hoặc tỷ giá thay đổi,…

• *Xuất khẩu qua trung gian*

Là hình thức mua bán nông sản trên phạm vi quốc tế được thực hiện nhờ sự giúp đỡ của nhân tố trung gian thứ ba và nhân tố này sẽ được hưởng một khoản tiền nhất định từ hoạt động mua bán trên. Nhân tố trung gian phổ biến trong các giao dịch quốc tế là đại lý và môi giới.

Hình thức này sẽ làm giảm lợi nhuận của người bán do phải trả cho nhân tố trung gian. Tuy nhiên, đây là hình thức được sử dụng khá phổ hiện nay tại nhiều quốc gia đặc biệt là những nước kém và đang phát triển vì các nhân tố trung gian thường hiểu biết rõ hơn về thị trường (nhu cầu, thị hiếu, đặc điểm,…) nên cơ hội thu được lợi nhuận cao sẽ nhiều hơn.

• *Hình thức tái xuất khẩu*

Là hình thức thực hiện xuất khẩu trở lại sang các nước mua khác những nông sản đã mua mà chưa qua chế biến ở nước tái xuất. Mục đích của thực hiện giao dịch tái xuất khẩu là mua nông sản ở nước này rồi bán với giá cao hơn ở nước khác và thu về số tiền lớn hơn số vốn đã bỏ ra ban đầu.

Hoạt động tái xuất khẩu có thể chia làm hai hình thức: hình thức tạm nhập - tái xuất và hình thức chuyển khẩu, trong đó:

Hình thức *tạm nhập - tái xuất* được hiểu là việc thương nhân của nước A mua nông sản của nước B để bán cho nước C trên cơ sở hợp đồng mua bán ngoại thương và có làm thủ tục nhập khẩu hàng hóa vào nước A. Sau đó, chính hàng hóa này lại được được làm thủ tục xuất khẩu ra khỏi nước A mà không qua gia công chế biến. Hình thức này có ưu điểm là thu lợi nhuận cao trong khi không cần bỏ chi phí đầu tư (máy móc, thiết bị) mà khả năng thu hồi vốn nhanh. Tuy nhiên, trong điều kiện thương mại quốc tế phát triển mạnh mẽ thì hình thức này cũng chỉ phù hợp với một số mặt hàng nhất định.

Hình thức *chuyển khẩu* được chia thành hai loại:

Một là, nông sản sau khi nhập cảnh được cơ quan hải quan cho vận chuyển đến một địa điểm hải quan khác để làm thủ tục hải quan nhập khẩu

Hai là, nông sản ở nơi vận chuyển ban đầu đã làm thủ tục hải quan xuất nhập khẩu vận chuyển đến một nơi xuất cảnh, do hải quan nơi xuất cảnh giám sát quản lý cho qua. Hình thức này có ưu điểm là không phải bỏ ra chi phí đầu tư ban đầu song về thủ tục pháp lý khá phức tạp. Đó là trong toàn bộ quá trình giao dịch luôn có hai hợp đồng riêng biệt là hợp đồng mua hàng (do đại diện của Việt Nam ký với nước xuất khẩu) và hợp đồng bán hàng (do đại diện của Việt Nam ký với nước nhập khẩu)

• *Xuất khẩu uỷ thác*

Xuất khẩu uỷ thác được áp dụng trong trường hợp một doanh nghiệp có hàng hoá muốn xuất khẩu, nhưng vì doanh ngiệp không được phép tham gia trực tiếp vào hoạt động xuất khẩu hoặc không có điều kiện để tham gia. Khi đó họ sẽ ủy thác cho doanh nghiệp kinh doanh hàng hoá xuất nhập khẩu làm dịch vụ xuất khẩu hàng hoá cho mình. Bên nhận uỷ thác sẽ thu được phí uỷ thác.

Theo hình thức này, quan hệ giữa người bán và người mua được thông qua người thứ ba gọi là trung gian (người trung gian phổ biến trên thị trường là đại lý và môi giới).

Việc thực hiện hình thức này có những ưu điểm sau:

- Giúp cho các doanh nghiệp có thể xuất khẩu được những mặt hàng mà họ có khả năng sản xuất nhưng không có điều kiện thực hiện xuất khẩu.

- Những người trung gian họ hiểu biết thị trường, luật pháp, tập quán địa phương. Do đó họ có khả năng đẩy mạnh việc buôn bán và giảm bớt rủi ro cho người uỷ thác.

- Giúp người uỷ thác tiết kiệm được khoản tiền đầu tư trực tiếp ra nước ngoài.

Tuy nhiên nhược điểm của hình thức này là:

- Lợi nhuận bị phân chia.

- Thông tin chậm hoặc đôi khi thiếu chính xác.

- Ngoại tệ thu được không cao.

c. Đặc điểm của xuất khẩu nông sản

Xuất phát từ đặc điểm của nông sản, xuất khẩu nông sản cũng có những đặc điểm đặc thù riêng so với các hàng hóa khác. Nông sản mang tính thời vụ, tính khu vực phụ thuộc vào điều kiên tự nhiên, tính phân tán, tính tươi sống và tính không ổn định.Vì vậy, xuất khẩu nông sản có những đặc điểm như sau:

- Xuất khẩu nông sản phụ thuộc vào nguồn hàng có tính thời vụ, mùa màng thu hoạch, phụ thuộc vào nhu cầu và điều kiện thanh toán của từng quốc gia nhập khẩu là chính.

- Xuất khẩu nông sản được thực hiện thông qua hiệp định giữa các Nhà nước mang tính dài hạn, hình thức mua bán trong hoạt động xuất khẩu thường là mua bán qua hợp đồng xuất khẩu với khối lượng mua lớn mới có hiệu quả.

- Các nghiệp vụ liên quan đến xuất khẩu nông sản như thanh toán, vận chuyển, ký kết hợp đồng,... đều phức tạp và chứa đựng nhiều rủi ro.

- Xuất khẩu nông sản cần có sự bảo quản thật tốt, có đóng gói khi vận chuyển vì nông sản rất dễ bị hư hỏng, ẩm mốc, biến chất… do đó, chỉ cần để một thời gian ngắn trong môi trường không bảo đảm về độ ẩm, nhiệt độ, nông sản sẽ bị hư hỏng, giảm chất lượng.

Hiện nay hầu hết các quốc gia trên thế giới đều xuất khẩu nông sản và cũng nhập khẩu nông sản do điều kiện thời tiết, khí hậu, thổ nhưỡng ở các quốc gia là khác nhau. Do đó, mỗi quốc gia lại có mặt hàng nông sản đặc trưng. Tuy nhiên, để phát huy lợi thế tương đối thì thông thường các nước chậm phát triển và đang phát triển là những nước xuất khẩu nông sản chủ yếu, hoạt động xuất khẩu nông sản có tầm ý nghĩa

chiến lược đối với các quốc gia này. Song do công nghệ chế biến thu hái còn lạc hậu nên sản phẩm chủ yếu ở dạng thô hay chỉ qua sơ chế nên giá trị xuất khẩu chưa cao.

2.1.1.3. Phát triển xuất khẩu nông sản

Phát triển xuất khẩu đó là quá trình biến đổi xuất khẩu về mọi mặt từ mặt lượng đến mặt chất, bao gồm sự gia tăng về quy mô sản lượng và doanh thu xuất khẩu cũng như sự biến đổi về chất lượng sản phẩm, cơ cấu xuất khẩu... theo hướng tối ưu nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả xuất khẩu trong một thời kỳ nhất định.

Phát triển xuất khẩu hàm chứa ba nội dung sau:

+) Sự gia tăng về quy mô: Có thể hiểu đó là việc gia tăng kim ngạch, sản lượng xuất khẩu, nâng cao tốc độ tăng trưởng xuất khẩu. Đây chính là sự mở rộng phát triển xuất khẩu theo chiều rộng hay cũng có thể coi là việc mở rộng quy mô. Tuy nhiên, sự mở rộng quy mô xuất khẩu không phải lúc nào cũng là lựa chọn tối ưu cho ngành hàng mà mở rộng quy mô cần phải phù hợp với tiềm lực và phát huy được lợi thế của ngành hàng.

+) Sự thay đổi chất lượng xuất khẩu: Đây không chỉ đơn giản là việc nâng cao chất lượng của sản phẩm xuất khẩu, mà nó còn thể hiện ở các khía cạnh khác như: sự thay đổi, chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, thị trường xuất khẩu, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực thương mại cho xuất khẩu cùng các hoạt động xúc tiến thương mại cho hàng hóa đó, đầu tư và các hoạt động hỗ trợ cho việc xuất khẩu để nâng cao sức cạnh tranh.

+) Tính tối ưu và hiệu quả trong phát triển xuất khẩu: Đó là việc nâng cao khả năng sử dụng các nguồn lực trong hoạt động xuất khẩu nhằm đạt tới những mục tiêu xác định. Trong đó phải đáp ứng hài hòa các mục tiêu kinh tế - xã hội - môi trường nhằm hướng phát triển đến sự bền vững.

Như vậy, có thể hiểu rằng: *Phát triển xuất khẩu nông sản đó là quá trình biến đổi xuất khẩu nông sản ở mọi mặt, bao gồm sự gia tăng về quy mô, sản lượng, doanh thu xuất khẩu và sự biến đổi về chất lượng nông sản, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu… theo hướng tối ưu, nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả xuất khẩu nông sản trong một thời kỳ nhất định.*

2.1.2. Sự hình thành của AEC và những nội dung cam kết của các quốc gia thành viên khi tham gia AEC

2.1.2.1. Khái quát về ASEAN và quá trình hình thành AEC

+ Khái quát về ASEAN

Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (The Association of Southeast Asian Nations - ASEAN) được thành lập bởi các thành viên sáng lập gồm Indonesia,

Malaysia, Philippin, Singapore và Thái Lan vào ngày 8 tháng 8 năm 1967 dựa trên cơ sở tuyên bố ASEAN chủ yếu nhằm tăng cường hòa bình và an ninh trong khu vực với mục tiêu ban đầu là:

Thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tiến bộ xã hội và phát triển văn hóa trong khu vực trên tinh thần bình đẳng hợp tác nhằm tăng cường cơ sở cho một cộng đồng các nước Đông Nam Á hòa bình và thịnh vượng

Thúc đẩy hòa bình và ổn định trong khu vực bằng việc tôn trọng công lý và nguyên tắc luật pháp của các nước trong vùng và hiến chương Liên hiệp quốc

Thúc đẩy việc giúp đỡ lẫn nhau trong các vấn đề cùng quan tâm trên các lĩnh vực văn hóa, xã hội, kinh tế, khoa học kỹ thuật và hành chính

Sau 40 năm tồn tại và phát triển với nhiều thăng trầm, ASEAN ngày nay đã trở thành một tổ chức hợp tác khu vực liên Chính phủ bao gồm 10 quốc gia Đông Nam Á, là một thể chế chính trị - kinh tế quan trọng ở Châu Á Thái Bình Dương và là đối tác không thể thiếu trong chính sách khu vực của các nước lớn và các trung tâm quan trọng trên thế giới. Các quốc gia còn lại gia nhập muộn hơn, trong đó có Brunay gia nhập năm 1984, Việt Nam gia nhập năm 1995, Lào và Mianma gia nhập năm 1997 và Campuchia gia nhập năm 1999.

Quá trình hợp tác và hội nhập kinh tế trong ASEAN chỉ bắt đầu sau 10 năm thành lập, vào năm 1977, bằng một thỏa thuận ưu đãi thương mại và một số các kế hoạch hợp tác công nghiệp cụ thể. Hội nhập kinh tế chỉ thực sự bắt đầu bằng thỏa thuận tự do thương mại khu vực ASEAN ký năm 1992, trong đó quy định tự do thương mại hàng hóa, tiếp theo là thỏa thuận khung về thương mại dịch vụ khu vực ASEAN ký năm 1995, và sau đó là thỏa thuận về đầu tư khu vực ASEAN ký năm 1998.

Hiện nay, vấn đề hợp tác giữa các quốc gia thành viên ASEAN đã chuyển sang giai đoạn phát triển mới với việc chính thức hình thành cộng đồng ASEAN vào ngày 31 tháng 12 năm 2015. Đây là một dấu mốc quan trọng và sẽ tạo đà phát triển bởi cộng đồng ASEAN, sẽ là nhân tố kết hợp sức mạnh thống nhất của tất cả các nước thành viên ASEAN bao gồm các điều kiện tự nhiên cho đến các nguồn lợi kinh tế.

ASEAN là một khu vực có nhiều lợi thế, trước tiên ASEAN là một khu vực kinh tế năng động và nằm ở một vị trí có tính chiến lược, tăng trưởng kinh tế của nước thành viên khá cao, có cơ sở kinh tế vĩ mô tốt, ASEAN là một thị trường tiềm năm với diện tích khoảng hơn 4,5 triệu km2 và tổng số dân khoảng 625 triệu người. Tổng GDP của ASEAN khoảng 2,6 nghìn tỷ USD và FDI hàng năm khoảng trên 136 tỷ USD. Hầu hết tài nguyên thiên nhiên của các quốc gia ASEAN đều phong phú bao gồm cả tài nguyên rừng, tài nguyên biển, khả năng sản xuất đa dạng…

Bên cạnh những lợi thế tự thân, các nước ASEAN còn chủ động xây dựng, mở rộng và tạo nên các liên kết kinh tế với các đối tác khác trên thế giới nhằm gia tăng cơ hội cho ASEAN. Các hiệp định thương mại tự do giữa ASEAN với các nước như Nhật Bản, Hàn Quốc,… đã làm tăng tính hấp dẫn cho toàn khu vực. Đặc biệt trong giai đoạn hiện nay, khi các bất đồng biển Đông giữa một số quốc gia ASEAN với Trung Quốc đang có xu hướng gia tăng thì ASEAN vẫn đang rất nỗ lực và cố gắng duy trì hòa bình, an ninh khu vực, nhằm tạo lòng tin cho các đối tác kinh tế

+ Quá trình hình thành cộng đồng ASEAN 2015

Tháng 12 năm 1997, nhân kỷ niệm 30 năm ngày thành lập và sau khi ASEAN đã bao gồm cả 10 quốc gia Đông Nam Á, lãnh đạo các nước ASEAN đã thông qua văn kiện quan trọng: Tầm nhìn ASEAN 2020, với mục tiêu tổng quát là đưa ASEAN trở thành một nhóm hài hòa các dân tộc Đông nam Á, gắn bó trong một cộng đồng các xã hội đùm bọc lẫn nhau. Tầm nhìn ASEAN 20 là dấu mốc quan trọng và chính là khởi nguồn cho việc thành lập cộng đồng ASEAN

Tháng 10 năm 2013, lãnh đạo các nước ASEAN đã ký tuyên bố hòa hợp ASEAN II nhất trí mục tiêu hình thành cộng đồng ASEAN vào năm 2020 với ba trụ cột chính: Cộng đồng chính trị- an ninh (APSC), Cộng đồng kinh tế (AEC), cộng đồng văn hóa xã hội (ASCC); đồng thời khẳng định ASEAN sẽ tiếp tục đẩy mạnhvà mở rộng quan hệ các đối tác bên ngoài, vì mục tiêu chung là hòa bình, ổn định và hợp tác cùng có lợi ở khu vực

Sự hình thành cộng đồng ASEAN là dấu móc lịch sử của tiến trình liên kết ASEAN, có ý nghĩa đặc biệt quan trọng với khu vực và các nước thành viên. Điều đó được thể hiện ở các khía cạnh: (i) Thể hiện sự trưởng thành và lớn mạnh của ASEAN sau gần 5 thập kỷ tồn tại, (ii) Đã, đang và sẽ mang lại những lợi ích quan trọng và thiết thực cho các nước thành viên, mà bao trùm là tọa ra môi trường khu vực hòa bình và ổn định để mỗi nước tập trung phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế, (iii) Phản ánh nhận thức và lợi ích chung của các nước thành viên về nhu cầu liên kết khu vực cao hơn, (iv) Là thành tựu hợp tác ASEAN trong gần 5 thập kỷ qua, tạo cơ sở vững chắc và động lực mạnh mẽ cho ASEAN tiếp tục liên kết sâu rộng hơn và đóng vai trò quan trọng hơn trong khu vực

+ AEC (AEC)

AEC hướng tới mục tiêu nhằm tạo ra một thị trường chung duy nhất và cơ sở sản xuất thống nhất, trong đó có sự lưu chuyển tự do của hàng hóa, dịch vụ, đầu tư, vốn và lao động có tay nghề, từ đó nâng cao tính cạnh tranh và thúc đẩy sự thịnh vượng chung cho cả khu vực, tạo sự hấp dẫn với đầu tư kinh doanh từ bên ngoài

Trên cơ sở kết quả thực hiện VAP (phần về AEC) nhất là việc đã cơ bản hoàn thành khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA), ASEAN đã nhất trí thông qua kế hoạch tổng thể và định hướng AEC hướng tới năm mục tiêu lớn:

Một là, một nền kinh tế thống nhất và liên kết cao, nhằm tạo thuận lợi cho sự lưu chuyển thông thoáng của hàng hóa, dịch vụ, đầu tư, vốn và lao động có kỹ năng cũng như tạo một thị trường thống nhất hơn thông qua chiến lược về thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, môi trường đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho sự di chuyển của lao động có tay nghề và doanh nhân, tham gia các chuỗi giá trị toàn cầu

Hai là, một nền kinh tế năng động, đổi mới và cạnh tranh thông qua các biện pháp chiến lược về chính sách cạnh tranh hiệu quả để tạo sân chơi bình đẳng cho tất cả các doanh nghiệp, bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ,…

Ba là, kết nối và liên kết theo ngành thông qua biện pháp chiến lược về giao thông, công nghệ thông tin và truyền thông, thương mại điện tử, năng lượng và thực phẩm nông nghiệp, lâm nghiệp, du lịch, chăm sóc y tế, khoáng sản, khoa học và công nghệ

Bốn là, tự cường và dung nạp, chú trọng người dân, thông qua các biện pháp chiến lược về vai trò của các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa, vai trò khu vực tư nhân, quan hệ đối tác công tư, thu hẹp khoảng cách phát triển, đóng góp nhóm/ giới khác cho liên kết khu vực

Năm là, gắn kết vào nền kinh tế toàn cầu, chủ yếu thông qua các hiệp định thương mại tự do, các đối tác, từ đó tạo cơ sở đảm bảo vai trò trung tâm ASEAN trong các liên kết khu vực

Như vậy, mục tiêu ASEAN trở thành:

(i) Một thị trường duy nhất và một cơ sở sản xuất thống nhất, trong đó có sự lưu chuyển tự do của hàng hóa, dịch vụ, đầu tư, vốn và lao động có tay nghề

(ii) Một khu vực kinh tế có sức cạnh tranh cao

(iii) Một khu vực phát triển kinh tế đồng đều, nhất là thực hiện có hiệu quả sáng kiến liên kết ASEAN

(iv) Một khu vực ASEAN hội nhập đầy đủ vào nền kinh tế toàn cầu

Đồng thời, ASEAN nhất trí đề ra cơ chế thực hiện và lộ trình chiến lược thực hiện kế hoạch tổng thể. ASEAN cũng nhất trí đến xác định 12 lĩnh vực ưu tiên đẩy nhanh liên kết với lộ trình hoàn thành đến năm 2020 đó là nông sản, oto, điện tử, nghề cá, các sản phẩm từ cao su, dệt may, các sản phẩm từ gỗ, vận tải hàng không, thương mại điện tử, chăm sóc sức khỏe, du lịch và logistic

2.1.2.2. Nội dung và các cam kết của các quốc gia thành viên khi tham gia vào AEC

a. Những nội dung cơ bản của AEC

ASEAN đang trên là hội nhập mạnh mẽ, với việc thành lập Cộng đồngkinh tế ASEAN 2015, trong đó AEC là nôi dung hội nhập quan trọng nhất. Sự ra đời của AEC đánh đấu sự hội nhập khu vực một cách toàn diện của các nền kinh tế Đông Nam Á

Với mục đích tiêu phát triển ASEAN trở thành một khu vực ổn định, thịnh vượng, cạnh tranh với sự phát triển kinh tế công bằng, giảm đói nghèo và phân hóa kinh tế - xã hội, tại Hội nghị Bali diễn ra vào tháng 10 năm 2003, các nhà lãnh đạo ASEAN đưa ra tuyên bố về việc thành lập AEC.

Trong số ba trụ cột của Cộng đông kinh tế ASEAN, AEC được coi là quan trọng nhất, sự phát triển của AEC sẽ là tiền đề thúc đẩy việc thực hiện các trụ cột còn lại, tại Hội nghị Cấp cao ASEAN lần thứ 14 ở Thái Lan, các nhà lãnh đạo ASEAN đã ký tuyên bố Cha-am/Hua Hin về Lộ trình xây dựng Cộng đồng ASEAN (ASEAN Community Roadmap) và thông qua kế hoạch Tổng thể xây dựng AEC (AEC blueprint) đến năm 2015. Kế hoạch nói trên đã quy định cụ thể các biện pháp nhằm thực hiện bốn trụ cột /mục tiêu của AEC gồm: (1) Thị trường và cơ sở sản xuất thống nhất, (2) Một khu vực kinh tế có tính cạnh tranh cao, (3) Một khu vực phát triển đồng đều và (4) Hội nhập với nền kinh tế toàn cầu.

(1) Thị trường và cơ sở sản xuất thống nhất: Để có thị trường và cơ sở sản xuất thống nhất, các nước ASEAN thống nhất đẩy nhanh tự do hóa các hạng mục gồm tụ do hóa thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, tự do hóa đầu tư, tài chính và lao động. Bên cạnh đó, để ra các lĩnh vực hội nhập ưu tiên, đặc biệt là lương thực và nông lâm nghiệp. Ở trụ cột này, các nước ASEAN chú trọng ba lĩnh vực lớn gồm:

+ Tự do hóa thương mại hang hóa

+ Tự do hóa thương mại dịch vụ

+ Tự do hóa đầu tư, tài chính và lao động

Theo đó, trong thời gian tới, để tự do hóa thương mại hàng hóa, các thành viên ASEAN sẽ tham gia lộ trình cắt giảm thuế trong CEPT-ATIGA, cải cách hải quan và các biện pháp tạo thuận lợi thương mại khác.

Hướng tới tự do hóa thương mại dịch vụ, các nước ASEAN sẽ tiến hành đàm phán 11 gói cam kết. Các lĩnh vực dịch vụ được ASEAN ưu tiên tự do hóa gồm ASEAN điện tử (e- ASEAN), y tế, logistics, hàng không và du lịch. Cho đến nay, các nước ASEAN đã đạt được 8 gói cam kết về dịch vụ, 5 gói cam kết dịch vụ tài chính và 7 gói dịch vụ vận tải đường hàng không.

Trong lĩnh vực tự do hóa đầu tư, tài chính và lao động, ASEAN chú trọng thúc đẩy đầu tư nội khối thông qua hiệp định đầu tư toàn diện ASEAN (ACIA) với mục tiêu là tạo ra một cơ chế đầu tư tự do, mở cửa trong ASEAN được thực hiện thông qua từng bước tự do hóa đầu tư tự do, tăng cương bảo vệ nhà đầu tư của các nước thành viên và các khoản đầu tư của họ; cải thiện tính minh bạch và khả năng dư doán của các quy tắc, quy định và thủ tục đầu tư; xúc tiến, hợp tác tạo ra môi trường đầu tư thuận lợi và thống nhất.

Đối với hội nhập tài chính tiền tệ, các nước trong khu vực chú trọng bốn lĩnh vực gồm: (i) phát triển thị trường vốn, (ii) tự do hóa dịch vụ tài chính, (iii) tự do hóa tài khoản vốn và (iv) hợp tác tiền tệ ASEAN.

Để tạo điều kiện cho lao động làng nghề di chuyển trong khu vực từ đó thúc đẩy hoạt động đầu tư và thương mại, các nước ASEAN đã ký kết các thỏa thuận công nhận lẫn nhau (MRAs- Mutual Recognition Agreement), theo đó cho phép chứng chỉ của lao động làng nghề được cấp bởi các cơ quan chức năng tương ứng tại một quốc gia sẽ được thừa nhận bởi các nước thành viên khác trong khu vực. Đến nay, ASEAN đã ký kết 7 MRAs đối với lao động trong các lĩnh vực gồm dịch vụ kỹ thuật, dịch vụ điều dưỡng, dịch vụ kiến trúc, thừa nhận lẫn nhau đối với chứng chỉ giám sát, người hành nghề y, người hành nghề nhà khoa và kế toán…

+ Một khu vực kinh tế cạnh tranh: Để đạt mục tiêu xây dựng một khu vực kinh tế cạnh tranh, AEC đang hướng vào 4 hoạt động chính gồm: chính sách cạnh tranh, bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và phát triển cơ sở hạ tầng. Ngoài ra, chính sách thuế quan chung và mở rộng thương mại đa phương cũng được từng bước xây dựng và triển khai.

+ Một khu vực phát triển đồng đều: Để tạo lập một ASEAN phát triển đồng đều, ASEAN đã xem xét để xây dựng một chiến lược để phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa, thiết lập một khung chương trình chung cho các doanh nhân ASEAN và đưa ra sáng kiến hội nhập ASEAN (AIA). IAI giúp các nước Cam-pu-chia, Lào, Mi-an-ma, Việt Nam nâng cao năng lực thông qua việc nâng cấp nguồn lực kỹ thuật và tài chính cho một loạt các dự án phát triển để hỗ trợ khu vực hội nhập như phát triển cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực và công nghệ thông tin.

+ Hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu: Để thực hiện mục tiêu này, ASEAN nhất trí việc giữ vững vai trò "Trung tâm" của toàn khối trong quan hệ đối ngoại; thúc đẩy đàm phán các FTA và Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện; tham gia mạnh mẽ hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

b. Các cam kết của các quốc gia thành viên khi tham gia vào Cộng đồng kinh tế AEC

(1) Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA)

ATIGA được ký tháng 2 năm 2009 và có hiệu lực ngày 17 tháng 5 năm 2010, tiền thân là hiệp định ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung ký năm 1992. ATIGA là hiệp định toàn diện đầu tiên của ASEAN điều chỉnh toàn Bộ Công thương hàng hóa trong nội khối và được xây dựng trên cơ sở tổng hợp các cam kết cắt giảm/ loại bỏ thuế quan đã được thống nhất trong CEPT/AFTA cùng các hiệp định, nghị định thư có liên quan.

Trong ATIGA các nước ASEAN dành cho nhau những mức ưu đãi tương đương hoặc thuận lợi hơn mức ưu đãi dành cho các nước đối tác trong các thỏa thuận thương mại tự do mà ASEAN ký

Các cam kết chính trong ATIGA

(i) Cam kết cắt giảm thuế quan: Nguyên tắc cam kết là tất cả các sản phẩm trong danh mục hài hòa thuế quan của ASEAN đều được đưa vào danh sách cam kết thuế quan của từng nước trong ATIGA, bao gồm cả những sản phẩm được cắt giảm thuế và những sản phẩm không cắt giảm thuế

(ii) Cam kết về quy tắc xuất xứ và thủ tục chứng nhận xuất xứ: Quy tắc xuất xứ là hàng hóa chỉ được hưởng ưu đãi thuế quan theo ATIGA nếu có xuất xứ từ khu vực ASEAN. Một hàng hóa được coi là có xuất xứ là ASEAN nếu: Hàng hóa có xuất xứ thuần túy hoặc sản xuất toàn bộ trong khu vực ASEAN hoặc đáp ứng các yêu cầu cụ thể về quy tắc xuất xứ trong hiệp định.

(2) Hiệp định khung về dịch vụ ASEAN (AFAS)

Ngày 15 tháng 12 năm 1995, các nước ASEAN ký AFAS với các nội dung tương tự hiệp định về thương mại dịch vụ của WTO làm tiền đề cho các vòng đàm phán từng bước tự do hóa thương mại dịch vụ giữa các nước ASEAN. Từ năm 1996 đến năm 2015, các nước ASEAN đã tiến hành đàm phán và đưa ra 9 gói cam kết về dịch vụ, 6 gói cam kết về dịch vụ tài chính và 8 gói cam kết về dịch vụ vận tải hàng không.

+ Các gói cam kết chung về dịch vụ: Từ năm 1996 đến năm 2006, các nước ASEAN đã tiến hành 4 vòng đàm phán về dịch vụ, mỗi vòng cách nhau 3 năm, các vòng đàm phán quy định lộ trình cắt giảm cụ thể các rào cản đối với dịch vụ giữa các nước ASEAN. Kết quả sau 4 vòng đàm phán, các nước đưa ra 6 gói cam kết về dịch vụ, gói sau có cam kết cao hơn gói trước và là một phần của AFAS

+ Các gói cam kết về dịch vụ vận tải: Tính đến hết tháng 12 năm 2015, các nước đưa ra 8 gói cam kết về dịch vụ vận tải hàng không

(3) Hiệp định về di chuyển thể nhân trong ASEAN (MNP)

MNP được ký ngày 19 tháng 11 năm 2012 tại Campuchia với mục tiêu dỡ bỏ đáng kể các rào cản đối với việc di chuyển tạm thời qua biên giới của các thể nhân tham gia vào thương mại hàng hóa, dịch vụ và đầu tư giữa các nước ASEAN

MRA với dịch vụ tư vấn kỹ thuật

MRA đối với dịch vụ kiến trúc

MRA đối với dịch vụ kế toán

MRA đối với dịch vụ du lịch

MRA đối với lĩnh vực điều dưỡng, hành nghề Y và hành nghề Nha khoa

MRA đối với lĩnh vực khảo sát

(4) Hiệp định đầu tư toàn diện ASEAN (ACIA)

ACIA được ký kết tháng 2 năm 2009 và có hiệu lực từ 29 tháng 3 năm 2012 thay thế cho hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư ASEAN 1987 và hiệp định khu vực đầu tư ASEAN 1998. ACIA bao gồm 4 nội dung chính là tự do hóa đầu tư, bảo hộ đầu tư, thuận lợi hóa đầu tư và xúc tiến đầu tư

ACIA chỉ có cam kết về tự do hóa đầu tư trong các lĩnh vực chế tạo, nông nghiệp và nghề cá, lâm nghiệp, khai mỏ và dịch vụ phụ trợ cho các ngành trên, và bất kỳ lĩnh vực nào khác nếu tất cả các thành viên đồng ý.

2.1.3. Các khía cạnh ảnh hưởng của AEC tới sự phát triển xuất khẩu nông sản của các quốc gia thành viên

Các khía cạnh ảnh hưởng của AEC đến phát triển xuất khẩu nông sản của các quốc gia thành viên được xem xét bao gồm: quy mô, tốc độ tăng trưởng; cơ cấu, chủng loại hàng hóa xuất khẩu

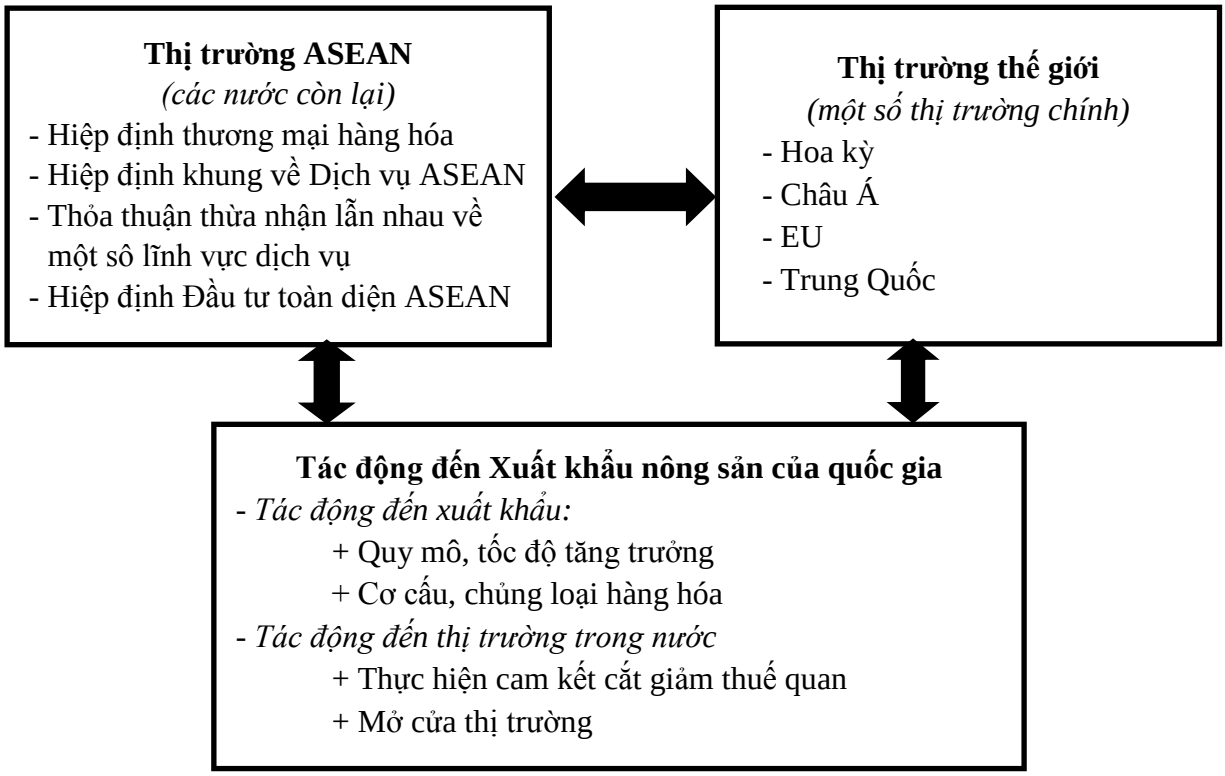
Những căn cứ chính dùng để dự báo tác động của AEC đến xuất khẩu nông sản của các quốc gia thành viên:

+ Căn cứ xu hướng phát triển quan hệ thương mại trong khối và ngoài khối ASEAN, thông qua trao đổi thương mại của ASEAN với một số thị trường chủ yếu.

+ Xu hướng quan hệ thương mại các quốc gia thành viên và ASEAN.

+Thực tiễn phát triển quan hệ thương mại của các quốc gia thành viên và ASEAN thời gian qua

Mô hình tác động của AEC đến thương mại của các quốc gia thành viên:



Hình 2.1: Mô hình tác động của AEC đến thương mại của các quốc gia

a. Tác động của AEC đến xuất khẩu nông sản

Để đánh giá một số tác động của AEC đến xuất khẩu, tác giả tính toán một số chỉ số mang tính khách quan nhằm xác định xu thế phát triển thương mại của nước CHDCND Lào trong những năm tới:

Chỉ số cường độ thương mại (TII):

Đây là chỉ số dùng để đánh giá mức độ quan hệ thương mại (mức độ tập trung) và thay đổi trong quan hệ thương mại giữa nước CHDCND Lào và các nước ASEAN, nếu TII_{ij} lớn hơn 1, điều đó có nghĩa là quốc gia j là đối tác thương mại quan trọng đối với quốc gia I (hơn là đối với thế giới). Chỉ số cường độ thương mại được tính theo công thức:

$$TII_{ij} = \frac{Tij/Tiw}{Tiw/Tww}$$

Trong đó:

- TII_{ij} là chỉ số đo lường cường độ thương mại (mức độ tập trung)
- T_{ij} là kim ngạch thương mại giữa quốc gia I với quốc gia j
- T_{iw} là kim ngạch thương mại giữa quốc gia j vơi tổng kim ngạch thương mại thế giới
- T_{ww} là tổng kim ngạch thương mại thế giới

Chỉ số mức độ tương đồng xuất khẩu (ESI)

Chỉ số này cho biết sự tương đồng trong cơ cấu xuất khẩu của nước CHDCND Lào với cơ cấu xuất khẩu của các thị trường đối tác, chỉ số này được tính dựa trên việc so sánh cơ cấu xuất khẩu của nước CHDCND Lào với cơ cấu xuất khẩu của các thị trường đối tác. Do vây, giá trị của chỉ số này sẽ nằm trong khoảng từ 0 đến 100, giá trị 0 cho thấy cơ cấu xuất khẩu hoàn toàn không tương đồng và giá trị 100 cho thấy cơ cấu xuất khẩu hoàn toàn tương đồng. Chỉ số mức độ tương đồng được tính theo công thức:

$$\text{ESI} = \sum_i \min\left(\frac{\sum_w Xisw}{\sum_w Xsw}, \frac{\sum_w Xidw}{\sum_w Xdw}\right) \times 100$$

Trong đó:

- d và s là hai quốc gia trong nghiên cứu
- X_{isw} là kim ngạch xuất khẩu của nhóm nhành hàng I của quốc gia
- X_{idw} là kim ngạch xuất khẩu của nhóm ngành hàng I của quốc gia d
- X_{sw} là kim ngạch xuất khẩu của quốc gia s
- X_{dw} là kim ngạch xuất khẩu của quốc gia d

b. Tác động của AEC đến thương mại trong nước

Đề tài đi sâu phân tích bối cảnh trong nước và quốc tế, tập trung vào hình thành AEC tác động đến phát triển thương mại trong nước, qua số liệu thống kê về hoạt động bán buôn, bán lẻ hàng hóa, đóng góp của ngành thương mại vào tăng trưởng GDP, sự phát triển các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại với sự tham gia của các nhà đầu tư từ khu cực ASEAN để phân tích những tác động tích cực và tiêu cực của AEC đến thương mại trong nước. Nguồn số liệu sử dụng trong đề tài lấy từ báo cáo thương mại hàng năm của Bộ Công Thương, báo cáo hội thảo và bài phát biểu của các nhà hoạch định chính sách, đại diện hiệp hội ngành hàng trong nước.

2.2. Nội dung và hệ thống tiêu chí đánh giá phát triển xuất khẩu nông sản trong điều kiện hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN

2.2.1. Nội dung phát triển xuất khẩu nông sản trong điều kiện hình thành AEC

Trong xu thế toàn cầu hóa, khu vực hóa và hội nhập quốc tế của các nền kinh tế đang diễn ra mạnh mẽ sẽ tác động tích cực đến việc mở rộng thị trường xuất khẩu; sự phát triển nhanh khoa học - công nghệ, nhân tố hàng đầu của lực lượng sản xuất thế giới hiện đại, tác động ngày càng sâu sắc nền kinh tế thế giới, tạo cơ sở xuất hiện các xu thế và cục diện mới của kinh tế thế giới; chuyển nhanh từ kinh tế tài nguyên, kinh tế vật thể sang phát triển nền kinh tế tri thức; chuyển mạnh các công ty đa quốc gia và

xuyên quốc gia, có vai trò ngày càng quan trọng hay là chủ thể chính quyết định sự phát triển kinh tế thế giới và ở mỗi quốc gia. Đây là những yếu tố có tác động tích cực đến phát triển xuất khẩu nông sản

2.2.1.1. Nội dung phát triển xuất khẩu nông sản theo chiều rộng

Phát triển xuất khẩu hàng nông sản theo chiều rộng đó là sự tập trung nguồn lực vào việc nâng cao quy mô, sản lượng nông sản xuất khẩu thể hiện thông qua kim ngạch xuất khẩu gia tăng, thị trường xuất khẩu được mở rộng. Tuy nhiên, sự mở rộng quy mô cần phải phù hợp với tiềm lực và phát huy được lợi thế của ngành hàng. Để thực hiện phát triển theo cách này, quốc gia, các đơn vị kinh doanh cần đầu tư mở rộng quy mô sản xuất, tuyển dụng lao động, mua sắm may móc nhằm nâng cao năng lực sản xuất, năng lực cạnh tranh, đẩy mạnh tốc độ xuất khẩu nông sản. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng cần chú ý đến việc tìm kiếm và mở rộng thị trường xuất khẩu bằng việc tích cực và chủ động hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới và khu vực

Trong phương hướng phát triển nông nghiệp nói chung và phát triển xuất khẩu nông sản, vấn đề quan trọng được đặt ra là khả năng thực sự về mức độ đáp ứng của sản xuất - xuất khẩu đối với nhu cầu thế giới đến đâu, không chỉ về số lượng mà còn yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm, đẹp về hình thức, phong phú và đa dạng về chủng loại và giá cả hợp lý nhằm tăng sức hấp dẫn đối với người tiêu dùng. Do vậy, nâng cao khả năng sản xuất, phát huy các lợi thế cạnh tranh của nông sản hàng hóa trên thị trường là vấn đề cốt lõi trong chiến lược phát triển nông nghiệp hướng ra xuất khẩu, trước hết có thể tập trung vào các mặt hàng nông sản chủ yếu có nhiều lợi thế nhất.

Lựa chọn nông sản phẩm, thị trường xuất khẩu nông sản phẩm là việc làm hết sức cần thiết và quan trọng. Xác định rõ các sản phẩm nông sản nào cần đầu tư chế biến và xuất khẩu sang thị trường nào? thực hiện phương châm sản xuất cái gì? sản xuất cho ai? sản xuất như thế nào? xây dựng chính sách hết sức cụ thể trong chiến lược quy hoạch, phát triển của từng loại sản phẩm sản xuất gắn với thị trường, lấy thị trường làm mục tiêu cho sản xuất.

2.2.1.2. Nội dung phát triển xuất khẩu nông sản theo chiều sâu

Phát triển xuất khẩu nông sản theo chiều sâu nghĩa là tạo ra sự thay đổi trong chất lượng của hoạt động xuất khẩu bằng việc nâng cao chất lượng nông sản xuất khẩu, thay đổi phương thức xuất khẩu, chuyển dịch cơ cấu mặt hàng nông sản xuất khẩu, thị trường xuất khẩu, nâng cao năng lực sử dụng nguồn lực… nhằm tạo ra sự phát triển ổn định, liên tục và thu được giá trị gia tăng lớn hơn.

Phát triển nông sản theo chiều sâu còn thể hiện ở cách thức phát triển hướng đến sự bền vững bằng cách đáp ứng hài hòa ba mục tiêu cơ bản: kinh tế - xã hội - môi

trường. Tức là phát triển xuất khẩu nông sản không chỉ đặt ra mục tiêu mở rộng quy mô, tăng trưởng kim ngạch mà còn hướng đến giải quyết công ăn việc làm để giảm tỷ lệ thất nghiệp, nâng cao chất lượng cuộc sống nhân dân, đóng góp vào sự tiến bộ chung cho toàn xã hội, đồng thời không làm suy kiệt nguồn tài nguyên thiên nhiên cho mai sau, không hủy hoại môi trường mà còn góp sức bảo vệ, chống ô nhiễm môi trường.

Một số khía cạnh phản ánh phát triển xuất khẩu nông sản theo chiều sâu:

Thị phần xuất khẩu nông sản tăng: Tiêu chí thị phần xuất khẩu nông sản tăng phản ánh sự thay đổi về chất lượng của các sản phẩm nông sản, đáp ứng được yêu cầu của các quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Mỗi thị trường có những yêu cầu cụ thể về chất lượng sản phẩm, việc mở rộng được thị phần xuất khẩu với các sản phẩm nông sản đã phản ánh phần nào với uy tín và chất lượng của các sản phẩm nông sản khi xuất khẩu

Khả năng cạnh tranh của các sản phẩm nông sản khi xuất khẩu gia tăng: Đây là một trong những tiêu chí quan trọng phản ánh sự thay đổi về chất trong phát triển xuất khẩu nông sản, nó phản ánh chất lượng và các tiêu chí về sản phẩm nông sản khi xuất khẩu đã đáp ứng được yêu cầu của thị trường, khi khả năng cạnh tranh cao điều đó cũng có nghĩa vị thế sản phẩm xuất khẩu của quốc gia cũng có sự thay đổi theo hướng tích cực.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu có sự chuyển dịch: Đây là một trong những tiêu chí phản ánh tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nông sản sang một thị trường cụ thể trên tổng kim ngạch xuất khẩu. Mục đích nhằm khai thác hiệu quả hơn các thị trường tiêu thụ, tránh sự phát triển không đồng đều gây ra tình trạng mất cân bằng trong xuất khẩu.

Phát triển xuất khẩu ngày càng bền vững, việc phát triển theo hướng bền vững góp phần thực hiện hài hòa các yêu cầu về kinh tế - xã hội - môi trường. Tức là nó đã từng bước và đạt được những yêu cầu vừa về kinh tế (phát triển xuất khẩu) mà còn về xã hội (Giải quyết tốt việc làm cho lao động trong nước, đóng góp ngân sách nhà nước, tạo sự thay đổi theo hướng tích cực về thu nhập của người dân liên quan (hộ sản xuất sản phẩm xuất khẩu, lao động…) và về môi trường (việc sản xuất sản phẩm nông sản xuất khẩu không làm tổn hại tới môi trường sống, không phá hủy môi trường vì mục tiêu phát triển xuất khẩu.

Để thực hiện phát triển xuất khẩu theo chiều sâu, doanh nghiệp cần chú trọng vào khâu nâng cao chất lượng cho nông sản và nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực thương mại trong hoạt động xuất khẩu, bao gồm nâng cao năng suất lao động, nâng cao năng suất sử dụng vốn trong hoạt động xuất khẩu nông sản.

Chất lượng nông sản phải được đặc biệt quan tâm chú ý, phải có chiến lược đầu tư dài hạn, áp dụng công nghệ khoa học sản xuất mới có hiệu quả, bên cạnh đó,

hỗ trợ vốn, công nghệ, đầu tư vào cơ sở hạ tầng nông thôn. Nhà nước đầu tư vốn để đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp, gắn phát triển nông nghiệp với công nghiệp chế biến, sản xuất với thị trường tiêu thụ nông sản; hướng tới mục tiêu phát triển nền sản xuất nông nghiệp hàng hoá có quy mô ngày càng lớn, có năng suất, chất lượng sản phẩm ngày càng cao, đáp ứng được đòi hỏi của thị trường trong nước và thế giới. Như vậy, phải tăng cường đầu tư cho công tác quy hoạch và tổ chức sản xuất theo hướng tập trung, chuyên môn hoá đi đôi với ứng dụng rộng rãi tiến bộ về khoa học-công nghệ.

2.2.2. Hệ thống tiêu chí đánh giá phát triển xuất khẩu nông sản trong điều kiện hình thành AEC

2.2.2.1. Hệ thống tiêu chí đánh giá phát triển xuất khẩu nông sản theo chiều rộng

a. Sản lượng xuất khẩu

Đây là chỉ tiêu định lượng phản ánh khối lương nông sản được xuất khẩu sang thị trường nước ngoài của doanh nghiệp. Sản lượng tiêu thụ thể hiện cho năng lực sản xuất của doanh nghiệp. Sản lượng xuất khẩu lớn chứng tỏ quy mô doanh nghiệp lớn, năng lực sản xuất cao.

Để đánh giá sự thay đổi sản lượng nông sản xuất khẩu, ta có thể dựa vào hai chỉ tiêu sau:

+) Mức tăng tuyệt đối của sản lượng xuất khẩu:

$$\Delta Q = Q_1 - Q_0$$

Trong đó:

ΔQ là số lượng tăng tuyệt đối của sản lượng xuất khẩu kỳ hiện tại so với kỳ gốc

Q_1 là sản lượng hàng xuất khẩu ở kỳ hiện tại

Q_0 là sản lượng hàng xuất khẩu ở kỳ gốc

Giá trị của ΔQ càng lớn thể hiện sự tăng lên càng mạnh sản lượng nông sản xuất khẩu, sản lượng xuất khẩu năm sau cao hơn sản lượng xuất khẩu năm trước là tín hiệu tốt với xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

+ Tốc độ tăng trưởng sản lượng nông sản xuất khẩu:

$$G=\frac{\Delta Q}{Q_0} \text{ x } 100\%$$

Tốc độ tăng trưởng sản lượng nông sản xuất khẩu nhanh hay chậm thể hiện hiện trạng xuất khẩu ở từng thời kỳ. Nếu tốc độ tăng trưởng giảm sẽ báo hiệu tốc độ phát

triển xuất khẩu nông sản đang bị chững lại. Còn *g* tăng mạnh thể hiện sự bứt phá trong phát triển xuất khẩu nông sản.

b. Mức độ tăng trưởng về kim ngạch xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu nông sản là đại lượng đo lường tổng giá trị của mặt hàng nông sản tham gia xuất khẩu được thống kê theo từng quý hoặc từng năm. Thông qua chỉ tiêu kim ngạch xuất khẩu có thể đánh giá được doanh số bán hàng xuất khẩu trong một đơn vị thời gian là bao nhiêu, từ đó có thể so sánh được mức độ tăng giảm giá trị xuất khẩu qua các thời kỳ. Đây là chỉ tiêu quan trọng nhất trong việc đánh giá kết quả hoạt động xuất khẩu của bất kỳ một doanh nghiệp, tổ chức hay quốc gia nào.

Công thức tính:

$$M = P \times Q$$

Trong đó: M: Kim ngạch từ hoạt động xuất khẩu mặt hàng đó

P : Giá bán mặt hàng đó trên thị trường xuất khẩu

Q: Số lượng hàng hóa xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu của từng mặt hàng nông sản năm sau cao hơn năm trước trong kỳ nghiên cứu là tín hiệu tốt với xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào, kim ngạch xuất khẩu tăng có thể do: giá bán tăng của mặt hàng đó trên thị trường xuất khẩu hoặc lượng hàng xuất khẩu tăng, cả sự tăng lên về số lượng hay giá bán đều là tín hiệu tốt với xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào trong bối cảnh hội nhập hiện nay.

**) Mức tăng tuyệt đối kim ngạch xuất khẩu*

$$\Delta M = Mt - M0$$

Trong đó ΔM : Sự thay đổi kim ngạch xuất khẩu

Mt : Kim ngạch xuất khẩu năm t

M0: Kim ngạch xuất khẩu năm gốc

Sự thay đổi kim ngạch xuất khẩu mang dấu + sẽ tốt, vì kim ngạch xuất khẩu năm sau tăng so với năm trước, cho thấy sự phát triển về xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

**) Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu*

$$g(\%) = \frac{\Delta M}{M0} \times 100\%$$

Trong đó:

g: Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu

ΔM: Sự thay đổi về quy mô của mặt hàng xuất khẩu

M0: Kim ngạch xuất khẩu năm gốc

Các chỉ tiêu M; ΔM và g thể hiện cho sự thay đổi về số lượng hay quy môcủa mặt hàng xuất khẩu. Các chỉ tiêu ΔM và g càng lớn thì sự thay đổi trong quy mô xuất khẩu càng cao, chứng tỏ việc xuất khẩu nông sản ngày càng tốt

c. Mức độ mở rộng thị trường xuất khẩu theo khu vực

Theo quan điểm marketing hiện đại: Mở rộng thị trường xuất khẩu theo khu vực không chỉ là việc phát triển thêm các thị trường mới mà còn là cả tăng thị phần của các sản phẩm ở các thị trường cũ.

Các chỉ tiêu đánh giá mức độ mở rộng thị trường:

Để đánh giá mức độ mở rộng thị trường chúng ta có thể dựa vào một số chỉ tiêu như xét theo bề rộng là phạm vi địa lý của thị trường, tạo được những khách hàng mới. Mức độ mở rộng thị trường nếu xét theo số tuyệt đối đó là số khu vực thị trường mới khai phá, số thị trường thực mới tăng bình quân.

2.2.2.2. Hệ thống tiêu chí đánh giá phát triển xuất khẩu nông sản theo chiều sâu

a. Sự thay đổi về chất lượng nông sản xuất khẩu

Phát triển xuất khẩu nông sản không thể tách rời việc nâng cao chất lượng sản phẩm, bởi đây là yếu tố quyết định đến sự tồn tại và phát triển của sản phẩm trên thị trường. Chất lượng hàng hóa xuất khẩu không ngừng được nâng cao sẽ có tác dụng tích cực trong việc nâng cao giá trị và giá trị sử dụng cho sản phẩm, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh bằng cách tạo ra nhiều yếu tố vô hình như thương hiệu, uy tín. Điều này thực sự rất quan trọng trong việc nâng tầm giá trị doanh nghiệp, tạo lập tên tuổi và thương hiệu thu hút khách hàng.

b.Sự chuyển dịch cơ cấu nông sản xuất khẩu

Mục đích của sự chuyển dịch cơ cấu nông sản xuất khẩu là điều chỉnh sự phát triển xuất khẩu theo hướng bền vững, hiệu quả hơn. Thực tế hiện nay, xu hướng phổ biến của các nước là thay thế xuất khẩu các mặt hàng nông sản gia công đơn giản, giá trị gia tăng thấp bằng những sản phẩm đẹp hơn, thời trang hơn, tinh xảo hơn, đòi hỏi nhiều chất xám và sáng tạo với giá trị gia tăng cao.

Công thức tính:

$$R(A) = \frac{M(A)}{M} \times 100\%$$

Trong đó R(A): Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng A

M(A): Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng A

M: Tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng

Chỉ tiêu tính toán theo kỳ nghiên cứu (năm t)

Sự chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu được biểu hiện qua sự thay đổi tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng đó trong tổng kim ngạch xuất khẩu, tỷ trọng mặt hàng càng cao so với tổng kim ngạch xuất khẩu càng tốt

c. Sự chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu

Phản ánh tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nông sản sang một thị trường cụ thể trên tổng kim ngạch xuất khẩu. Mục đích nhằm khai thác hiệu quả hơn các thị trường tiêu thụ, tránh sự phát triển không đồng đều gây ra tình trạng mất cân bằng trong xuất khẩu. Sự chuyển dịch cơ cấu thị trường nông sản sang thị trường các nước ASEAN không chỉ dừng lại ở việc nâng cao thị phần của thị trường ASEAN so với toàn thế giới mà còn chuyển dịch thị phần giữa các nước trong khu vực ASEAN với nhau.

d. Sự chuyển dịch phương thức xuất khẩu

Cơ cấu phương thức xuất khẩu phản ánh tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu bằng phương thức nào đó trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Hiện nay xuất khẩu nông sản gồm các phương thức xuất khẩu chủ yếu sau: Chiếm tỷ trọng lớn nhất là xuất khẩu trực tiếp, xuất khẩu gián tiếp, xuất khẩu theo Nghị định thư, xuất khẩu tại chỗ... Mục đích của sự chuyển dịch phương thức xuất khẩu là nâng cao hiệu quả, tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm lớn hơn. Tuy nhiên thay đổi phương thức xuất khẩu cần phải phù hợp với điều kiện thực tế và yêu cầu bên đặt hàng. Không thể nóng vội gây lãng phí trong việc đầu tư công nghệ sản xuất mới.

e. Sự chuyển dịch cơ cấu các thành phần kinh tế tham gia xuất khẩu

Đó là việc thay đổi cơ cấu các thành phần kinh tế tham gia xuất khẩu nông sản theo hướng hợp lý, hiệu quả hơn. Bằng việc đa dạng hóa các thành phần kinh tế tham gia xuất khẩu hang nông sản như các tổ chức doanh nghiệp, hợp tác xã, doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp Nhà nước... sẽ tạo ra một môi trường cạnh tranh hơn, qua đó thúc đẩy năng lực và hiệu quả sử dụng vốn, tạo ra động lực cho phát triển xuất khẩu nông sản.

f. Lợi nhuận xuất khẩu

Phản ánh kết quả cuối cùng của hoạt động xuất khẩu

Công thức tính: P = TR - TC

Trong đó

P: Lợi nhuận từ hoạt động xuất khẩu

TR: Tổng doanh thu từ hoạt động xuất khẩu

TC: Tổng chi phí bỏ ra cho hoạt động xuất khẩu

Lợi nhuận xuất khẩu tính, tổng doanh thu, tổng chi phí tính trong cùng kỳ nghiên cứu (năm t)

Lợi nhuận xuất khẩu dương chứng tỏ hoạt động xuất khẩu đạt hiệu quả về mặt chi phí, doanh thu về lớn hơn khoản chi phí bỏ ra cho hoạt động xuất khẩu, lợi nhuận càng lớn càng tốt

g. Hiệu quả sử dụng nguồn lực thương mại

Đo lường mức độ sử dụng nguồn lực trong việc đạt tới những mục tiêu xác định trước.

Công thức tính:

$$H_{NL} = \frac{TR}{TC_{NL}}$$

Trong đó: H_{NL} là hiệu quả sử dụng nguồn lực

TC_{NL} là chi phí sử dụng nguồn lực đó

Nguồn lực sử dụng cho hoạt động xuất khẩu nông sản bao gồm rất nhiều loại khác nhau, trong đó quan trọng nhất là nguồn lực con người, nguồn lực tài chính, nguồn lực công nghệ…

Cụ thể:

$$\text{Hiệu quả sử dụng vốn} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Vốn kinh doanh}}$$

$$\text{Hiệu quả sử dụng lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tổng số lao động}}$$

$$\text{Năng suất lao động} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng số lao động}}$$

Các chỉ tiêu tính toán trong cùng kỳ nghiên cứu (năm t)

h. Năng lực cạnh tranh của xuất khẩu nông sản

Đây là chỉ tiêu được sử dụng nhằm đo lường khả năng cạnh tranh của nông sản của các nước trong quá trình xuất khẩu, đây là chỉ tiêu kết hợp của phát triển xuất khẩu theo chiều rộng và phát triển nông sản theo chiều sâu. Thực tế cho thấy, tương đối nhiều quốc gia xuất khẩu chủ yếu là các sản phẩm nông sản thô, giá trị sản phẩm tương đối thấp, chính vì vậy, nâng cao năng lực cạnh tranh của xuất khẩu nông sản chính là nâng cao giá trị xuất khẩu của quốc gia.

Đo lường năng lực cạnh tranh của xuất khẩu nông sản có thể thông qua các chỉ tiêu gián tiếp như ERP hoặc DRC, các chỉ tiêu chí phí bình quân đầu vào, giá thành… từ đó đánh giá được năng lực cạnh tranh của xuất khẩu nông sản.

Bên cạnh các chỉ tiêu tính toán định lượng phản ánh phát triển xuất khẩu nông sản theo chiều sâu, còn có một số chỉ tiêu định tính phản ánh phát triển xuất khẩu nông sản theo chiều sâu như: uy tín của sản phẩm xuất khẩu nông sản trên thị trường, sức cạnh tranh của sản phẩm nông sản trên thị trường xuất khẩu thông qua xếp hạng của nước CHDCND Lào trong xuất khẩu nông sản, mức độ đóng góp của xuất khẩu nông sản trong phát triển kinh tế, xã hội và môi trường của CHDCND Lào…

2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản của quốc gia thành viên trong điều kiện hình thành AEC

Xuất khẩu hàng hóa nói chung và xuất khẩu nông sản nói riêng là một hoạt động nằm trong lĩnh vực phân phối và lưu thông hàng hóa của một quá trình tái sản xuất hàng hóa mở rộng, nhằm mục đích liên kết sản xuất nước này với nước khác. Hoạt động đó không chỉ diễn ra riêng biệt giữa các cá thể mà còn có sự tham gia của toàn bộ hệ thống kinh tế, chịu sự điều hành của các công cụ và chính sách cả vi mô lẫn vĩ mô. Bởi vậy hoạt động xuất khẩu nông sản chịu sự tác động của nhiều nhân tố cả chủ quan lẫn khách quan. Sau đây là một số nhân tố chủ yếu:

2.3.1. Chính sách hỗ trợ của nhà nước cho phát triển sản xuất nông sản xuất khẩu

Trong quá trình đổi mới cơ chế quản lý, Nhà nước đã chủ động vận dụng có hiệu quả hơn các công cụ pháp luật, kế hoạch định hướng, chính sách và các công cụ đòn bẩy khác. Trong đó, việc đổi mới các chính sách về giá cả, thuế, đầu tư, lưu thông, xuất nhập khẩu... cũng như việc ứng dụng những thành tựu khoa học - kỹ thuật mới có vị trí, vai trò đặc biệt quan trọng thúc đẩy hoạt động thương mại nói chung, sản xuất hàng hóa xuất khẩu nói riêng phát triển với tốc độ ổn định và bền vững.

+) *Chính sách tỷ giá và các đòn bẩy*

Đây là nhân tố ảnh hưởng sâu sắc đến quy mô và cơ cấu mặt hàng xuất khẩu. Chính sách tỷ giá hối đoái thuận lợi cho xuất khẩu là chính sách duy trì tỷ giá tương đối ổn định ở mức thấp (đồng nội tệ có tỷ giá tương đối thấp so với đồng ngoại tệ). Trong trường hợp ngược lại sẽ khuyến khích nhập khẩu, hạn chế xuất khẩu.

Bên cạnh việc xóa thuế xuất khẩu và hạn ngạch xuất khẩu, trợ cấp xuất khẩu cũng được coi là một trong những biện pháp có tác dụng thúc đẩy mạnh mẽ việc mở rộng xuất khẩu các mặt hàng được khuyến khích xuất khẩu. Việc trợ cấp xuất khẩu có thể được thực hiện thông qua việc giảm lãi suất đối với vốn vay phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu.

+) *Chính sách giá sản phẩm phục vụ sản xuất nông sản xuất khẩu*

Trong thực tế, giá xuất khẩu phù hợp với chi phí thị trường sẽ bằng giá trong nước, nếu loại trừ các chính sách điều tiết của Nhà nước. Lúc này, giá xuất nhập khẩu cung cấp chuẩn mực về chi phí tiêu thụ hay sản xuất sản phẩm để so sánh ngược trở lại với giá cả hình thành trong nước. Đối với công tác hoạch định chính sách giá, để xây dựng và đi đến quyết định một mức giá cụ thể của một loại hàng hóa thì phải xem xét tới rất nhiều yếu tố cả về thị trường trong nước và thị trường ngoài nước. Việc hoạch định chính sách giá sản phẩm chính xác sẽ góp phần thúc đẩy xuất khẩu nông sản bởi vì giá xuất khẩu - giá mà một nước nhận được từ xuất khẩu một hàng hóa - truyền tín hiệu này tới những doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu trong nước thông qua hệ thống thị trường theo đó, chính sách về thị trường, về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu cũng được mở rộng và phát triển theo.

+) *Chính sách đầu tư, tín dụng thương mại tạo điều kiện phát triển sản xuất hàng hóa xuất khẩu*

Theo Ngô Thắng Lợi (2013) đã trình bày những tư tưởng kinh tế của Keynes, sự có mặt của các chủ ngân hàng sẽ kích thích các doanh nghiệp, người đầu tư sản xuất tăng cường quản lý sản xuất, hạ giá thành sản phẩm và tích cực đầu tư. Nhiều nước đang phát triển đã chấp nhận và thực hiện công thức của Keynes. Đối chiếu với lý thuyết kinh tế tân cổ điển, kinh nghiệm của các nước đi trước đã xây dựng một số nền tảng của hệ thống tín dụng nông nghiệp có hiệu quả.

Việc thực hiện hiệu quả chính sách tín dụng với thương mại nói chung và xuất khẩu nông sản nói riêng sẽ góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng xuất khẩu nông sản của quốc gia, và để chính sách này thực hiện hiệu quả cần quan tâm tới các vấn đề sau:

+ Quan tâm đầu tư tín dụng cho công tác nghiên cứu khoa học, đưa giống mới, kỹ thuật cao, khuyến nông, thuỷ lợi, phát triển thị trường và đào tạo chuyên môn cho người sản xuất hàng hóa xuất khẩu;

+ Củng cố kỷ luật tài chính của các doanh nghiệp sản xuất, công - nông nghiệp chế biến xuất khẩu và các ngân hàng để tạo sự lành mạnh về tài chính phục vụ sản xuất hàng hóa xuất khẩu.

+) Chính sách ruộng đất:

Thực hiện hiệu quả chính sách ruộng đất (giao đất cho người dân, quyền sử dụng đất lâu dài, ổn định) sẽ tạo sự yên tâm và tạo ra động lực khuyến khích các hộ sản xuất sản phẩm nông sản nói chung và nông sản xuất khẩu nói riêng thúc đẩy hoạt động sản xuất, việc mở rộng sản xuất của các hộ tạo điều kiện cho việc mở rộng quy mô xuất khẩu nông sản cho quốc gia.

2.3.2. Các quan hệ kinh tế quốc tế

Trong quá trình hội nhập KTQT, các mối quan hệ kinh tế quốc tế có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa nói chung và nông sản nói riêng của một quốc gia. Khi xuất khẩu hàng hóa sang một nước nào đó có nghĩa là hàng hóa đã xâm nhập vào một thị trường khác và nhà xuất khẩu sẽ phải đối mặt với những rào cản như thuế nhập khẩu hay vấn đề về hạn ngạch nhập khẩu. Các rào cản này là chặt chẽ hay nới lỏng phụ thuộc rất nhiều vào quan hệ kinh tế song phương giữa nước xuất khẩu và nước nhập khẩu.

Trong khi đó, với xu hướng toàn cầu hóa nền kinh tế như hiện nay đã tạo điều kiện cho nhiều liên minh kinh tế ở các mức độ khác nhau như ASEAN, APEC, EU,… được hình thành, nhiều hiệp định thương mại song phương, đa phương giữa các nước và các khối kinh tế đã được ký kết với mục tiêu là giảm thuế quan giữa các nước tham gia, giảm giá và thúc đẩy hoạt động thương mại trong khu vực và toàn thế giới ngày càng phát triển. Đây sẽ là tác nhân tích cực hay là rào cản với một quốc gia khi thâm nhập vào thị trường khác hoàn toàn phụ thuộc vào các quan hệ kinh tế quốc tế giữa các quốc gia. Như vậy, với một quốc gia nếu có được những mối quan hệ kinh tế quốc tế mở rộng, bền vững và tốt đẹp sẽ tạo tiền đề thuận lợi cho việc đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu trong nước nhằm tăng KNXK. Song để làm được điều này thì quốc gia đó cần tăng cường tham gia vào các liên minh kinh tế cũng như việc ký kết các hiệp định thương mại song phương hoặc đa phương với các khối và các quốc gia khác.

Tất cả các quốc gia đều nằm trong mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau về kinh tế với các nước trong khu vực, trong bối cảnh đó, chính sách thị trường của mỗi nước không thể đi ngoài xu hướng chung của khu vực. Trong chính sách đối ngoại của mình, định hướng thị trường phù hợp sẽ là hướng ngoại, trước hết là nhằm vào khu vực Châu Á, kết hợp chặt chẽ với hướng nội, nhằm thoả mãn mọi nhu cầu trong nước và xuất khẩu. Đồng thời, giữ những tỷ lệ cơ cấu thích hợp về thị trường quan hệ thương mại với các nước có thế lực kinh tế mạnh như Nhật Bản, Mỹ, EU... để giữ thế cân bằng của nước CHDCND Lào trên thị trường thế giới. Tuy nhiên, việc khai thác các thị trường này chưa được đầy đủ và toàn diện.

Chúng ta biết rằng, chính sách chuyển dịch cơ cấu sản xuất và hàng hóa xuất khẩu phải gắn liền với chính sách chuyển dịch cơ cấu thị trường cho phù hợp với yêu cầu khách quan của nhu cầu thị trường, cũng như để bảo đảm cho sự phát triển sản xuất trong nước đúng với nhu cầu đích thực của thị trường, chứ không phải nằm trong chiến lược gây rối loạn thị trường và sản xuất của những thế lực kinh tế không thân thiện với nước CHDCND Lào về lâu dài.

Về nguyên tắc, nếu đúng là nhu cầu khách quan của thị trường thì việc mở rộng theo bất kỳ hướng nào để tăng kim ngạch xuất khẩu đều là có lợi. Nhưng vấn đề phải nghiên cứu ở chỗ: phải biết được để tránh mở rộng về hướng thị trường có tiềm ẩn những nguy cơ bất lợi cho nước CHDCND Lào về lâu dài và tăng cường về phía những thị trường ổn định và bền vững. Muốn vậy, cần quan tâm tới các cơ chế, chính sách, các hoạt động có liên quan trực tiếp tới xuất khẩu. Trong phần này, tác giả sẽ không đi vào đánh giá những mặt tích cực, hạn chế của các nhân tố thị trường nói chung cũng như việc phân đoạn thị trường cụ thể; mà chỉ tập trung nêu tóm tắt một số yếu tố, vừa thuộc về môi trường vĩ mô, vừa thuộc về chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu và coi đây như là những nhân tố quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp tới việc phát triển thị trường xuất khẩu hàng hóa nói chung, những mặt hàng chủ lực nói riêng.

+ Quan hệ hợp tác thương mại với các nước, các thị trường khu vực và quốc tế phải gắn với xuất khẩu hàng hóa. Để làm được điều này thì cần có sự điều chỉnh hợp lý về chính sách xuất khẩu hàng hóa với chính sách nhập khẩu các loại hàng hóa khác ở cùng một thị trường. Cơ chế hàng đổi hàng có khả năng được phát huy tác dụng trong trường hợp này;

+ Mở rộng cam kết song phương và đa phương cấp Chính phủ về xuất khẩu hàng hóa chính là cơ sở quan trọng, mang tính ổn định lâu dài trong điều kiện hàng hóa xuất khẩu của nước CHDCND Lào có sức cạnh tranh cao, phù hợp với yêu cầu thị trường quốc tế và khu vực. Tuy nhiên, cần lưu ý là các cam kết này đôi khi gắn với những điều kiện nhất định về kinh tế - chính trị - xã hội; do vậy, phải tính toán đầy đủ, toàn diện khi đi đến ký kết để bảo đảm hiệu quả tổng hợp của hoạt động xuất khẩu;

+ Khai thác hình thức hàng trả nợ nước ngoài bằng những mặt hàng chủ lực. Đây là thị trường đã có địa chỉ; do vậy những nỗ lực về cả hai phía sẽ tạo khả năng tăng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước CHDCND Lào. Tuy nhiên, cần tính đến các phương thức trả nợ, nhất là về thủ tục, phương tiện thanh toán;

+ Vai trò của các cơ quan đại diện ngoại giao và thương mại của nước CHDCND Lào ở nước ngoài là hết sức quan trọng trong việc khai thác, mở rộng quan hệ thương mại nói chung, xuất khẩu hàng hóa nói riêng;

+ Công tác thu thập, xử lý thông tin, dự báo về khả năng thị trường trong nước và nước ngoài để cung cấp cho các cơ sở sản xuất, kinh doanh; đặc biệt là phát triển thương mại điện tử trong việc cung cấp các cơ hội thị trường xuất khẩu là hướng đi đúng đắn và hiệu quả nhất hiện nay trong việc phát triển thị trường xuất khẩu;

+ Cùng với sự chủ động của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực xuất khẩu hàng hóa thì việc phát huy vai trò của các Hiệp hội các loại ngành sản phẩm

trong chiến lược thị trường xuất khẩu sẽ giúp cho việc mở rộng thị trường xuất khẩu mặt hàng này.

+ Xúc tiến thương mại trong xuất khẩu hàng hóa: theo đó là hoạt động của doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu hàng hóa tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến tốc độ lưu thông hàng hóa, nhằm thu hút sự quan tâm của người tiêu dùng, tăng thị phần cho hàng hóa qua đó hỗ trợ cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các mặt hàng. Các hoạt động xúc tiến thương mại trong hàng hóa bao gồm:

Hoạt động thu thập và phân tích tất cả các thông tin có liên quan đến các loại hàng hóa của các cơ quan đại diện Chính phủ ở nước ngoài, các cơ quan nghiên cứu tầm cỡ quốc gia, các Trung tâm hỗ trợ kinh doanh và các tổ chức xúc tiến thương mại (TPO) do các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và Nhà nước thành lập.

Xây dựng chiến lược phối hợp quốc gia, chính sách thương mại trong việc tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp kinh doanh hàng hóa xuất khẩu mở rộng thị trường tiêu thụ như chính sách thuế, chương trình tín dụng, hỗ trợ thông tin cho doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu trong việc tìm kiếm khách hàng, khuyến khích và ưu đãi đầu tư ra nước ngoài,…

Hoạt động thu thập, phân tích và xử lý thông tin của các doanh nghiệp kinh doanh hàng hàng hóa xuất khẩu. Trong đó, có liên quan đến các phân đoạn thị trường mục tiêu, mức cầu - tiềm năng thị trường, cạnh tranh, môi trường chính trị, pháp luật, môi trường kinh tế và kinh doanh, môi trường văn hóa xã hội, môi trường kỹ thuật, hệ thống phân phối,…

Lựa chọn chiến lược, kỹ thuật phù hợp với từng loại nông sản để áp dụng vào công tác tiếp thị như quảng cáo, hội chợ, triển lãm, phân phối tài liệu, khuyến mãi,… nhằm tăng thị phần của hàng hóa tại các nước.

+ Môi trường kinh doanh hàng hóa xuất khẩu: môi trường kinh doanh có ảnh hưởng rất lớn đến năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Nói đến môi trường kinh doanh của một nước là phải nói đến hệ thống pháp luật, chính sách chung và chính sách đặc thù của nước đó đối với hàng hóa, trong đó đặc biệt quan tâm đến đánh giá mức độ tăng trưởng GDP, mức lạm phát, tiền tệ và ngân hàng, vận tải và hệ thống thông tin liên lạc, tăng trưởng dân số của nước đó. Sự nhanh chống gia nhập và rút lui dễ dàng khỏi thị trường của doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu hàng hóa là một trong những tiêu chí quan trọng đánh giá sự thông thoáng của môi trường kinh doanh. Các yếu tố xã hội như: an ninh trật tự cũng có ảnh hưởng mạnh đến môi trường kinh doanh. Ngoài ra, các yếu tố về văn hóa, phong tục tập quán,… cũng là những yếu tố không thể thiếu được khi xem xét môi trường kinh doanh của một nước.

Năng lực cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu ra thị trường thế giới không chỉ đơn thuần do doanh nghiệp tạo ra. Để chiếm lĩnh được thị trường thế giới cần có môi trường kinh doanh thông thoáng do Nhà nước tạo ra, hỗ trợ cho doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa. Để tạo ra môi trường kinh doanh, Nhà nước thường sử dụng các luật và chính sách thương mại, thuế, lãi suất, tỷ giá nhằm mục tiêu giảm chi phí sản xuất, sử dụng việc chi ngân sách cho đầu tư nghiên cứu khoa học - công nghệ, đào tạo nguồn nhân lực, xây dựng kết cấu hạ tầng, bằng sử dụng hệ thống pháp luật, chính sách, cơ chế điều chỉnh quan hệ kinh doanh và điều chỉnh việc gia nhập cũng như rút lui khỏi thị trường.

Trong quá trình tự do hóa thương mại, các quốc gia thường sử dụng các công cụ bảo hộ khác nhau để đảm bảo cho hàng hóa của mình có đủ năng lực cạnh tranh không chỉ trong nước mà cả ngoài nước, trong đó chính sách tài chính, tiền tệ có vai trò đặc biệt quan trọng. Các công cụ thường được các nước sử dụng là thuế xuất nhập khẩu hàng hóa, chính sách tỷ giá hối đoái.

2.3.3. Nghiên cứu, triển khai và tăng năng suất trong sản xuất hàng hóa xuất khẩu

Tăng năng suất được coi là nhân tố chủ yếu góp phần tăng trưởng sản xuất nông sản xuất khẩu; nó có ảnh hưởng trực tiếp tới việc nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của nông sản hàng hóa. Tất cả các hoạt động nghiên cứu, triển khai, đào tạo nông dân, xây dựng kết cấu hạ tầng, thực hiện chính sách giá cả, đầu tư, tín dụng đều góp phần vào sự gia tăng năng suất. Khi nói đến việc ứng dụng khoa học - kỹ thuật vào sản xuất nông nghiệp, áp dụng những giống cây trồng mới có năng suất, chất lượng cao đi đôi với công tác khuyến nông, thuỷ lợi, bảo đảm nước tưới tiêu đối với sản xuất nông sản phẩm, cũng như quan tâm đầu tư chiều sâu, đổi mới công nghệ theo hướng hiện đại các thiết bị, dây chuyền chế biến nông sản phẩm sẽ góp phần tăng giá trị sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh của nông sản phẩm, tăng hàm lượng công nghệ trong sản phẩm, từ đó nâng cao giá trị sản phẩm xuất khẩu, đem lại thu nhập cho ngân sách.

Để khoa học và công nghệ đạt được mục tiêu phát triển nông nghiệp với năng suất và chất lượng cao, bền vững thì điều quan trọng là phải đưa trình độ khoa học công nghệ của nhiều ngành đuổi kịp các nước trong khu vực và nâng mức đóng góp của tiến bộ khoa học công nghệ vào giá trị gia tăng của nông nghiệp. Tiếp tục đẩy mạnh và nâng cao chất lượng công tác khuyến nông đến tận cơ sở và hộ nông dân, nhằm giúp nông dân hiểu và áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật để nâng cao năng suất, chất lượng và hạ giá thành sản phẩm nông nghiệp... Trên từng lĩnh vực cụ thể tác động tới chất lượng sức cạnh tranh của nông sản hàng hóa nước ta, cần chú trọng các khâu sau:

+ Về giống: bảo đảm trên 70% giống được dùng trong sản xuất nông sản phẩm xuất khẩu là giống tốt, có chất lượng, khả năng đề kháng cao. Đẩy mạnh việc nghiên cứu lai tạo và ứng dụng giống ưu thế lai. Đầu tư để bảo đảm yêu cầu xây dựng cơ sở vật chất cho công tác nghiên cứu tạo giống mới và sản xuất giống gốc. Giành đủ kinh phí cần thiết để nhập khẩu nguồn gen và giống tiến bộ kỹ thuật phục vụ công tác nghiên cứu, lai tạo giống mới và để nhân nhanh giống tốt phục vụ sản xuất đại trà.

+ Về đầu tư cho hệ thống thuỷ lợi, tưới tiêu: Để làm được những vấn đề trên, điều đáng quan tâm là cần đầu tư thỏa đáng cho công tác nghiên cứu, triển khai, kể cả việc chuyển giao công nghệ từ nước ngoài vào để ứng dụng trong nước. Đi đôi với công việc này thì quá trình đầu tư kết cấu hạ tầng đối với hệ thống thuỷ lợi phải theo hướng vừa đầu tư xây dựng mới, vừa bảo đảm kinh phí duy tu, sửa chữa, bảo dưỡng định kỳ, sửa chữa lớn các công trình thuỷ lợi đã xuống cấp nghiêm trọng...

+ Về bảo quản, chế biến: Nghiên cứu và áp dụng công nghệ hiện đại để bảo quản, sơ chế, chế biến nông sản phẩm nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch, nâng cao giá trị hàng hóa, bảo đảm tiêu chuẩn, chất lượng quốc tế và đa dạng hóa các sản phẩm phục vụ tiêu dùng nội địa và xuất khẩu. Trước mắt cần đẩy nhanh quá trình đổi mới công nghệ đối với các cơ sở sản xuất hiện có và sử dụng công nghệ mới tiên tiến đối với các cơ sở sản xuất xây dựng mới, phù hợp với nhu cầu và thị hiếu của từng thị trường xuất khẩu hàng hóa.

Tuy nhiên, để làm được các công việc trên, cần đào tạo được một đội ngũ cán bộ có đạo đức, tâm huyết nghề nghiệp, sẵn sàng vì nhiệm vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn, phục vụ việc sản xuất ra những nông sản phẩm có yêu cầu chất lượng cao đáp ứng nhu cầu tiêu dựng trong nước và xuất khẩu.

2.3.4. Chính sách phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ phục vụ chế biến nông sản xuất khẩu

Ưu tiên phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ với quy mô hợp lý ở khu vực nông thôn; coi đây là bộ phận quan trọng của chiến lược công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp và nông thôn.

Hiện nay, nước ta có khoảng hơn 70% dân số sống ở nông thôn. Đây là khu vực kinh tế có nhiều tiềm năng để hướng các ngành sản xuất khác vào khai thác thế mạnh của khu vực kinh tế này. Kinh nghiệm nhiều nước đông dân ở Châu Á thì chiến lược phát triển đi từ nông nghiệp và nông thôn là sự lựa chọn khôn ngoan và có hiệu quả bởi một số lý do sau:

+ Tập trung phát triển nông thôn sẽ góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập của nông dân, giảm thiểu nhu cầu di cư vào các thành phố lớn, đô thị;

+ Làm tăng mối liên kết nông thôn-thành thị để cùng phát triển vững chắc;

+ Phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực chế biến, lưu thông phân phối trên cơ sở nguồn nguyên liệu tại chỗ rất phong phú, góp phần nâng cao chất lượng, giá trị nông sản xuất khẩu nói riêng, nông sản hàng hóa nói chung.

Trên cơ sở các chiến lược đề ra, phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ phục vụ chế biến nông sản phẩm xuất khẩu đòi hỏi phải có một khuôn khổ pháp lý tương đối hoàn chỉnh để các loại hình doanh nghiệp này an tâm phát triển. Đồng thời, cần có hệ thống các cơ chế, chính sách, đòn bẩy để khuyến khích các doanh nghiệp vừa và nhỏ nâng cao hiệu quả hoạt động của mình. Theo đó, cần quan tâm tới các chính sách sau:

+ Về tín dụng đầu tư: hỗ trợ lãi suất cho đầu tư trang thiết bị sản xuất hiện đại, công nghệ mới về sản xuất, bảo quản, chế biến nông sản phẩm; hình thành các quỹ đầu tư bỏ vốn vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ phục vụ chế biến nông sản xuất khẩu

+ Về chính sách thuế: miễn hoặc giảm một số loại thuế như thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế tài sản đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong một số năm đầu hoạt động tại các địa bàn vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn...

+ Về chính sách thị trường và cạnh tranh, chính sách xuất nhập khẩu: Hạn chế tình trạng cạnh tranh quá mức giữa các loại hình doanh nghiệp này với các doanh nghiệp có quy mô lớn cùng ngành nghề; yêu cầu các doanh nghiệp quy mô lớn có kế hoạch thầu phụ đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ; tạo sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong thu mua sản phẩm, nguyên liệu phục vụ chế biến; ban hành các cơ chế, chính sách khuyến khích xuất khẩu 100% sản phẩm sản xuất ra; ưu đãi các vùng, lĩnh vực sản xuất nông sản xuất khẩu.

+ Chính sách thông tin công nghệ; chính sách đào tạo nguồn nhân lực: hỗ trợ về thông tin thị trường, tiếp thị; dành một phần vốn ngân sách để đầu tư phát triển các công nghệ liên quan đến tự động hóa hay các máy móc thiết bị có năng suất cao...; đào tạo nâng cao trình độ tay nghề cho người sản xuất; có chính sách hỗ trợ chuyên gia về công nghệ, kỹ thuật nước ngoài giúp đỡ cho doanh nghiệp; đầu tư các trung tâm nghiên cứu giống sản phẩm mới có năng suất, chất lượng cao...

2.3.5. Các nhân tố về giá cả xuất khẩu nông sản

Khi tham gia hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới, hàng hóa của nước CHDCND Lào nói chung và nông sản nói riêng điều chịu tác động mạnh mẽ của yếu tố giá cả, khi mà cùng với việc cắt giảm thuế, đơn giản hóa thủ tục xuất nhập khẩu, thì giá nông sản nhập khẩu vào các nước sẽ hạ. Tuy nhiên, để bảo hộ

người sản xuất trong nước, nên theo cam kết giữa nước CHDCND Lào với các nước thì việc cắt giảm thuế hàng hóa chưa chế biến được các nước xếp vào danh mục nông sản chưa chế biến nhạy cảm và nhạy cảm cao để làm chậm quá trình giảm thuế, chính vì thế hàng nông sản xuất khẩu cũng là thế mạnh của nước CHDCND Lào sang các nước trong khu vực vẫn phải chịu một mức thuế tương đối cao, gây cản trở rất lớn cho nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào xâm nhập vào thị trường khu vực do giá cả nông sản của nước CHDCND Lào sẽ rất cao khi bán vào thị trường nội địa của các nước trong khu vực làm giảm khả năng cạnh tranh của hàng hóa nước CHDCND Lào.

2.3.6. Các nhân tố về khoa học kỹ thuật công nghệ

Sự phát triển mạnh mẽ và ứng dụng rộng khắp của khoa học công nghệ trong sản xuất và đặc biệt là công nghệ thông tin, nhiều ngành khoa học công nghệ tiên tiến mới đã thúc đẩy sự phát triển của các ngành nghề nói chung và các đơn vị kinh doanh các mặt hàng xuất khẩu nói riêng.

Đối với lĩnh vực xuất khẩu, việc sử dụng các yếu tố khoa học kỹ thuật tiên tiến như điện thoại, điện tín, fax, Internet,... sẽ giúp các đơn vị kinh doanh giảm được đáng kể chi phí đi lại và chi phí giao dịch. Sự phát triển của khoa học kỹ thuật cũng được áp dụng đối với các ngành như vận tải, bảo quản hàng hóa, nghiệp vụ ngân hàng,... tác động trực tiếp đến việc thúc đẩy hoạt động xuất khẩu.

2.3.7. Lợi thế cạnh tranh trong xuất khẩu nông sản so với các quốc gia thành viên khác

Lợi thế cạnh tranh được xem xét từ nhiều góc độ khác nhau, phát huy lợi thế cạnh tranh so với các quốc gia thành viên khác là yêu cầu cơ bản của thương mại quốc tế nói chung và của xuất khẩu nông sản nói riêng, lợi thế cạnh tranh trong xuất khẩu nông sản so với các quốc gia thành viên khác bao gồm lợi thế cạnh tranh tự nhiên và lợi thế cạnh tranh tự tạo.

Lợi thế cạnh tranh tự nhiên có từ các nguồn lực sẵn có như đất đai, tài nguyên, khoáng sản, lao động và nguồn vốn, các cơ hội thị trường mở ra cũng có khả năng tạo ra những lợi thế mới.

Lợi thế cạnh tranh tự tạo được hình thành từ chính sách đầu tư của chính phủ và doanh nghiệp thông qua chiến lược, cơ cấu và mức độ cạnh tranh nội bộ ngành. Tuy nhiên, việc xem xét các yếu tố cấu thành nên lợi thế cạnh tranh còn ở dạng đơn giản là lao động và vốn nói chung mà chưa chỉ ra cụ thể cơ cấu của lao động như lao động

phải có tay nghề cao, hàm lượng tri thức lớn đặc biệt là đội ngũ chuyên gia và các doanh nhân giỏi. Bên cạnh đó nguồn vốn đầu tư và công nghệ phải đạt trình độ cao, các loại dịch vụ sản xuất phải đạt trình độ đẳng cấp quốc tế như dịch vụ ngân hàng, tài chính... Cơ sở hạ tầng của sản xuất và thương mại cần đạt đến trình độ cao về giao thông vận tải, viễn thông, thương mại điện tử... để phù hợp với những yêu cầu đặt ra của các giao dịch thương mại quốc tế...

Như vậy, việc các quốc gia có thể tận dụng và phát huy tốt những lợi thế cạnh tranh (tự nhiên và tự tạo) của mình sẽ giúp các quốc gia đó nâng cao được khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế, đồng thời đây là nhân tố có ảnh hưởng rất lớn đến mở rộng thị trường tiêu thụ qua đó góp phần mở rộng quy mô kim ngạch xuất khẩu hàng hóa nói chung và nông sản nói riêng của một quốc gia.

2.4. Kinh nghiệm của một số nước về phát triển xuất khẩu nông sản khi tham gia vào các Cộng đồng kinh tế và một số bài học kinh nghiệm cho Lào

Việc phát triển xuất khẩu nông sản được các nước sản xuất, xuất khẩu nông sản quan tâm rất lớn. Đây là điều kiện để các nước tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu và tăng lợi nhuận thu được. Việc phát triển xuất khẩu nông sản gần như trở thành vấn đề có tính chất chung trong chính sách xuất khẩu nông sản của những nước có truyền thống sản xuất và xuất khẩu nông sản như Thái Lan, Hoa Kỳ, Trung Quốc, Malaysia. Cụ thể dưới đây là kinh nghiệm từ một số nước khi tham gia các Cộng đồng kinh tếnhư sau:

2.4.1. Kinh nghiệm của Thái Lan

a. Đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế hướng vào xuất khẩu nông sản

Thái Lan là một quốc gia nằm trong khu vực Đông Nam Á, vốn là một nước nông nghiệp truyền thống, có diện tích canh tác 19,62 triệu ha, gấp 2,62 lần so với Việt Nam. Trong khi đó dân số theo số điều tra năm 2006 có 65,44 triệu dân (người Thái chiếm 75%, người Hoa chiếm 14%, các dân tộc khác chiếm 11%), bình quân đất canh tác trên đầu người gấp 4 lần so với Việt Nam, hiện nay Thái Lan là một nước công nghiệp phát triển trong khu vực. Bắt đầu từ năm 1960 Thái Lan đã thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội lần thứ nhất và đến nay là kế hoạch lần thứ 10, từ những năm 1970 Thái Lan đã thực hiện chính sách "hướng vào xuất khẩu", trong đó các thị trường ASEAN, Mỹ, Nhật, EC là những thị trường chính của Thái Lan. Sự phát triển vượt bậc đó nhờ vào chính sách đổi mới của Thái Lan, trên quan điểm coi nông nghiệp, nông thôn là xương sống của đất nước, Chính phủ Thái Lan đã chấp nhận những biện pháp đặc biệt để giải quyết tình hình tụt hậu của đất nước, trong kế hoạch 5 năm (1977-

1981), Chính phủ khuyến khích phát triển chiến lược công nghiệp hóa, nông thôn, thực hiện chủ trương đa dạng hóa nền kinh tế hướng vào sản xuất sản phẩm cho xuất khẩu. Do vậy, tiềm năng trong nông nghiệp được khai thác và phát huy triệt để, sản xuất phát triển nhanh chóng, trong một thời gian rất ngắn đến những năm đầu thập kỷ 80, Thái Lan đã là một nước xuất khẩu gạo, sắn, cao su, mía đường thuộc vào những nước hàng đầu thế giới. Cơ cấu kinh tế đã chuyển biến rõ rệt.

GPD nông nghiệp trong cơ cấu kinh tế Thái Lan đã giảm nhanh sau 35 năm giảm từ 28,9% xuống còn 9,3%. Ngành công nghiệp chế biến tăng nhanh từ 14% lên 30,1%, thể hiện rõ sự chuyển biến mạnh mẽ trong cơ cấu và bố trí sản xuất nông nghiệp theo hướng công nghiệp chế biến và xuất khẩu. Hình thành nhiều khu công nghiệp chế biến nông sản được trang bị công nghệ hiện đại. Như vậy, Chính phủ Thái Lan vừa khuyến khích nông dân phát triển sản xuất vừa chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao được giá trị nông sản là hàng hóa có sức cạnh tranh cao trên thị trường thế giới, thị trường được mở rộng. Hiện nay, nông sản xuất khẩu của Thái Lan đã có uy tín và đang được tiêu thụ trên 100 nước khắp các Châu lục trên thế giới. Tính chung trong năm 2007, tổng kim ngạch xuất khẩu của Thái Lan đã đạt được 153 tỷ USD (năm 2007 tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam là 48.5 tỷ USD).

Sự thành công trong chiến lược xuất khẩu nông sản, phải kể đến sự đóng góp to lớn của phát triển công nghiệp chế biến, bảo quản sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, vì thế nông sản Thái Lan có sức cạnh tranh cao và khá ổn định.

b. Tạo cơ chế, chính sách thông thoáng hỗ trợ cho nông nghiệp sản xuất, xuất khẩu nông sản hàng hóa

Ngoài sự hỗ trợ của Nhà nước bằng các biện pháp quản lý vĩ mô, như Chính phủ đã ra chủ trương thực hiện cơ chế thị trường với mọi loại sản phẩm hàng hóa, song vẫn cứ chú trọng đầu tư hỗ trợ cho nông nghiệp như cố gắng ổn định giá vật tư, cho vay vốn ưu đãi lãi suất thấp, ví dụ năm 1990 cho nông dân vay 1,3 tỷ USD để phát triển sản xuất và Chính phủ cho rằng đó là những khoản đầu tư then chốt để chuyển dịch cơ cấu theo định hướng phát triển. Từ những vấn đề trên, cho thấy vai trò của chính sách rất quan trọng đối với việc tạo lập những ngành hàng, sản phẩm mũi nhọn và tăng sức cạnh tranh trên thương trường.

Về sản xuất lúa gạo: Thái Lan là nước có tiềm năng sản xuất lúa tương tự như nước ta, song kim ngạch xuất khẩu gạo của Thái Lan vượt xa so với Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam chỉ bằng 50-60% kim ngạch xuất khẩu gạo của Thái Lan. Một trong những nguyên nhân dẫn tới thành công trong lĩnh vực xuất khẩu gạo của Thái Lan là:

Ngoài yếu tố thuận lợi về thị trường tiêu thụ (thị trường xuất khẩu gạo của Thái Lan là: EU, Đông Âu, và các thị trường có sức mua cao) Thái Lan rất nỗ lực trong việc đầu tư trang thiết bị dây chuyền công nghệ chế biến tiên tiến, đảm bảo điều kiện vận tải, kỹ thuật đóng gói hiện đại và đặc biệt thỏa mãn được các yêu cầu chất lượng theo tiêu chuẩn chất lượng của từng thị trường đặt ra.

Chính phủ Thái Lan còn đưa ra những biện pháp khuyến khích xuất khẩu gạo như: bỏ chế độ hạn ngạch; không thu thuế xuất khẩu, nhà xuất khẩu chỉ phải nộp thuế lợi tức nếu có; tạo tín dụng thuận tiện cho các nhà kinh doanh được vay ngân hàng với lãi suất ưu đãi; khi cần thiết được Chính phủ hỗ trợ việc xuất khẩu, định hướng thị trường chủ yếu, can thiệp để ký những hợp đồng lớn,… Với những chính sách hỗ trợ cần thiết cho các ngành xuất khẩu nông sản, Thái Lan đã nâng cao được khả năng cạnh tranh và vị thế trên thị trường quốc tế.

2.4.2. Kinh nghiệm của Việt Nam

Việt Nam đã có kinh nghiệm trong việc gia tăng kim ngạch xuất khẩu. Giá trị xuất khẩu trong năm 2001 chiếm đến 50% GDP. Ngay cả khi không tính dầu mỏ thì tỷ lệ xuất khẩu so với GDP cũng ở mức gần 40% GDP. Một số kinh nghiệm của Việt Nam mà nước CHDCND Lào cần nghiên cứu học tập như:

- Cơ chế vận hành của thị trường đã khắc phục được tình trạng "ngăn sông, cấm chợ", hình thành thị trường thống nhất, khá ổn định và thông suốt trong cả nước.

- Quản lý nhà nước về thương mại có sự đổi mới từ trung ương đến địa phương. Nhà nước thiết lập và tạo môi trường pháp lý đảm bảo sản xuất, lưu thông hàng hóa nội địa và xuất nhập khẩu; qui định những mặt hàng, dịch vụ cấm kinh doanh, mặt hàng, dịch vụ kinh doanh có điều kiện và hạn chế kinh doanh.

- Nhà nước có chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, chính sách khuyến khích phát triển các HTX, chính sách phát triển thương nghiệp miền núi, hải đảo và vùng đồng bào dân tộc...

- Về thành phần tham gia, từ chỗ chỉ có hai thành phần cơ bản là kinh tế quốc doanh và kinh tế tập thể (năm 1985), đến nay ngoài 2 thành phần trên còn có sự tham gia của thành phần kinh tế ngoài quốc doanh và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đã có sự tham gia của thành phần kinh tế ngoài quốc doanh với tỷ trọng gần 90% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng xã hội.

Doanh nghiệp nhà nước đã từng bước vươn lên, thích ứng với cơ chế mới, hiệu quả kinh doanh được nâng cao, giữ được vai trò nòng cốt ở những mặt hàng trọng yếu, ở những khâu và lĩnh vực then chốt, chi phối 70-75% khâu bán buôn, chiếm 20-21% tổng mức lưu chuyển bán lẻ.

- Từng bước hình thành các kênh lưu thông của một số mặt hàng chủ yếu: với sự tham gia đông đảo của các loại hình thương nhân thuộc các thành phần kinh tế, góp phần thúc đẩy sản xuất phát triển, gắn sản xuất với tiêu thụ, gắn thị trường trong nước với thị trường quốc tế, góp phần đẩy mạnh xuất khẩu và bảo đảm các nhu cầu trong nước. Mạng lưới kinh doanh thương mại, dịch vụ tiếp tục được mở rộng trên cả ba địa bàn: thành thị, nông thôn và miền núi, với sự tham gia của các chủ thể kinh doanh.

- Thương mại trên địa bàn miền núi, hải đảo, vùng đồng bào dẫn tộc phát triển trên nhiều mặt, góp phần tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của các vùng này.

Từ năm 1986 đến nay chính sách ngoại thương của Việt Nam ngày càng được cải thiện theo hướng thông thoáng, giảm rào cản nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế trong nước đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu. Đặc biệt là việc đưa ra qui chế quản lý xuất nhập khẩu theo từng giai đoạn 5 năm đã giúp doanh nghiệp chủ động hoạch định chiến lược kinh doanh của đơn vị trong dài hạn. Luật lệ và các qui định cũng được hoàn chỉnh nhằm tạo hành lang pháp lý cho các doanh nghiệp, đồng thời từng bước thoả mãn với yêu cầu hội nhập.

Việt Nam đã có kinh nghiệm trong việc gia tăng kim ngạch xuất khẩu. Giá trị xuất khẩu trong năm 2001 chiếm đến 50% GDP. Chính phủ Việt Nam xóa bỏ cơ chế ngăn sông cấm chợ, quản lý nhà nước thống nhất từ trung ương đến địa phương, tạo môi trường pháp lý cho nhiều thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại. Chú trọng phát triển nhiều chợ, siêu thị, mở rộng thị trường thế giới. Chính phủ có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, vùng miền núi, hải đảo, dân tộc tham gia thương mại.

Tăng trưởng thương mại của Việt Nam trong thời gian vừa qua được đánh giá là một yếu tố tích cực góp phần tăng trưởng GDP tại Việt Nam. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu/GDP hiện đã vượt quá 100%, thể hiện mức độ liên kết mạnh mẽ của Việt Nam với nền kinh tế thế giới. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam gần 25 năm. Việt Nam đã là thành viên chính thức của Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC), WTO, ASEAN. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế về thương mại của Việt Nam gắn kết chặt chẽ với quá trình đổi mới chính sách TMQT nói chung và chính sách xuất khẩu hàng hóa nói riêng.

Việt Nam huyến khích xuất khẩu bằng cách:

- Sử dụng cơ chế tỉ giá để quản lý xuất khẩu của các doanh nghiệp:

+ Quản lý ngoại hối: Các khoản thu - chi ngoại tệ của doanh nghiệp phải được thông qua hệ thống ngân hàng, từ đó nhà nước sẽ chủ động điều tiết hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp.

+ Phá giá đồng nội tệ: làm gia tăng xuất khẩu do doanh nghiệp có lời do chênh lệch tỉ giá khi nhập khẩu.

- Nhà nước bảo đảm tín dụng xuất khẩu: Nhà nước đứng ra lập Quĩ bảo hiểm xuất khẩu, Quĩ này thực hiện việc gánh vác những tổn thất, chia bớt rủi ro trong kinh doanh với nhà kinh doanh xuất khẩu.

- Nhà nước thực hiện trợ cấp xuất khẩu: nhà nước giành ưu đãi về mặt tài chính cho nhà xuất khẩu thông qua các biện pháp hỗ trợ trực tiếp hoặc gián tiếp.

- Nhà nước thực hiện tín dụng xuất khẩu: Nhà nước của nước xuất khẩu cho nước nhập khẩu vay vốn (lãi suất ưu đãi) để nước vay sử dụng số tiền đó mua hàng của nước cho vay. Nguồn cho vay thường trích từ ngân sách của nhà nước và việc cho vay thường kèm theo những điều kiện kinh tế hoặc chính trị có lợi đối với bên cho vay.

Mục tiêu tổng quát của hoạt động xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2006-2010 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại công văn số 7153/VPCP-QHQT ngày 6-12-2006 của Văn phòng Chính phủ là "Phát triển xuất khẩu với tốc độ tăng trưởng cao và bền vững, làm động lực thúc đẩy tăng trưởng GDP. Đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng xóa lợi thế cạnh tranh, đồng thời tích cực phát triển các mặt hàng khác có tiềm năng phát triển thành những mặt hàng xuất khẩu chủ lực mới, theo hướng nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị tăng cao, tăng sản phẩm chế biến, chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng xuất khẩu thô". Một biệt pháp không thể thiếu của Việt Nam để đẩy mạnh xuất khẩu là hoạt động xúc tiến thương mại, nghiên cứu đặc thù thương mại biên giới, xây dựng chính sách phù hợp, đào tạo nguồn nhân lực và cung cấp thông tin về thương mại. Đồng thời phía doanh nghiệp xác định chiến lược xuất khẩu, xây dựng các dự án chuyên biệt cho từng mặt hàng xuất khẩu, nghiên cứu điều chỉnh cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng phát huy tiềm năng, nâng cao hàm lượng lao động lành nghề và khoa học công nghệ trong đơn vị sản phẩm, giảm dần thị phần nguyên liệu xuất khẩu đang chiếm chủ yếu trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam. Nâng cao năng lực tiến hành các hoạt động marketing, xây dựng mạng lưới thương nhân tiêu thụ hàng xuất khẩu, nắm vững quy định pháp luật, thông tin về thị trường - mặt hàng và chủ động tìm kiếm các đối tác mua hàng trực tiếp.

Việt Nam thành công nhờ vào tăng trưởng xuất khẩu, Việt Nam vừa hướng về xuất khẩu, vừa mở rộng thị trường trong nước để có thể phát triển cân bằng, hiệu quả và bền vững, Việt Nam duy trì khả năng xuất khẩu vì việc xuất khẩu này cũng đóng góp vào kinh tế thế giới. Cụ thể như việc xuất khẩu gạo của Việt Nam vừa là hoạt động xuất

khẩu, mặt khác là giữ vai trò đảm bảo an ninh lương thực của thế giới. Năm 2010, tốc độ tăng trưởng của Việt Nam có thể đạt 6,5%-7%, tổng kim ngạch tăng 9%, với 61,7 tỷ USD, năm 2011 tăng 8% với 66,6 tỷ USD và giai đoạn 2011-2020 sẽ có tốc độ tăng trưởng bình quân 7%-8%/năm. Đời sống người dân có tăng, thu nhập có tăng thì tiêu dùng mới tăng trưởng được. Năm 2015, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sẽ đạt hơn 120 tỷ USD trong vòng 5 năm tới với tốc độ tăng trưởng trung bình 18%/năm.

Về hoàn thiện các chính sách nhằm đẩy mạnh xuất khẩu, Việt Nam thường xuyên rà soát phát hiện tháo gỡ kịp thời những vướng mắc về cơ chế, thủ tục liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa. Đồng thời, Việt Nam còn chuyển hướng xuất khẩu theo cam kết WTO - gia nhập WTO tạo ra nhiều cơ hội mới cho nền kinh tế Việt Nam. Đối với xuất khẩu hàng hóa, thực hiện các cam kết WTO sẽ đặt các nhà sản xuất Việt Nam trước những đòi hỏi phải có những điều chỉnh, thích nghi nếu muốn tận dụng cơ hội một cách thành công nhất.

2.4.3. Kinh nghiệm của Malaysia

a. Chính sách khuyến khích sản xuất xuất khẩu

Malaysia nằm trong vùng Đông Nam Á, có diện tích hơn 330 nghìn km^2, dân số khoảng 25 triệu người. Năm 1970, Chính phủ Malaysia thực hiện chính sách kinh tế mới (1970-1990) với mục tiêu xóa nghèo đói và cơ cấu lại nền kinh tế. Năm 1983, Malaysia đã đưa ra chính sách tự do hóa kinh tế, cải tiến chính sách đầu tư; khuyến khích tư nhân hóa các hoạt động kinh doanh và các công ty quốc doanh. Hiện nay, thu nhập bình quân đầu người của Malaysia là 4.020 USD/năm.

Đối với nông sản, thế mạnh của Malaysia là cao su, nên Chính phủ Malaysia đưa ra những khuyến khích về mặt tài chính đầy sức hấp dẫn, hay những khuyến khích đầu tư, khuyến khích về thuế nhằm hỗ trợ và bảo hộ cho người trồng và chế biến cao su xuất khẩu. Ngoài các chính sách hỗ trợ, Chính phủ còn yêu cầu các đơn vị chức năng thuộc Bộ Nông nghiệp thực hiện các dịch vụ tư vấn cho sản xuất và tiếp thị cho các nhà quản lý.

Các vườn cây cao su được tổ chức theo nhóm có thể được trợ giúp dưới hình thức tín dụng, cung ứng các yếu tố đầu vào và các điều kiện tiếp thị.

Malaysia còn thành lập Hội đồng ngành cây cao su, với mục đích nhằm xúc tiến sự liên kết giữa khu vực nhà nước và tư nhân. Mạng lưới của Hội đồng gồm các đại diện của các Bộ, Cục và các Công ty, Trường đại học và các đơn vị tư nhân có liên quan tới sự phát triển của ngành cao su, tạo nên liên kết có trách nhiệm trong sản xuất-nghiên cứu và xuất khẩu.

Malaysia còn thực hiện những chính sách khuyến khích về tài chính và tiền tệ nhằm phát triển việc trồng trọt, chế biến, xuất khẩu các loại nông sản có lợi thế trên quy mô lớn. Các Công ty tham gia vào việc trồng cây để bán nông sản đều có quyền được hưởng các khuyến khích về thuế (ví dụ: các đơn vị mới tham gia kinh doanh được khuyến khích miễn giảm thuế trong 5 năm kể từ khi bắt đầu thực hiện).

Các dự án nông nghiệp đã được chấp thuận, nghĩa là đã được Bộ Tài chính thông qua, chi phí cơ bản ban đầu cũng được khấu trừ trong trường hợp: khai hoang, trồng mới, xây dựng đường xá, cầu cống ở nông thôn, xây dựng công trình thủy lợi phục vụ tưới tiêu. Các dự án này có quyền được hưởng chính sách thuế đặc biệt. Chính phủ cũng quy định đối với từng loại cây, khoảng thời gian và diện tích tối thiểu được hưởng.

b. Chính sách khuyến khích trợ giúp xuất khẩu nông sản

Để thúc đẩy xuất khẩu, Chính phủ đã đưa ra những khuyến khích trợ giúp xuất khẩu như: trợ giúp phí tổn khi xúc tiến việc xuất khẩu nông sản, trợ giúp các nhà xuất khẩu thâm nhập vào thị trường mới, trợ giúp trong việc xây dựng các kho chứa, bảo quản và tín dụng đổi mới công nghệ. Đối với lĩnh vực chế biến được áp dụng những khuyến khích như: với công ty mới thành lập thì được hưởng sự giảm thuế trong 5 năm đầu, kể từ ngày bắt đầu sản xuất.

Các nhà xuất khẩu các sản phẩm đã chế biến (như các nhà xuất khẩu, các công ty chế biến, các công ty thương mại) được hưởng chính sách khuyến khích như trợ cấp xuất khẩu, cấp tín dụng xuất khẩu, chuẩn bị cho các nhà xuất khẩu các khoản tín dụng với lãi suất có thể giúp cho họ cạnh tranh hữu hiệu hơn trên thị trường quốc tế. Chính phủ cũng miễn giảm thuế nhập khẩu máy móc, thiết bị phục vụ cho công nghiệp chế biến xuất khẩu. Chính những chính sách trợ giúp đó đã tạo cho ngành nông nghiệp và chế biến nông sản phát triển nhanh, để có điều kiện đổi mới công nghệ cũng như tiếp thị mở rộng thị trường.

2.4.4. Bài học rút ra sau nghiên cứu

Học tập kinh nghiệm của các nước trong việc phát triển xuất khẩu nông sản trong điều kiện hội nhập, sự hỗ trợ của chính quyền địa phương cũng như của chính phủ có vai trò vô cùng quan trọng với sự phát triển xuất khẩu nông sản của quốc gia đó, cụ thể, các quốc gia cần có những biện pháp cụ thể nhằm hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu nông sản như sau:

Cần tập trung phát triển xuất khẩu nông sản những mặt hàng mà quốc gia đang có lợi thế cạnh tranh so với các quốc gia trong khu vực nói riêng và các quốc gia trên

thế giới nói chung, nếu không tập trung vào các mặt hàng mũi nhọn sẽ rất khó khăn để các sản phẩm của quốc gia có thể cạnh tranh được với các mặt hàng của các nước khác

Thêm vào đó, cần tạo cơ chế, chính sách thông thoáng nhằm hỗ trợ cho sản xuất nông nghiệp, hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của quốc gia để từ đó, một mặt các đơn vị thực hiện xuất khẩu nông sản của quốc gia có được lợi thế so với các quốc gia khác, bên cạnh đó cũng là một trong những biện pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản trong bản thân quốc gia từ các đơn vị sản xuất nông sản nhỏ nhất.

Cần nâng cao hơn nữa chất lượng sản phẩm sản xuất khẩu, hỗ trợ tối đa cho người sản xuất cả về vốn, lãi suất, và cả khoa học công nghệ, tích cực tìm đầu ra sản phẩm cho hộ/ doanh nghiệp sản xuất nông sản xuất khẩu

Đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng khoa học - công nghệ vào sản xuất nông nghiệp và chế biến nông sản, khi chất lượng sản phẩm tốt sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho tìm kiếm mở rộng thị trường tiêu thụ cho sản phẩm, nâng cao khả năng cạnh tranh sản phẩm của quốc gia.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

Chương 2 tác giả đã thực hiện các nội dung sau:

Tác giả đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về các vấn đề liên quan đến phát triển xuất khẩu nông sản, cụ thể những vấn đề lý luận liên quan đến nông sản và đặc điểm của nông sản, xuất khẩu nông sản và đặc điểm của xuất khẩu nông sản, các hình thức xuất khẩu nông sản cũng đã được tác giả trình bày cụ thể trong chuyên đề.

Bên cạnh đó, tác giả cũng đã trình bày những vấn đề lý luận về phát triển xuất khẩu nông sản như khái niệm phát triển xuất khẩu nông sản, nội dung phát triển xuất khẩu nông sản và các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản

Nghiên cứu cũng đã xây dựng hệ thống chỉ tiêu đánh giá phát triển xuất khẩu nông sản: cụ thể, tác giả đã xây dựng hệ thống chỉ tiêu đánh giá theo chiều rộng và theo chiều sâu về phát triển xuất khẩu nông sản.

Thêm vào đó, nghiên cứu cũng đã trình bày cơ sở thực tiễn về phát triển xuất khẩu nông sản của các nước trong điều kiện hình thành Cộng đồng kinh tế, cụ thể kinh nghiệm của Thái Lan, Malaysia và Việt Nam đã được tác giả phân tích để có thể rút ra bài học kinh nghiệm về phát triển xuất khẩu nông sản cho nước CHDCND Lào.

CHƯƠNG 3
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU NÔNG SẢN Ở NƯỚC CHNCND LÀO TRONG ĐIỀU KIỆN HÌNH THÀNH CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN

3.1. Tiềm năng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào và những ảnh hưởng của AEC

3.1.1. Tiềm năng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

CHDCND Lào có những tiềm năng tương đối rõ ràng để phát triển xuất khẩu nông sản:

Ngành nông nghiệp là một trong những ngành quan trọng và có vai trò rất quan trọng trong sự phát triển kinh tế - xã hội của nước CHDCND Lào. Sản xuất nông nghiệp không chỉ đáp ứng tiêu dung của thị trường trong nước mà còn có khả năng xuất khẩu rất lớn xét trên cả hai khía cạnh: khả năng sản xuất và nhu cầu tiêu dung ở các thị trường nước ngoài. Từ khi CHDCND Lào đã hội nhập quốc tế và khu vực, Nhà nước đã thực hiện mở cửa nền kinh tế bằng chiến lược hướng mạnh về xuất khẩu (XK) trên các nguyên tắc: đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ thương mại quốc tế trên cơ sở tôn trọng chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ, hợp tác bình đẳng và cùng có lợi, phấn đấu vì mục tiêu hoà bình - độc lập - ổn định, hợp tác và phát triển, nông sản của nước CHDCND Lào đã được xuất khẩu sang thị trường nhiều nước trong khu vực và thế giới làm kim ngạch xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào có tốc độ tăng trưởng hàng năm từ 17% trở lên trong thời gian qua.

Về khí hậu, nước CHDCND Lào nằm trong vành đai khí hậu nhiệt đới bắc bán cầu, do vậy khí hậu mang tính chất nhiệt độ gió mùa nóng ẩm là chủ yếu, rất phù hợp với phát triển nông nghiệp. Mặt khác, do lãnh thổ của nước CHDCND Lào kéo dài theo hướng kinh tuyến, có địa hình đa dạng và lại nằm sâu trong lục địa nên khí hậu không thuần nhất từ Bắc đến Nam, từ vùng đồng bằng đến vùng cao nguyên miền núi. Tuy nhiên do khối lượng không khí có độ dày lớn và ảnh hưởng có tính liên tục từ các nước xung quanh, nên nước CHDCND Lào một năm có hai mùa rõ rệt: mùa mưa và mùa khô. Mùa mưa bắt đầu từ tháng năm đến tháng 10 với gió mùa Tây nam nóng ẩm từ Ấn độ dương thổi qua địa phận Thái Lan, mùa khô bắt đầu từ tháng 11 đến tháng 4 năm sau với gió mùa Đông Bắc khô lạnh. Lượng mưa trung bình khoảng 1.600-1.800mm/năm và nhiệt độ trung bình từ 22-42độC.

Về đất đai, nước CHDCND Lào là một nước có đất đai tương đối rộng và phong phú, khí hậu tương đối ẩm, phù hợp với các loại cây công nghiệp. Địa hình ở nước CHDCND Lào có những nét đặc biệt, núi cao tập trung ở miền Bắc và miền Đông, núi thấp dần khi xuống những đồng bằng dọc sông Mê kông. Mạng lưới sông suối của nước CHDCND Lào khá lớn và phân bổ tương đối đồng đều, mang nhiều đặc điểm của sông suối vùng núi, lắm thác, nhiều ghềnh, mặt khác lại là điều kiện thuận lợi quan trọng để xây dựng các công trình thủy điện và thủy lợi.

Nước CHDCND Lào có tiềm năng rất lớn về việc trồng rừng, trồng cây công nghiệp, trồng rừng để làm giấy hoặc để chế biến gỗ hoặc những sản phẩm từ gỗ. Tài nguyên khoáng sản tại nước CHDCND Lào đặc biệt phong phú như các mỏ sắt, than đá,bô xít, đồng, kali, vàng, chì, kẽm thạch anh, thạch cao, đá vôi có quy mô công nghiệp, có một số mỏ quan trọng với quy mô lớn, có thể cho phép phát triển công nghiệp cơ bản như công nghiệp thép, đồng, nhôm, xi măng.

Về dân số, CHDCND Lào có khoảng 7,037,521 triệu người, tính trung bình là 28 người/km2 (năm 2017), khoảng 85% dân số sinh sống ở vùng nông thôn, và 80% lao động làm việc ở ngành nông - lâm nghiệp, đây là một trong những lợi thế của nước CHDCND Lào trong phát triển ngành nông - lâm nghiệp

Thêm vào đó, trong giai đoạn 2006-2016, cơ cấu kinh tế của nước CHDCND Lào có sự chuyển dịch nói chung là theo hướng tích cực: Tỷ trọng của nhóm ngành nông nghiệp giảm dần từ năm 2006 đến năm 2016 với tỷ trọng là từ 30.3% xuống 23.7%. Giảm ít tỷ trọng của nhóm ngành công nghiệp vào các năm 2007, 2008 nhưng đến năm 2009 và 2016 lại tăng dần. Còn ngành dịch vụ nói chung cũng có xu hướng tăng dần, trong khi đó vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng của các nhóm ngành trên. Nhìn chung đây là giữ được sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế tương đối đúng hướng và phù hợp với định hướng phát triển kinh tế của nước CHDCND Lào. Sự chuyển dịch kinh tế là kết quả của việc điều chỉnh cơ cấu đầu tư trực tiếp vào các ngành, các thành phần kinh tế, góp phần năng lực sản xuất đổi mới trang thiết bị, qui trình công nghệ vào các ngành, các thành phần và các khu vực kinh tế.

Bảng 3.1: Cơ cấu kinh tế trong GDP phân theo ba khu vực

Đơn vị: %

Giai đoạn 2006-2016	Tổng số	Chia ra		
		Nông nghiệp	Công nghiệp	Dịch vụ
2006	100,00	30,3	27,9	35,3
2007	100,00	31,2	26,5	35,8
2008	100,00	30,1	25,9	37,4
2009	100,00	29,1	28,1	36,9
2010	100,00	28,8	28,0	37,2
2011	100,00	27,2	30,6	36,4
2012	100,00	24,3	35,0	34,9
2013	100,00	23,5	33,2	37,4
2014	100,00	23,1	32,4	37,9
2015	100,00	22,6	33,1	38,1
2016	100,00	23,7	29,1	39,8

Nguồn: Tổng cục Thống kê của nước CHDCND Lào

Nhận xét chung về cơ cấu kinh tế của nước CHDCND Lào:

Về cơ cấu kinh tế trong GDP của nước CHDCND Lào trong thời gian qua cơ bản là thỏa đáng, tương xứng với các tiềm năng, thế mạnh của nước, trong những năm tới nước CHDCND Lào hoàn toàn có thể đạt được mức tăng trưởng cao hơn nữa nếu khai thác tốt hơn các tiềm năng, thế mạnh và chuẩn bị tốt hơn các điều kiện về vốn, lao động, kết cấu hạ tầng, chính sách…

Cơ cấu tổng sản phẩm trong nước GDP ngành công nghiệp trong cơ cấu kinh tế đã liên tục tăng lên và đóng góp đáng kể vào tăng trưởng của kinh tế trong thời kỳ 2006-2016. Tỷ trọng công nghiệp của nước CHDCND Lào từ thời kỳ năm 2006 đến nay có xu hướng tăng lên một chút, điển hình năm 2006 chiếm 27,9% của GDP, đến năm 2015 chỉ chiếm 33,1% của GDP. Mặc dù đã đạt được tốc độ tăng lên một chút trên 2%/năm. Song quy mô công nghiệp còn rất khiêm tốn, năm 2015 giá trị sản xuất công nghiệp mới chỉ đạt trên hơn 32 triệu tỷ kíp hoặc ngang bằng 4 ngàn triệu USD và đến năm 2016 giảm xuống chỉ còn đạt được 29,1% giảm 3% so với năm 2015.

Tỷ trọng về nông nghiệp có xu hướng giảm từ năm 2006 chiếm 30,3%/GDP giảm xuống 23,7% đến năm 2016

Về ngành dịch vụ thì có xu hướng tăng dần, năm 2006 là 35,3%/GDP và đến năm 2016 vẫn tăng lên liên tục khoảng 39,8% của GDP.

Với những tiềm năng về tự nhiên và xã hội đó, phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào có những kết quả cụ thể như sau:

3.1.1.1. Khả năng sản xuất, chế biến nông sản của nước CHDCND Lào

a. Mặt hàng cà phê

Diện tích trồng cà phê: Cà phê của nước CHDCND Lào chủ yếu được trồng ở vùng cao nguyên Bolaven gồm 3 vùng đất là huyện Pa Xoong - tỉnh Chămpasak, huyện Tha Teng - tỉnh Xêkoong, huyện Lao Ngam - tỉnh Salavan. Diện tích trồng cà phê vùng này chiếm tới 98 - 99% của diện tích sản xuất cả nước

Bảng 3.2: Diện tích trồng cà phê CHDCND Lào

Năm	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Diện tích (1.000 ha)	10	6	8	15	20	20	25	30	74	75	84	85	87
Tỷ lệ tăng, giảm (%)		-0,4	-0,2	0,5	1,0	1,0	1,5	2,0	6,4	6,5	7,4	7,5	7,7

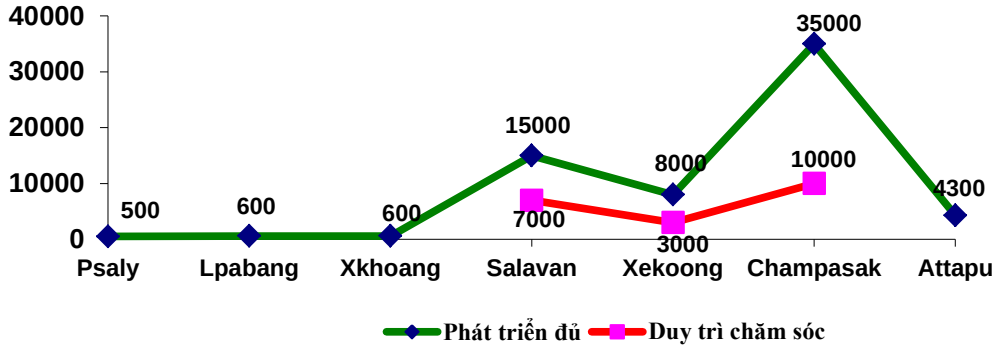
Nguồn: *Bộ Nông Lâm nghiệp nước CHDCND Lào*

Diện tích giảm từ 10-6 ngàn ha năm 2004-2005, cụ thể, năm 2005 diện tích giảm 0,4 lần so với năm 2004 và 2006 giảm 0,2 lần so với 2004, do ngành cà phê thế giới rơi vào giai đoạn khủng hoảng thừa. Giá cà phê giảm đến mức kỷ lục vào 2005, 2006. Điều này đã đẩy người dân trồng cà phê đối mặt với cảnh nghèo, nợ nần, thậm chí có trường hợp phá sản. Người dân bỏ mặc diện tích cà phê không chăm sóc, có nơi chặt bỏ cà phê và thay thế bằng loại cây trồng khác. Trước tình hình rớt giá kỷ lục do sự khủng hoảng thừa này, lãnh đạo ngành cà phê nước CHDCND Lào vẫn chủ trương khuyến khích giữ gìn cây cà phê và mở rộng diện tích gieo trồng.

Năm 2007, giá cà phê đã được khôi phục và đạt ở mức cao nhất và được sự giúp đỡ của các tổ chức quốc tế, ngành cà phê của nước CHDCND Lào đã khôi phục phát triển, năm 2007 diện tích tăng lên 0,5 lần so với 2004, bằng 15 ngàn ha, năm 2014 tăng lên tới 84 ngàn ha và 2016 tăng lên 7,7 lần bằng 87 ngàn ha.

CHDCND Lào trồng hai loại cà phê chính là cà phê vối (cà phê Robusta) và cà phê chè (cà phê Arabica), Năng suất thu hoạch cà phê bình quân dao động khoảng 1,5-2,5 tấn/ha, chủ yếu là cà phê vối, với 90% sản lượng và tỷ lệ xuất khẩu lên đến 97%

Đơn vị: ha



Hình 3.1: Diện tích trồng cà phê của CHDCND Lào năm 2015

Nguồn: Bộ Nông Lâm nghiệp nước CHDCND Lào

Theo sơ đồ ta thấy vùng Cao bằng BolyVen thuộc ba tỉnh như: Tỉnh Chăm Pa Sak, Sa La Văn và Xê Kong có diện tích trồng nhiều nhất chiếm 98-99% của diện tích cả nước.

Dưới đây là là một số chỉ tiêu so sánh hai loại giống cà phê Robusta) và cà phê chè (Arabica)

Bảng 3.3: Một số chỉ tiêu so sánh giống cà phê Robusta và cà phê Arabica

Chỉ tiêu	Giống cà phê Arabica	Giống cà phê Robusta
- Mật độ cây trồng	- 6667 cây/ha	-1333 cây/ha
- Năng suất	- 20 tấn/ha	- 5-14 tấn/ha
- Khả năng kháng bệnh	- Rất tốt	- Bình thường
- Giá trị xuất khẩu cho 1 tấn	- Gấp 1,5 lần Robusta	- Bằng 2/3 giá trị Arabica
- Yêu cầu thâm canh	- Bình thường như đúng kỹ thuật	- Cao
- Yêu cầu tưới nước	- Ít, chống hạn tốt	- Nhiều, không có khả năng chống hạn
- Yêu cầu phân bón	- Bón ít nhưng rải đều	- Nhiều định kỳ

Nguồn: Bộ Nông lâm nghiệp nước CHDCND Lào 2015

Chế biến và bảo quản cà phê: Ở nước CHDCND Lào chủ yếu chế biến cà phê nhân theo 2 phương pháp khô (đối với cà phê Robusta) và ướt (đối với cà phê Arabia). Theo ước tính, khả năng chế biến công nghiệp đáp ứng được từ 18.000 tấn đến 20.000 tấn cà phê xuất khẩu, còn lại là các cơ sở chế biến lẻ, nông dân tự chế biến bằng các phương pháp thủ công. Hiện nay ở nước CHDCND Lào, khâu phơi sấy và bảo quản cà

phê chưa được quan tâm đúng mức. Một mặt, là do không đủ cơ sở vật chất, kho bãi để lưu trữ cà phê, mặt khác, quan trọng hơn là do thói quen. Thực tế, cà phê sau khi hái về bị ủ đóng, khi phơi lại phơi tầng dày và được bảo quản khi độ ẩm còn cao hơn mức cho phép (cao hơn 14%) (độ ẩm cà phê tối đa có thể chấp nhận được là 13%, độ ẩm đạt 12% là tốt cho việc bảo quản). Chính hạn chế trong khâu bảo quản đã làm giảm chất lượng cà phê, dễ phát sinh nấm, mốc, tỷ lệ hạt ngả màu, hạt đen cao,…

b. Mặt hàng rau quả

Cao nguyên Bolaven nằm về phía nam của nước CHDCND Lào, có khí hậu ôn đới và điều kiện đất đai tốt, rất phù hợp với trồng và sản xuất các loại rau quả như: bắp cải, cải thảo, khoai tây, khoai lang, gừng, susu, cà rốt... Thời gian qua phần lớn là trồng cà phê, rau quả và chè. Riêng rau quả được ưu tiên sản xuất đứng thứ hai sau cà phê. Đặc biệt khu vực Pacxong, tỉnh Chămpasak có diện tích đất sản xuất khoảng 392.710 ha, chiếm 60% của diện tích cao nguyên Bolaven. Nôngdân sản xuất rau quả để tiêu thụ trong nước và xuất khẩu sang Thái Lan.

Sản xuất rau quả của nước CHDCND Lào vẫn còn tiến hành rải rác, sản xuất chưa nhiều loại sản phẩm, việc tổ chức nhóm sản xuất còn hạn chế, cơ chế quản lý điều hành sản xuất chưa mạnh dạn và chưa có hệ thống kết nối với nhau.

Do đặc điểm khí hậu, trồng và sản xuất rau quả lớn chủ yếu tiến hành trong mùa mưa, trong khi mùa khô rất khó khăn vì chưa có dự án thủy lợi nào để phục vụ cho sản xuất. Vì vậy hiệu quả sản xuất sản phẩm không đáp ứng được sự cần thiết của thị trường, mùa mưa mặt hàng nhiều giá cả thấp ngược lại mùa khô mặt hàng không đủ mức tiêu thụ của người tiêu dùng. Trong sản xuất phần lớn hạt giống chủ yếu nhập khẩu từ nước ngoài, chủ yếu từ Thái Lan và Việt Nam. Người nông vấn có thói quen sự dùng phân bón hóa học để chăm sóc và bảo vệ thực vật. Việc đào tạo công nghệ kỹ thuật sản xuất cho người nông dân chưa đáp ứng được theo nhu cầu, công tác đầu tư cho hệ thống sản xuất rau quả còn hạn chế.

Theo thống kê, năm 2010 tổng diện tích trồng rau quả đạt 27.031 ha, sản lượng đạt 262.426 tấn. Đến 2014 diện tích trồng lại tăng lên 36.748 ha, sản lượng sản xuất đạt 535.361 tấn và năm 2015 sản lượng sản xuất đạt 37.862 ha, sản lượng sản xuất đạt 648.260 tấn. Điện tích tăng 1,3 lần và sản lượng tăng 2,4 lần so với năm 2010.

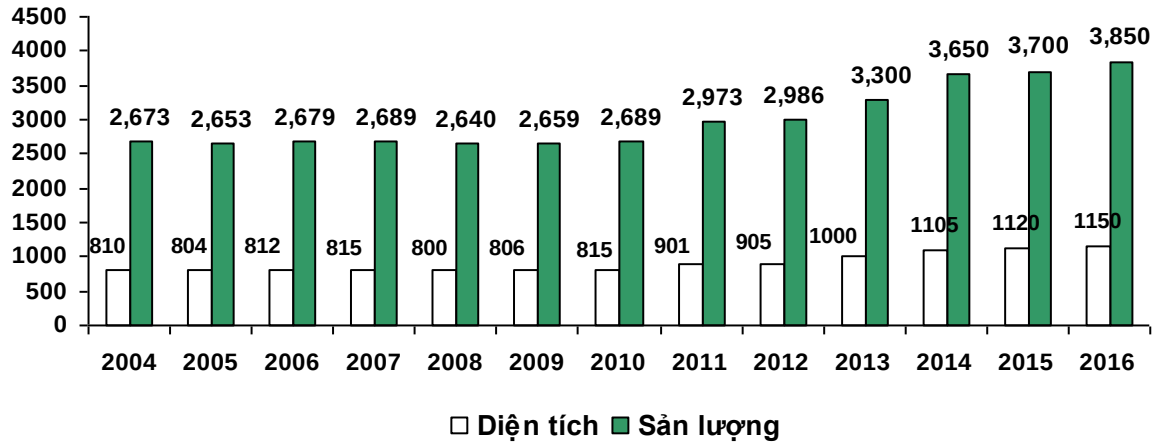
c. Mặt hàng gạo

CHDCND Lào nằm trong khu vực có khí hậu nhiệt đới ẩm, nắng nhiều và mưa nhiều với các khu vực đồng bằng châu thổ rộng lớn. Với lượng dân số tập trung ở nông thôn khá cao đến 80% dân số, thuận lợi cho phát triển gạo nước. Nhưng đồng

thời với những thuận lợi là các khó khăn như bão lũ lụt, hạn hán, hay các biến động bất thường của thời tiết luôn đe dọa tới hoạt động sản xuất.

Gạo đóng vai trò quan trọng trong 3 mặt hàng nông sản chủ lực của CHDCND Lào về các mặt an ninh lương thực, thu nhập, tạo công ăn việc làm cho khu vực nông thôn và doanh thu XK. Hiện nay gạo là một nhóm hàng phục vụ chủ yếu cho thị trường nội địa, chỉ có 30% tổng sản lượng được XK trong năm 2012 và năm 2016 sản lượng sản xuất được đạt 3,85 triệu tấn/ năm, tăng 5% so với năm 2014. Về diện tích sản xuất gạo tăng dần mỗi năm.

Đơn vị: 1000 tấn/ ha



Hình 3.2: Diện tích sản xuất và sản lượng gạo CHDCND Lào

Nguồn: Bộ Nông lâm nghiệp nước CHDCND Lào

Hiện nay mặt hàng gạo được coi là nông sản chủ lực của CHDCND Lào, do đó sản xuất gạo rất được chú trọng từ Chính phủ nước CHDCND Lào trong cả về tiềm năng sản xuất và diện tích sản xuất bằng các biện pháp, như thâm canh, xen canh, gối vụ hay áp dụng các biện pháp khoa học trong khâu gieo trồng, chăm sóc, thu hoạch và tạo giống chất lượng tốt.

CHDCND Lào có thể sản xuất gạo với sản lượng đủ cho tiêu dùng nội địa và đảm bảo lương thực cho cả nước từ năm 2000, khu vực miền Bắc của nước CHDCND Lào sản xuất gạo nếp thơm ngon (gạo thơm Nang Nuôn, gạo thơm Xa Nghiêm) là loại giống truyền thống hạt lớn và dài. gạo Kay Noi là loại mặt hàng có giá trị tốt được người tiêu dùng yêu thích, tiêu thụ được giá cả tốt trong khu vực miền Bắc và Trung. Ngoài ra, còn có các loại giống tốt như: gạo tẻ của nước CHDCND Lào Xung, An noi và gạo tẻ Đeng, gạo Thađorkham 8 chất lượng sản xuất cao, Thadorkham 49 và Viêng

Chăn 450-1 được Hiệp hội nhà máy chế biến gạo và nhà kinh doanh của nước CHDCND Lào trong khu vực miền Nam và Trung đưa giống này vào sản xuất để phân phối tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

3.1.1.2. Khả năng cạnh tranh của nước CHDCND Lào trong phát triển xuất khẩu nông sản

Trong những năm vừa qua, CHDCND Lào đã tiến hành phát triển kinh tế-xã hội về mọi mặt. Do vậy, có thể thấy việc tham gia AEC, thương mại tự do với các nước đối tác đàm phán, mở cửa dịch vụ ASEAN và khu vực đầu tư ASEAN… đã góp một phần quan trọng trong việc tăng cường sự phát triển của trao đổi thương mại, trong đó có sự phát triển mạnh mẽ của xuất khẩu nông sản - những mặt hàng nước CHDCND Lào có thế mạnh và lợi thế cạnh tranh, từ đó góp phần phát triển kinh tế-xã hội của nước CHDCND Lào.

Việc tham gia vào Cộng đồng kinh tế ASEAN đã mang lại khả năng cạnh tranh cho nước CHDCND Lào trong phát triển xuất khẩu nông sản, cụ thể:

CHDCND Lào sẽ đạt được nhiều lợi ích về kinh tế khi tham gia AEC. Trong khuôn khổ hợp tác ASEAN, CHDCND Lào chủ yếu tham gia vào FTA, đầu tư ASEAN, mở rộng dịch vụ ASEAN và FTA với đối tác đàm phán như: Thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc, Thương mại tự do ASEAN - Nhật Bản, Thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc, Thương mại tự do ASEAN - Úc - Newzealand và Thương mại tự do ASEAN - Ấn Độ. Nước CHDCND Lào có thể cạnh tranh được về mặt kinh tế, thương mại, đầu tư, du lịch, những dự án từ các nước thành viên ASEAN cũng như sự hỗ trợ từ các nước đàm phán để phát triển CHDCND Lào. Những điều kiện đó đã góp phần rất lớn và quan trọng trong việc tăng cường sự sản xuất sản phẩm, sự đầu tư, thu hút khách du lịch vào CHDCND Lào… việc tham gia FTA, đầu tư ASEAN, mở rộng dịch vụ ASEAN và lĩnh vực kinh tế ASEAN với một số đối tác đàm phán đã nói ở bên trên là tạo cơ hội để phát triển thị trường xuất khẩu và được ưu tiên thương mại cả hai bên và nhiều bên. Đồng thời, cũng thu hút sự đầu tư bên trong và sự đầu tư từ nước ngoài đã góp phần tăng cường khối lượng thương mại, giá trị đầu tư bên trong và bên ngoài cộng số lượng của khách du lịch… càng ngày càng tăng thêm và phát triển từng bước.

Về sản xuất gạo trong 5 năm là 2,9 triệu tấn/năm, tổng số thóc với trên đầu người là 470kg/người/năm và có thể đáp ứng cho xã hội trong cấp cơ sở. Ngoài hệ thống sản xuất gạo, còn có thể thúc đẩy tiềm năng nông nghiệp… là sản xuất thành hàng hóa nhiều loại theo tiềm năng của các địa phương như: Sản xuất ngô tăng thêm rất nhiều và có thể đáp ứng sự cần thiết của nhà máy sản xuất bột sắn, sản xuất mía

đường tới 703,000 tấn là tăng thêm 3 lần so với năm 2005 và có thể đáp ứng cho nhà máy sản xuất đường ăn trong nước, sản xuất cà phê là đạt tới 45.194 tấn. Còn việc sản xuất các loại rau và rau sạch hoàn toàn có thể đáp ứng thị trường trong nước và có thể xuất khẩu ra nước ngoài với số lượng thấp. Đồng thời, có thể chú trọng vào việc phát triển công nghiệp chế biến sản phẩm nông nghiệp, thúc đẩy việc trồng cây công nghiệp nhất là cây cao su, cây bạch đàn.

Những lợi thế trong sản xuất nông sản trong bối cảnh gia nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN có thể tạo nền tảng thuận lợi giúp nước CHDCND Lào có những lợi thế nhất định trong phát triển xuất khẩu nông sản dựa trên tiềm năng sẵn có của địa phương.

Thêm vào đó, cơ sở hạ tầng kinh tế của nước CHDCND Lào cũng đã được củng cố và phát triển như: Về mặt giao thông - vận tải, viễn thông, hệ thống thủy lợi, sân bay, tàu hỏa… những lĩnh vực này đã trở thành tiềm năng hỗ trợ trực tiếp và gián tiếp đối với sự phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN

Sự kết hợp kinh tế giữa CHDCND Lào với các nước láng giềng vàcác tổ chức quốc tế càng ngày càng phát triển. CHDCND Lào đã tham gia tích cực và thành công tốt đẹp trong hợp tác kinh tế ASEAN và các đối tác đàm phán, mức độ của CHDCND Lào kết hợp với quốc tế 83% so với năm 2005 là tăng thêm 1 lần so với năm trước. Điều này đã mở ra những cơ hội hợp tác xuất khẩu mới cho các doanh nghiệp cũng như nước CHDCND Lào trong xuất khẩu nông sản nói riêng và các mặt hàng khác nói chung.

Sự tham gia AEC đã tạo cơ hội về mở rộng phát triển xuất khẩu nông sản khi:

- Mở rộng thị trường với hơn 6 triệu người trở thành hơn 600 triệu người và hơn 3.360 triệu người bởi vì ASEAN có lĩnh vực thương mại với Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn độ, Úc và Newzealand.

- Thu hút được sự quan tâm từ bên ngoài là tạo điều kiện cho cấu trúc phát triển phát triển xuất khẩu nông sản

- Đối với bộ phận kinh tế, những nhà kinh doanh phải tự củng cố và phát triển khả năng của mình để có thể cạnh tranh và hợp tác kinh tế với quốc tế.

- Người tiêu dùng có thể lựa chọn những sản phẩm trong thị trường có nhiều loại, có chất lượng và giá trị phù hợp.

3.1.2. Sự tham gia của nước CHDCND Lào vào AEC

Trong Hội nghị Quốc hội lần thứ VII của nước CHDCND Lào đã hoàn thành kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của giai đoạn 6 tháng đầu năm 2012-2013, và kế hoạch 6 tháng cuối năm 2012-2013. Trong đó, cũng chuẩn bị kế hoạch cho năm 2013-2014 chủ yếu là việc thu thập thuế đất, đơn vị kinh doanh, thuế xuất khẩu và nhập khẩu các loại hàng hóa, đánh giá và kiểm điểm những kế hoạch chưa làm được tốt và tìm ra cách thức để củng cố và phát triển trong tương lai.

Trong kỳ họp Quốc hội lần thứ VII đã thông qua báo cáo về việc chuẩn bị tham gia vào AEC và nước CHDCND Lào tham gia vào AEC tháng 12 năm 2015, trong đó nêu ra sự quan trọng khi tham gia AEC của nước CHDCNH Lào để tăng cường hoạt động chính trị - ngoại giao, xây dựng môi trường thuận lợi để thu hút đầu tư từ bên ngoài góp phần làm tăng nội lực trong việc xây dựng và phát triển đất nước trong tương lai.

Kể từ khi CHDCND Lào đệ đơn gia nhập Tổ chức Thương mại quốc tế, có thể thấy mức độ phát triển kinh tế của CHDCND Lào ổn định với mức độ 7-8%/năm trong 15 năm vừa qua. Trong sự phát triển đó có một phần đóng góp rất quan trọng của Chính phủ, nhất là trong việc quản lý thương mại, góp phần trực tiếp vào phát triển kinh tế - xã hội.

Dựa vào chức năng và nhiệm vụ của từng Bộ ban ngành liên quan của nước CHDCND Lào trong lộ trình gia nhập AEC, Chính phủ nước CHDCND Lào đã nghiên cứu và đưa ra các quyết định phân công cho các Bộ liên quan phải tổ chức thực hiện theo các chương trình như sau:

*) Bộ Công thương

Kiểm tra lại những điều chưa phù hợp với thương mại trong nước hoặc chưa hợp với kinh tế quốc tế hiện nay để củng cố hoặc xóa bỏ.

Nghiên cứu những quy định thực hiện của những thành viên ASEAN có cái nào chưa phù hợp với Hiệp định hợp tác với ASEAN, thách thức đối với việc xuất khẩu của nước CHDCND Lào như: Việc quy định hạn ngạch (quota), việc ra quy định cấp phép nhập khẩu, quy định thời gian nhập khẩu, vệ sinh thực vật và động vật.

Tự xây dựng quy chế để đảm bảo tổ chức thực hiện chứng minh nguồn xuất xứ hàng hóa của các doanh nghiệp đã được cấp phép từ cơ quan Chính phủ nước CHDCND Lào.

Tiếp tục nghiên cứu để củng cố quy định nguồn xuất xứ hàng hóa trong mọi lĩnh vực Hiệp định thương mại, cho phép những bộ phận kinh doanh có thể tăng cường sản xuất để xuất khẩu.

Kết hợp chặt chẽ với những bộ phận kinh doanh và phải thực hiện liên tục để nắm được những thuận lợi và khó khăn trong việc thực hiện kinh doanh của tất cả bộ phận kinh doanh. Đồng thời, phải đưa ra những kiến nghị và giải pháp khắc phục kịp thời.

Tiếp tục khẩn trương nghiên cứu luật và chính sách cạnh tranh.

Tiếp tục nghiên cứu năng lực của doanh nghiệp nhỏ và vừa để có thể tiến vào thị trường trong khu vực và quốc tế.

Tiếp tục xây dựng những bộ phận kinh doanh nhỏ và vừa, tăng cường đầu tư nguồn vốn dành cho kinh doanh nhỏ và vừa, và những kỹ thuật thông tin.

*) Bộ Ngoại giao

Khuyến nghị cho các Bộ và ban ngành liên quan xây dựng dự án để xin cấp vốn với những điều kiện ban đầu để hội nhập ASEAN.

*) Bộ Tài chính

Củng cố luật về thuế giá trị giá tăng.

Cấp bách củng cố hệ thống bảo đảm thống kê thương mại cho sẵn sàng và kịp thời.

Tiếp tục làm chủ trung tâm về việc kết hợp công tác "xuất trình dữ liệu một cửa" Quốc gia hoàn thành sớm và có thể liên kết với hệ thống của ASEAN.

Tiếp tục củng cố các quy định,kết hợp với bộ Tài chính - ngân hàng để có được môi trường thuận lợi cho các nhà đầu tư khi nước CHDCND Lào tham gia vào AEC.

Tiếp tục phát triển năng lực của cán bộ, nhân viên của doanh nghiệp cũng như Chính phủ để làm cho họ hiểu biết và nắm được công tác khi mở cửa hội nhập với ASEAN.

Tiếp tục tổ chức thực hiện Hiệp định tránh thu các loại thuế phức tạp hai bên với 7 các nước thành viên ASEAN.

Xây dựng Hiệp định về tránh thu thuế phức tạp với nước Cambodia và Philippine và những đối tác đàm phán khác.

Xây dựng việc quản lý bộ phận bảo hiểm.

Xây dựng việc bảo hiểm để làm cho nó trở thành một việc đáp ứng cho những công việc phát triển.

Khẩn trương tổ chức thực hiện dự án đã bảo đảm nguồn quỹ phát triển cơsở hạ tầng.

Góp phần tạo điều kiện cho nghề kế toán và kiểm toán viên hoạt động để đảm bảo chất lượng công việc dịch vụ kế toán và kiểm toán.

*) Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Tiếp tục nghiên cứu và kết hợp với những bộ phận liên quan về quy luật để bảo đảm cuộc mở cửa thương mại về mặt dịch vụ trong Package thứ 9 và Package thứ 10 để hoàn thành trong năm 2015.

Cấp bách kiểm tra lại những cơ chế và quy định của những bộ phận liên quan để bảo đảm việc tổ chức thực hiện tự do thương mại trong mặt dịch vụ cho Package thứ 9 và Package thứ 10.

Đã hoàn thành củng cố luật đầu tư.

Tiếp tục xây dựng kế hoạch chiến lược khuyến khích việc đầu tư quốc gia và kế hoạch kêu gọi đầu tư (Investment Calling List) sớm hoàn thành.

Tăng cường quảng cáo và làm PR trong việc triển khai khuyến khích đầu tư ở trong và ngoài nước.

*) Bộ Nông Lâm nghiệp

Tăng cường sự chú ý trong việc củng cố công việc bảo vệ và hạn chế thực vật, bảo vệ sức khỏe của con người, thực vật - động vật và sinh thái trên cơ sở thực hiện theo tiêu chuẩn quốc tế.

Củng cố và xây dựng hệ thống giám sát bệnh của động vật, báo cáo sự bùng phát của bệnh cho đúng, chính xác, nhanh chóng, kịp thời bảo đảm an toàn và ngừng bệnh đó.

Quy định hàng hóa nông nghiệp, những tiềm năng xuất khẩu để khuyến nghị sản xuất hàng hóa.

Xây dựng tiêu chuẩn về vệ sinh thực vật và động vật để tiện cho sản xuất nông nghiệp, lương thực cho đủ tiềm năng thương mại hoàn thành vào năm 2015.

*) Bộ Giao thông và Vận tải

Củng cố những đường lộ Quốc gia đã được chọn làm đường lộ kết nối ASEAN cho được tiêu chuẩn ASEAN.

Nghiên cứu xây dựng Cộng đồng kinh doanh vận tải.

Tiếp tục củng cố sân bay đã được quyết định làm sân bay ASEAN để bảo đảm dịch vụ vận tải hàng không.

Tiếp tục củng cố đường sắt để kết nối với hệ thống đường sắt Singapore-Kunming (SKRL).

Nghiên cứu xây dựng kho khô (Dry Port) để làm trung tâm và tạo thuận lợi cho tiến trình vận tải hàng hóa.

Củng cố và xây dựng điều luật liên quan đến khung hiệp định và hiệp định phụ của ASEAN.

*) Bộ Thông tin - Văn hóa và Du lịch

Xây dựng điều luật và quy định quản lý du lịch.

Triển khai những điều luật về du lịch Quốc gia.

Vào năm 2015, xây dựng Học viện du lịch có thể đáp ứng chương trình giáo dục trong giai đoạn dài và ngắn, có thể kết hợp với quốc tế.

Vào năm 2020 tập huấn và nâng cao kiến thức nghề nghiệp cho 3.000 cán bộ trong bộ phận du lịch.

Hoàn thành việc xây dựng những điều kiện thuận lợi cho 200 khu vực du lịch.

*) Ngân hàng Quốc gia nước CHDCND Lào

Củng cố quy định gắn với thị trường nguồn vốn.

Xây dựng kế hoạch phát triển thị trường nguồn vốn trong giai đoạn lâu dài.

Tiếp tục triển khai chính sách tham gia vào thị trường chứng khoán.

Hoàn thành xây dựng Ban giám sát nội bộ của quỹ đầu tư.

*) Bộ Lao động và Phúc lợi xã hội

Củng cố, triển khai và xây dựng trung tâm phát triển để tập luyện và xây dựng người lao động có năng lực gắn với định hướng phát triển kinh tế - xã hội trong từng giai đoạn để bước vào công nghiệp hóa, hiện đại hóa và tạo khả năng bảo đảm đầu tư trong nước và ngoài nước.

Xây dựng hệ thống bảo hiểm càng ngày càng đúng tiêu chuẩn của ASEAN.

Xây dựng quy định và luật quản lý lao động từ nước ngoài.

*) Hội nghị Thương mại và Công nghiệp Quốc gia nước CHDCND Lào

Nâng cao vai trò kết hợp trên mọi mặt giữa Chính phủ và bộ phận kinh doanh.

Triển khai nội dung AEC cho những bộ phận kinh doanh hiểu và nắm được để có thể tổ chức thực hiện và mang lại những lợi ích cho nước CHDCND Lào.

Củng cố cho những bộ phận kinh doanh mạnh mẽ và có thể cạnh tranh được

3.1.3. Những ảnh hưởng của AEC đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

3.1.3.1. Những ảnh hưởng tích cực

a. Thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu nông sản

Tham gia vào AEC sẽ giúp nước CHDCND Lào tăng thêm khối lượng trao đổi thương mại với các nước trong khu vực làm tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông

sản của nước CHDCND Lào. Một trong những trủ cột trong kế hoạch tổng thể xay dựng AEC là hình thành thị trường chung và cơ sở sản xuất thống nhất. Mục tiêu đưa ASEAN thúc đẩy mạnh bao gồm 5 yếu tố cơ bản như: (i) Tự do lưu chuyển hàng hóa; (ii) tự do lưu chuyển dịch vụ; (iii) Tự do lưu chuyển đầu tư; (iv) tự do lưu chuyển vốn; (v) tự do lưu chuyển lao động có kỹ năng. Năm yếu tố này sẽ là những động lực chính thúc đẩy sự tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của nước CHDCND Lào với các nước ASEAN cũng như với đối tác của ASEAN.

Về mặt lý thuyết, khối lượng thương mại giữa hai quốc gia/khu vực tỷ lệ thuận với GDP của hai quốc gia, tỷ lệ nghịch với khoảng cách giữa hai quốc gia/khu vực đó. Như vậy, các nước ASEAN có vị trí địa lý gần nhau nên khối lượng thương mại trao đổi với nhau càng lớn và AEC hình thành sẽ đáp ứng được yêu cầu tất yếu đó.

Trên thực tế, giai đoạn 2003-2016, đối tác thương mại quan trọng hàng đầu của nước CHDCND Lào là các Nước ASEAN đang là động lực giúp nền kinh tế nước CHDCND Lào duy trì tốc độ tăng trường và xuất khẩu ổn định nhiều hàng hóa chủ yếu là mặt hàng nông sản chủ lực của nước CHDCND Lào. Bên cạnh đó, nước CHDCND Lào có lợi thế và vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên,... đã thúc đẩy ngày một phát triển và năng động hơn. Từ 2003-2006, kim ngạch xuất khẩu NSCL của nước CHDCND Lào vào 3 thị trường Châu Á, EU và Mỹ (năm 2016) đạt 99,86 triệu USD trong đó, kim ngạch xuất khẩu NSCL của nước CHDCND Lào xuất sang các nước ASEAN là 73,06 triệu USD.

Việc hình thành AEC cũng làm cho thương mại hóa trong khu vực cũng như mở rộng thương mại với các nước khác có thêm nhiều thuận lợi, làm tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa và khối lượng thương mại của nước CHDCND Lào với các nước ASEAN. Bởi những mục tiêu chính của kế hoạch tổng thể xây dựng AEC là thành thị trường chung và cơ sở sản xuất thống nhất.

b. Gia tăng năng lực cạnh tranh cho nông sản xuất khẩu

Tham gia AEC sẽ làm gia tăng năng lực cạnh tranh cho nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào. Khi AEC hình thành, các doanh nghiệp của nước CHDCND Lào có cơ hội mở rộng thị trường, doanh nghiệp của nước CHDCND Lào không chỉ hướng đến thị trường nội địa mà hướng ra thị trường chung tiềm năng, thị trường mà ASEAN có FTA như các quốc gia vùng Đông. Hơn nữa, khi thuế suất trong ASEAN giảm xuống còn mức 0%, các doanh nghiệp của nước CHDCND Lào có điều kiện giảm chi phí, hạ giá thành xuất khẩu, tăng năng lực cạnh tranh.

Bên cạnh đó, theo quy định của ASEAN, các sản phẩm sản xuất có tỷ lệ nội khối 40% được xem là sản phẩm vùng ASEAN, sẽ được hưởng các ưu đãi khi xuất khẩu các thị trường trong khu vực ASEAN đã có FTA. Gia nhập AEC là cơ hội lớn để nước CHDCND Lào tận dụng những ưu đãi nhằm gia tăng năng lực cạnh tranh cho hàng hóa xuất khẩu nói chung và nông sản xuất khâu của nước CHDCND Lào nói riêng sang thị trường khu vực.

c. Gia tăng cơ hội tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu

Các mặt hàng nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào sang các ASEAN hoặc là đang được hưởng thuế suất thấp hoặc cơ chế thương mại khác nên tác động của AEC lên gia tăng kim ngạch xuất khẩu trực tiếp sang ASEAN nhờ cắt giảm sẽ không có nhiều. Nhưng với việc mở rộng thị trường nội địa gấp nhiêu lần, nông sản của nước CHDCND Lào sẽ có nhiều cơ hội tiếp cận khách hàng với nhiều phân khúc hơn., sự phụ thuộc vào các thị trường khác như EU, Mỹ và Trung Quốc... của nhiều mặt hàng vì vậy cũng sẽ giảm bớt. Quan trọng hơn, thông qua các thị trường trung gian nhất là trung tâm di chuyển hàng hóa như Sigapo thì rõ ràng nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào sẽ có cơ hội mở rộng thị trường ra ngoài ASEAN, tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

đ. Tạo môi trường đầu tư, thay đổi chính sách kinh tế để hình thành và phát huy tối đa tiềm lực của nền kinh tế thị trường

CHDCND Lào gia nhập AEC buộc phải tuân thủ cá quy tắc, nguyên tắc của Cộng đồng. Những quy định của nước CHDCND Lào trước kia không phù hợp sẽ phải thay đổi. AEC tạo động lực cho nước CHDCND Lào đưa ra những sự cải cách về quy tắc xuất xứ, đưa ra những điều chỉnh cần thiết để thích ứng với những thay đổi trong quy trình sản xuất toàn cầu, giúp các doanh nghiệp có nhiều lựa chọn hơn để đáp ứng yêu cầu về quy tắc xuất xứ ASEAN cho những hàng hóa trao đổi trong khu vực. Nước CHDCND Lào đã tham giá quá trình xây dựng cơ sở dữ liệu thương mại (ATR) cùng các thành viên trong ASEAN. Đây là cổng thông tin đa chiều ở cả hai cấp độ khu vực và quốc gia, giúp nâng cao tính minh bạch trong thương mại. AEC thúc đẩy quá trình tái cơ cấu nền kinh tế, tập trung vào đầu tư công, tái cơ cấu hệ thống DN nhà nước, hệ thống ngân hàng,... tạo điều kiện để nền kinh tế thị trường hoạt động hiệu quả. Nước CHDCND Lào đang tiếp tục thực hiện công cuộc công nghiệp hóa - hiện đại hóa, tập trung ngành cộng nghiệp phụ trợ góp phần thu hút, đảm bao hiệu ứng lan tỏa của đầu tư, nâng cao trình độ chuyên môn, phát triển nguồn nhập lực và nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

e. Nâng cao nhận thức của cộng đồng doanh nghiệp và người dân trong việc xác định vị thế của nước CHDCND Lào trong AEC

Việc hình thành AEC tao ra một sự thay đổi và nâng cao nhận thức của cộng động doanh nghiệp và người dân về AEC. Quảng bá về AEC và mở rộng đối thoại với doanh nghiệp về AEC sẽ có tác động tích cực đến lợi ích lâu dài của AEC với cộng đồng. Nước CHDCND Lào là một trong những nước ASEAN đi đầu trong việc nâng cao quảng bá và thực thi một cách chủ động chương trình truyền thống của ASEAN về AEC cả trên cấp độ quốc gia và khu vực. Theo sáng kiến của nước CHDCND Lào, các nước ASEAN đã lần lượt tổ chức các diễn đàn thảo luận về hiệu quả của AEC đối với 12 lĩnh vực ưu tiên hội nhập. Với tinh thân tích cực, chủ động hội nhập, nước CHDCND Lào sẽ cùng các nước ASEAN thúc đẩy quá trình xây dựng Cộng đồng ASEAN, đặc biệt là AEC, coi đây là ưu tiên cao nhằm tạo lập nền tảng vững chắc, góp phần phát huy vai trò, vị thế của nước CHDCND Lào trong AEC.

3.1.3.2. Những ảnh hưởng tiêu cực

a. Tình trạng thâm hụt các cân thương mại

Với việc đẩy mạnh tự do hóa thương mại nội khối, hàng rào thuế quan và phi thuế quan giữa các nước thành viên AEC sẽ dần bị xóa bỏ. Tính đến tháng 12 năm 2015, nước CHDCND Lào đã giảm thuế nhập khẩu một số thuế xuống mức 0%-5% theo Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA). Với mức giảm thuế như vậy, trong tương lai hàng hóa của các nước ASEAN sẽ tràn vào thị trường nước CHDCND Lào, dẫn đến việc cải thiện tình trạng nhập siêu của nước CHDCND Lào với các nước ASEAN càng trở nên khó khăn hơn. Hơn nữa, nước CHDCND Lào cũng đã cùng với các nước trong ASEAN ký kết Hiệp định tự do thương mại hàng hóa (ATIGA) với các nước khác như Hàn Quốc (AKFTA), Trung Quốc (ACFTA)... Điều này là nguy cơ tiềm ẩn của tình trạng nhập siêu ở nước CHDCND Lào. Hiện nay nước CHDCND Lào đã là nước nhập khẩu rất nhiều mặt hàng từ Thái Lan, Trung Quốc rất nhiều mặt hàng, từ hàng tiêu dùng đến linh kiện điện tử, nguyên phụ liệu phục vụ cho sản xuất nông nghiệp và công nghiệp... Theo tiến trình cắt giảm thuế quan với các nước đó làm cho cán cân thương mại nước CHDCND Lào ngày càng mất cân đối nghiêm trọng hơn.

b. Cạnh tranh của nông sản của nước CHDCND Lào với nông sản của các quốc gia ASEAN ngày càng khó khăn

AEC được hình thành sẽ tạo ra một thị trường chung một "sân chơi" tự do cho các nước mà ở đó, không có bất kỳ rào cản hàng hóa dịch vụ hay vốn nào áp đặt. Hàng

hóa nói chung nông sản nói riêng của các nước thành viên sẽ được áp dụng mức thuế suất ưu đãi nhu nhau, nhu vậy sức cạnh tranh sẽ còn tập chung ở chất lượng và giá thành sản phẩm. Tuy nhiên, với thiết bị công nghệ như hiện nay, sản phẩm xuất khẩu của các DN của nước CHDCND Lào khó có thể cạnh tranh được với các nước trong khu vực trên thị trường ASEAN.

Cùng với đó, khi ASEAN thực hiện tư do hóa thương mại với các nước như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản... cũng đồng nghĩa với việc hàng hóa nước CHDCND Lào phải cạnh tranh với hàng hóa củ các nước đó trên thị trường chung. Thị trường ASEAN là thị trường không quá khó tính, nhưng hoàn toàn nhưng không chấp nhận những mặt hàng kếm chất lượng, không rõ nguồn gốc xuất xứ. Do hàng hóa của các nước Đông Á nói trên đã áp ứng được những yêu cầu chất lượng, quy cách phẩm chất từ rất lâu, có uy tín trên thị trường quốc tế nên hàng hóa nước CHDCND Lào rất khó cạnh tranh với các sản phẩm xuất khẩu của các nước. Các doanh nghiệp nước CHDCND Lào nếu không gấp rút cải tiến công nghệ, chất lượng sản phẩn và nguồn nhân lực thì chắc chắn sẽ không thể trụ vững trên thị trường khu vực.

c. Cạnh tranh của nông sản nước CHDCND Lào ngay tại thị trường trong nước

Không chỉ các mặt hàng nông sản xuất khẩu mới chịu sự cạnh tranh của các đối thủ nước ngoài mà ngay cả các mặt hành tiêu dùng nội địa cũng sẽ chịu chung áp lực này khi AEC được hình thành. Tự do hóa thương mại là bình đẳng, công bằng với tất cả các quốc gia trong khối, nước CHDCND Lào cũng sẽ phải đón nhận dòng hàng hóa rất lớn từ phía các nước. nước CHDCND Lào vẫn có nguy cơ "thua ngay trên sân nhà" với cả những mặt hàng có thế mạnh.

Hiện nay, các doanh nghiệp trong khu vực đã có những bước chuẩn bị hết sức khẩn trương, tạo nền móng cho việc kinh doanh ra thị trường rộng lớn khi AEC được thành lập. Khi nước CHDCND Lào thực hiện cam kết giảm thuế suất đối với các sản phẩm nhập khẩu từ các nước đối tác mà nước CHDCND Lào đã cùng ASEAN ký kết Hiệp định thương mại, hàng hóa nước CHDCND Lào sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh của hàng nhập khẩu từ các nước đối tác này. Khi một nền kinh tế chưa được chuẩn bị đầy đủ trước những đối thủ cạnh tranh trong điều kiện các hàng rào thuế quan đã sớm bị đỡ bỏ, sẽ dẫn đến những tổn thất về kinh tế trong cuộc cạnh tranh không cần sức, đồng thời còn gây sức ép đối với nền công nghiệp non trẻ của nước CHDCND Lào.

3.2. Phân tích thực trạng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC

3.2.1. Thực trạng chính sách phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

Đại hội của Đảng NDCM Lào lần thứ IV năm 1986, đã đánh dấu cho sự chuyển đổi từ quản lý kinh tế theo cơ chế tập trung (Centrally Planned Economy) sang quản lý kinh tế theo cơ chế thị trường (Market Oriented Economy). Từ đó, hơn 20 năm qua, nền kinh tế của nước CHDCND Lào đã có sự phát triển nhanh chóng, tạo ra thế phát triển vững chắc và bền vững trong tương lai.

Nhằm phát triển ngành thương mại, trong đó là việc xuất khẩu của nước CHDCND Lào, Chính phủ đã đề ra chiến lược phát triển và khuyến khích việc xuất khẩu hàng hóa là: "Khuyến khích việc xuất khẩu hàng hóa có trọng điểm, gắn chặt với sản xuất, thị trường và đảm bảo việc xuất khẩu bền vững, địa vị thị trường thích hợp, và được hưởng ưu đãi của nước ngoài".

Nhằm hỗ trợ và khuyến khích sản xuất hàng xuất khẩu theo hướng nêu trên, công việc đó là:

- Tạo lập môi trường thông thoáng và thuận lợi cho các nhà hoạt động sản xuất kinh doanh và xuất khẩu cả khu vực hành chính nhà nước, về mặt pháp lý, thâm nhập thị trường và điều kiện thuận lợi khác có thể có;

- Chuyển thành dự án, chương trình sản xuất xuất khẩu có trọng điểm, tập trung khuyến khích một mặt hàng nào đó trở thành hàng xuất khẩu chính, chẳng hạn: Vật nuôi, gỗ và sản phẩm gỗ kết hợp với các mặt hàng xuất khẩu khác có mức độ và quy mô nhất định và bền vững;

- Tập trung phát triển hàng hóa được sản xuất trong nước chuyển sang dần tiêu chuẩn hóa thị trường mục tiêu và trở thành hàng hóa có nhãn hiệu của mình ngày càng nhiều, đồng thời khuyến khích và xúc tiến buôn bán nhỏ và vừa của các tỉnh biên giới.

CHDCND Lào đã xây dựng và thực thi hàng loạt các chính sách thương mại trong thời kỳ 1975-2005. Các chính sách thương mại có một ý nghĩa rất quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển thương mại và kinh tế nước CHDCND Lào. Tuy nhiên, các chính sách thương mại thời kỳ trước năm 1986 chủ yếu là thương mại bảo hộ trong điều kiện nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung đã hạn chế các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa xuất khẩu và kinh doanh xuất nhập khẩu. Đến năm 1986, các chính sách thương mại này đã không thể đáp ứng được yêu cầu phát triển của hoạt động thương

mại, kinh tế bị trì trệ, những đòi hỏi phải chuyển đổi cơ chế, chính sách kinh tế được đặt ra. Sau năm 1986, thực hiện đường lối cải cách kinh tế của Đảng, các chính sách kinh tế, đặc biệt chính sách thương mại có những thay đổi lớn để đáp ứng yêu cầu của nền kinh tế mở.

Từ sau khi cải cách nền kinh tế, Đảng và Nhà nước CHDCND Lào đã nhận thức rõ tầm quan trọng của XK đối với sự phát triển kinh tế của đất nước. Chính vì vậy, Nhà nước đã ban hành nhiều nghị định, chỉ thị, thông tư hướng dẫn, khuyến khích XK như:

- Nghị định số 205/ລບ (ngày 10/10/2001) về Quản lý Nhà nước đối với hoạt động XNK;

- Sắc lệnh của Thủ tướng Chính phủ số 24/ນຍ - ລບ ngày 12/9/2004 về tạo điều kiện thuận lợi cho XNK và lưu thông hàng hóa trong nước;

- Luật kinh doanh số 03/94/ສພຊ ngày 18/7/1994;

- Sắc lệnh của Văn phòng Thủ tướng Chính phủ số 03/94/QH ngày 18/7/1994; sắc lệnh của Văn phòng Thủ tướng Chính phủ số 15/ລບ ngày 4/2/2004 về cạnh tranh thương mại.

- Luật xúc tiến đầu tư nước ngoài số 02/ສພຊ ngày 08 /07/2009.

- Sắc lệnh của Thủ tướng Chính phủ số 119/ນຍ - ລບ ngày 20/4/2011.

- Luật Bảo vệ tiêu dùng số 02/ສພຊ ngày 30/06/ 2010.

Thông qua các văn bản pháp luật đó, CHDCND Lào có một số chính sách nhằm phát triển XK nông sản là:

(1). Chính sách thương nhân

Từ năm 1989 luật đầu tư nước ngoài và luật đầu tư trong nước đã được Quốc hội thông qua và ban hành nhằm thúc đẩy đầu tư, xúc tiến và sản xuất trong nước cũng như khuyến khích và thu hút vốn và công nghệ bên ngoài, trong đó đã dành nhiều ưu đãi cho những doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu. Từ khi ban hành đến nay, để phù hợp thực tiễn phát triển đất nước và xu thế phát triển của thế giới, hai luật này đã được sửa đổi và bổ sung một số điều (1994 và 2004), hai luật đầu tư này đã có tác dụng tích cực, tạo môi trường thuận lợi để thu hút được một lượng vốn đầu tư khá lớn, đóng góp đáng kể vào tăng trưởng xuất khẩu của nước CHDCND Lào những năm qua, tỷ lệ phần trăm trong tổng giá trị vốn đầu tư đã tăng từ 21,3% năm 2001 lên tới 29% năm 2005 và tính bình quân 5 năm qua tỷ lệ vốn đầu tư chiếm 27,8% của GDP (theo giá hiện hành), trong đó vốn đầu tư của nhân dân, của các doanh nghiệp và đầu tư trực

tiếp nước ngoài (FDI) chiếm 17%. Đạt được kết quả trên là do môi trường pháp lý ngày càng hoàn thiện đã tạo điều kiện thuận lợi, sự ổn định, yên tâm và khuyến khích các doanh nghiệp, các thành phần kinh tế phát triển sản xuất hàng xuất khẩu.

Năm 1994 Chính phủ ban hành Nghị định miễn phí đặc biệt về xuất khẩu nông sản, số 187/ລບ, ngày 2/12/1994. Ngoài ra Chính phủ còn ban hành Nghị định vốn xúc tiến XNK, số 34/ລບ, ngày 14/02/06. Nhà nước đã xóa bỏ độc quyền sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp thuộc kinh tế, trong đó có cả khu vực kinh tế như nhân dân được tham gia xuất khẩu. Do đó, số lượng các doanh nghiệp xuất khẩu đã tăng lên nhanh chóng, hoạt động xuất khẩu trở lên sôi động, tính cạnh tranh đã đòi hỏi các doanh nghiệp phải vươn lên. Những điều đó có tác động tích cực tới phát triển xuất khẩu. Năm năm qua, tổng kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 1,83 tỷ USD, bình quân tăng 7,1%/năm…

Những quy định thủ tục rườm rà đã từng bước được bãi bỏ. Đầu những năm 90, doanh nghiệp muốn được tham gia xuất khẩu còn phải đáp ứng các điều kiện tối thiểu về vốn, phải có giấy phép kinh doanh, giấy phép xuất khẩu… Năm 1996 Nhà nước đã bãi bỏ giấy phép xuất khẩu chuyến. Chính phủ cho phép các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế được xuất khẩu hàng hóa thuộc đăng ký kinh doanh mà không cần giấy phép xuất khẩu, trừ một số mặt hàng cần quản lý đặc biệt của Nhà nước theo kiến nghị của Bộ trưởng Bộ Tài chính về hướng dẫn thực hiện miễn phi thuế hải quan và thuế quan, số 230/ກງ, ngày 04/03/1995.

(2). Chính sách xuất khẩu

Chính phủ nước CHDCND Lào ban hành Nghị định số 205/ລບ ngày 11/10/2001 về quản lý các mặt hàng XNK. Theo đó, tất cả các loại hàng hóa, trừ hàng hóa thuộc danh mục hàng hóa cấm XK đều được XK. Mọi thương nhân theo quy định của pháp luật đều được quyền XK tất cả các loại hàng hóa. Đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, ngoài việc XK sản phẩm của mình cũng được XK các loại hàng hóa khác, trừ hàng hóa thuộc danh mục hàng hóa cấm XK và một số loại hàng do Bộ Công thương quy định cho từng thời kỳ.

Công tác điều hành XK của Chính phủ cũng từng bước được đổi mới. Hàng năm, cơ chế điều hành XK chỉ đưa ra mục tiêu và các biện pháp lớn, các mặt hàng cần kiểm soát thông qua hạn ngạch, danh mục hàng cấm XK và các mặt hàng chịu sự quản lý chuyên ngành. Đến nay, các mặt hàng có hạn ngạch XK hầu như đã giảm tới mức tối thiểu.

(3). Chính sách phát triển thị trường và xúc tiến thương mại

Chính sách thị trường, xúc tiến thương mại đóng vai trò hết sức quan trọng trong chính sách thương mại, việc định hướng thị trường sẽ quyết định tốc độ cũng

như sự thành công của nước CHDCND Lào trên con đường hội nhập kinh tế thế giới. Với chính sách thâm nhập thị trường tương đối mạnh dạn, hàng hóa của nước CHDCND Lào đã có chỗ đứng tại nhiều nước trên thế giới, trong đó Mỹ và EU là thị trường yêu cầu chất lượng cao, phong cách hoạt động và tâm lý kinh doanh của các doanh nghiệp thuộc EU, Mỹ cũng khác nhiều với các doanh nghiệp ở Châu Á.

Từ đầu những năm 90, chính sách thị trường xuất khẩu đã được Nhà nước định hướng là việc mở rộng thị trường xuất khẩu, đồng thời duy trì và phát triển quan hệ với thị trường truyền thống, đồng thời mở rộng các thị trường mới, tìm thị trường tiêu thụ lớn, ổn định, lâu dài cho những mặt hàng xuất khẩu quan trọng.

Về cơ bản từ năm 1995 đến nay, thị trường trong cảnước CHDCND Lào đã tự do hóa. Các hàng hóa cũng như hàng hóa công nghiệp tiêu dùng và tư liệu sản xuất được tự do lưu thông rộng rãi trong cả nước. Giá cả được hình thành khách quan trên cơ sở quan hệ cung - cầu trên thị trường. Tình trạng sản xuất khép kín, tự túc được khắc phục dần, sản xuất đã bước đầu hướng ra thị trường, phát huy lợi thế so sánh của từng vùng, từng địa phương. Trong lĩnh vực xuất khẩu hàng hóa, thực hiện chính sách mở cửa, thị trường được hội nhập và phát triển theo hướng đa phương hóa, đa dạng hóa. Bên cạnh những thị trường xuất khẩu. Tuy lĩnh vực tìm kiếm và mở rộng thị trường xuất khẩu chưa đạt được kết quả mong muốn, những bước đầu đã định hướng cho người sản xuất tập trung vào những hàng hóa có ưu thế. Thực hiện các biện pháp mở rộng thị trường xuất khẩu, có chính sách khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi để các đơn vị sản xuất thuộc các thành phần kinh tế đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa. Thực hiện các phương châm đa dạng hóa thị trường, đa phương hóa đối tác, hạn chế việc xuất khẩu một mặt hàng bị phụ thuộc vào một số ít thị trường. Trên cơ sở đó duy trì và mở rộng xuất khẩu hàng hóa của nước CHDCND Lào vào các thị trường sẵn có, đồng thời có biện pháp phù hợp để thâm nhập các thị trường mới, chú trọng các thị trường có khả năng và dung lượng lớn như thị trường Châu Á, Nga, EU, tìm cách gia nhập ở các thị trường mới như Châu Phi và châu Mỹ La Tinh. Tạo một số thị trường và bạn hàng lâu dài về những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu, giảm xuất khẩu qua các thị trường trung gian.

Thực hiện chỉ thị của ThủTướng chính phủ nước CHDCND Lào số 24/ນຍ, ngày 22/09/2010 về việc tạo điều kiện thuận lợi cho nhập khẩu - Xuất khẩu và lưu thông hàng hóa trong nước, nếu thấy khâu nào chưa hợp lý, trái với Luật pháp thì cần phải để trình lên để điều chỉnh ngay và thông qua một cửa, một chữ ký, một hai ngày. Do việc triển khai công tác xác khẩu và lưu thông hàng hóa trong nước có bước tiến rất đáng khích lệ.

Để mở rộng, phát triển thị trường, Chính phủ nước CHDCND Lào đã ra chiến lược "ổn định thị trường trong nước, giá cả hàng hóa bình ổn hay giao dịch có thể kiểm

soát được, điều chỉnh việc cung - cầu phần lớn cho phù hợp với thị trường trong nước, bảo vệ người tiêu thụ, làm cho cuộc sống của nhân dân ngày một khá, trong đó là:

- Xây dựng cơ chế để dự báo thị trường, hàng hóa và giá cả.

- Sửa đổi và điều chỉnh cơ chế quản lý thị trường và giá cả cho phù hợp với hệ thống thị trường theo hướng "Đánh giá thị trường, quản lý và giải quyết vấn đề thị trường bằng biện pháp của thị trường".

- Quản lý việc lưu thông hàng hóa bằng hình thức điều chỉnh hay cân đối mặt hàng có thể thu hút và xúc tiến ở mức độ cao hơn.

Đại hội Đảng lần thứ IX năm 2009 cũng đã khẳng định một trong những khâu then chốt của chiến lược phát triển xuất khẩu đến năm 2025 là mở rộng và đa dạng hóa, đa phương hóa thị trường trên cơ sở cân bằng lợi ích giữa các đối tác, tận dụng mọi khả năng để xuất khẩu sang các thị trường. Quan điểm chủ đạo là "tạo thị trường ổn định cho một số loại nông sản thực phẩm và hàng công nghiệp có khả năng cạnh tranh, tìm kiếm thị trường cho hàng xuất khẩu mới, tăng thêm thị phần ở các thị trường truyền thống, tiếp cận và mở rộng các thị trường mới. Cụ thể quan điểm trên là 2025.

- Tích cực tranh thủ mở rộng thị trường nhất là sau khi gia nhập WTO.

- Đa phương hóa và đa dạng hóa quan hệ với các đối tác, phòng ngừa và hạn chế rủi ro khi có những chấn động đột ngột.

Trong thời gian sau khi gia nhập WTO, hoạt động tìm kiếm khai thác thị trường được quan tâm đặc biệt trong hoạt động đối ngoại. Bộ Công thương đã xây dựng đề án phát triển thị trường xuất khẩu, các Bộ, ngành có liên quan có những chinh sách, biện pháp cụ thể ưu đãi, khuyến khích xuất khẩu sang các thị trường trọng điểm. Đến nay, thị trường xuất khẩu hàng hóa của CHDCND Lào đã được mở rộng sang các nước và vùng lãnh thổ. Bộ Công thương đã đưa ra chính sách và những biện pháp cụ thể nhằm thực hiện chính sạch thị trường, theo đó: tiếp tục đa dạng hóa thị trường, tuy trọng tâm vẫn đặt vào thị trường châu Á - Thái Bình Dương còn nhiều tiềm năng, song chú ý nâng cao tỷ trọng các thị trường khác để đẩy mạnh xuất khẩu đi đôi với việc phòng ngừa biến động đột ngột. Tiếp tục đẩy mạnh buôn bán làm ăn với thị trường EU trên cả cơ sở song phương lẫn đa phương, cố gắng gia tăng quan hệ với thị trường Nga, Đông Âu phù hợp với cơ chế mới, một phần tận dụng khả năng của cộng đồng người Lào trong nước. Phấn đấu đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Việt Nam, Trung Quốc và Thái Lan, những nước có chung biên giới, và là những quốc gia nhập khẩu lớn hàng đầu thế giới với nhu cầu rất đa dạng. Cố gắng tiếp cận, và xây dựng các thị trường Trung - Cận Đông, châu Phi và châu Mỹ La Tinh.

Bên cạnh đó, nhà nước thực hiện các hoạt động hỗ trợ xúc tiến thương mại nhằm mở rộng thị trường xuất khẩu. Xúc tiến thương mại là những hoạt động hỗ trợ kinh doanh, tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến quá trình sản xuất và lưu thông hàng hóa, cung ứng dịch vụ. Hỗ trợ xúc tiến thương mại có vai trò đặc biệt quan trọng đối với các doanh nghiệp của nước CHDCND Lào trong việc tìm kiếm thị trường, tìm kiếm khách hàng.

Chính phủ đã giao Bộ Tài chính phối hợp với Bộ Công thương và các Bộ liên quan nghiên cứu, cải tiến chế độ chi hỗ trợ phát triển thị trường và xúc tiến thương mại cho các chương trình trọng điểm, nhất là những chương trình khuyếch trương mặt hàng xuất khẩu mới hoặc thâm nhập thị trường mới. Đây là chủ trương rất đúng đắn bởi nguồn kinh phí dành cho hoạt động này của nước CHDCND Lào còn rất nhỏ, nếu rải đều cho các doanh nghiệp thì hiệu quả không lớn.

Cục Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa (thuộc Bộ Công thương) trong năm 2011 đã giới thiệu chương trình hỗ trợ phát triển xuất khẩu hàng hóa. Theo đó, tất cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa thuộc mọi thành phần kinh tế sẽ được hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu, trong đó 70% kinh phí được lấy từ quỹ hỗ trợ xuất khẩu của Nhà nước và 30% còn lại do doanh nghiệp đóng góp. Chương trình này được thực hiện với ba nội dung: tổ chức cho các doanh nghiệp đi khảo sát, học tập, trao đổi và tham dự hội chợ, triển lãm giới thiệu sản phẩm ở nước ngoài. Xây dựng một số chính sách tạo điều kiện cho doanh nghiệp tham gia các chương trình xuất khẩu nhà nước. Tổ chức hội thảo, triển lãm giới thiệu sản phẩm trong nước cho các doanh nghiệp xuất khẩu, có sự tham gia của các đối tác nước ngoài. Thành lập Cục xúc tiến thương mại thuộc Bộ Công thương. Một trong những nhiệm vụ, chức năng của cục xúc tiến thương mại là giúp bộ trưởng Bộ Công thương định hướng công tác xúc tiến thương mại, hướng dẫn và kiểm tra thực hiện chính sách xúc tiến thương mại, nghiên cứu dự báo và định hướng thị trường trong và ngoài nước để phát triển thị trường trong và ngoài nước để phát triển thị trường, sản phẩm thương mại, thu thập, xử lý và cung cấp thông tin thương mại, hỗ trợ các doanh nghiệp xúc tiến thương mại.

Để thực hiện chính sách xúc tiến thương mại, chính phủ đã cho phép thành lập thí điểm các trung tâm môi giới thiệu sản phẩm xuất khẩu của nước CHDCND Lào tại một số nước, cho phép sử dụng quỹ hỗ trợ xuất khẩu để hỗ trợ các doanh nghiệp và các hiệp hội trong phát triển thị trường và đẩy mạnh xúc tiến thương mại.

Bộ tài chính nước CHDCND Lào đã ban hành thông tư số 88/ກງ, ngày 17/03/2011 về hướng dẫn cơ chế tài chính hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để thực hiện chương trình xúc tiến thương mại quốc gia và Quyết định 72/ນຍ, ngày 15/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ nước CHDCND Lào về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý

và thực hiện chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia. Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia được xây dựng trên cơ sở định hướng phát triển xuất khẩu. Thông tin thương mại, nghiên cứu thị trường, xây dựng cơ sở dữ liệu các thị trường xuất khẩu trọng điểm theo các ngành hàng; Tuyên truyền xuất khẩu: Quảng bá hình ảnh ngành hàng, chỉ dẫn địa lý nổi tiếng của vùng, miền ra thị trường nước ngoài; mời đại diện cơ quan truyền thông nước ngoài đến nước CHDCND Lào để viết bài, làm phóng sự trên báo, tạp chí, truyền thanh, truyền hình, internet nhằm quảng bá cho xuất khẩu của nước CHDCND Lào theo hợp đồng trọn gói. Thuê chuyên gia trong và ngoài nước để tư vấn phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển xuất khẩu, thâm nhập thị trường nước ngoài. Đào tạo, tập huấn ngắn hạn trong và ngoài nước nhằm nâng cao nghiệp vụ xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp, hợp tác xã; các tổ chức xúc tiến thương mại Chính phủ và phi Chính phủ. Tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm thương mại tại nước ngoài, hội chợ triển lãm định hướng xuất khẩu tại nước CHDCND Lào. Tổ chức đoàn giao dịch thương mại tại nước ngoài. Tổ chức hoạt động xúc tiến tổng hợp (thương mại kết hợp đầu tư và du lịch) nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ của nước CHDCND Lào ra nước ngoài, đồng thời thu hút đầu tư, khách du lịch nước ngoài đến nước CHDCND Lào. Tổ chức đoàn doanh nghiệp nước ngoài vào nước CHDCND Lào giao dịch mua hàng. Tổ chức hội nghị quốc tế ngành hàng xuất khẩu tại nước CHDCND Lào. Các hoạt động xúc tiến thương mại đã thực hiện và có hiệu quả trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu. Quảng bá, hỗ trợ thâm nhập thị trường nước ngoài đối với thương hiệu các hàng hóa, dịch vụ đặc trưng thuộc Chương trình thương hiệu quốc gia. Các hoạt động xúc tiến thương mại khác do Thủ tướng Chính phủ quyết định.

Để hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu về thông tin xuất khẩu Bộ Công thương nước CHDCND Lào có chỉ thị 14/ภๆ, ngày 20/9/2009 về việc tăng cường công tác cung cấp thông tin hỗ trợ xuất khẩu trên cổng thông tin thị trường nước ngoài. Thành lập cổng thông tin cung cấp thông tin hỗ trợ xuất khẩu trên công thông tin thị trường nước ngoài. Cổng thông tin thị trường nước ngoài là một kênh trực tiếp và hiệu quả để các đơn vị và thương vụ cung cấp thông tin thị trường nước ngoài phục vụ hoạt động xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp.

Trợ cấp xuất khẩu là những khoản hỗ trợ của Chính phủ (hoặc một cơ quan Nhà nước) cho các khoản thu hay giá cả trực tiếp hoặc gián tiếp có tác động làm tăng xuất khẩu một sản phẩm xuất khẩu.

Ở CHDCND Lào ngày 10/10/2001 Chính phủ nước CHDCND Lào đã ra Nghị định số 205/ນຍ và nghị định số 34/TTg, ngày 14/2/2006 về thành lập quỹ hỗ trợ xuất

khẩu để khuyến khích và hỗ trợ xuất khẩu dưới hình thức: bù lãi suất dự trữ hàng hóa xuất khẩu, cấp bù lỗ khi cần thiết, thưởng tìm kiếm thị trường và mở rộng thị trường xuất khẩu. Quỹ hỗ trợ xuất khẩu đã đi vào hoạt động, góp phần hỗ trợ các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu.

(4). Chính sách ruộng đất

Về chính sách ruộng đất Nhà nước nước CHDCND Lào đã tạo ra sự ưu tiên hàng đầu cho người dân để tạo ra động lực khuyến khích nông dân phát triển sản xuất làm cho người dân gắn với ruộng đất hơn, yên tâm đầu tư sản xuất, cải tạo và bảo vệ đất đai được giao. Chính phủ đưa đến sự thay đổi trong chính sách ruộng đất, giao cho hộ nông dân quyền sử dụng đất lâu dài ổn định. Từ đó, nhờ chính sách ruộng đất mà sẽ làm cho các loại sản phẩm nông sản của nước CHDCND Lào không ngừng tăng về diện tích, năng suất, sản lượng… Bên cạnh những tác động tích cực đó việc giao đất, cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất còn chậm, manh mún, phân tán, gây khó khăn cho quá trình tích tụ, tập trung, đầu tư cho sản xuất theo tiêu chuẩn hàng hóa. Sự chậm trễ trong việc giao đất và cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất lâu dài cho hộ nông dân một mặt làm quá chậm quá trình tích tụ và tập trung ruộng đất, mặt khác làm xuất hiện những khó khăn cho các nhà đầu tư trong việc gom đất. Việc chậm cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất làm cho nông dân chưa thực sự yên tâm đầu tư phát triển sản xuất, có xu hướng khai thác đất có tính chất bóc lột nhằm kiếm lợi trước mắt.

(5). Chính sách đầu tư

Để tạo đà phát triển đối với các nông sản xuất khẩu rất cần có chính đầu tư, tín dụng thích hợp cho quá trình kinh doanh, nhằm chuyển hóa các yếu tố lợi thế, nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường.

Trong lĩnh vực nông nghiệp, chính sách đầu tư cho nông nghiệp và nông thôn tiếp tục được điều chỉnh theo hướng đầu tư tập trung, cắt giảm các khâu đầu tư kém hiệu quả hoặc chưa bức xúc. Điểm mới trong chính sách đầu tư của Nhà nước ở giai đoạn này là ngoài các khâu đầu tư xây dựng cơ bản từ ngân sách Nhà nước đã có thêm nhiều nguồn vốn khác được huy động vào khu vực nông nghiệp và nông thôn.

Bên cạnh nguồn vốn đầu tư do ngân sách Nhà nước cấp, các địa phương còn bổ sung thêm một số khâu đầu tư vào sản xuất và xây dựng cơ sở hạ tầng xã hội.

Đặc biệt từ khi có luật đầu tư nước ngoài tại nước CHDCND Lào được bổ sung và sửa đổi và nghị định của chính phủ số 119/ລບ ngày 22 tháng 10 năm 2004, về việc thực hiện sắc lệnh của chủ tịch nước về tạo điều kiện chính sách khuyến khích đầu tư trong nước và đầu tư nước ngoài đến nay, nguồn vốn đầu tư nước ngoài vào nông thôn

của nước CHDCND Lào tuy còn chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn đầu tư chiếm khoảng 28% GDP, 13,88% huy động của nước ngoài 500 triệu USD. Đầu tư của tư nhân trong nước và ngoài nước là 18,2% và 9,9%.

Thu hút vốn đầu tư nước ngoài trong 5 năm (FDI) có 585 dự án với tổng vốn đầu tư đăng ký 2,8 tỷ USD. Vốn thực hiện đạt 1,07 tỷ USD. Trong đó đầu tư vào công nghiệp và xây dựng 69%, nông - lâm nghiệp 4% dịch vụ 27%. Thu hút vốn ODA, trong 5 năm có 935 triệu USD, bình quân 187 triệu USD/năm và trong đó có vốn phối hợp của chính phủ 115 triệu USD. Những khoản vốn này đã đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế nông thôn trong những năm qua.

(6). Chính sách khuyến nông, chuyển giao công nghệ sản xuất

Để chuyển sang sản xuất hàng hóa đáp ứng nhu cầu về kỹ thuật, chất lượng và tiêu chuẩn, chính phủ không ngừng củng cố, nâng cao về mặt kiến thức cũng như kinh nghiệm sản xuất, nhu cầu cung cấp thông tin về khoa học công nghệ đối với người sản xuất kinh doanh ngày càng cao. Trong thời gian ngắn chính sách khuyến nông đã được triển khai rộng rãi, mạng lưới khuyến nông đã được hình thành từ Trung ương tới cơ sở. Triển khai công tác khuyến nông có tác dụng thỏa mãn nhu cầu to lớn của hộ nông dân muốn chuyển sang sản xuất hàng hóa, cần được hỗ trợ, hướng dẫn kỹ thuật và kinh nghiệm sản xuất. Chỉ tính trong sản xuất lúa gạo mùa 2004-2005, tỷ lệ người nông dân áp dụng lúa giống mới vào trong sản xuất chiếm tỷ lệ tương đối cao. Sử dụng giống mới trong lúa mùa là 80%, trong khi đó lúa chiếm là 100%.

Mặc dù có những tác động tích cực đem lại hiệu quả kinh tế cao cho hoạt động sản xuất - kinh doanh, những công tác hoạt động khuyến nông còn nhiều hạn chế do trình độ có thể tiếp thu và vận dụng công nghệ mới chưa cao, theo lối sản xuất truyền thống vẫn còn phổ biến, đồng thời việc phổ biến và hướng dẫn sử dụng và áp dụng công nghệ phục vụ quản lý và sản xuất kinh doanh chưa được triển khia trên diện rộng, chậm triển khai tới các vùng sản xuất hàng hóa, hoặc triển khai với hiệu quả chưa cao. Nguyên nhân là do sự đầu tư cho hoạt động này chưa thỏa đáng.

(7). Chính sách hỗ trợ sản xuất mặt hàng xuất khẩu

Khi nước CHDCND Lào thực hiện chính sách "mở cửa kinh tế", thị trường thế giới hầu như đã ổn định. Vì vậy thị trường cho hàng xuất khẩu của nước CHDCND Lào luôn khó khăn. Làm thế nào để hàng hóa nước CHDCND Lào thâm nhập vào thị trường thế giới là điều không dễ dàng. Bởi vậy, trong thời gian qua, nước CHDCND Lào dành nhiều chính sách hỗ trợ sản xuất và thúc đẩy xuất khẩu.

- Chính sách ưu đãi qua thuế;

Biện pháp khuyến khích xuất khẩu thông qua thuế thường được thực hiện dưới hai hình thức: trực tiếp và gián tiếp. Các chế độ ưu đãi trực tiếp cho hoạt động xuất khẩu bao gồm: thuế xuất khẩu và các loại phí, lệ phí liên quan tới xuất khẩu. Các ưu đãi gián tiếp gồm thuế nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế TTĐB. Riêng thuế GTGT vừa ưu đãi trực tiếp vừa ưu đãi gián tiếp.

Từ năm 1995 trở lại đây, hệ thống thuế của nước CHDCND Lào liên tục được sửa đổi bổ sung, ngày càng tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu và khuyến khích hơn nữa các doanh nghiệp này trong việc xuất khẩu hàng ra nước ngoài.

+ Thuế xuất khẩu: Biểu thuế xuất khẩu hiện hành ban hành theo Quyết định số 45/ภง có 45 dòng hàng chịu thuế với 10 mức thuế từ 1- 45% (1, 2, 3, 4, 5, 10, 15, 35, 40, 45%). Trong đó chủ yếu các mặt hàng xuất khẩu có mức thuế dưới 5%. Thuế suất hàng xuất khẩu ở mức cao hơn thường dành cho các mặt hàng không khuyến khích xuất khẩu nhằm bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và một số mặt hàng đó chứng tỏ Nhà nước đã tạo một ưu đãi lớn cho các doanh nghiệp của nước CHDCND Lào trong việc xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài.

+ Thuế nhập khẩu: Theo Điều lệ 15 Luật thuế xuất khẩu, nhập khẩu hiện hành thì đối với hàng hóa nhập khẩu là vật tư, nguyên liệu để sản xuất hàng xuất khẩu thì thời hạn nộp thuế là 25 ngày, kể từ ngày đối tượng nộp thuế đăng ký tờ khai hải quan, thời hạn này có thể được kéo dài hơn nếu xét thấy phù hợp với chu kỳ sản xuất, dự trữ vật tư, nguyên liệu cho doanh nghiệp. Theo Điều 19, hàng hóa là nguyên liệu, vật tư nhập khẩu đã nộp thuế nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu sẽ được hoàn lại thuế nhập khẩu đã nộp. Đây là biện pháp khuyến khích xuất khẩu đối với các doanh nghiệp làm hàng gia công cho nước ngoài, doanh nghiệp nhập khẩu nguyên vật liệu để làm hàng xuất khẩu.

+ Thuế TTĐB cũng quy định hàng hóa do các cơ sở sản xuất, gia công trực tiếp xuất khẩu ra nước ngoài đó là đối tượng chịu thuế TTĐB.

+ Thuế GTGT: Một chính sách thuế không thể thiếu trong việc khuyến khích xuất khẩu là thuế GTGT. Chính phủ đã quy định trong Luật thuế GTGT là áp dụng thuế suất 0% đối với hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu. Toàn bộ thuế GTGT đầu vào doanh nghiệp đã nộp khi mua hàng hóa, nguyên liệu… để sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ xuất khẩu sẽ được Nhà nước hoàn lại toàn bộ.

Như vậy, chính sách ưu đãi về thuế nói trên đã góp phần tạo điều kiện để các doanh nghiệp hạ giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh về giá của hàng xuất khẩu của

nước CHDCND Lào trên thị trường thế giới, khuyến khích đầu tư vào sản xuất chế biến hàng xuất khẩu.

- Hỗ trợ tín dụng xuất khẩu.

Hiện nay, phần lớn các doanh nghiệp nước CHDCND Lào là doanh nghiệp nhỏ và vừa, số vốn tự có của họ là quá nhỏ nên không thể tự đầu tư đổi mới công nghệ, không đáp ứng được các yêu cầu sản xuất hàng hóa xuất khẩu. Vì vậy, chính sách tín dụng xây dựng sẽ hỗ trợ vốn cố định và vốn lưu động cho các doanh nghiệp thực hiện các khâu sản xuất, chế biến, thu mua, vận chuyển và thanh toán hàng xuất khẩu. Các tổ chức tín dụng đã cho vay vốn đối với mọi khách hàng thuộc mọi thành phần kinh tế. Riêng Quỹ hỗ trợ phát triển trong năm 2000 cho vay 57 tỷ Kíp; năm 2001: 287 tỷ Kíp; năm 2002: 581 tỷ Kíp; năm 2003: 693 tỷ Kíp; năm 2004 và 2005 không ký hợp đồng cho vay mới mà chỉ giải ngân các hợp đồng tín dụng đã ký với số vốn lần lượt là 595 tỷ Kíp. Mức lãi suất cho vay theo Quyết định 176/ນຍ, ngày 10/12/2004 quy định giảm lãi suất 0, 3% so với các loại cho vay khác. Trên thực tế, chính sách hỗ trợ này thực hiện chưa được rộng rãi, mới chỉ tập trung vào một số mặt hàng nông sản, dệt may, phần mềm máy tính. Để thực hiện có hiệu quả hơn trong việc hỗ trợ, khuyến khích đẩy mạnh việc xuất khẩu hàng hóa, mở rộng thị trường xuất khẩu, tăng sức cạnh tranh hàng xuất khẩu của nước CHDCND Lào, Quỹ hỗ trợ xuất khẩu đã được thành lập theo Quyết định số 31/ນຍ, ngày 1/2/1996 (thay thế cho Quỹ khen thưởng trước đây) và được sử dụng vào mục đích:

+ Hỗ trợ toàn bộ hoặc một phần lãi suất vay vốn ngân hàng để mua và dự trữ nông sản xuất khẩu khi giá cả thị trường thế giới giảm không có lợi cho sản xuất trong nước.

+ Hỗ trợ tài chính có thời hạn đối với một số mặt hàng khi gặp rủi ro trong xuất khẩu.

+ Thưởng cho việc tìm kiếm và mở rộng thị trường xuất khẩu, mặt hàng lần đầu tiên tham gia xuất khẩu, xuất khẩu sản phẩm đạt chất lượng cao được tổ chức quốc tế công nhận bằng văn bằng, đạt kim ngạch xuất khẩu lớn và hiệu quả cao.

+ Hỗ trợ khác theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ.

Từ ngày 1/10/2001, chương trình hỗ trợ tín dụng xuất khẩu theo quy chế mới đã được áp dụng theo Quyết định số 1195/ນຍ, ngày 19/10/2001. Theo đó, doanh nghiệp được hưởng tín dụng hỗ trợ xuất khẩu thông qua hai hình thức: tín dụng trung hạn, dài hạn và tín dụng ngắn hạn. Các hình thức ưu đãi qua tín dụng hỗ trợ xuất khẩu trung và dài hạn gồm: cho vay đầu tư, hỗ trợ lãi suất sau đầu tư và bảo lãnh tín dụng đầu tư. Hình thức ưu đãi qua tín dụng hỗ trợ xuất khẩu ngắn hạn gồm: cho vay vốn ngắn hạn, bảo lãnh dự thầu và bảo lãnh thực hiện hợp đồng. Cho vay vốn ngắn hạn với lãi suất ưu đãi chỉ dành cho những đơn vị xuất khẩu những mặt hàng thuộc diện khuyến khích

xuất khẩu. Theo Quyết định của Bộ Công thương số755/ອຄ, ngày 20/06/2001, danh mục mặt hàng được hưởng tín dụng hỗ trợ xuất khẩu năm 2003 gồm: gạo, lạc nhân; cà phê; chè; hạt tiêu; hạt điều đã qua chế biến; rau quả; đường, gia cầm; gốm sứ; đỗ gỗ mỹ nghệ; mây tre đan; sản phẩm tơ và lụa; sản phẩm; hàng dệt kim; máy tính nguyên chiếc và phụ kiện máy tính. Đây là 18 sản phẩm chủ yếu có sức cạnh tranh, nhằm tăng cường hỗ trợ đầu vào, giảm chi phí sản xuất

Hoạt động hỗ trợ tín dụng xuất khẩu đã giúp cho các doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh hàng hóa của mình trên thị trường thế giới, giúp cho các nhà sản xuất bán được sản phẩm và mở rộng thị trường. Như vậy việc cho vay tín dụng xuất khẩu đã có một sự khởi đầu tích cực. Tuy nhiên, quy trình thủ tục vay vốn còn rườm rà, phức tạp, gây nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp, vì vậy có nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp dân doanh khó tiếp cận được các nguồn vốn vay này.

Để tạo thuận lợi hơn nữa trong việc cấp tín dụng xuất khẩu, đồng thời phù hợp với nguyên tắc của WTO, Ngân hàng phát triển của nước CHDCND Lào đã được thành lập (trên cơ sở quỹ hỗ trợ xuất khẩu). Với chức năng của mình, Ngân hàng phát triển nước CHDCND Lào sẽ tiếp tục thực hiện chính sách hỗ trợ tín dụng xuất khẩu theo quy định của Chính phủ.

- Hỗ trợ xúc tiến thương mại:

Xúc tiến thương mại là những hoạt động hỗ trợ kinh doanh, tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến quá trình sản xuất và lưu thông hàng hóa, cung ứng dịch vụ. Hỗ trợ xúc tiến thương mại có vai trò đặc biệt quan trọng đối với các doanh nghiệpnước CHDCND Lào trong việc tìm kiếm thị trường, tìm kiếm khách hàng.

Chính phủ đã giao Bộ Tài chính phối hợp với Bộ Công thương và các Bộ liên quan nghiên cứu, cải tiến chế độ chi hỗ trợ phát triển thị trường và xúc tiến thương mại cho các chương trình trọng điểm, nhất là những chương trình khuyếch trương mặt hàng xuất khẩu mới hoặc thâm nhập thị trường mới. Đây là chủ trương rất đúng đắn bởi nguồn kinh phí dành cho hoạt động này của nước CHDCND Lào còn rất nhỏ, nếu rải đều cho các doanh nghiệp thì hiệu quả không lớn.

Cục Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa (thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư) đã giới thiệu chương trình hỗ trợ phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa. Theo đó, tất cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa thuộc mọi thành phần kinh tế sẽ được hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu, trong đó 70% kinh phí được lấy từ Quỹ hỗ trợ xuất khẩu của Nhà nước và 30% còn lại do doanh nghiệp đóng góp. Chương trình này được thực hiện với 3 nội dung: 1) Tổ chức cho các doanh nghiệp đi khảo sát, học tập, trao đổi và tham dự hội chợ, triển

lãm giới thiệu sản phẩm ở nước ngoài; 2) Xây dựng một số chính sách tạo điều kiện cho doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia các chương trình xuất khẩu của Nhà nước; 3) Tổ chức hội thảo, triển lãm giới thiệu sản phẩm ở trong nước cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, có sự tham gia của các đối tác nước ngoài.

Năm 2006, Bộ Công thương quyết định dành 60 triệu USD cho chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia. Đây được coi là mức kinh phí lớn nhất từ trước tới nay dành cho hoạt động này, trong đó các mặt hàng xuất khẩu sẽ được tập trung ưu tiên hỗ trợ là nông sản, gạo, chè, rau quả, dệt may, giày dép, các sản phẩm gỗ, hàng thủ công mỹ nghệ sản phẩm khác.

(8). Chính sách mặt hàng

Trong những năm gần đây, nước CHDCND Lào đã xác định rõ chiến lược xuất khẩu là phải tăng nhanh tỷ trọng sản phẩm chế biến sâu và tinh trong lượng xuất khẩu các mặt hàng xuất khẩu chiến lược. Tăng cường đầu tư máy móc công nghệ chế biến chế tạo cho các sản phẩm xuất khẩu nhằm tạo ra lượng giá trị gia tăng cao hơn, đáp ứng ngày một tốt hơn những yêu cầu của thị trường và người tiêu dùng quốc tế. Nhưng việc sản xuất hàng hóa xuất khẩu của nước CHDCND Lào so với các nước còn kém xa cả về số lượng và chất lượng, dẫn đến sức cạnh tranh các mặt hàng của nước CHDCND Lào trên thị trường quốc tế rất thấp. Để khắc phục vấn đề này nước CHDCND Lào phải xác định một số mặt hàng có thể thu hút được sự ưa thích của khách hàng, có sức cạnh tranh cao và có thể bán được trên thị trường quốc tế, đó là mặt hàng xuất khẩu chiến lược. Các mặt hàng xuất khẩu chiến lược của nước CHDCND Lào gồm các mặt hàng mà nhiều nước có nhu cầu cao, chất lượng tốt, giá thấp có thể bán chạy ở một số nước và thu được ngoại tệ cao như: các mặt hàng công nghệ thủ công, nông sản, lâm sản, điện, khoáng sản... Các mặt hàng này được coi là mặt hàng chiến lược xuất khẩu của nước CHDCND Lào. Mặt khác các mặt hàng này có thể khai thác và sản xuất trong nước có ưu thế thuận lợi về thiên nhiên, khí hậu, đất đai phù hợp, nhân dân chịu khó, giá thấp... là cơ sở tốt để nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Quyết định số 1064/ອຄ, ký ngày 4 tháng 6 năm 2012 và thông báo số 0973/ອຄ.ກຂອ, ngày 25/5/2011 của Bộ trưởng công thương, quy định các mặt hàng nhà nước quản lý, cho phép và cấm xuất - nhập khẩu. Trong đó cấm nhập 5 loại mặt hàng, cấm xuất 9 loại mặt hàng. Và có 25 mặt hàng phải xin phép trước khi nhập khẩu và 7 mặt hàng phải xin phép trước khi xuất khẩu.

Thông tư trên có mục đích quy định việc xuất - nhập khẩu các loại mặt hàng mà nhà nước cho phép, cấm nhập một số mặt hàng gây ô nhiễm môi trường, chất hóa học, vũ khí, ma túy... Cấm xuất khẩu một số mặt hàng chưa chế biến như: gỗ, khoáng sản

và cấm xuất một số thú rừng quý hiếm và các loại ma túy... Ngoài ra còn một số mặt hàng muốn xuất - nhập khẩu phải xin phép cơ quan có quyền hạn. Đây là một chính sách thương mại nhằm tăng cường việc quản lý xuất - nhập khẩu các mặt hàng có lợi cao nhất cho việc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, tránh tình trạng xuất-nhập khẩu bừa bãi gây tổn hại cho nền kinh tế.

Hướng dẫn thực hiện hiệp định số 1785/ນຍ, ký ngày 06 tháng 09 năm 2010 của Bộ Công thương về thuế nhập ưu đãi đối với hàng hóa của hai nước, nước CHDCND Lào - Việt Nam, hai Bộ Công thương nước CHDCND Lào - Bộ Công thương Việt Nam thống nhất quy định không thu thuế nhập khẩu một số mặt hàng (0%) và thu thuế nhập khẩu một số mặt hàng 50%, còn lại các mặt hàng thì thực hiện như cũ.

Theo Luật doanh nghiệp số 11/ສພຊ, ngày 9/11/2005 muốn hoạt động xuất nhập khẩu các doanh nghiệp phải đăng ký và xin phép hoạt động xuất - nhập khẩu các mặt hàng theo quy định. Nghị định 180/ນຍ, ngày 07/07/2009 quy định rõ nhiệm vụ, quyền hạn và nghĩa vụ của các doanh nghiệp xuất - nhập khẩu và các mặt hàng theo quy định trong nghị định. Có nghĩa là doanh nghiệp nào đăng ký xuất - nhập khẩu mặt hàng nào thì sẽ hoạt động xuất - nhập khẩu mặt hàng đó để tăng cường việc quản lý việc xuất nhập khẩu và các mặt hàng xuất nhập khẩu.

Chiến lược phát triển xuất khẩu đến năm 2020 ban hành năm 2010, đã nêu rõ không ngừng gia tăng tỉ trọng mặt hàng xuất khẩu chế biến. Mặt hàng gia công xuất khẩu có tỉ lệ nội địa hóa cho sản phẩm gia công (vẫn tăng xuất khẩu) đạt hiệu quả quá trình sản xuất nhóm mặt hàng nông, lâm, thủy sản phải chú ý đến cây giống, con giống, công nghệ sản xuất chế biến để có được cạnh tranh cao hơn

Cùng với quá trình phát triển hoạt động ngoại thương, hội nhập với nền kinh tế bên ngoài nhằm góp phần thúc đẩy quá trình CNH - HĐH đất nước, chỉ thị của Thủ tướng chính phủ số 24/ນຍ, ngày 22/9/2004 đã xác định định hướng cho chính sách mặt hàng XNK là "Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm chế biến và chế tạo, các loại sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ. Về nhập khẩu: chú trọng nhập thiết bị và nguyên liệu phục vụ cho sản xuất, nhất là công nghệ tiên tiến".

Để triển khai Chiến lược phát triển XNK hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2010 - 2015 và đẩy mạnh xuất khẩu trong thời gian tới, Thủ tướng Chính phủ đã yêu cầu các Bộ, ngành, Ủy ban Nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các doanh nghiệp XNK phải quán triệt những nội dung cơ bản và thúc và xúc tiễn thực hiện

chính sách mặt hàng, với mục tiêu cơ bản là: Trong thời kỳ 2010-2015, tiếp tục gia tăng tỷ trọng các sản phẩm chế biến, chế tạo giảm dần tỷ trọng hàng thô. Theo hướng đó đến năm 2015, tỷ trọng của nhóm hàng nông - lâm sản sẽ chỉ còn 13,7% so với con số trên 39% như hiện nay. Tỷ trọng các mặt hàng chế biến, chế tạo sẽ tăng từ 31% lên khoảng 53% bao gồm hàng công nghiệp và công nghệ cao.

Bộ Công thương đã đưa ra Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia, hàng năm ban hành Danh mục hàng hóa trọng điểm. Theo hướng này, Các Bộ, Ngành có những chính sách ưu tiên, tạo mọi thuận lợi cho những mặt hàng đó phát triển.

Bộ Công thương cũng đã xây dựng chiến lược phát triển ngành theo hướng chuyển sang sản xuất các sản phẩm công nghiệp công nghệ cao, công nghiệp sạch, công nghiệp có hàm lượng trí tuệ cao. Theo mục tiêu này, ngành công nghiệp sẽ tập trung phát triển 3 nhóm hàng: nhóm đang có lợi thế cạnh tranh gồm chế biến nông - lâm sản, dệt may, giày dép, cơ khí, chế tạo thiết bị, lắp ráp cơ điện tử, xe máy, đồ gỗ, nhóm hàng tư liệu sản xuất, nhóm hàng công nghiệp tiềm năng và áp dụng công nghệ tiết kiệm năng lượng, công nghệ vật liệu, công nghệ thong tin.

Bên cạnh đó sẽ tiếp tục tập trung phát triển xuất khẩu những mặt hàng có lợi thế về điều kiện tự nhiên và nguồn lao động sẵn có như thủy sản, nông sản, dệt may, điện tử, các sản phẩm chế tác công nghệ trung bình... Trong đó, tăng dần tỷ trọng các mặt hàng công nghiệp mới có giá trị gia tăng cao, trên cơ sở thu hút mạnh đầu tư trong nước và nước ngoài vào lĩnh vực này.

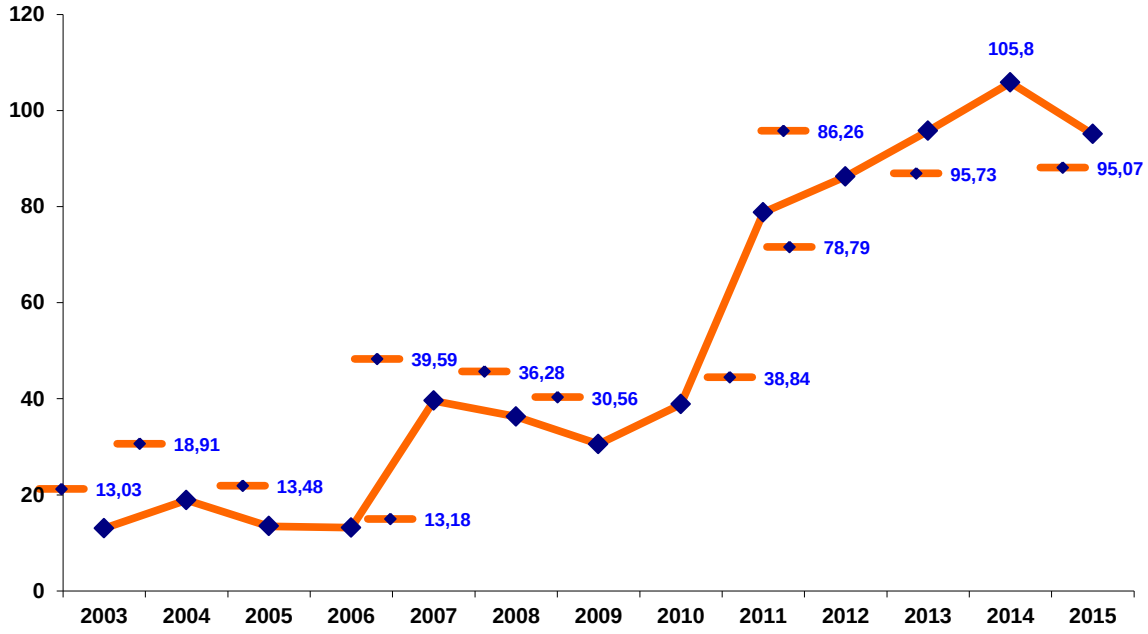
Ngoài ra, sẽ không khuyến khích và có lộ trình phù hợp hạn chế đầu tư sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng có giá trị gia tăng thấp hoặc lĩnh vực sản xuất gây ô nhiễm môi trường… Việc nhập khẩu sẽ được điều hành theo hướng khuyến khích nhập khẩu công nghệ cao, công nghệ tiên tiến, công nghệ nguồn; hạn chế nhập hàng xa xỉ, ngăn chặn hàng hóa nhập lậu, tranh thủ mở cửa thị trường trong các hiệp định thương mại tự do mới để đa dạng hóa thị trường nhập khẩu và nhập khẩu công nghệ nguồn…

Việc hoàn thiện chính sách mặt hàng xuất khẩu của nước CHDCND Lào nhằm hỗ trợ, thúc đẩy hoạt động xuất khẩu hàng hóa phát triển mạnh mẽ luôn là mối quan tâm của Đảng, chính phủ, các cấp và các ngành liên quan. Hàng năm, Chính phủ và Bộ Công thương luôn tổ chức các buổi gặp gỡ các doanh nghiệp, các nhà xuất khẩu để lắng nghe những ý kiến phản hồi về hiệu quả của những bộ luật, văn bản thông tưdưới luật đã ban hành để kịp điều chỉnh những tồn tại hạn chế của các văn bản đó.

3.2.2. Thực trạng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trước khi tham gia AEC

Kim ngạch xuất khẩu nông sản : Trong gia đoạn 2003-2015 với chính sách đổi mới, mở cửa, đa phương hoá, đa dạng hoá các quan hệ kinh tế quốc tế và thực hiện chủ trương khuyến khích XK, hoạt động XK nông sản chủ lực của CHDCND Lào đã có những bước tiến vượt bậc. Các mặt hàng nông sản chủ lực XK đã có mặt trên thị trường của hơn 20 nước thuộc khắp các châu lục. Số lượng, chất lượng, chủng loại mặt hàng nông sản chủ lực XK đã có những cải thiện đáng kể. Cơ cấu mặt hàng XK đã dần dần được thay đổi theo hướng phát huy lợi thế so sánh trong quan hệ kinh tế quốc tế. XK nông sản chủ lực đã góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế xã hội của CHDCND Lào.

Đơn vị: triệu USD



Hình 3.3: Mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào

Nguồn: Bộ Công thương CHDCND Lào

Thành tựu mà CHDCND Lào đạt được trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản chủ lực hơn 10 năm qua (2003-2015) là rất đáng kể. Điều này được thể hiện rõ qua sản lượng và giá trị xuất khẩu nông sản chủ lực ngày càng tăng qua các năm. Theo hình 3.3, tốc độ xuất khẩugiai đoạn 2003-2005 ở mức trung bình, đến 2007 kim ngạch XK nông sản chủ lực đạt 39,59 triệu USD tăng rất cao so với năm 2006 (tăng 2,37 lần).

Năm 2008 kim ngạch đạt 36,28 triệu USD giảm 8% so với năm 2007 và tiếp tục giảm từ năm 2009-2010. Nguyên nhân dẫn đến hiệu quả như vậy là do cuộc khủng hoàng kinh tế thế giới ảnh hưởng tới giá nông sản XK của nước CHDCND Lào, đặc biệt là cà phê. Năm 2011 số kim ngạch đạt 78,79 triệu USD tăng 1,2 lần so với năm 2010 và năm 2014 đạt 105,8 triệu USD tăng rất kiêm tốn 11% so với năm 2013 và năm 2015 kim ngạch XK đạt 95,07 triệu USD giảm 10% so với năm 2014 và năm 2016 kim ngạch XK đạt 98.56 triệu USD tăng 4% so với năm 2015.

Bảng 3.4: So sánh tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào giai đoạn 2003 - 2015

Tiêu chí	So sánh												
	2003	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
KN XKNS	13,03	18,91	13,46	13,18	39,59	36,28	30,56	38,84	78,79	86,26	95,73	105,8	95,07
Mức tăng (Triệu $)	-	5,88	-5,45	-0,28	26,41	-3,31	-5,72	8,28	39,95	7,47	9,47	10,07	-10,73
Tốc độ tăng (%)		45,12	-28,82	-2,08	200,3	-8,36	-15,7	27,09	102,8	9,48	10,97	10,51	-10,14

Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên dữ liệu của Bộ công thương Lào

Trên bảng số liệu tính toán của tác giả cho thấy, kim ngạch xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào có sự thay đổi, tăng, giảm không đều giữa các năm. Trong đó, năm 2007 có tốc độ tăng mạnh mẽ, số tăng tuyệt đối khoảng 26,41 Triệu USD tăng khoảng 200,3% so với năm 2006, sau đó có sự biến động khi so sánh ở những năm sau. Đến năm 2011 kim ngạch xuất khẩu nông sản trở lại tăng lên với mức tăng tuyệt đối khoảng 39,95 Triệu USD, tăng khoảng 102,8% so với năm 2010 và sau đo, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Lào tăng dần đến hiện nay.

Tình hình XK nông sản chủ lực theo mặt hàng/sản phẩm: Tổng kim ngạch XK nông sản chủ lực giai đoạn 2003-2015 đạt hơn 700 triệu USD. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu trong giai đoạn 2003-2015 tính năm 2003 là năm gốc, tốc độ tăng trưởng giai đoạn khoảng 729,63%, cụ thể giai đoạn 2010-2014 tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản tương đối mạnh mẽ, lượng tăng tuyệt đối khoảng 66,96 triệu USD tương ứng với tốc độ tăng tương đối (tốc độ tăng định gốc, năm 2010 là năm gốc) khoảng 272,39%. Trong đó, đóng góp cụ thể của 3 mặt hàng cà phê, rau quả và gạo vào kết quả này như sau:

Bảng 3.5: Kim ngạch xuất khẩu nông sản theo cơ cấu mặt hàng của CHDCND Lào giai đoạn 2003-2015

Đơn vị: Triệu USD

Mặt hàng	Năm												
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Cà phê	10,92	15,86	9,73	8,92	29,76	23,62	14,80	22,45	63,06	66,47	72,74	80,34	59,85
Rau quả	1,66	1,89	2,15	2,44	5,91	7,70	8,97	10,38	12,24	16,65	19,23	21,25	22,55
Gạo	0,45	1,16	1,60	1,82	3,92	4,96	6,79	6,01	3,49	3,14	3,76	4,20	12,67
Tổng	**13,03**	**18,91**	**13,48**	**13,18**	**39,59**	**36,28**	**30,56**	**38,84**	**78,79**	**86,26**	**95,73**	**105,80**	**95,07**

Nguồn: Bộ Công thương CHDCND Lào

Mặt hàng Cà phê: Kim ngạch XK cà phê giai đoạn 2003-2015 đạt 478,52 triệu USD, chiếm 72% của tổng kim ngạch XK nông sản chủ lực và trở thành mặt hàng XK chính của nước CHDCND Lào trong giai đoạn này. Cà phê của nước CHDCND Lào nổi tiếng về mùi vị và là cà phê sạch không có hóa chất, nhưng sức cạnh tranh vẫn thấp do thiếu sự đầu tư công nghệ sau thu hoạch, thiếu thiết bị bảo quản hiện đại, việc thu hoạch và bảo quản thủ công khiến chất lượng thấp, dẫn đến giá cả thấp hơn khoảng 10% so với thế giới. Như trong bảng 3.5 có thể thấy năm 2015 kim ngạch XK đạt 59,85 triệu USD giảm xuống 26% so với năm 2014 (vì giá cả cà phê thế giới giảm liên tục ảnh hưởng rất nhiều tới giá cà phê XK của nước CHDCND Lào). Vì vậy, dù được ưu đãi GSP từ nhiều nước, việc sản xuất cà phê vẫn chưa phát triển và kết quả XK cà phê, dù nhìn chung tăng trưởng và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch XK nông sản chủ lực, nhưng vẫn được đánh giá là dưới tiềm năng.

Mặt hàng Rau quả: Tổng kim ngạch xuất khẩu từ 2003-2015 đạt 133,02 triệu USD, chiếm tỷ trọng 20% trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản chủ lực. Bảng dữ liệu 3.4 cho thấy mức tăng trưởng của kim ngạch xuất khẩu nông sản rau quả của CHDCND Lào từ 16 %-36% trong giai đoạn 2003-2015, đặc biệt năm 2008 kim ngạch xuất khẩu đạt 7,70 triệu USD tăng 30% so với năm 2007, năm 2010 kim ngạch XK đạt 10,38 triệu USD tăng 16% so với năm 2009, năm 2014 kim ngạch đạt 21,25 triệu USD tăng 10,5% so với năm 2013 và năm 2015 kim ngạch XK đạt 22,55 triệu USD tăng 6% so với năm 2014

Mạt hàng Gạo: Đây là mặt hàng xuất khẩu đứng thứ 3 sau Rau quả với tổng kim ngạch xuất khẩu là 53,98 triệu USD, chiếm 8% của tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản chủ lực trong giai đoạn 2003-2015, năm 2008 kim ngạch xuất khẩu 4,96 triệu USD so với năm 2007 tăng 26%, năm 2010 đạt 6.01 triệu USD, giảm xuống 11%, năm 2014

tăng lên 11,7% so với năm 2013, đến năm 2015 rất bới ngờ tổng kim ngạch XK đạt 12,67 triệu USD tăng cấp 2 lần so với 2014 và tăng 87% so với năm giữa nhiệm kỳ 2009. Đây là kết quả tốt và thể hiện đến sự phát triển của ngành XK gạo của nước CHDCND Lào

Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu theo các mặt hàng nông sản theo cơ cấu sản phẩm của nước CHDCND Lào

Bảng 3.6: Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản theo cơ cấu mặt hàng của CHDCND Lào giai đoạn 2003-2015

Đơn vị: %

Mặt hàng	So sánh												
	03	**04/03**	**05/04**	**06/05**	**07/06**	**08/07**	**09/08**	**10/09**	**11/10**	**12/11**	**13/12**	**14/13**	**15/14**
Cà phê	-	45,24	-38,65	-8,32	233,63	-20,63	-37,34	51,69	180,89	5,41	9,43	10,45	-25,50
Rau quả	-	13,86	13,76	13,49	142,21	30,29	16,49	15,72	17,92	36,03	15,50	10,50	6,12
Gạo	-	157,78	37,93	13,75	115,38	26,53	36,90	-11,49	-41,93	-10,03	19,75	11,70	201,67
Tổng	-	45,13	-28,71	-2,23	200,38	-8,36	-15,77	27,09	102,86	9,48	10,98	10,51	-10,13

Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên dữ liệu của Bộ công thương Lào

Kết quả tính toán của tác giả cho thấy, có sự thay đổi về tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản theo cơ cấu sản phẩm của nước CHDCND Lào trong giai đoạn 2003-2015, trong đó về tổng thể, tốc độ kim ngạch xuất khẩu của nước CHDCND Lào có xu hướng tăng trong kỳ nghiên cứu, tuy nhiên trong giai đoạn 2003 đến 2005, tốc độ tăng trưởng không ổn định trong kỳ nghiên cứu ở các mặt hàng nông sản. Cụ thể như sau, năm 2005 so với năm 2004, tốc độ kim ngạch xuất khẩu nông sản có xu hướng giảm với mặt hàng cà phê nhưng có xu hướng tăng với mặt hàng gạo và mặt hàng rau quả, năm 2015 so với năm 2014, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu tăng mạnh ở mặt hàng gạo với tốc độ tăng trưởng so sánh khoảng 201,67% so sánh năm 2015 so với năm 2014.

Tình hình XK nông sản theo khu vực thị trường: Tính đến năm 2005, thị trường xuất khẩu nông sản của Lào đã được mở rộng và xâm nhập và các thị trường quốc tế và khu vực. Tuy nhiên, từ trước năm 2005, thị trường xuất khẩu của Lào còn khá hẹp, chủ yếu là một số nước ở khu vực Châu Á, thì từ năm 2005 đến nay, thị trường này đã được mở rộng và đa dạng hóa cùng với chính sách hướng tới xuất khẩu, mở rộng thiết lập các quan hệ kinh tế đối ngoại với nhiều quốc gia và khu vực trên thế giới.

Sau khi gia nhập ASEAN, thị trường xuất khẩu của Lào đã đa dạng hơn và hàng hóa của Lào đã thâm nhập tốt hơn, đứng vững hơn tại các thị trường thuộc các nước thành viên ASEAN và một số nước khác. Những thị trường truyền thống tiếp tục tăng mạnh. Điều này có thể lý giải bởi nguyên nhân do Lào đã trở thành thành viên của ASEAN, một số rào cản về hạn ngạch bị dỡ bỏ, rào cản về thuế suất nhập khẩu vào các nước được cắt giảm và một số các nguyên nhân khác.

Bảng 3.7: Xuất khẩu nông sản giai đoạn 2003-2015 theo khu vực thị trường

ĐVT: Triệu USD

Thị trường	**Năm 2003**	**Năm 2004**	**Năm 2005**	**Năm 2006**	**Năm 2007**	**Năm 2008**	**Năm 2009**	**Năm 2010**	**Năm 2011**	**Năm 2012**	**Năm 2013**	**Năm 2014**	**Năm 2015**
Châu Á	5,69	6,05	7,46	7,05	18,03	19,36	22,09	23,10	49,64	61,39	65,64	72,54	70,67
EU	7,34	12,84	6,003	5,63	16,28	13,41	7,12	15,48	23,07	24,54	29,48	32,59	22,49
Mỹ	_	0,016	0,019	0,50	5,28	3,51	1,35	0,262	6,08	0,331	0,61	0,67	1,91
Tổng	**13,03**	**18,91**	**13,48**	**13,18**	**39,59**	**36,28**	**30,56**	**38,84**	**78,79**	**86,26**	**95,73**	**105,80**	**95,07**

Nguồn: Bộ Công thương, CHDCND Lào

Trong giai đoạn 2003-2015, kim ngạch XK nông sản chủ lực của nước CHDCND Lào sang các thị trường liên tục tăng trưởng. Đó là kết quả của việc thực hiện chính sách mở cửa, đa phương hoá, đa dạng hoá các quan hệ thương mại với các nước trong khu vực và thế giới. Thị trường XK nông sản chủ lực chính của nước CHDCND Lào là Châu Á, EU và Mỹ, trong đó Châu Á chiếm 64%, EU chiếm 32,5% và Mỹ chiếm 3,5%. Số liệu bảng 3.7 cho thấy giá trị XK của nước CHDCND Lào giai đoạn 2003-2015 theo cơ cấu thị trường XK đã có nhiều thay đổi bắt đầu từ năm 2003. Khu vực Châu Á trở thành thị trường trọng điểm đối với XK nông sản chủ lực của nước CHDCND Lào, trong khi kim ngạch XK nông sản chủ lực sang thị trường EU và Mỹ có xu hướng tăng nhưng chậm hơn thị trường châu Á.

*** Thị trường Châu Á:** gồm có các nước: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và các nước Đông Nam Á. Nhật Bản là một nước công nghiệp phát triển có tổng thu nhập và thu nhập bình quân đầu người rất cao nhưng với đặc thù dân số già và có tính dân tộc cao, yêu cầu của thị trường Nhật Bản có thể nói là khắt khe và khác biệt so với các nước khác. Tốc độ tăng trưởng tuyệt đối về kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Châu Á tăng khoảng hơn 65 triệu USD trong đó giai đoạn 2010-2014, tốc độ tăng tương đối định gốc (năm gốc năm 2010) giai đoạn năm năm này đạt khoảng hơn 314% tương ứng khoảng 49,44 triệu USD.

*** Thị trường EU:** Liên minh Châu Âu (EU) là thị trường xuất khẩu nông sản chủ lực của CHDCND Lào, với kim ngạch xuất khẩu năm 2014 đạt 32,59 triệu USD, đây là thị trường rộng lớn và có nhiều tiềm năng nhưng cũng có những yêu cầu rất khắt khe về vệ sinh an toàn thực phẩm. Mặt hàng NSCL của nước CHDCND Lào xuất sang thị trường EU gồm các nước: Bỉ, Pháp, Đức, Bồ Đào Nha, Ba Lan, Thuỵ Điển, Thuỵ Sỹ, Romania, Ý, Slovenia và Tây Ban Nha... Đây là các nước có mức tiêu dùng cao nhất so với trên thế giới, đồng thời dân số các nước này lại trẻ, vì vậy sự năng động cũng được thể hiện ở sự đa dạng trong việc lựa chọn rất nhiều chủng loại của nông sản chủ lực.

*** Thị trường Mỹ:** Hợp chủng quốc Hoa Kỳ (The United States of America) là khối liên hiệp nhiều bang của Hoa Kỳ được thành lập năm 1789, với diện tích lãnh thổ trên 9 triệu km^2 và dân số hơn 324 triệu người (năm 2016). Mỹ là một thị trường lớn nhất thế giới, luôn nhập siêu về hàng hoá và xuất siêu về dịch vụ nên trong quan hệ thương mại luôn tìm cách ép buộc các nước mở cửa thị trường dịch vụ, nhưng lại bảo hộ mậu dịch đối với hàng hoá sản xuất trong nước bằng nhiều luật, chính sách và các công cụ khác nhau. Kinh doanh xuất nhập khẩu hàng hoá với Mỹ bị ràng buộc bởi nhiều đạo luật và do các cơ quan khác nhau thuộc Chính phủ Liên bang hoặc các bang quản lý. Trước hết đó là các qui định về thuế cũng có các mức khác nhau như thuế theo qui chế tối huệ quốc, thuế theo chương trình ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) dành cho các nước đang phát triển, thuế cho các hiệp định thương mại tự do và thuế suất thông thường.

Các thị trường xuất khẩu mục tiêu của NSCL nước CHDCND Lào như EU, Mỹ, Châu Á bao gồm các phân đoạn thị trường cơ bản như sau:

(1) Nhà sản xuất lớn, thường đòi hỏi và có nhu cầu mua hàng nông sản dựa trên những mặt hàng chất lượng cao, đảm bảo vệ sinh an toàn lương thực và đòi hỏi chuẩn mực rất chặt chẽ.

(2) Bộ phận trung gian có thu nhập tương đối cao, có phần nào dễ và thoáng hơn về nhu cầu măt hàng NSCL (cà phê, rau quả và gạo...). Đối tượng khách hàng này rất quan tâm đến chất lượng và giá cả phù hợp.

(3) Bộ phận thị trường truyền thống trong khu vực, thường có nhu cầu tiêu dùng không cao, chủ yếu họ quan tâm đến giá cả khi lựa chọn mặt hàng NSCL của nước CHDCND Lào.

Trong các phân đoạn thị trường kể trên, hàng NSCL của nước CHDCND Lào nên chọn phân đoạn thị trường người tiêu dùng tại các phân đoạn thị trường thứ 2 và 3, là những phân đoạn có đòi hỏi ở mức thấp và trung bình trên thị trường. Đây là đoạn thị trường mà mức hấp dẫn của nó phù hợp với năng lực sản xuất - kinh doanh cũng như hiệu lực các chiến lược, công cụ marketing, nhất là mặt hàng NSCL của nước CHDCND Lào chủ yếu xuất khẩu dựa trên phương thức trực tiếp và hợp tác xuất khẩu với các nhà nhập khẩu. Hiện nay, mặt hàng NSCL của nước CHDCND Lào đã chú trọng sản xuất theo công nghệ tiên tiến, nâng cao năng lực sản xuất, phát triển các mặt hàng có chất lượng, đáp ứng được nhu cầu bộ phận người tiêu dùng tại phân đoạn thị trường thứ 1, thứ 2. Trong giai đoạn tới (2018-2020), các mặt hàng nông sản chủ lực của nước CHDCND Lào sẽ tập trung chủ yếu vào 2 phân đoạn thị trường nêu trên.

Kết quả tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nông sản theo khu vực thị trường của nước CHDCND Lào trong giai đoạn 2003-2015 như sau:

Bảng 3.8: Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nông sản theo khu vực thị trường của CHDCND Lào giai đoạn 2003-2015

Đơn vị: %

Thị trường	So sánh												
	03	**04/03**	**05/04**	**06/05**	**07/06**	**08/07**	**09/08**	**10/09**	**11/10**	**12/11**	**13/12**	**14/13**	**15/14**
Châu Á	-	6,33	23,31	-5,50	155,74	7,38	14,10	4,57	114,89	23,67	6,92	10,51	-2,58
EU	-	74,93	-53,25	-6,21	189,17	-17,63	-46,91	117,42	49,03	6,37	20,13	10,55	-30,99
Mỹ	-	-	18,75	2531,58	956,00	-33,52	-61,54	-80,59	2220,61	-94,56	84,29	9,84	185,07
Tổng	-	45,10	-28,69	-2,24	200,38	-8,36	-15,77	27,10	102,85	9,48	10,98	10,52	-10,14

Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên số liệu của Bộ Công thương nước CHDCND Lào

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có sự gia tăng về tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nông sản theo khu vực thị trường, sự thay đổi không đều giữa các năm và các thị trường xuất khẩu khác nhau. Điển hình cho sự thay đổi tương đối mạnh mẽ đó là thị trường Mỹ, khi năm 2006 tốc độ tăng trưởng so với năm 2005 số tuyệt đối khoảng 2531%, sau đó có sự biến động khi so sánh ở những năm sau, năm 2015 kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Mỹ tăng khoảng 185,07% so với năm 2014.

3.2.3. Phân tích mức độ ảnh hưởng của AEC đến phát triển xuất khẩu nông sản và kết quả phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi tham gia vào AEC

3.2.3.1. Thực trạng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào sau khi tham gia vào AEC

Sau khi tham gia vào AEC, tình hình phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào có sự thay đổi tương đối lớn, trong phạm vi so sánh trước và sau khi tham gia vào AEC, tác giả sử dụng số liệu thống kê về tình hình phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào năm 2015 đây là năm đại diện cho phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trước khi tham gia vào AEC và năm 2016 là năm sau khi nước CHDCND Lào tham gia vào AEC, việc so sánh tương quan giữa trước và sau để từ đó giúp tác giả so sánh sự khác biệt về phát triển xuất khẩu nông sản trước và sau khi tham gia AEC. Đồng thời, tác giả sử dụng một số chỉ tiêu như kim ngạch xuất khẩu, xuất khẩu theo thị trường... để so sánh sự khác biệt đó. Cụ thể như sau:

Về kim ngạch xuất khẩu: Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu dường như có xu hướng tăng giữa trước và sau khi tham gia vào AEC, trước khi tham gia vào AEC cụ thể năm 2015, giá trị kim ngạch xuất khẩu của nước CHDCND Lào khoảng 95,07 triệu USD thì sau khi tham gia vào AEC, kim ngạch xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khoảng 98,56 triệu USD. Việc ra tăng về kết quả tuyệt đối khi tham gia vào AEC cho thấy tín hiệu tích cực cho xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi gia nhập AEC

Bảng 3.9: So sánh tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trước và sau khi tham gia AEC

Tiêu chí	ĐVT	Năm 2015	Năm 2016
Kim ngạch xuất khẩu nông sản	Triệu USD	95,07	98,56
Mức tăng	Triệu USD	-	3,49
Tốc độ tăng	%	-	3,67

Nguồn: Tác giả tính toán

Bảng số liệu tính toán của tác giả cũng cho thấy, có sự gia tăng về số tuyệt đối cũng như số tương đối khi so sánh trước và sau khi tham gia AEC, tốc độ tăng tuyệt đối khoảng 3,49 triệu USD tương ứng khoảng 3,67%

Tình hình xuất khẩu nông sản chủ lực theo mặt hàng:

Tình hình xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào có sự thay đổi theo hướng tích cực sau khi tham gia AEC, sự thay đổi chung của kim ngạch xuất khẩu có sự đóng góp của các mặt hàng xuất khẩu nông sản chủ lực, cụ thể như sau:

Bảng 3.10: Sự thay đổi kim ngạch xuất khẩu nông sản theo mặt hàng trước và sau khi tham gia AEC

ĐVT: Triệu USD

Tiêu chí	Năm 2015	Năm 2016	Mức tăng tuyệt đối	Mức tăng tương đối (%)
Mặt hàng cà phê	59,85	65,20	5,35	8,94
Mặt hàng rau quả	22,55	24,86	2,31	10,24
Mặt hàng gạo	12,67	13,59	0,92	7,23

Nguồn: Tác giả tính toán

Kết quả bảng số liệu trên cho thấy, mặt hàng cà phê dường như có sự đóng góp lớn nhất với mức tăng tuyệt đối sau khi tham gia AEC so với trước khi tham gia AEC (năm 2015) khoảng 5,35 triệu USD, tiếp sau đó là mặt hàng rau quả với mức tăng tuyệt đối khoảng 2,31 triệu USD và mặt hàng gạo với mức tăng tuyệt đối khoảng 0,92 triệu USD. Mức tăng kim ngạch xuất khẩu của các mặt hàng cũng tương đối phù hợp với chiến lược phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi mặt hàng cà phê vẫn là mặt hàng có thương hiệu và thế mạnh nhất trong xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào và được sự đầu tư tương đối mạnh mẽ của các đơn vị sản xuất và của nhà nước.

Tình hình xuất khẩu nông sản theo khu vực thị trường:

Tình hình xuất khẩu nông sản theo khu vực thị trường sau khi hình thành AEC có sự thay đổi tương đối mạnh mẽ khi kim ngạch xuất khẩu nông sản sang thị trường Châu Á và thị trường EU vẫn có sự thay đổi tích cực, có sự gia tăng về kim ngạch xuất khẩu, tuy nhiên dường như kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Mỹ lại có xu hướng giảm trong kỳ nghiên cứu.

Bảng 3.11: Sự thay đổi kim ngạch xuất khẩu nông sản theo thị trường xuất khẩu

ĐVT: Triệu USD

Tiêu chí	Năm 2015	Năm 2016	Mức tăng tuyệt đối
Châu Á	70,67	73,06	2,39
EU	22,49	24,95	2,46
Mỹ	1,91	1,85	-0,06

Nguồn: Tác giả tính toán

Việc xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào vào thị trường các nước Châu Á có thể một phần ảnh hưởng của việc hình thành AEC, từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu cho nước CHDCND vào các nước trong khu vực, đặc biệt là khu vực ASEAN, cụ thể hóa những lợi thế đó là việc kim ngach xuất khẩu nông sản vào thị trường Châu Á đã tăng 2,39 triệu USD khi so sánh năm 2016 và năm 2015.

Diện tích và sản lượng một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước CHDCND Lào

Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước CHDCND Lào bao gồm: cà phê, rau quả và gạo... Về diện tích và sản lượng của các sản phẩm chủ lực so sánh trước và sau khi hình thành AEC như sau:

Bảng 3.12: Sự thay đổi diện tích một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực

ĐVT: Nghìn ha

Diện tích	Năm 2015	Năm 2016	Mức tăng tuyệt đối
1. Cà phê	85	87	+2
2. Gạo	1120	1150	+30

Nguồn: Tác giả tính toán

Diện tích trồng lúa gạo và trồng cà phê có xu hướng tăng dần sau khi nước CHDCND Lào tham gia vào AEC, điều này cũng đã tạo điều kiện thuận lợi cho nước CHDCND Lào trong việc thúc đẩy phát triển xuất khẩu nông sản, cụ thể đã có sự gia tăng tương đối trong kim ngạch xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào.

3.2.3.2. Phân tích mức độ ảnh hưởng của AEC đến phát triển xuất khẩu xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

Kết quả phân tích của tác giả dựa trên kết quả khảo sát của hai nhóm đối tượng đó là các doanh nghiệp/hộ gia đình và nhóm người quản lý, sử dụng phân tích nhân tố tác giả phân tích các nhân tố ảnh hưởng của AEC đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

Để tiến hành phân tích các nhân tố ảnh hưởng của cộng động kinh tế ASEAN đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào, tác giả sử dụng phương pháp phân tích nhân tố để thực hiện việc phân tích các dữ liệu cho nghiên cứu này, trước tiên tác giả thực hiện kiểm định chất lượng thang đo, kiểm định này tác giả trình bày tại phụ lục 3 và phụ lục 4 của luận án.

Sau đó, tác giả kiểm định sự phù hợp của mô hình nghiên cứu, kiểm định KMO sẽ được sử dụng để kiểm định, các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào sau khi hình thành AEC:

Bảng 3.13: Các tiêu chí phân tích và ký hiệu

Tiêu chí	Ký hiệu
1. Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu	**SXHHXK**
1.1. Về chính sách tỷ giá	TYGIA
1.2. Về chính sách thuế xuất khẩu	THUEXK
1.3. Về chính sách hạn ngạch xuất khẩu	HANNGACH
1.4. Về giá của sản phẩm xuất khẩu	SPXK
1.5. Các chính sách tín dụng hỗ trợ của chính phủ	CPHT
1.6. Các chính sách đầu tư của chính phủ cho hàng nông sản phục vụ xuất khẩu	CPDT
1.7. Về lãi suất tín dụng	LS
1.8. Về nghiên cứu, triển khai sản phẩm nông sản mới phục vụ xuất khẩu	NGHIENCUU
1.9. Có giải pháp tăng cường năng suất sản phẩm	TANGNS
1.10. Chất lượng sản phẩm xuất khẩu	CLSPXK
1.11. Chính sách phát triển các đơn vị xuất khẩu nông sản (hộ sản xuất, doanh nghiệp)	CSPTSXDN
1.12. Chính sách hỗ trợ các đơn vị chế biến sản phẩm nông sản (DN, hộ gia đình)	CSHTCB
1.13. Khả năng hội nhập của đơn vị xuất khẩu	HOINHAP
1.14. Khả năng cạnh tranh của đơn vị xuất khẩu	DVXKCANHTRANH
2. Nhóm nhân tố thuộc về thị trường xuất khẩu	**TTXK**
2.1. Về mối quan hệ hợp tác thương mại giữa các quốc gia trong khu vực ASEAN	HTACTMAI
2.2. Về các chính sách thương mại song phương	CSTMAI
2.3. Về vai trò của cơ quan đại diện ngoại giao và thương mại của nước CHDCND Lào ở các nước	NGOAIGIAO
2.4. Về khả năng dự báo nhu cầu của thị trường nông sản của thị trường xuất khẩu	DUBAO
2.5. Hoạt động xúc tiến thương mại trong xuất khẩu nông sản	XTTMAI
2.6. Phương thức tiếp thị sản phẩm nông sản phù hợp với từng loại thị trường	TIEPTHISP
2.7. Khả năng cạnh tranh của hàng nông sản của nước CHDCND Lào với sản phẩm của các quốc gia	CANHTRANH

Tiêu chí	Ký hiệu
3. Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu	**GIAHHXK**
3.1. Về thủ tục xuất nhập khẩu	THUTUCXNK
3.2. Về chi phí xuất khẩu	CPXK
3.3. Về các chính sách bảo hộ của thị trường các nước	CSBH
4. Về quan hệ kinh tế quốc tế	KTQT
5. Về khoa học công nghệ: Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ: điện thoại, fax, internet… để tiết kiệm chi phí đi lại và chi phí giao dịch…	KHCN
6. Nhu cầu của người tiêu dùng về nông sản	NTD

3.2.3.3. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào theo quan điểm của các doanh nghiệp

Tác giả phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào theo quan điểm của các doanh nghiệp khi hình thành Cộng đồng kinh tế AEC theo các nhóm nhân tố, tác giả đã phân chia thành ba nhóm nhân tố, cụ thể:

**) Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu*

Trước hết, tác giả thực hiện kiểm tra sự phù hợp của mô hình nghiên cứu, kiểm định KMO được tác giả sử dụng:

Kiểm định sự phù hợp của mô hình nghiên cứu:

Bảng 3.14: Kết quả kiểm định KMO và Bartlett's

(KMO and Bartlett's Test)		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.698
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1605.658
	Df	91
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dưới sự trợ giúp của phần mềm SPSS 20.0

Kết quả nghiên cứu cho thấy, với hệ số KMO: 0,698 mô hình nghiên cứu của tác giả là phù hợp.

Sau đó, tác giả xem xét hệ số Eigenvalues:

Bảng 3.15: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.143	43.880	43.880	6.143	43.880	43.880	4.522	32.299	32.299
2	2.131	15.221	59.101	2.131	15.221	59.101	3.485	24.891	57.190
3	1.576	11.254	70.355	1.576	11.254	70.355	1.843	13.165	70.355
4	.989	7.067	77.422						
5	.866	6.187	83.608						
6	.707	5.051	88.659						
7	.513	3.667	92.326						
8	.331	2.365	94.692						
9	.245	1.749	96.441						
10	.208	1.486	97.927						
11	.114	.817	98.744						
12	.081	.577	99.320						
13	.050	.355	99.675						
14	.045	.325	100.000						

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dưới sự trợ giúp của phần mềm SPSS 20.0

Với hệ số eigenvalues >1, có ba nhóm nhân tố được rút ra với mức độ giải thích khoảng hơn 70%

Tiếp theo, ma trận xoay các nhân tố được tác giả xem xét, kết quả cụ thể như sau:

Bảng 3.16: Ma trận xoay nhân tố

Rotated Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
TYGIA		.846	
THUEXK			.789
HANNGACH			.889
SPXK		.769	
CPHT		.775	
CPDT	.666	.562	
LS	.529	.554	
NGHIENCUU	.740		
TANGNS	.886		
CLSPXK	.847		
CSPTSXDN	.821		
CSHTCB	.845		
DVXKCANHTRANH		.633	
HOINHAP		.584	

Trên cơ sở ma trận xoay các nhân tố này, phương trình các nhân tố được rút ra cụ thể như sau:

F1 = 0.666CPDT + 0.74NGHIENCUU + 0.886TANGNS + 0.847CLSPXK + 0.821CSPTSXDN + 0.845CSHTCB

F2 = 0.769SPXK + 0.775CPHT + 0.554LS + 0.633DVXKCANHTRANH + 0.584HOINHAP

F3 = 0.789THUEXK + 0.889HANNGACH

Nhân tố thứ nhất (F1) bao gồm sáu nhân tố thành phần, cụ thể như chính sách đầu tư của chính phủ cho nông sản phục vụ xuất khẩu (CPDT), nhân tố về nghiên cứu, triển khai sản phẩm nông sản mới phục vụ xuất khẩu (NGHIENCUU), nhân tố có giải pháp tăng năng suất sản phẩm (TANGNS), chất lượng sản phẩm xuất khẩu (CLSPXK),

chính sách phát triển các đơn vị xuất khẩu nông sản (CSPTSXDN), chính sách hỗ trợ các đơn vị chế biến sản phẩm nông sản (CSHTCB). Trong đó, nhân tố giải pháp tăng cường năng suất sản phẩm có mức độ ảnh hưởng lớn nhất đến nhóm nhân tố thứ nhất với hệ số điểm tác động là 0,886 và nhân tố có điểm tác động thấp nhất là các chính sách đầu tư của chính phủ cho nông sản phục vụ xuất khẩu với hệ số điểm tác động là 0,666.

Nhóm nhân tố thứ hai (F2) chịu sự tác động của năm nhân tố thành phần bao gồm giá của sản phẩm xuất khẩu (SPXK), các chính sách tín dụng hỗ trợ của chính phủ (CPHT), lãi suất tín dụng (LS), khả năng cạnh tranh của đơn vị xuất khẩu (DVXKCANHTRANH) và khả năng hội nhập của đơn vị xuất khẩu (HOINHAP). Trong đó, nhân tố có điểm số ảnh hưởng lớn nhất là các chính sách hỗ trợ của chính phủ với hệ số điểm là 0,775 và nhân tố có ảnh hưởng nhỏ nhất chính là lãi suất tín dụng với hệ số là 0,554, kết quả cho thấy là hoàn toàn phù hợp trong bối cảnh nước CHDCND Lào còn những khó khăn trong phát triển xuất khẩu nông sản, việc phát triển xuất khẩu nông sản cần rất nhiều sự hỗ trợ của chính phủ về tất cả các khía cạnh.

Nhóm nhân tố thứ ba (F3) chịu sự ảnh hưởng của hai nhân tố là chính sách thuế xuất khẩu (THUEXK) và chính sách hạn ngạch xuất khẩu (HANNGACH), trong đó mức độ tác động của chính sách hạn ngạch dường như có ảnh hưởng lớn hơn đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào với điểm số tác động khoảng 0,889.

**) Nhóm nhân tố vềthị trường xuất khẩu*

Bảng 3.17: Kiểm định KMO và Bartlett’s

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.588
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	455.758
	Df	21
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dưới sự trợ giúp của phần mềm SPSS 20.0

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hệ số KMO = 0,588 >0,5 chính vì vậy mô hình nghiên cứu của tác giả lựa chọn là phù hợp.

Sau đó, tác giả xem xét đến hệ số Eigenvalues

Bảng 3.18: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.641	37.726	37.726	2.641	37.726	37.726	2.469	35.267	35.267
2	1.826	26.085	63.811	1.826	26.085	63.811	1.908	27.256	62.522
3	1.150	16.435	80.246	1.150	16.435	80.246	1.241	17.724	80.246
4	.672	9.601	89.847						
5	.397	5.678	95.525						
6	.237	3.389	98.914						
7	.076	1.086	100.000						

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dưới sự trợ giúp của phần mềm SPSS 20.0

Với hệ số Eigenvalues > 1, có ba nhóm nhân tố được rút ra với mức độ giải thích khoảng hơn 80%, ma trận xoay các nhân tố như sau:

Bảng 3.19: Ma trận xoay các nhân tố

Rotated Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
HTACTMAI	.751		
CSTMAI	.963		
NGOAIGIAO	.893		
DUBAO			.959
XTTMAI		.731	
TIEPTHISP		.910	
CANHTRANH		.718	

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dưới sự trợ giúp của phần mềm SPSS 20.0

Kết quả phân tích cho thấy, có ba nhóm nhân tố được rút ra, cụ thể như sau:

F1 = 0.751HTACTMAI + 0.963CSTMAI + 0.893NGOAIGIAO

F2 = 0.731XTTMAI + 0.91TIEPTHISP + 0.718CANHTRANH

F3 = 0.959DUBAO

Nhóm nhân tố thứ nhất (F1) chịu sự tác động của ba nhân tố bao gồm mối quan hệ hợp tác thương mại giữa các quốc gia trong khu vực ASEAN (HTACTMAI), chính sách thương mại song phương (CSTMAI), và vai trò của cơ quan đại diện ngoại giao và thương mại của nước CHDCND Lào ở các nước (NGOAIGIAO), trong đó mức độ ảnh hưởng lớn nhất thuộc về nhân tố chính sách thương mại song phương với hệ số điểm ảnh hưởng là 0,963

Nhóm nhân tố (F2) chịu ảnh hưởng của ba nhân tố bao gồm hoạt động xúc tiến thương mại (XTTMAI), phương thức tiếp thị sản phẩm nông sản phù hợp với từng loại thị trường (TIEPTHISP), và khả năng cạnh tranh nông sản của nước CHDCND Lào với sản phẩm của các quốc gia, trong đó, nhân tố có mức độ ảnh hưởng lớn nhất là các phương thức tiếp thị sản phẩm nông sản phù hợp với từng loại thị trường với hệ số điểm là 0,91

Nhóm nhân tố thứ ba (F3) chịu sự ảnh hưởng của nhân tố khả năng dự báo nhu cầu của thị trường nông sản của thị trường xuất khẩu (DUBAO) với điểm số tác động 0,959

**) Nhóm nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu*

Tương tự như vậy, tác giả kiểm định sự phù hợp với mô hình với nhóm nhân tố thứ ba, các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa:

Bảng 3.20: Kiểm định KMO

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.754
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	424.169
	Df	15
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Với hệ số KMO = 0.754, mô hình nghiên cứu của tác giả lựa chọn là phù hợp.

Sau đó, tác giả xem xét đến hệ số Eigenvalues

Bảng 3.21: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.572	59.541	59.541	3.572	59.541	59.541	2.929	48.815	48.815
2	1.135	18.918	78.459	1.135	18.918	78.459	1.779	29.643	78.459
3	.461	7.679	86.138						
4	.386	6.439	92.577						
5	.262	4.371	96.948						
6	.183	3.052	100.000						

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Với hệ số Eigenvalues > 1, có hai nhóm nhân tố được rút ra với mức độ giải thích khoảng hơn 78%, ma trận xoay các nhân tố như sau:

Bảng 3.22: Ma trận xoay các nhân tố

Rotated Component Matrixa

	Component	
	1	2
THUTUCXNK	.830	
CPXK	.857	
CSBH	.734	
KTQT	.893	
KHCN		.802
NTD		.945

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Hai nhóm nhân tố được rút ra như sau:

F1 = 0.83THUTUCXNK + 0.857CPXK + 0.734CSBH + 0.893KTQT

F2 = 0.802KHCN + 0.945NTD

Nhóm nhân tố thứ nhất (F1) chịu sự tác động của bốn nhân tố thủ tục xuất nhập khẩu (THUTUCXNK), nhân tố chi phí xuất khẩu (CPXK), nhân tố các chính sách bảo hộ của thị trường các nước (CSBH) và nhân tố quan hệ kinh tế quốc tế (KTQT) trong đó điểm số ảnh hưởng lớn nhất là nhân tố quan hệ kinh tế quốc tế với điểm số ảnh hưởng là 0,893 và điểm số ảnh hưởng nhỏ nhất là điểm số 0,734 là nhân tố chính sách bảo hộ của thị trường quốc tế

Nhóm nhân tố thứ hai (F2) chịu sự ảnh hưởng của hai nhân tố khoa học công nghệ với điểm tác động là 0,802 và nhân tố nhu cầu của người tiêu dùng về nông sản với điểm tác động là 0,945

3.2.3.4. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào theo quan điểm của nhà quản lý

**) Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu*

Tác giả kiểm định sự phù hợp với mô hình với nhóm nhân tố thứ nhất theo quan điểm của nhà quản lý, cụ thể như sau:

Bảng 3.23: Kiểm định KMO

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.788
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1079.773
	Df	66
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hệ số KMO = 0,788 >0,5 chính vì vậy mô hình nghiên cứu của tác giả lựa chọn là phù hợp.

Sau đó nghiên cứu xem xét hệ số Eigenvalues,

Bảng 3.24: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.689	39.075	39.075	4.689	39.075	39.075
2	2.162	18.016	57.091	2.162	18.016	57.091
3	1.114	9.284	66.375	1.114	9.284	66.375
4	.955	7.954	74.329			
5	.678	5.651	79.980			
6	.587	4.895	84.876			
7	.477	3.977	88.852			
8	.404	3.367	92.220			
9	.336	2.802	95.022			
10	.242	2.017	97.039			
11	.197	1.639	98.677			
12	.159	1.323	100.000			

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Với hệ số Eigenvalues > 1, có ba nhóm nhân tố được rút ra với mức độ giải thích khoảng hơn 66%, ma trận xoay các nhân tố như sau:

Bảng 3.25: Ma trận xoay các nhân tố

Rotated Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
TYGIA		.626	
THUEXK			.837
HANNGACH			.799
SPXK			
CPHT		.806	
CPDT		.751	
LS		.770	
NGHIENCUU	.721		
TANGNS	.781		
CLSPXK	.853		
CSPTSXDN	.786		
CSHTCB	.822		

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Ba nhóm nhân tố như sau:

F1 = 0.721NGHIENCUU + 0.781TANGNS + 0.853CLSPXK + 0.786CSPTSXDN + 0.822CSHTCB

F2 = 0.626TYGIA + 0.806CPHT + 0.751CPDT + 0.77LS

F3 = 0.837THUEXK + 0.799HANNGACH

Nhóm nhân tố thứ nhất (F1) chịu sự ảnh hưởng của năm nhân tố bao gồm nhân tố về nghiên cứu, triển khai sản phẩm nông sản mới (NGHIENCUU), giải pháp tăng năng suất sản phẩm (TANGNS), chất lượng sản phẩm xuất khẩu (CLSPXK), chính sách phát triển các đơn vị xuất khẩu nông sản (CSPTSXDN) và nhân tố chính sách hỗ trợ các đơn vị chế biến sản phẩm nông sản (CSHTCB), trong đó nhân tố chất lượng sản phẩm xuất khẩu có mức ảnh hưởng lớn nhất đến hoạt động phát triển xuất khẩu nông sản trong nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu với mức điểm tác động là 0,853, và nhân tố có điểm số thấp nhất là nhân tố về nghiên cứu, triển khai sản phẩm nông sản mới phục vụ xuất khẩu với hệ số điểm là 0,721

Nhóm nhân tố thứ hai (F2) chịu sự ảnh hưởng của bốn nhân tố thành phần bao gồm chính sách tỷ giá (TYGIA), chính sách hỗ trợ của chính phủ (CPHT), chính sách đầu tư của chính phủ cho hàng nông sản (CPDT) và lãi suất tín dụng (LS), trong đó sự ảnh hưởng của chính sách hỗ trợ của chính phủ là lớn nhất với điểm số là 0,806 và thấp nhất là nhân tố tỷ giá với điểm số là 0,626

Nhóm nhân tố thứ ba (F3) chịu sự ảnh hưởng của chính sách thuế xuất khẩu và hạn ngạch xuất khẩu

**) Nhóm nhân tố về thị trường xuất khẩu*

Tác giả kiểm định sự phù hợp với mô hình với nhóm nhân tố thứ hai theo quan điểm của nhà quản lý, cụ thể như sau:

Bảng 3.26: Kiểm định KMO

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.750
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	549.822
	Df	21
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hệ số KMO = 0,75, mô hình nghiên cứu tác giả lựa chọn là phù hợp.

Sau đó nghiên cứu xem xét đến hệ số Eigenvalues, kết quả cụ thể bảng 3.26:

Bảng 3.27: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.561	50.876	50.876	3.561	50.876	50.876
2	.965	13.790	64.666			
3	.740	10.569	75.235			
4	.714	10.205	85.440			
5	.511	7.293	92.733			
6	.361	5.159	97.892			
7	.148	2.108	100.000			

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Với hệ số Eigenvalues > 1, có một nhóm nhân tố được rút ra với mức độ giải thích khoảng hơn 50,87%, ma trận nhân tố như sau:

Bảng 3.28: Ma trận nhân tố

Component Matrixa

	Component
	1
HTACTMAI	.738
CSTMAI	.821
NGOAIGIAO	.792
DUBAO	.725
XTTMAI	.588
TIEPTHISP	.671
CANHTRANH	.625

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Với hệ số Eigenvalues > 1, có một nhóm nhân tố được rút ra theo ma trận hệ số nhân tố.

Trong số các nhân tố này, có nhân tố chính sách thương mại song phương (CSTMAI) có ảnh hưởng lớn nhất với mức điểm tác động là 0,821, và nhân tố có mức điểm ảnh hưởng nhỏ nhất là nhân tố khả năng cạnh tranh của nông sản nước CHDCND Lào với sản phẩm của các quốc gia (CANHTRANH) với điểm số ảnh hưởng là 0,625.

**) Nhóm nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu*

Tác giả kiểm định sự phù hợp với mô hình với nhóm nhân tố thứ ba theo quan điểm của nhà quản lý, cụ thể như sau:

Bảng 3.29: Kiểm định KMO

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.754
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	585.646
	Df	28
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Kết quả phân tích cho thấy, hệ số KMO = 0,754, mô hình nghiên cứu là phù hợp

Sau đó nghiên cứu xem xét hệ số Eigenvalues, kết quả cụ thể như sau:

Bảng 3.30: Tính toán giá trị phương sai và mức độ giải thích của mô hình nghiên cứu

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.505	43.815	43.815	3.505	43.815	43.815
2	1.632	20.402	64.218	1.632	20.402	64.218
3	.842	10.529	74.747			
4	.609	7.617	82.364			
5	.441	5.516	87.880			
6	.390	4.873	92.753			
7	.325	4.063	96.816			
8	.255	3.184	100.000			

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Với hệ số Eigenvalues > 1, có hai nhóm nhân tố được rút ra với mức độ giải thích khoảng hơn 64%, ma trận xoay các nhân tố như sau:

Ma trận xoay các nhân tố cụ thể như sau:

Bảng 3.31: Ma trận xoay nhân tố

Rotated Component Matrixa

	Component	
	1	2
THUTUCXNK		.827
CPXK		.904
CSBH	.621	
KTQT	.804	
KHCN	.807	
NTD	.745	
DVXKCANHTRANH	.790	
HOINHAP	.767	

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả dựa trên kết quả điều tra

Hai nhóm nhân tố được rút ra như sau:

F1 = 0.621CSBH + 0.804KTQT + 0.807KHCN + 0.745NTD + 0.79DVXKCANHTRANH + 0.767HOINHAP

F2 = 0.827THUTUCXNK + 0.904CPXK

Nhóm nhân tố thứ nhất (F1) chịu sự ảnh hưởng của sáu nhân tố thành phần trong đó mức độ ảnh hưởng lớn nhất thuộc về nhân tố khoa học công nghệ cụ thể là mức độ ứng độ khoa học công nghệ để tiết kiệm chi phí liên quan (KHCN) với điểm số ảnh hưởng là 0,807 và nhân tố có sự ảnh hưởng ít nhất là chính sách bảo hộ của thị trường các nước (CSBH) với điểm số ảnh hưởng là 0,621.

Nhân tố thứ hai (F2) chịu sự ảnh hưởng của hai nhân tố, thủ tục xuất nhập khẩu và chi phí xuất khẩu, trong đó chi phí xuất khẩu có mức độ ảnh hưởng lớn hơn với điểm số tác động là 0,904 so với thủ tục xuất nhập khẩu.

3.3. Đánh giá chung về hoạt động phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào và những vấn đề đặt ra khi tham gia vào AEC

3.3.1. Những thành tựu đạt được

Trong giai đoạn 2003 tới 2016, tình hình xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào nhìn chung có dấu hiệu khả quan và đáng khích lệ. Nhiều kết quả về hoạt động xuất khẩu đã đạt được nhờ mở rộng thị trường và quy mô xuất khẩu nông sản

Quy mô xuất khẩu một số mặt nông sản chủ lực của nước CHDCND Lào đã và đang ngày càng được mở rộng cả về kim ngạch và số lượng. Trong giai đoạn 2003 tới 2016, nhìn chung phát triển xuất khẩu các mặt nông sản chủ lực đã đạt kết quả tốt với kim ngạch xuất khẩu năm 2003 đạt 13,03 triệu USD, và năm 2016 đã tăng gần 8 lần so năm 2003 đạt khoảng 103,65 triệu USD. Với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ lực (cụ thể: cà phê, rau quả và gạo) đã phần nào đó giảm bớt tình trạng nhập siêu trong cán cân thương mại chung của nước CHDCND Lào

Bên cạnh đó, hoạt động xuất khẩu nông sản đã xây dựng được nhiều một số mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tương đối tốt như mặt hàng cà phê với kim ngạch xuất khẩu có xu hướng tăng mạnh và chiếm tỷ trọng tương đối lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào sau khi tham gia vào AEC, kim ngạch xuất khẩu của cà phê năm 2003 vào khoảng 10,92 triệu USD, thì con số xuất khẩu cà phê năm 2016 là 65,2 triệu USD, đây là con số đáng khích lệ của ngành hàng cà phê nói riêng và của xuất khẩu nông sản nói chung của nước CHDCND Lào.

Thêm vào đó, cơ cấu sản phẩm xuất khẩu đã có những chuyển biến tích cực. Các mặt hàng truyền thống như cà phê, rau quả cũng được đa dạng hóa chủng loại theo hướng tăng dần sản phẩm chất lượng cao, phù hợp thị hiếu người tiêu dùng quốc tế, hiện nay cà phê đã có đa dạng sản phẩm hơn với hai loại sản phẩm xuất khẩu chính là cà phê Arabica và cà phê Robusta. Ngoài các mặt hàng truyền thống, hiện nay có thêm nhiều loại nông sản mới được đưa vào xuất khẩu như thanh long, mật ong, và một số loại rau tươi. Đồng thời các nông sản xuất khẩu có những chuyển dịch tích cực theo hướng tăng dần tỷ trọng nhóm nông sản qua chế biến, thay vì chỉ xuất khẩu các sản phẩm thô, chưa qua tinh chế như trước đây.

Một trong những thành tựu khác mà xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào đạt được, đó chính là khả năng cạnh tranh của nông sản nước CHDCND Lào nói chung, và các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào nói riêng đã được nâng cao hơn so với trước đây. Ngoài các đặc tính vượt trội của nông sản nước CHDCND Lào so với các nước khác cùng xuất khẩu nông sản do điều kiện thời tiết và thổ nhưỡng mang lại thì việc cải tiến kỹ thuật thu hái, vận chuyển, chế biến, đóng gói, nhãn mác đã giúp cho nông sản của nước CHDCND Lào nâng cao khả năng cạnh tranh với nhiều sản phẩm cùng loại trên thị trường xuất khẩu thế giới. Thêm vào đó, cùng với việc áp dụng các tiêu chuẩn chung của quốc tế vào sản phẩm tạo ra, nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào đang ngày càng đứng vững trên thị trường và tiếp tục chinh phục các thị trường xuất khẩu mới trong khu vực và trên thế giới.

Về cơ chế, chính sách phát triển xuất khẩu nông sản được ban hành trong thời gian qua, đặc biệt trong giai đoạn chuyển giao khi hình thành cộng đồng kinh tế Asean đã có tác động rất tích cực đến hoạt động xuất khẩu nông sản ở nước CHDCND Lào. Có thể khái quát một số nét cơ bản như sau:

- Chính sách xuất khẩu nông sản có nhiều chuyển biến tích cực theo hướng tự do hóa từng bước thị trường nông sản, khuyến khích xuất khẩu nông sản. Điều đó thể hiện ở sự thay đổi, cắt giảm, miễn thuế xuất khẩu nông sản, mở rộng từng bước tiến tới tự do hóa đối tượng xuất khẩu, giảm dần rồi xóa bỏ giấy phép xuất khẩu, từng bước thu hẹp việc sử dụng hạn ngạch và cuối cùng xóa bỏ hạn ngạch những mặt hàng xuất khẩu.

- Cơ chế quản lý hoạt động xuất khẩu nông sản được chuyển dần từ quản lý chủ yếu bằng mệnh lệnh hành chính sang quản lý bằng pháp luật, kế hoạch, chính sách thông qua việc sử dụng linh hoạt các biện pháp kinh tế, các công cụ chính sách thương mại, như thuế, hạn ngạch, hỗ trợ xuất khẩu, tỷ giá hối đoái... việc tăng dần sử dụng các công cụ chính sách kinh tế thay vì các công cụ hành chính trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản thể hiện đặc điểm chuyển đổi của chính sách xuất khẩu nông sản ở nước CHDCND Lào.

- Chính sách trợ cấp trực tiếp cho doanh nghiệp xuất khẩu nông sản và thưởng xuất khẩu đã góp phần làm cho xuất khẩu nông sản ở nước CHDCND Lào có sự gia tăng liên tục trong nhiều năm, tạo ra được nhiều thị trường mới đầy tiềm năng. Ngoài ra, chính sách trợ giá xuất khẩu đã giúp doanh nghiệp xuất khẩu bớt thua thiệt do giá xuất khẩu giảm, hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua khó khăn và tiếp tục kinh doanh trong điều kiện kém thuận lợi… Tuy nhiên, các chính sách trợ giá hiện nay không còn mang lại những lợi thế nhất định cho xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào, nhất là trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng như hiện nay cũng như việc tham gia vào cộng đồng kinh tế Asean

Thêm vào đó, thị trường xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào cũng được mở rộng và đa dạng hơn, chính điều này đã tạo ra những thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào

3.3.2. Những mặt hạn chế

Bên cạnh những thành tựu đã đạt được trong hoạt động xuất khẩu nông sản ở Lào trong điều kiện hình thành AEC, cũng vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế cần phải khắc phục. Cụ thể như sau:

- Hoạt động đầu tư sản xuất hàng xuất khẩu vẫn còn thấp, chủ yếu là các sản phẩm xuất khẩu được các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào xuất khẩu đi là các nông sản thô, chưa qua chế biến…

- Các cơ quan quản lý Nhà nước và các doanh nghiệp chưa chuẩn bị cho việc khai thác các thị trường xuất khẩu, các thị trường xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào hiện nay còn tương đối hạn hẹp chủ yếu là thị trường ASEAN và thị trường Mỹ, trong khi đó, thị trường Châu Âu là thị trường có tương đối nhiều tiềm năng, nhưng đổi lại, yêu cầu về chất lượng sản phẩm của thị trường Châu Âu là rất khắt khe. Chính vì vậy, để phát triển xuất khẩu nông sản vào thị trường này đòi hỏi yêu cầu rất lớn đối với cả cơ quan quản lý nhà nước cũng như các đơn vị xuất khẩu nhằm đảm bảo tiêu chuẩn xuất khẩu đặc thù cho các thị trường

- Công tác quản lý nhà nước về hoạt động xuất khẩu còn nhiều bất cập, văn bản chính sách, thông tư hướng dẫn còn chưa thống nhất, điều này vô hình chung đã gây ra những khó khăn cho các đơn vị tham gia hoạt động xuất khẩu. Ngoài việc phải đảm bảo về chất lượng sản phẩm, các đơn vị này còn phải lo những thủ tục hành chính, những thủ tục bất cập giữa các bên gây ra khó khăn cho các đơn vị xuất khẩu

- Các hoạt động marketing tầm vi mô và vĩ mô cho hoạt động phát triển thị trường chưa được quan tâm đúng mức, chưa có những hội thảo, hội chợ hay chuyên đề nhằm quảng bá hình ảnh sản phẩm xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào ra thị

trường quốc tế. Trang web hỗ trợ xuất khẩu nông sản chưa được đầu tư đúng mức, chưa tạo được sự hấp dẫn cho đối tác cũng như khách hàng.

- Vẫn chưa vượt qua được hàng rào kỹ thuật của các quốc gia nhập khẩuvà các rào cản thương mại mới trong quá trình toàn cầu hóa ngày càng phát triển hơn.

- Hệ thống sản xuất nông nghiệp nói chung và nông sản nói riêng của nước CHDCND Lào còn sản xuất phân tán nhỏ lẻ, canh tác theo truyền thống, quá trình sản xuất mang tính từ phát, chưa theo quy trình, quy chuẩn dẫn tới sự không đồng bộ trong sản xuất và sự không đồng nhất về chất lượng nông sản.

Ngoài ra, về chính sách có những hạn chế cụ thể như sau:

Thứ nhất, nước CHDCND Lào chưa có chính sách cụ thể để đẩy mạnh xuất khẩu nông sản cho dài hạn. Hầu hết các biện pháp chính sách chủ yếu mang tính tình thế, chắp vá. Qua từng thời kỳ, qua từng năm, các cơ quan nhà nước mới dừng ở việc đánh giá kim ngạch xuất khẩu nông sản tăng bao nhiêu so với thời kỳ trước, so với năm trước, chiếm tỷ trọng bao nhiêu phần trăm (%) trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước mà thiếu sự đánh giá hiệu quả xuất khẩu các mặt hàng đạt được như thế nào? Có thể thấy, dường như đối với một số mặt hàng đang có tình trạng "xuất khẩu lấy được" để giải quyết vấn đề ứ thừa nông sản chứ chưa tính tới hiệu quả lâu dài. Như vậy, chính sách xuất khẩu nông sản ở nước CHDCND Lào khó trả lời được một số câu hỏi được đạt ra:

- Những mặt hàng xuất khẩu nào là chủ lực mang tính dài hạn đòi hỏi phải tập trung nỗ lực lớn hơn;

- Hiệu quả xuất khẩu từng loại mặt hàng như thế nào về quy mô giá trị gia tăng so với quy mô đầu tư, quy mô lợi nhuận so với quy mô đầu tư, xét về tác dụng thúc đẩy lan truyền đối với các ngành kinh tế khác, lĩnh vực khác;

- Xuất khẩu từng loại mặt hàng đến mức độ, chất lượng và số lượng nào, tương ứng với quy mô vốn đầu tư bao nhiêu là đạt hiệu quả tối ưu

Thứ hai, việc áp dụng chính sách thuế xuất khẩu trong thời điểm trước khi hình thành AEC nhằm mục đích sinh lợi, thu ngân sách nhà nước.v.v... cho nên những chính sách đó phải đều chỉnh cho phù hợp với tình hình cụ thể tại từng thời điểm. Vô hình chung, chẳng hạn như chính sách thuế đã gây cản trở cho các doanh nghiệp xuất khẩu trong việc xây dựng kế hoạch sản xuất- kinh doanh dài hạn, gây cản trở trong việc đẩy mạnh xuất khẩu nông sản; việc thường xuyên thay đổi mức thuế suất còn gây cho chính sách thuế thiếu ổn định, chắp vá, gây khó khăn trong thực hiện chính sách, nhất là trong bối cảnh hình thành AEC như hiện nay, việc áp dụng các chính sách về thuế không còn phát huy được những thế mạnh sẵn có.

Thứ ba, chính sách quy định quyền tham gia xuất khẩu trực tiếp vô hình chung đã tạo nên vị thế độc quyền cho một số doanh nghiệp. Điều này, đã dẫn đến tình trạng ép giá khi thu mua sản phẩm xuất khẩu, gây thua thiệt cho doanh nghiệp. Qua đó, doanh nghiệp cũng có thể chậm trễ trong thu mua nông sản vào vụ thu hoạch khi cầu nông sản thế giới xuống thấp, gây khó khăn cho doanh nghiệp trong tiêu thụ sản phẩm.

Thứ tư, việc Nhà nước sử dụng giấy phép xuất khẩu đã đạt được một số mục tiêu như: thống nhất quản lý nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu nông sản, kiểm soát hoạt động xuất khẩu nông sản quốc gia. Tuy nhiên, việc sử dụng giấy phép xuất khẩu cũng có những hạn chế như: Những quy định về điều kiện đáp ứng của các doanh nghiệp để được cấp giấy phép xuất khẩu nông sản quá cao, khó lòng các doanh nghiệp đáp ứng. Qua đó đã dẫn đến việc nảy sinh tiêu cực trong việc cấp giấy phép xuất khẩu, dẫn đến đưa và nhận hối lộ trong việc xin giấy phép xuất khẩu. Tất cả những chi phí trên đều được tính vào giá thành sản phẩm làm cho giá thành đẩy lên cao doanh nghiệp khó cạnh tranh.

Thứ năm, chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng giữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản với người sản xuất nhằm gắn sản xuất với chế biến và tiêu thụ nông sản có tác dụng, nhưng chưa phát huy hiệu quả như mong muốn. Bằng chứng là khi giá nông sản thế giới tăng cao, người nông dân sẵn sàng tuồn hàng ra ngoài bán cho tư thương, mà không bán cho doanh nghiệp chế biến hàng xuất khẩu theo hợp đồng đã ký và trái lại khi giá nông sản thế giới xuống thấp, doanh nghiệp chế biến cũng bỏ mặc cho người nông dân tự tiêu thụ sản phẩm làm ra.

3.3.3. Nguyên nhân của hạn chế

- Cơ chế, chính sách xuất khẩu nông sản ở Lào hiện vẫn thiên về chú trọng tiềm năng đất nước, chưa quan tâm đúng mức đến yêu cầu của thị trường. Chưa có chế tài cụ thể nhằm khuyến khích cũng như hỗ trợ cho các đơn vị xuất khẩu nông sản. Chưa có quy định cụ thể về chất lượng sản phẩm ngay cả cho thị trường nội địa để tạo ra tiền lệ cũng như những chuẩn mực để làm cơ sở xuất khẩu nông sản ra thị trường quốc tế

- Chính sách xuất khẩu nông sản chưa thực sự giải quyết vấn đề cốt lõi của xuất khẩu là khâu sản xuất, một số chính sách ban hành thời gian qua như ưu đãi về thuế, tín dụng, trợ cấp... cho các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu cho được tập trung ở khâu thương mại mà chưa tác động mạnh tới khâu sản xuất các mặt hàng xuất khẩu.

- Chưa có quy hoạch sản xuất nông sản xuất khẩu một cách bài bản, về quy mô tổng thể và chất lượng quy hoạch: Hiện nay các sản phẩm nông sản xuất khẩu vẫn sản xuất tương đối manh mún, chủ yếu là quy mô nhỏ và chưa có quy định thống nhất về chất lượng sản phẩm xuất khẩu thống nhất.

- Các chế tài ràng buộc và xử lý khi một trong các bên phá vỡ hợp đồng khuyến khích tiêu thụ sản phẩm chưa được quy định chặt chẽ, việc thực thi chưa nghiêm, chưa thể răng đe được các hành vi vi phạm hợp đồng đã ký. Do đó, các bên có thể phá vỡ hợp đồng ngay, nếu thấy có lợi.

Bên cạnh đó còn có những nguyên nhân khách quan và chủ quan ảnh hưởng đến những hạn chế trong phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

* Nguyên nhân khách quan

- Cùng với xu thế hội nhập, ngày càng xuất hiện nhiều rào cản thương mại mới tinh vi hơn (như chống bán phá giá, tiêu chuẩn môi trường,…) gây khó khăn không nhỏ cho phát triển thị trường xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào.

- Nước CHDCND Lào không có cảng biển, xuất khẩu phải qua quá cảnh làm tăng giá thành nông sản xuất khẩu. Điều này cũng gây ra những khó khăn tương đối cho xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

* Nguyên nhân chủ quan

- Nhận thức về vai trò của việc xuất khẩu nông sản của cán bộ, giới doanh nhân, quần chúng nhân dân còn hạn chế, chưa có những kiến thức đúng đắn cũng như những quy định về sản phẩm xuất khẩu ra thị trường quốc tế

- Do nước CHDCND Lào đang trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế từ quản lý tập trung sang cơ chế thị trường, những hạn chế về nhân lực, tài lực đã gây cản trở đáng kể đến hiệu quả của các nỗ lực hội nhập và phát triển thị trường kể từ khi Lào mở cửa.

- Năng lực dự báo, nhận biết chính sách, thay đổi trên thị trường quốc tế của các cơ quan quản lý, hoạch định chính sách còn hạn chế, trong khi khả năng thích ứng với bối cảnh mới của thị trường thế giới nói chung và sự thay đổi trong khu vực nói riêng của các doanh nghiệp xuất khẩu còn yếu dẫn đến xuất khẩu một số mặt hàng, phát triển thị trường khó khăn.

- Nước CHDCND Lào đang trong giai đoạn hội nhập và thích nghi với thị trường thế giới và thị trường khu vực với xuất phát điểm về kinh tế rất thấp. Với cơ cấu kinh tế lạc hậu, thiếu nguồn lực về tài chính, nhân lực, công nghệ,… để đẩy mạnh các hoạt động xuất khẩu.

- Kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội thấp kém, lạc hậu và thiếu đồng bộ.

- Việc xây dựng chiến lược xuất khẩu dài hạn, toàn diện mới ở bước đầu, chưa có chiến lược xuất khẩu rõ ràng, nhất là chiến lược thị trường và chiến lược sản phẩm, thiếu kinh nghiệm; chưa đủ cơ sở, trình độ để xây dựng các kế hoạch, biện pháp phát

triển xuất khẩu năng động, hiệu quả, cụ thể là chưa có chương trình phát triển các mặt hàng, thị trường mũi nhọn.

- Sự hiểu biết về thị trường nước ngoài còn hạn chế, hệ thống thông tin thị trường yếu và thiếu tin cậy, do thiếu số liệu thống kê, phân tích, đánh giá tình hình thị trường để dự báo thị trường xuất khẩu.

3.3.4. Những vấn đề đặt ra cho phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi tham gia vào AEC

Khi tham gia vào AEC sẽ tao ra một "sân chơi" tự do cho các nước mà ở đó, không có bất kỳ rào cản hàng hóa dịch vụ hay vốn nào áp đặt. Hàng hóa nói chung nông sản nói riêng của các nước thành viên sẽ được áp dụng mức thuế suất ưu đãi như nhau, như vậy, sức cạnh tranh của các sản phẩm nông sản sẽ tập trung vào giá cả và chất lượng của các sản phẩm. Điều này cũng sẽ gây ra khó khăn và thách thức nhất định cho các doanh nghiệp, các đơn vị xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi ngay tại "sân nhà" các mặt hàng nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào sẽ có nhiều cơ hội nhưng cũng phải đối mặt với không ít thách thức trong bối cảnh mới

- **Những lợi thế**

Nước CHDCND Lào đã có ổn định về chính trị và trật tự về xã hội trong trình độ tốt và ngày càng vững chắc; khả năng và trình độ sản xuất của ngành kinh tế đã ngày càng vững chắc, kinh doanh đã từng bước sát với thị trường quốc tế và khu vực, khả năng cạnh tranh của hàng hóa sản xuất trong nước đã dần dần được mạnh lên; cơ cấu kinh tế đã được chuyển đổi, hệ thống pháp luật và cơ chế chính sách nói chung và chính sách phát triển nông nghiệp nói riêng của Lào ngày càng được bổ sung, hoàn chỉnh phù hợp với các chuẩn mực và thông lệ quốc tế và khu vực, tạo thuận lợi, minh bạch và ổn định dài hạn để thu hút đầu tư, thúc đẩy các doanh nghiệp có sức cạnh tranh liên kết với nông dân theo chuỗi giá trị, Môi trường kinh doanh theo cơ chế thị trường. Việc ứng dụng khoa học công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp đang được đẩy mạnh; Liên kết theo chuỗi giá trị từng bước được hình thành và phát triển theo chiều sâu; Công tác quản lý chất lượng vật tư nông nghiệp, vệ sinh an toàn thực phẩm được chú trọng.

Nước CHDCND Lào là một đất nước có thế mạnh về nông nghiệp và có biên giới giáp danh với các nước trong khu vực Đông Nam Á. Điều kiện sinh thái tự nhiên của nhiều vùng nước CHDCND Lào rất thuận lợi cho phát triển ngành nông nghiệp nói chung và nông sản nói riêng. Khi tham gia vào AEC, sẽ đem lại nhiều cơ hội choc ho các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào như: cơ hội có được từ

cắt giảm thuế quan, mở rộng xuất khẩu. Đối với nông sản của nước CHDCND Lào, thuế xuất giảm xuống rất có lợi cho nhà sản xuất và chế biến. Hiện nay, đối với các doanh nghiệp và đơn vị sản xuất chế biến và xuất khẩu nông sản, quan trong nhất là đầu ra, nếu đầu ra không phải chịu thêm loại thế nào vào sảm phẩm, nông dân sẽ không chịu cảnh bị ếp giá, hạ giá. Đây sẽ là cơ hội lớn cho việc xuất khẩu nông sản của Lào. Trong đó, ASEAN là một thị trường quy mô tiềm năng lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Lào. Đồng thời, doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Lào có cơ hội nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị phần.

➢ **Những bất lợi**

Một là: Nhìn chung, tuy CHDCND Lào đã bước đầu hình thành các vùng sản xuất nông sản xuất khẩu tập trung nhưng khối lượng hàng hoá còn nhỏ bé, thị phần trên thị trường thế giới thấp, chất lượng chưa đồng đều và ổn định, nhiều bao bì đóng gói còn kém hấp dẫn và chưa có nhãn hiệu của doanh nghiệp mình trên vỏ bao bì. Điều đó làm cho giá xuất khẩu của nông sản Lào thấp hơn các nước khác.

Hai là: phần lớn các loại giống cây hiện đang được nông dân và các đơn vị sản xuất sử dụng có năng xuất và chất lượng thấp hơn so với các nước trên thế giới và các đối thủ cạnh tranh trong khối ASEAN. Trên địa bàn cả nước chưa hình thành được một hệ thống cung ứng giống cây tốt cho người sản xuất, từ giống nguyên chủng cho đến giống thương phẩm. Hầu hết người nông dân, đơn vị sản xuất đã tự sản xuất giống cây cho mình từ vụ thu hoạch trước hoặc mua giống trên thị trường trôi nổi mà không có sự đảm bảo về chất lượng đặc biệt là giống các loại cây ăn quả, cây lương thực, cây rau…

Ba là: So với các đối thủ cạnh tranh, Lào có cùng công nghệ chế biến lạc hậu, chưa đảm bảo chất lượng sản phẩm theo yêu cầu tiêu dùng của các thị, kết cấu hạ tầng phục vụ cho việc vận chuyển, bảo quản dự trữ, bốc xếp hàng hoá nông sản, nhất là hàng tươi sống còn yếu kém nên giá thành sản phẩm và phí gián tiếp khác tăng nhanh.

Bốn là: Năng lực quản lý sản xuất kinh doanh, chế biến và xuất khẩu nông sản chưa đáp ứng được yêu cầu trong điều kiện tự do hoá thương mại, đặc biệt là khâu marketing, dự tính về dự báo thị trường. Mối liên kết giữa các khâu sản xuất, chế biến, xuất khẩu, giữa khâu cung ứng vật tư đầu vào và tiêu thụ sản phẩm đầu ra, giữa khâu kỹ thuật với khâu kinh tế…chưa thiết lập được một cách vững chắc để đảm bảo sự ổn định về số lượng và chất lượng cũng như hiệu quả sản xuất kinh doanh nông sản xuất khẩu theo yêu cầu của thị trường.

Sáu là: Bộ máy quản lý hành chính nhà nước vẫn còn quan liêu, trì trệ, chưa thông thoáng và bảo thủ đã làm nản lòng các nhà đầu tư kinh doanh trong và ngoài

nước, tâm trạng tăng giá thành sản xuất và giá thành sản phẩm xuất nhập khẩu. Do vậy, lợi thế tiềm năng không thể phát huy hết được.

Bảy là: Khi tham gia vào AEC, sẽ có sự canh tranh gay gắt khốc liệt, không chỉ áp lực đến với các mặt hàng xuất khẩu nông sản ra thị trường quốc tế mà các mặt hàng nông sản của nước CHDCND lào còn chịu sự cạnh tranh của các đối thủ nước ngoài ngay tại thị trường nội địa, vì ậy, nếu không có sự thay đổi thì nước CHDCND Lào vẫn có nguy cơ "thua ngay trên sân nhà'' với cả những mặt hàng có thế mạnh.Thêm vào đó, khoa học kỹ thuật chưa thực sự phát triển đã gây khó khăn không nhỏ cho phát triển xuất khẩu nông sản, tạo sức ép cạnh tranh và không tạo ra được lợi thế cho các sản phẩm xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi hình thành AEC cũng như hội nhập vào nền kinh tế thế giới.

Những bất lợi phân tích trên đây phần lớn do nguyên nhân chủ quan gây ra nên có thể khắc phục được trong tương lai gần nếu có quyết tâm và có các giải pháp kịp thời, đúng đắn. Nếu khắc phục tốt thì những bất lợi này có thể lại trở thành các lợi thế tiềm ẩn của hàng hóa nông sản xuất khẩu của nước ta nói riêng và cho tất cả các loại nông sản phẩm khác nói chung trong bối cảnh tự do hóa thương mại toàn cầu.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Chương 3 này tác giả đã phân tích được khả năng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC, cụ thể điều kiện tự nhiên kinh tế xã hội ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào, khả năng phát triển xuất khẩu nông sản và khả năng cạnh tranh của nước CHDCND Lào trong phát triển xuất khẩu nông sản.

Bên cạnh đó, phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh và phương pháp phân tích theo dãy số thời gian cũng đã được tác giả áp dụng để có thể phân tích thực trạng phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC, khả năng sản xuất và phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào cũng đã được tác giả phân tích thông qua các dữ liệu đã được thu thập từ các báo cáo của các cơ quan của nước CHDCND Lào, phân tích cụ thể từng mặt hàng xuất khẩu nông sản chủ đạo cũng như các chỉ tiêu theo chiều rộng và chiều sâu cũng đã được tác giả trình bày trong nội dung của chương.

Đồng thời, tác giả cũng đã phân tích được sự thay đổi phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi tham gia vào AEC, giữa trước và sau khi tham gia AEC để thấy sự biến động và những ảnh hưởng của AEC đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào

Bên cạnh đó, tác giả cũng đã phân tích những chính sách phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào, những kết quả đạt được cũng như những thách thức khi gia nhập AEC với sự phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào.

Bên cạnh đó, trong chương này, tác giả cũng xem xét phân tích các nhân tố ảnh hưởng khi hình thành AEC và sự tham gia của nước CHDCND Lào vào Cộng đồng kinh tế này ảnh hưởng tới xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào, từ đó, tác giả phân tích các nhân tố ảnh hưởng theo các nhóm để có thể đề xuất các giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu nông sản nước CHDCND Lào. Phương pháp phân tích nhân tố, phương pháp thống kê mô tả cũng đã được tác giả sử dụng trong chương này với những dữ liệu được tác giả thu thập từ khảo sát các hộ gia đình và các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào. Ngoài ra, tác giả đã xem xét những tác động tích cực và tác đông tích cực của AEC đến phát triển xuất khẩu nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào.

Tác giả cũng đã trình bày và phân tích một số cơ hội và những vấn đề đặt ra của nước CHDCND Lào trong phát triển xuất khẩu nông sản khi tham gia vào AEC

CHƯƠNG 4
PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU NÔNG SẢN Ở NƯỚC CHDCND LÀO TRONG ĐIỀU KIỆN HÌNH THÀNH AEC

4.1. Phương hướng phát triển xuất khẩu nông sản CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC

4.1.1. Quan điểm, định hướng và mục tiêu phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC

Với tiềm năng to lớn về đất đai, khi hậu thuận lợi, nguồn nhân lực dồi dào, triển vọng sản xuất và xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong thời gian tới là rất to lớn. Vấn đề đặt ra là làm sao khai thác tiềm năng đó một cách tốt nhất vừa giải quyết nhu cầu lương thực trong nước vừa tăng khối lượng xuất khẩu nông sản tao thêm tích luỹ cho nền kinh tế quốc dân. Đảng và Nhà nước Lào coi nông nghiệp là mặt trận hàng đầu, dành ưu đải đầu tư trong và ngoài nước cho lĩnh vực sản xuất , chế biến nông sản, nhất là nông sản xuất khẩu.

4.1.1.1. Quan điểm

Phát trển xuất khẩu nông sản dựa trên cơ sở khái thác tốt lợi thế so so sánh của quốc gia, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển sản xuất và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, giải quyết việc làm và thu nhập ngày càng cao cho người dân thông qua di chuyển lao động có tay nghề và doanh nhân kinh doanh trong khối ASEAN.

Chủ trương dành ưu tiên cao, tập trung nguồn lực cho phát triển sản xuất, thu hút lao động để tăng sản lượng xuất khẩu; trong đó phải khai thác được các thế mạnh, tiềm năng xuất khẩu của đất nước và chủ động tận dụng được những cơ hội xuất khẩu sang thị trường quốc tế và khu vực cùng với chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu và cơ cấu thị trường nhằm đảm bảo xuất khẩu ổn định và hiệu quả.

Chú trọng đổi mới và hoàn thiện chính sách và cơ chế quản lý xuất khẩu phù hợp với yêu cầu của nền kinh tế trong nước và bối cảnh thương mại thế giới nói chung và bối cảnh thương mại trong điều kiện hình thành AEC, hoàn chỉnh khung pháp lý và nâng cao năng lực quản lý và điều hành xuất khẩu, bao gồm cả năng lực định hướng, xây dựng chiến lược cũng như thực hiện các biện pháp ngắn hạn có trọng tâm, hiệu quả; tạo môi trường tốt cho hoạt động của các doanh nghiệp.

Nâng cao khả năng sản xuất, phát huy các lợi thế cạnh tranh của nông sản hàng hóa nước CHDCND Lào trên thị trường là vấn đề cốt lõi trong chiến lược phát triển nông nghiệp hướng ra xuất khẩu của nước CHDCND Lào, trước hết có thể tập trung vào các mặt hàng nông sản chủ yếu có nhiều lợi thế nhất.

Lựa chọn nông sản phẩm, thị trường xuất khẩu nông sản phẩm là việc làm hết sức cần thiết và quan trọng. Xác định rõ các sản phẩm nông sản nào cần đầu tư chế biến và xuất khẩu sang thị trường nào? thực hiện phương châm sản xuất cái gì? sản xuất cho ai? sản xuất như thế nào? xây dựng chính sách hết sức cụ thể trong chiến lược quy hoạch, phát triển của từng loại sản phẩm sản xuất gắn với thị trường, lấy thị trường làm mục tiêu cho sản xuất.

Tích cực và chú trọng tham gia vào mạng lưới sản xuất và chuỗi gia trị toàn cầu, nhanh chóng và tích cực nắm bắt và tận dụng mọi cơ hội, mọi điều kiện và lợi thế nội tại cũng như từ AEC mang lại để tham gia ngáy càng hiệu quả và các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu.

4.1.1.2. Định hướng

Gắn kết thị trường xuất khẩu và sản xuất trong nước với thị trường ASEAN, vừa chú trọng phát triển thị trường trong nước vừa tiếp tục mở rộng và thâm nhập vào thị trường ASEAN, tiến tới hình thành một thị trường duy nhất và một cơ sở sản xuất thống nhất.

Nhà nước có chủ trương Quy trình "nông nghiệp sạch" và xuất khẩu nông sản có hàm lượng chế biến cao, hay nói cách khác chuyển dần từ xuất khẩu hàng hoá dạng nguyên liệu thô sang hàng hoá chế biến với hàm lượng lao động kỹ thuật cao, có giá trị lớn, đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Khai thác tiềm năng thế mạnh về sản xuất nông sản, đối với mặt hàng gạo, phát triển 7 đồng bằng lớn,chủ yếu là đồng bằng Viêng Chăn của, đồng bằng Bolikhamxay, đồng bằng Sebangphai, đồng bằng Xebangphai, đồng bằng Sedone, đồng bằng Champasak và đồng bằng Attapư với tổng diện tích là 650,000-800,000 ha, sản lượng sản xuất 3,0-3,3 triệu tấn đểđảm bảo bền vững về lương thực, cung cấp nguyên liệu cho công nghiệp chế biến, xúc tiến sản xuất nông sản sạch, không hóa chất để đáp ứng cho thị trường trong nước và xuất khẩu. Khuyến khích trồng gạo truyền thống như: gạo kay Noi ở tỉnh Xiêng khoảng (tập trung vào khu vực Huyện Meuang Paek, Khoun, Phoukood, Phaxay, Meuangkham) và tỉnh Hủa Phăn (Tập trung vàovào khu vực Huyện Meuang Sầm Nưa và Viêng Xay) với tổng diện tích là 13,000-15,000 ha mà có thể sản xuất 40.000-50.000 tấn gạo bằng cách cải thiện và tổ chức nhóm sản xuất và

trung tâm dịch vụ kỹ thuật sản xuất theo tiêu chuẩn Nông nghiệp và sạch. Ngoài ra còn có gạo và các giống gạo truyền thống khác ở vùng cao nguyên và vùng núi cao.

+ *Về mặt hàng Cà Phê:* Tập trung vào khu vực cao nguyên như: Huyện Pak Chong, Bachieng tỉnh Champasak, Huyện Lau Ngam tỉnh Saravan, Huyện Thateng tỉnh Sekong với tổng diện tích khoảng 130.000 ha ước tính năng suất lên đến 280.000 tấn. Ngoài ra, thúc đẩy trồng Cà Phê truyền thống có đặc trưng của một số địa phương (một số tỉnh) Miền Bắc đang trồng và đang thử nghiệm, dự kiến trong năm 2020 và 2025, diện tích cà phê sẽ tăng đáng kể.

+ *Về mặt hàng rau*:

Đối với các loại rau khác nhau, nhấn mạnh vào các khu vực có tiềm năng sinh thái tiềm năng, đặc biệt ở khu vực ngoại thành và các khu vực thích hợp để tiếp cận với thị trường địa phương và các nước láng giềng, chủ yếu tập trung vào đồng bằng cao nghiên Boriven (Huyện Pak xong, Bachieng, Thateng, Lau Ngam) và các vùng núi phía Bắc như: (Meuang Phukhun tỉnh Luang prabang, Meuang Kham, Meuang Khun, Meuang Paek và Thathom tỉnh Xiêng Khoảng, Meuang Sing Luangnamtha và các khu vực khác có tiềm năng. Ngoài ra, đồng bằng có tiềm năng như: Đồng bằng Viêng Chăn tập trung ở: Huyện Hatxaiphong, Huyện Sikhotabong, huyện Naxaithong Huyện Tholakhom và các khu vực khác.

+ *Về mặt hàng hoa quả*:

Tập trung vào lĩnh vực nông nghiệp có tiềm năng và phù hợp với nông nghiệp sinh thái, các khu vực truyền thống và có thể tiếp cận thị trường trong nước và ngoài nước, đã tập trung vào các loại hoa quả như: chuối, dưa hấu, dứa ở Huyện TonPhueng tỉnh Bokeo, Huyện Sing, Huyện Long tỉn Luang Namtha, Huyện Xay tỉnh Oudomxay, PakOu, Chiang Ngearn Huyện Luang Prabang tỉnh Luang Prabang, Huyện Sepon tỉnh Savannakhet Huyện Lau Ngam Saravan. Ngoài ra tập trung vào: dừa, cam, trái cây, nhãn, xoài, chôm chôm, sầu riêng, thanh long và các loại trái cây có tiềm năng và đặc sản của tỉnh, Miền thuộc điều kiện và tiềm năng của khu vực. Diện tích sản xuất làkhoảng từ 10,000 đến 15,000 ha, ước tính sản lượng khoảng 300,000-400,000 tấn.

Phát triển xuất khẩu nông sản hợp lý, phù hợp với nhu cầu thị trường từng thành viên AEC - Cộng đồng đa sắc tộc, văn hóa, tôn giáo, ngôn ngữ. Tạo bước chuyển mạnh mẽ từ phát triển xuất khẩu theo chiều rộng sang phát triển theo chiều sâu, nâng cao chất lượng tăng trưởng và hiệu quả xuất khẩu nông sản.

Phát triển xuất khẩu nông sản phải chuyển dịch sang sản phẩm áp dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại với năng suất cao, tiết kiệm năng lượng và thân thiện với môi trường.

Chủ động hội nhập vào kinh tế khu vực và thế giới trên cơ sở giữ vững độc lập tự chủ và định hướng XHCN, xây dựng kế hoạch tổng thể và lộ trình với các bước đi hợp lý, phù hợp với trình độ phát triển của đất nước và quy định của các tổ chức mà nước CHDCND Lào tham gia.

Cụ thể đối với hoạt động xuất khẩu thời kỳ trước mắt cần gia tăng tốc độ tăng trưởng xuất khẩu và duy trì tăng trưởng vững chắc, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, tăng tỷ trọng sản phẩm chế biến và chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, củng cố và tăng cường các mặt hàng chủ lực của nước CHDCND Lào có vị trí trên thị trường thế giới; mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, trong khi tiếp tục tăng cường vị trí ở các thị trường xuất khẩu hiện có; tranh thủ mọi cơ hội để đẩy mạnh xuất khẩu, phát triển kinh tế, xứng tầm với các nước trong khu vực và trên thế giới.

4.1.2. Mục tiêu phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC

Một là, Phát triển mặt hàng nông sản chủ lực (gạo, cà phê, rau quả) là những mặt hàng có tiềm năng thế mạnh về giá cả sản phẩm, sản lượng, chất lượng, điều kiện môi trường thuận lợi và lao động có tay nghề sản xuất truyền thống lâu đời, theo hướng chuyên môn hoá, hiện đại hoá, tạo ra bước nhảy vọt về mặt hàng. Tạo điều kiện cho ngành nông sản tăng trưởng nhanh, ổn định, bền vững và hiệu quả.

Hai là, Lấy xuất khẩu làm mục tiêu cho phát triển toàn ngành, mở rộng thị trường xuất khẩu đồng thời phát triển tối đa thị trường nội địa. Tập trung phát triển mạnh các sản phẩm nông sản chế biến công nghiệp, sản xuất nguyên liệu đáp ứng cho thị trường trong nước và nước ngoài, giảm nhập siêu, nâng cao giá trị gia tăng của các sản phẩm trong ngành.

Ba là, Quản lý và phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng cho sự phát triển bền vững ngành nông sản chủ lực.

Bốn là, Phát triển ngành chế biến nông sản trở thành một trong những ngành công nghiệp trọng điểm, mũi nhọn về XK, đáp ứng ngày càng cao nhu cầu tiêu dùng của thị trường trong nước, nước ngoài và có sức cạnh tranh cao, sử dụng công nghệ mới, cơ khí hoặc phương tiện kỹ thuật hiện đại, cùng với sử dụng lao động nguồn nhân lực chuyên môn hóa trong dây chuyền sản xuất chế biến nông sản, tạo nhiều việc làm cho xã hội, nâng cao khả năng cạnh tranh, góp phần đưa kinh tế đất nước hội nhập vững chắc kinh tế khu vực và thế giới.

Năm là, Đảm bảo cho các đơn vị SXKD nông sản phát triển hiệu quả trên cơ sở công nghệ mới, tiên tiến; hệ thống quản lý chất lượng toàn diện; quản lý lao động,

quản lý môi trường theo tiêu chuẩn quốc tế. Xuất phát từ mục tiêu toàn ngành nông sản chủ lực trong hướng phát triển sắp tới, các doanh nghiệp SXKD nông sản cần:

(1). Tổ chức, sắp xếp và đổi mới doanh nghiệp.

(2). Tăng năng suất bằng cách thâm canh, chú trọng chăm sóc, thu hoạch, chế biến và bảo quản nông sản chủ lực.

(3). Đẩy mạnh hợp tác, đầu tư đa dạng hóa sản phẩm: chế biến nông sản chất lượng cao, chế biến sâu, nông sản thành phẩm,..

(4). Điều tra nghiên cứu và phát triển thị trường tiêu thụ.

(5). Phát triển thành một tập đoàn cà phê, gạo và rau quả mạnh đến năm 2020.

(6). Giải quyết công ăn việc làm cho đồng bào dân tộc thiểu số.

(7). Góp phần cùng toàn ngành nông sản phát triển.

4.2. Một số giải pháp phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC

4.2.1. Tăng cường đa dạng hóa nguồn hàng xuất khẩu

Cần xây dựng chiến lược mặt hàng xuất khẩu phù hợp với điều kiện và tình hình xuất khẩu nông sản hiện nay của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC. Xây dựng chiến lược mặt hàng xuất khẩu là quá trình tổng hợp mang tính liên ngành, tổng hợp từ khâu phân tích, dự báo, xác định mục tiêu, lựa chọn biện pháp thực hiện cho đến các khâu tổ chức thực hiện và kiểm tra. Vì vậy xây dựng chiến lược mặt hàng xuất khẩu bao gồm: xác định quy mô, tốc độ xuất khẩu sản phẩm, danh mục sản phẩm xuất khẩu chiến lược, cơ cấu sản phẩm xuất khẩu và thị trường xuất khẩu chủ yếu.

Xác định quy mô, tốc độ xuất khẩu nông sản phụ thuộc quy mô, tốc độ tăng trưởng kinh tế và sự biến động trên thị trường quốc tế. Xác định tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu nông sản dựa vào thống kê về tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu nông sản bình quân kỳ gốc, dựa vào việc phân tích các yếu tố tạo nên tốc độ tăng xuất khẩu kỳ gốc, trên cơ sở đó loại các yếu tố đột biến. Dự báo một số yếu tố mới của kỳ kế hoạch như: cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, thị trường xuất khẩu, giá cả...

Để định hướng danh mục sản phẩm xuất khẩu nông sản chủ lực, trước hết cần dựa vào lợi thế so sánh của đất nước. Từ đó đánh giá danh mục sản phẩm xuất khẩu nông sản chiến lược.

Khi xác định một mặt hàng xuất khẩu chủ lực cần có ít nhất ba yếu tố cơ bản:

+ Có thị trường tiêu thụ tương đối ổn định và luôn cạnh tranh được trên thị trường đó.

+ Có nguồn lực để tổ chức sản xuất với chi phí thấp tương đối so với các sản phẩm cạnh tranh khác để có thể vừa đảm bảo khả năng cạnh tranh vừa mang lại hiệu quả cao hơn.

+ Có khối lượng kim ngạch lớn trong tổng khối lượng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia.

Tuy nhiên vị trí của mặt hàng xuất khẩu nông sản chiến lược không phải là vĩnh viễn mà trong quá trình phát triển luôn được diễn ra những vận động, biến đổi của thị trường, kéo theo đó là sự vận động, biến đổi cơ cấu các sản phẩm làm thay đổi vị trí của các sản phẩm trên thị trường. Do vậy, việc xác định và xây dựng cơ cấu các sản phẩm xuất khẩu chiến lược không chỉ căn cứ vào khả năng sẵn có và nội lực trong nước, vào nhu cầu và khả năng hiện tại của thị trường thế giới mà còn phải tính đến xu hướng và diễn biến thị trường trong tương lai.

CHDCND Lào cần xây dựng một hệ thống giải pháp đồng bộ trong đó xác định các mặt hàng xuất khẩu nông sản chủ lực cho phù hợp với điều kiện hình thành AEC để đạt được những kết quả tốt nhất:

Thứ nhất: Nâng cao các mặt hàng xuất khẩu chủ lực bằng cách gia tăng đầu tư cho sản xuất, chế biến: Các mặt hàng nông sản: áp dụng và đẩy mạnh các giống cây mới trong nuôi trồng. Các mặt hàng thực phẩm chế biến: giảm thiểu tối đa và tránh sử dụng các phương pháp bảo quản có chất nguy hại đến sức khoẻ đặc biệt là những chất cấm sử dụng; Xử lí triệt để các chất kích thích, các kháng sinh bơm chích trong các sản phẩm.

Thứ hai: Thực hiện tốt các giải pháp về hình thành và phát triển các vùng sản xuất, trong đó có giải pháp quy hoạch vùng sản xuất chuyên canh xuất khẩu; xây dựng đồng bộ cơ sở hạ tầng về khai thác, chế biến, nhà kho, cửa cảng hàng xuất khẩu.

Thứ ba: Cung cấp các thông tin và các dự báo kịp thời cho hàng xuất khẩu chủ lực: (1) Các thông tin về nhu cầu tiêu thụ ở mỗi thị trường; (2) Thông tin về hệ thống pháp luật ở mỗi quốc gia, vùng, lãnh thổ mà nước CHDCND Lào sẽ xuất khẩu hàng hoá; (3) Thông tin về sức cạnh tranh của sản phẩm cùng loại ở mỗi thị trường; (4) Các thông tin về sự điều chỉnh, thay đổi chính sách trong nước và quốc tế giúp cho nhà sản xuất chủ động thích ứng với hoàn cảnh mới; (5) Dự báo về thay đổi của môi trường, điều kiện tự nhiên, hệ sinh thái như sự biến chuyển của khí hậu, thời tiết, mức độ ô nhiễm môi trường… để định hướng cho nhà sản xuất quan tâm hơn nữa đến việc bảo vệ môi trường; có biện pháp đối phó với sự thay đổi của môi trường. (Như lũ lụt, hạn hán, giông bão sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản xuất, chế biến và bảo quản các sản phẩm nông sản).

Thứ tư: Bảo vệ thương hiệu cho hàng hóa xuất khẩu: Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực phần lớn là những sản phẩm đã được khẳng định uy tín trên thị trường trong nước và thế giới; Đẩy mạnh xuất khẩu hàng chủ lực của nước CHDCND Lào phải đi đôi với việc bảo vệ thương hiệu. Hiện nay, nhiều mặt hàng có thương hiệu mạnh của nước CHDCND Lào như cà phê Dao bị vi phạm về nhãn hiệu và các chỉ dẫn địa lí. Cho nên nhiều sản phẩm của nước CHDCND Lào được đánh giá tốt nhưng người tiêu dùng nước ngoài không biết sản phẩm đó có xuất xứ tại nước CHDCND Lào. Vì vậy, chính sách xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực cần quan tâm đến việc bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá

4.2.2. Hoàn thiện chính sách và cơ chế quản lý xuất khẩu nông sản theo hướng đơn giản, thông thoáng và phù hợp với cơ chế thị trường

Những quy định về xuất khẩu, các hàng rào thương mại trong nước là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu nông sản. Để phát triển hoạt động xuất khẩu nông sản, hệ thống các chính sách và quy định xuất khẩu của nhà nước cần được đổi mới và hoàn thiện hơn cho hợp lý như:

Đồng bộ hệ thống văn bản pháp lý: Hệ thống văn bản pháp lý phải đảm bảo tính đồng bộ, nhất quán trong việc khuyến khích tất cả các thành phần kinh tế tham gia sản xuất hàng xuất khẩu để tạo nguồn hàng ổn định, lâu dài cho các doanh nghiệp chuyên doanh xuất khẩu nông sản. Việc khuyến khích sản xuất trực tiếp và khuyến khích đầu tư xuất khẩu ở nước CHDCND Lào hiện nay chỉ mới quan tâm đến các cơ sở trực tiếp sản xuất nông sản xuất khẩu và các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu chứ chưa quan tâm đến các doanh nghiệp làm nhiệm vụ cung ứng nguyên vật liệu đầu vào. Chẳng hạn như: hiện nay, nhà nước đã có những chính sách ưu tiên đối với người sản xuất và những đơn vị tham gia xuất khẩu nông sản nhưng lại chưa quan tâm thích đáng tới các đơn vị cung cấp máy móc, thiết bị, phân bón… phục vụ cho nông nghiệp. Vì vậy, nhà nước cần phải xem xét và có các chính sách ưu đãi đối với các đơn vị này.

Đơn giản cơ chế quản lý xuất khẩu: Hiện nay công tác quản lý xuất khẩu nói chung và xuất khẩu nông sản nói riêng của nhà nước còn nhiều bất cập, thủ tục xuất khẩu rườm rà, phức tạp gây lãng phí thời gian và công sức cho các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, nhiều lúc quan liêu cửa quyền gây khó dễ cho các doanh nghiệp. Do vậy, thời gian tới nhà nước phải tiếp tục hoàn thiện cơ chế quản lý xuất khẩu cho phù hợp với tình hình mới. Ngoài ra, nhà nước cũng cần giám sát chặt chẽ, phối hợp hoạt động giữa các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu nông sản để tránh tình trạng tranh

giành khách hàng bằng cách hạ giá một cách bất hợp lý, gây tổn hại cho doanh nghiệp cũng như cho nhà nước.

Thiết lập chế độ tỷ giá hối đoái thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu: Đây là một chính sách có tính chất hỗ trợ, tăng khả năng cạnh tranh của hàng xuất khẩu. Chính sách này cần phải được phối hợp một cách nhịp nhàng với các chính sách khác, tùy theo từng thời kỳ, tạo tỷ giá hối đoái có lợi và không chênh lệch quá lớn so với giá thực tế trên thị trường. Ở chính sách này, để tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà xuất khẩu, các nhà hoạch định chính sách thường phá giá đồng nội tệ. Về mặt lý thuyết, việc làm này sẽ khiến cho nhập khẩu giảm và khuyến khích xuất khẩu. Khó khăn chủ yếu ở đây là phải xác định được một tỷ giá vừa đủ nhưng cũng phải vừa ngắn để thu được một hiệu ứng có lợi cho ngoại thương và bảo toàn được đội ngũ bán hàng. Thành công của chính sách này đòi hỏi một loạt các chính sách khác đi kèm để giữ cho nền kinh tế không suy sụp trong điều kiện lạm phát tăng cao như hiện nay.

Chính sách về thuế quan - hải quan: Trong hoạt động xuất khẩu thuế quan là loại thuế đánh vào từ đơn vị hàng xuất khẩu. Việc đánh thuế xuất khẩu được Chính phủ ban hành nhằm quản lý xuất khẩu theo chiều hướng có lợi nhất cho nền kinh tế trong nước và mở rộng các quan hệ kinh tế đối ngoại. Tuy nhiên, thuế quan cũng gây ra một khoản chi phí xã hội do sản xuất trong nước tăng lên không có hiệu quả và mức tiêu dùng trong nước lại giảm xuống. Nhìn chung, công cụ này thường chỉ áp dụng đối với một số ít mặt hàng nhằm hạn chế số lượng xuất khẩu và bổ sung cho nguồn thu của ngân sách.

Đối với chính sách thuế cần phải chú trọng:

- Đơn giản hóa các mức thuế xuất, nhập khẩu, tiến tới bãi bỏ thuế xuất khẩu để khuyến khích xuất khẩu, giảm dần thuế suất đối với thuế nhập khẩu, giảm số lượng mức thuế suất đối với thuế nhập khẩu, mở rộng khoảng cách giữa các mức thuế. Trong tương lai biểu thuế nhập khẩu nên quy định theo các mức: 0%, 3%, 5%, 10%, 20%, 30%, và mức thuế suất cao nhất là 50%.

- Tiến hành thực hiện Hiệp định xác định trị giá hải quan theo quy định AEC và các hiệp định thương mại khác. Giá tính thuế nhập khẩu được xác định trên cơ sở hợp đồng ngoại thương.

- Cần sớm hoàn chỉnh các văn bản hướng dẫn thực hiện quy định về đánh thuế nhập khẩu bổ sung trong trường hợp hàng nhập khẩu được bán phá giá, được trợ cấp làm ảnh hưởng tới sản xuất trong nước.

Chính sách thuế VAT như hiện nay đang cản trở đến hợp đồng xuất khẩu của các doanh nghiệp. Để nộp thuế VAT, nhiều doanh nghiệp phải đi vay ngân hàng với

lãi suất cao. Tuy nhiên, quá trình hoàn thuế VAT của nhà nước lại diễn ra quá chậm chạp. Điều này làm cho doanh nghiệp đã thiếu vốn kinh doanh lại càng thiếu hơn. Do đó, nhà nước cần xem xét lại chính sách này nhằm tạo các điều kiện thuận lợi cho nhà xuất khẩu.

Chính sách trợ cấp xuất khẩu: Là những ưu đãi tài chính mà Nhà nước dành cho người xuất khẩu khi họ bán được hàng hóa ra thị trường nước ngoài. Mục đích của sự trợ cấp xuất khẩu là giúp nhà xuất khẩu tăng thu nhập, nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu và do đó đẩy mạnh được xuất khẩu. Có hai loại trợ cấp xuất khẩu: trực tiếp và gián tiếp.

+ Trợ cấp trực tiếp: như áp dụng thuế suất ưu đãi đối với hàng xuất khẩu, miễn hoặc giảm thuế đối với các nhà xuất khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu,... Cho các nhà xuất khẩu được hưởng các ưu đãi các đầu tư vào sản xuất hàng xuất khẩu điện, nước, vận tải, thông tin liên lạc, trợ giá xuất khẩu.

+ Trợ cấp gián tiếp: như dùng ngân sách Nhà nước để giới thiệu, triển lãm, quảng cáo tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch xuất khẩu. Hoặc Nhà nước giúp đỡ kỹ thuật và đào tạo chuyên gia.

Mức độ trợ cấp phụ thuộc vào: chính sách của Nhà nước đối với từng mặt hàng, mức độ cạnh tranh trên thị trường.

Hiện nay trợ cấp xuất khẩu vẫn còn được sử dụng rộng rãi, nhất là trợ cấp cho những sản phẩm nông nghiệp. Vì vậy nhà nước cần xem xét và hoàn thiện cho hợp lý để trợ cấp cho các doanh nghiệp.

Hoàn thiện hệ thống chính sách tài chính, tín dụng và đầu tư phục vụ xuất khẩu:

Thành lập Quỹ bảo hiểm xuất khẩu: Sau khi Lào hội nhập vào quốc và khu vực, các hình thức hỗ trợ trực tiếp cho xuất khẩu như thưởng xuất khẩu, thưởng thành tích xuất khẩu…bị bãi bỏ. Cần sử dụng nguồn vốn này và bổ sung thêm để thành lập Quỹ hỗ trợ đầu tư: nghiên cứu, cải tạo giống cây trồng, vật nuôi; đổi mới, chuyển giao công nghệ sản xuất, chế biến, bảo quản hàng hóa xuất khẩu; đào tạo nâng cao tay nghề cho công nhân sản xuất nông sản xuất khẩu. Điều tiết tỉ giá hối đoái, lạm phát: Vai trò quản lý vĩ mô là phải điều tiết sự thay đổi tỉ giá hợp lý sao cho vừa thu hút được vốn nước ngoài, vừa khuyến khích doanh nghiệp đầu tư hướng tới khuyến khích xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu phục vụ cho việc tăng trưởng kinh tế và vẫn kiểm soát được lạm phát ở mức hợp lý.

4.2.3. Mở rộng thị trường xuất khẩu nông sản

Trong điều kiện hiện nay, tình hình giá cả thị trường đối với hàng hóa xuất khẩu luôn có sự biến động rất khó dự đoán, các nước nhập khẩu hàng hóa cũng thường có sự thay đổi về pháp luật và chính sách thương mại để đối phó với những biến động của thị trường. Đây chính là mặt yếu của những người sản xuất hàng hóa nói chung và nông sản nói riêng ở nông thôn hiện nay. Do vậy, họ dễ bị điều tiết một cách tự phát bởi các quan hệ thị trường, dễ bị thua thiệt trong hành xử trên thị trường

Để có thể chủ động nắm bắt kịp thời và đối phó với những thay đổi về giá cả, về chính sách của các nước, đặc biệt là các nước bán hàng quan trọng, việc nhà nước hỗ trợ cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời về thị trường xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ để giúp cho các doanh nghiệp và các đơn vị sản xuất nông sản xuất khẩu là rất cần thiết. Cùng với việc nắm bắt thông tin, các doanh nghiệp còn phải thực hiện đồng thời các giải pháp mang tính hỗ trợ trực tiếp và gián tiếp đó là:

Thứ nhất, đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại

Tiếp tục đổi mới cả về hình thức tổ chức lẫn nội dung hoạt động của hệ thống cơ quan tham gia hoạt động xúc tiến thương mại theo hướng chú trọng vào khâu tổ chức và cung cấp thông tin thị trường, phối hợp chặt chẽ và nhịp nhàng hơn nữa giữa 3 cấp: chính phủ, các tổ chức xúc tiến thương mại và các doanh nghiệp trong công tác xúc tiến thương mại. Các tổ chức xúc tiến thương mại cần tăng cường cung cấp các dịch vụ hỗ trợ xúc tiến thương mại cho các doanh nghiệp như cung cấp thông tin về các thị trường, đối thủ cạnh tranh, tư vấn pháp lý, giúp giải quyết các vướng mắc trong quan hệ thương mại với vai trò là cầu nối giữa các doanh nghiệp với các cơ quan quản lý các bộ, các ngành và người tiêu dùng, giúp các doanh nghiệp tận dụng được cơ hội và hạn chế những rủi ro trên thị trường. Các cơ quan thương vụ, tham tán thương mại ở các Đại sứ quán nước CHDCND Lào cần phát huy vai trò tích cực của mình trong việc cung cấp thông tin, hỗ trợ và tư vấn cho các doanh nghiệp trong nước về tìm hiểu và tiếp cận thị trường nước ngoài. Các doanh nghiệp cần thường xuyên cung cấp cho các cơ quan quản lý những thông tin cập nhật về bản thân doanh nghiệp cũng như sản phẩm của mình, chủ động hơn nữa trong công tác nghiên cứu thị trường, phát hiện nhu cầu và xây dựng chiến lược sản phẩm.

Thứ hai, phát triển thương mại điện tử, nâng cao năng lực thị trường

Cần phát triển thương mại điện tử cho các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa xuất khẩu để tạo tiềm năng cắt giảm giá thành, liên lạc tốt hơn giữa chính phủ, doanh nghiệp và người tiêu dùng trong và ngoài nước. Xây dựng hệ thống hạ tầng cơ sở pháp

lý để tạo môi trường cho thương mại điện tử phát triển. Trên cơ sở đó, trợ giúp nâng cao năng lực thị trường cho các chủ thể sản xuất nông sản xuất khẩu. Chỉ khi nào bản thân người sản xuất hàng nông sản có hiểu biết về thị trường và các quan hệ thị trường họ mới biết cách điều chỉnh sản xuất của mình theo yêu cầu của thị trường. Đây chính là mặt yếu của người sản xuất nông sản xuất khẩu ở nước CHDCND Lào hiện nay, do vậy họ dễ bị thua thiệt trong hành xử trên thị trường.

Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân tham gia trực tiếp vào việc tìm kiếm thị trường, khách hàng và tổ chức sự phối hợp hành động giữa các chủ thể trong việc xử lý các tình huống khác nhau trên cùng một thị trường và cùng một loại hàng hóa.

Thứ ba, xây dựng thương hiệu cho nông sản xuất khẩu

Thương hiệu hàng nông sản là bảng cam kết và chỉ dẫn quan trọng cho mọi người tiêu dùng biết đến những tiêu chuẩn kỹ thuật về sản phẩm. Đây vừa là cách thức thâm nhập và củng cố vị thế của mặt hàng đó trên thị trường quốc tế, vừa là cách thức hữu hiệu bảo vệ quyền lợi của người sản xuất trong cạnh tranh quốc tế, vừa là tiêu chí thể hiện khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn và kỹ thuật của tổ chức thương mại quốc tế (WTO). Trong thực tế, vấn đề phát triển thương hiệu cho hàng hóa ở các nước có nền kinh tế đang và kém phát triển như CHDCND Lào chưa được quan tâm một cách đúng mức.

Thực tế cho thấy, việc xây dựng thương hiệu, đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý cho nông sản xuất khẩu ở nước CHDCND Lào đã trở thành vấn đề quan trọng. Để thực hiện được điều đó, cần thực hiện các giải pháp đồng bộ sau:

- Một trong những bước đầu tiên trong việc xây dựng thương hiệu cho nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào, là việc phải xác định được những thế mạnh cho những mặt hàng mũi nhọn mà Lào có nhiều lợi thế để tập trung nguồn lực xây dựng cho sản phẩm.

Cần có một hệ thống luật pháp để các doanh nghiệp hoặc các hiệp hội, đơn vị địa phương có thể đăng ký những quyền sở hữu và sử dụng nhãn hiệu cho chủng loại đặc trưng cho quốc gia hay địa phương mình, qua đó có thể tiếp tục xây dựng thương hiệu sản phẩm trên thị trường quốc tế. Muốn sản phẩm được bảo hộ ở nước ngoài thì các địa phương, các cơ sở sản xuất nên đăng ký ngay tên gọi xuất xứ. Khi đăng ký ngay tên gọi xuất xứ, uy tín và chất lượng của sản phẩm sẽ được bảo đảm, được Nhà nước bảo hộ. Đây là bước khởi đầu cho việc xây dựng thương hiệu, tiếp theo mới là khâu quảng bá, tiếp thị, giới thiệu sản phẩm. Cho sản phẩm của mình một tên gọi mang tính pháp lý, cũng là cách để hạn chế rủi ro, đảm bảo được chất lượng và uy tín của từng sản phẩm.

- Xây dựng thương hiệu cho sản phẩm nông sản xuất khẩu cần phải là một chiến lược phối hợp đồng bộ của tất cả các khâu từ việc lựa chọn sản phẩm, đến sản xuất và tiêu thụ. Do vậy cần có một chiến lược tổng thể với những chương trình hành

động cụ thể liên kết được các nhà khoa học, người sản xuất, các doanh nghiệp, các nhà tiếp thị quảng bá, các ngân hàng và cơ quan chức năng cùng góp sức để xây dựng thương hiệu h nông sản xuất khẩu của nước CHDCND Lào trên thị trường thế giới.

Thứ tư, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm nông sản xuất khẩu

Đảm bảo đối xử công bằng, thoả đáng và bình đẳng giữa các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Khuyến khích xuất khẩu và xúc tiến hoạt động thương mại để mở rộng thị trường xuất khẩu nông sản, khai thác thế mạnh của bên nước ngoài trong hoạt động nghiên cứu thị trường để hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong nước nói chung và của doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng.

4.2.4. Tăng cường việc tổ chức, quản lý hoạt động xuất khẩu nông sản

Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu nông sản bằng việc áp dụng các biện pháp thâm nhập thị trường và tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ hàng nông sản ở nước ngoài. Điều này thường được biểu hiện như sau:

+ Lập các Viện nghiên cứu cung cấp thông tin cho các nhà xuất khẩu (Cục xúc tiến Thương mại thuộc Bộ Công thương và các Trung tâm Xúc tiến Thương mại thuộc các Sở Công thương).

+ Phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ thương mại nông sản như: đường giao thông, hệ thống chợ bán buôn, trung tâm giới thiệu hàng hoá... Phối hợp xây dựng hệ thống dịch vụ kiểm dịch động thực vật xuất khẩu theo tiêu chuẩn quốc tế và thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài vào phát triển ngành nông nghiệp.

+ Hỗ trợ đào tạo phát triển nguồn nhân lực cho một số ngành sản xuất nông sản xuất khẩu. Xây dựng kế hoạch cụ thể và tổ chức thực hiện các chương trình đào tạo nghề, giải quyết vấn đề thiếu hụt và nâng cao chất lượng nguồn lao động.

+ Nâng cao vai trò của các Hiệp hội ngành hàng trong việc cung cấp thông tin, thống nhất thực hiện các chiến lược phát triển sản xuất, liên kết trong kinh doanh, đàm phán ký kết hợp đồng, tránh để khách hàng lợi dụng ép giá gây thua thiệt chung. Cần có cơ chế phối hợp giữa các bộ, ngành quản lý và các Hiệp hội ngành hàng để tạo sự thống nhất trong chỉ đạo điều hành.

+ Lập các cơ quan Nhà nước ở nước ngoài để nghiên cứu tại chỗ tình hình thị trường nông sản xuất khẩu, thương nhân và chính sách của Chính phủ nước sở tại.

Việc quản lý Nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu nông sản ngày càng được cải tiến và hoàn thiện theo hướng khuyến khích xuất khẩu. Nhà nước cũng cần sắp xếp thành lập và đổi mới hoạt động của các bộ phận thương vụ, đại diện thương mại của

nước CHDCND Lào ở nước ngoài, nhằm xúc tiến được các cơ hội làm ăn cho các doanh nghiệp của nước CHDCND Lào, gắn với nhu cầu tiếp thị và hiệu quả của các doanh nghiệp. Các cơ quan này cần chú trọng tìm hiểu thông tin thị trường và cung cấp kịp thời cho các doanh nghiệp trong nước, đảm bảo tính nhanh nhạy và giúp cho các doanh nghiệp có thể đáp ứng kịp thời những thay đổi của thị trường và nắm bắt được những nhu cầu mới phát sinh. Đồng thời, cũng cần xem xét và thoả thuận cho phép các doanh nghiệp của nước CHDCND Lào được mở văn phòng đại diện ở nước ngoài để củng cố và phát triển thị trường. Ngoài ra cần kiện toàn bộ máy và nâng cao chất lượng hoạt động của các Bộ, ngành liên quan nhằm đáp ứng yêu cầu quản lý Nhà nước về xuất nhập khẩu, có quy chế phù hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý, điều hành hoạt động xuất nhập khẩu nhằm thực hiện tốt luật kinh doanh.

Ngoài ra, Bộ Công thương cần nâng cao vai trò quản lý về hoạt động thương mại, trong đó có hoạt động xuất nhập khẩu. Để thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu, nhất là hoạt động xuất nhập khẩu với thị trường ASEAN, EU, Bộ Công thương cần khẳng định hơn nữa vai trò của mình. Tăng cường hoạt động tài trợ xuất khẩu sang thị trường trong khu vực và thế giới.

4.2.5. Thúc đẩy và nâng cao hiệu quả hoạt động khoa học công nghệ nhằm phục vụ xuất khẩu nông sản

Cần sớm ban hành cơ chế quản lý chuyển giao công nghệ, khuyến khích các doanh nghiệp nước ngoài chuyển giao công nghệ hiện đại vào nước CHDCND Lào, giảm tình trạng chuyển giao công nghệ trung gian, công nghệ lạc hậu, giá cả cao, gây ô nhiễm môi trường.

Để đạt được mục tiêu thu hút công nghệ hiện đại vào nước CHDCND Lào trong thời gian tới, điều đầu tiên cần phải thực hiện là phải xây dựng một chiến lược thu hút công nghệ lâu dài, phù hợp với điều kiện cụ thể của từng giai đoạn và đặc thù của nước CHDCND Lào.

Xây dựng các trung tâm dịch vụ tư vấn và thẩm định công nghệ để giúp các nhà quản lý và đối tác của nước CHDCND Lào thực hiện việc giám định chất lượng và giá cả một cách đáng kể, tránh tình trạng nhập khẩu hoặc chuyển giao máy móc, thiết bị lạc hậu với giá cả cao.

Ngày nay với sự phát triển của khoa học công nghệ, nhiều công nghệ mới, thành tựu mới của khoa học kỹ thuật đã giúp sản xuất tạo ra những sản phẩm mới với chất lượng và mẫu mã đa dạng hơn, nhờ đó mà chu kỳ sống của sản phẩm được kéo dài và thu được nhiều lợi nhuận hơn.

Trong hoạt động xuất khẩu cũng vậy, việc áp dụng các tiến bộ khoa học công nghệ có tác động làm tăng hiệu quả của công tác này. Điều thấy rõ nhất là nhờ sự phát triển của Bưu chính viễn thông, Tin học mà các đơn vị ngoại thương có thể đàm phán ký kết hợp động với các đối tác qua điện thoại, điện tín,… giảm được chi phí đi lại. Bên cạnh đó, khoa học công nghệ còn có tác động vào cả lĩnh vực như vận tải hàng hóa, bảo quản hàng hóa, kỹ thuật nghiệp vụ ngân hàng,… đây cũng là những nhân tố có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động xuất nhập khẩu.

Công nghệ là một yếu tố hết sức quan trọng trong hoạt động xuất khẩu, bởi vì nó quyết định đến chất lượng sản phẩm, giá thành và khả năng cạnh tranh của hàng hóa. Vì vậy, cũng như bất kỳ một nước nào khác, muốn đẩy mạnh xuất khẩu, chúng ta phải có các chính sách đầu tư cho khoa học công nghệ một các thoả đáng.

Hiện thực cho thấy sự tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ trong một nước nào đó cũng như trên thế giới đều có tác động rất mạnh đến sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế, xuất nhập khẩu, nó có thể làm thay đổi vị trí các ngành trong nền kinh tế và làm thay đổi nhanh quá trình phát triển các ngành trong nền kinh tế quốc dân. Sự tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ đã và đang chiếm lĩnh vị trí quan trọng với xu thế quốc tế hóa. Vậy nước nào theo kịp phần nào hoặc cùng trình độ tiến bộ thì tạo khả năng cho sự tham gia hợp tác quốc tế của các nước.

CHDCND Lào hiện nay còn là một trong những nước lạc hậu về khoa học kỹ thuật và công nghệ cho nên không những không đáp ứng được nhu cầu xuất khẩu mà còn không đáp ứng được nhu cầu thị trường nội bộ.

Chính sách về công nghệ của nước CHDCND Lào hiện nay cần tập trung vào việc nhập khẩu và đầu tư nghiên cứu phát triển các công nghệ có khả năng khai thác các lợi thế của đất nước, đặc biệt là các máy móc thiết bị phuc vụ cho các lĩnh vực như sản xuất nông lâm sản xuất khẩu, may mặc, sản xuất,... Chính sách về khoa học công nghệ cần được tính toán một cách kỹ lưỡng trên cơ sở cân nhắc giữa khả năng kinh tế với chi phí sản xuất và nhập khẩu máy móc thiết bị. Hiện nay, nước CHDCND Lào là nước nhập khẩu các máy móc thiết bị nhưng nó không sử dùng được hoặc là đã quá lạc hậu, gây ra tổn thất không nhỏ đối với nền kinh tế. Đó là điều cần lưu ý đến trong khi hoạch định các chính sách có liên quan đến lĩnh vực này.

Thực trạng công nghệ yếu kém và lạc hậu đã được nêu ra tại nhiều diễn đàn, tình hình có chậm cải thiện nên đã ảnh hưởng rất mạnh đến chất lượng và khả năng cạnh tranh của hàng hóa nước CHDCND Lào trên thị trường thế giới. Do vậy, chính sách này cần chú trọng tới các điểm sau:

- Cho phép các thành phần kinh tế được tham gia trực tiếp và bình đẳng vào hoạt động xuất nhập khẩu sẽ là một trong những biện pháp quan trọng nhằm cải tiến công nghệ và nâng cao hiệu quả sử dùng công nghệ.

- Chú trọng nhập khẩu công nghệ đòi hỏi suất đầu tư thấp, thu hồi vốn nhanh, có khả năng tạo thêm nhiều chỗ làm việc trực tiếp và gián tiếp. Việc hiện đại hóa công nghệ là cần thiết nhưng phải lấy hiệu quả kinh tế - xã hội làm tiêu chuẩn cơ bản để lựa chọn.

- Nhà nước đầu tư thành lập Ngân hàng dữ liệu công nghệ để cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp.

- Tạo lập thị trường công nghệ để các sản phẩm khoa học công nghệ được trả giá đúng mức và lưu thông bình thường như một dạng hàng hóa đặc biệt.

- Thi hành nghiêm túc các quy định của luật pháp về bảo hộ quyền sở hữu công nghệ cũng là biện pháp quan trọng khuyến khích đầu tư nghiên cứu khoa học phục vụ công cuộc đổi mới và cải tiến công nghệ.

Theo trên thì tiến bộ công nghệ đóng góp một phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế nói chung và việc thúc đẩy xuất khẩu nói riêng. Sự đóng góp này sẽ tiếp tục gia tăng, bởi lẽ ngày nay khoa học và công nghệ ngày càng có vai trò quan trọng trong sự phát triển của mỗi nước.

Để khoa học và công nghệ thực sự là nền tảng và động lực cho phát triển kinh tế Nhà nước trong thời gian tới cần ưu tiên thực hiện các giải pháp cụ thể như sau:

Đẩy mạnh việc đổi mới công nghệ trong các doanh nghiệp, tạo nhu cầu thực sự thúc đẩy chuyển giao và ứng dụng các thành tựu khoa học và công nghệ vào sản xuất. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần chủ động hình thành các tổ chức nghiên cứu, đổi mới sáng tạo công nghệ tại các doanh nghiệp. Các tổ chức này có thể liên kết với các chuyên gia đầu ngành hoặc nhà khoa học tại các trường đại học thực hiện các đề tài có ý nghĩa thực tiễn cho việc sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Đổi mới cơ chế quản lý khoa học và công nghệ, đặc biệt là cơ chế tài chính theo hướng mở rộng quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm đối với các tổ chức công lập.

Thực hiện cơ chế tuyển chọn đề tài thông qua đấu thầu thực hiện nhiệm vụ khoa học và công nghệ trên cơ sở đảm bảo nguyên tắc cạnh tranh, hiệu quả và chất lượng.

Phát triển nhanh thị trường khoa học và công nghệ thông qua hình thức tổ chức các chợ công nghệ và thiết bị, các loại hình tư vấn, môi giới, dịch vụ chuyển giao công nghệ. Xây dựng các trung tâm giao dịch khoa học và công nghệ tại các vùng kinh tế lớn trong cả nước.

Nghiên cứu ứng dụng các giải pháp khoa học và công nghệ nhằm khai thác hợp lý, hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường sinh thái, ứng dụng những công nghệ mới trong kiểm soát và xử lý ô nhiễm môi trường.

Xây dựng chiến lược, chính sách đào tạo và phát triển nguồn nhân lực khoa học và công nghệ, sử dụng và trọng dụng nhân tài nhằm khuyến khích và phát huy sáng tạo, tăng nhanh các phát minh sáng chế, cải tiến kỹ thuật phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội.

Xây dựng chiến lược hội nhập quốc tế về khoa học và công nghê; rút ngắn khoảng cách về khoa học và kỹ thuật với khu vực và thế giới phục vụ cho quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế. Khuyến khích các tổ chức, cá nhân nước ngoài đầu tư phát triển khoa học và công nghệ tại nước CHDCND Lào. Cần có cơ chế, chính sách đặc biệt thu hút chuyên gia nước ngoài tham gia hoạt động phát triển khoa học và công nghệ trong nước.

4.2.6. Tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến về hội nhập, thương mại quốc tế

- Nâng cao nhận thức về vai trò của việc xuất khẩu nông sản trong nền kinh tế thị trường trong cán bộ, giới doanh nhân, quần chúng nhân dân bằng việc đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến về hội nhập kinh tế quốc tế, về thương mại quốc tế cả về nội dung và đối tượng. Mặt khác, cần tạo mọi điều kiện thuận lợi để một bộ phận lớn các doanh nghiệp tích cực, chủ động trong tìm kiếm và phát triển thị trường xuất khẩu hàng hóa của nước CHDCND Lào.

- Nâng cao năng lực dự báo, nhận biết chính sách cũng như những thay đổi trên thị trường quốc tế của các cơ quan quản lý, hoạch định chính sách thương mại quốc tế, tăng cường khả năng thích ứng với bối cảnh mới của thị trường thế giới của các doanh nghiệp xuất khẩu tạo điều kiện để xuất khẩu một số mặt hàng chiến lược của nước CHDCND Lào vào các thị trường có nhiều tiềm năng.

- Do nước CHDCND Lào đang trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế từ quản lý tập trung sang cơ chế thị trường, những hạn chế về nhân lực, tài lực đã gây cản trở đáng kể đến hiệu quả của các nỗ lực hội nhập và phát triển thị trường kể từ khi nước CHDCND Lào mở cửa.

- Tăng cường đầu tư xã hội cho sản xuất hàng hóa xuất khẩu, ảnh hưởng đến khả năng gia tăng quy mô sản xuất và xuất khẩu. Bên cạnh đó, hiệu quả đầu tư chưa cao, còn dàn trải, khiến cơ cấu sản xuất và xuất khẩu chậm được chuyển đổi theo hướng tích cực.

- Kết cấu hạ tầng logisitics và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp của nước CHDCND Lào nhìn chung còn yếu kém, thấp thua xa so với nhiều nền kinh tế khác. Doanh nghiệp của nước CHDCND Lào chủ yếu là doanh nghiệp vừa và nhỏ, kinh doanh chưa bài bản, sức cạnh tranh yếu khi tham gia thị trường thế giới nên thường mang lại một số bất lợi cho doanh nghiệp và nền kinh tế nước CHDCND Lào.

- Nước CHDCND Lào đang trong giai đoạn đầu hội nhập vào thị trường thế giới với xuất phát điểm về kinh tế rất thấp. Với cơ cấu kinh tế lạc hậu, thiếu nguồn lực về tài chính, nhân lực, công nghệ… để đẩy mạnh các hoạt động xuất khẩu.

- Kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội thấp kém, lạc hậu và thiếu đồng bộ, nền kinh tế nông nghiệp nghèo nàn, lạc hậu, đang từng bước chuyển sang cơ chế thị trường còn bỡ ngỡ khó khăn, đội ngũ cán bộ chưa có kinh nghiệm cần bổ sung và đào tạo cho kịp yêu cầu phát triển nền kinh tế thị trường.

Do sản xuất trong nước chưa phát triển sản xuất kiểu tự nhiên, trình độ công nghệ thấp, thiếu tập trung, quy mô nhỏ nên các mặt hàng của nước CHDCND Lào chưa đáp ứng được yêu cầu về chất lượng của các bạn hàng. Bởi vậy, chưa đủ sức đứng vững trên thị trường thế giới. Hơn nữa, hệ thống doanh nghiệp xuất khẩu còn yếu hạn chế, khả năng tiếp cận thị trường, và năng lực tài chính còn hạn chế. Hệ thống pháp luật đang trong quá trình xây dựng để phù hợp với sự chuyển dịch nền kinh tế sang cơ chế kinh tế thị trường nên vừa thiếu - vừa không đồng bộ. Hệ thống chế biến, bảo quản phục vụ xuất khẩu còn yếu kém lại phân bố thiếu hợp lý, chất lượng chế biến không cao và chi phí sản xuất tăng.

- Việc xây dựng chiến lược xuất khẩu dài hạn, toàn diện mới ở bước đầu, chưa có chiến lược xuất khẩu rõ ràng, nhất là chiến lược thị trường và chiến lược sản phẩm, thiếu kinh nghiệm; chưa đủ cơ sở, trình độ để xây dựng các kế hoạch, biện pháp phát triển xuất khẩu năng động, hiệu quả, cụ thể là chưa có chương trình phát triển các mặt hàng, thị trường mũi nhọn.

4.3. Khiến nghị

4.3.1. Với Nhà nước

Nhà nước cần tăng cường công tác tuyên chuyền và nâng cao nhận thức doanh nghiệp về AEC, tiếp tục đẩy mạnh tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững. Các cơ quan hữu trách cần phải chủ động nâng cao vai trò của mình hơn nữa, cần có nhiều hình thức khác nhau để cung cấp và hỗ trợ thông tin hiệu quả hơn cho các doanh nghiệp nhằm nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về AEC.

Các cơ quan quản lý nhà nước cần rà soát quá trình thực thi các cam kết trong ATIGA, Tiếp tục đàm phán với phía ASEAN về một số vấn đề liên quan đến việc thực thi cam kết sau khi hình thành AEC để cụ thể hóa hơn nữa, trong đó có vấn đề ASEAN hỗ trợ hợp tác phát triển công nghiệp hỗ trợ, hợp tác tăng cường năng lực kiểm dịch, hợp tác trong lĩnh vực tiêu chuẩn hóa, v.v....

Tổ chức nhiều hơn các cuộc hội thảo và giao thương xúc tiến hợp tác thương mại và đầu tư với ASEAN. Để qua đó, các DN nước CHDCND Lào có cơ hội tìm hiểu thông tin về thị trường ASEAN và tìm kiếm các đối tác ASEAN để hợp tác sản xuất, kinh doanh.

Nhà nước cần đưa ra những chiến lược cụ thể hỗ trợ cho nông dan và doanh nghiệp kinh doanh nông sản, phải hỗ trợ nông dân bằng những chính sách chiến lược cụ thể và đi vào thực tế. Trong xây dựng cơ chế cần khuyến khích, thúc đẩy doanh nghiệp tham gia tiêu thụ, mở rộng thị trường nông sản có lơi thế và tiềm năng , tránh đầu tư quy mô tràn lan, phải tăng cường hợp tác với nông dân để tiêu thủ nông sản. Bên cạnh đó, cân xây dựng chuỗi lên ngành chuyển dao công nghệ để sản phẩm nông sản của nước CHDCND Lào xâm nhập mạnh mẽ vào các thị trường.

Nhà nước cần đầu tư có trọng điểm, tập trung đầu tư vào ngành nông nghiệp, những công trình cơ sở hạ tầng mang lại hiệu quả kinh tế xã hội cao. Ưu tiên đầu tư cho việc phát triển cơ sở hạ tầng ở nước CHDCND Lào gồm cơ sở hạ tầng về mặt pháp lý, dân trí, chính trị, xã hội trang thiết bị kỹ thuật, phần cứng... Trực tiếp đầu tư xây dựng các trung tâm thương mại, trang tâm hội chợ triển lãm, các sở giao dịch hàng hoá ở các vùng trọng điểm trong nước.

4.3.2. Với doanh nghiệp, đơn vị sản xuất nông sản xuất khẩu

Thứ nhất, nâng cao chất lượng nông sản. Để đảm bảo việc xuất khẩu nông sản sang thị trường nước ngoài, sản phẩm nông sản của nước CHDCND Lào cần đảm bảo được các tiêu chuẩn kỹ thuật về chất lượng sản phẩm. Do đó, dể nâng cao chất lượng nông sản cần chú trọng cải tiến từ khâu chọn giống, thuốc bảo vệ thực vật, các quy trình phân bón, khâu vận chuyển, bảo quản để đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm đáp ứng tiêu chuẩn hội nhập.

Thứ hai, doanh nghiệp phải chủ động nâng cao sức cạnh tranh, sẵn sàng hội nhập và đối mặt vơi xu thế mới như tụ do hóa đầu tư, thương mại, giảm và xóa bỏ thuế quan, hình thành tiêu chuẩn hàng chung ... Để đáp ứng cạnh tranh trong khu vực toàn cầu, các doanh nghiệp cần đưa ra những điều chỉnh cần thiết, cần liên tục cải cách quy tắc xuất xứ, hàng hóa phải đáp ứng được những tiêu chí, quy định về xuất xứ mới được hưởng ưu đãi về thuế quan. Đồng thời, nâng cao chất lượng, năng suất lao động bằng cách đào tạo nâng cao trình độ, chuyên môn nghiệp vụ để đáp ứng nhu cầu cạnh tranh trong quá trình hội nhập.

Thứ ba, các đơn vị sản xuất nông sản cần thay đổi thói quen sản xuất truyền thống theo hướng sản xuất hàng hóa. Trong AEC, các đơn vị sản xuất nông sản sẽ buộc phải đẩy mạnh sản xuất theo quy mô lớn, ứng dụng mạnh mẽ khoa học công nghệ kỹ thuật nhất là áp dụng các mô hình sản xuất tiên tiến hiện đại để sản phẩm làm ra đáp ứng được các cam kết khắt khe trong hội nhập.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 4

Trong chương 4 này, tác giả đã đưa ra những Quan điểm, định hướng và mục tiêu phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC.

Dựa trên những cơ sở định hướng, giải pháp của nước CHDCND Lào cũng như những khó khăn, hạn chế và nguyên nhân ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC, tác giả đã đề xuất một số giải pháp cũng được tác giả đưa ra nhằm thúc đẩy phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC từ giải pháp về tổ chức thực hiện đến những chính sách nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho hoạt động xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào.

Bên cạnh đó, một số giải pháp cụ thể đã được tác giả trình bày trong nghiên cứu như: Giải pháp về công tác tuyên truyền, phổ biến về hội nhập, thương mại quốc tế, giải pháp về khoa học công nghệ, giải pháp về thị trường xuất khẩu nông sản, giải pháp về chính sách đối với hoạt động xuất khẩu nông sản.

Ngoài ra, tác giả đã đưa ra các khiến nghị đối với nhà nước, doanh nghiệp và các đơn vị sản xuất nông sản xuất khẩu.

một số điều kiện thực hiện đối với nhà nước, Bộ Công thương và các ban nganh khác để phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC.

KẾT LUẬN

Phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào trong kiện hình thanh AEC là điều hết sức quan trọng để tăng kim ngạch xuất khẩu và góp phần vào sự phát triển nền kinh tế của đất nước.Việc phân tích đánh giá đúng thực trạng, tìm ra những nguyên nhân và các nhân tố ảnh hưởng để từ đó đưa ra những nhóm giải pháp cụ thể và phù hợp để phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC. Trong nghiên cứu của luận án, tác giả tổng hợp, so sánh và phân tích để có thể tìm ra khoảng trống cho nghiên cứu kế thừa nghiên cứu trước đó. Luận án đã hệ thống hóa và làm sáng tỏ thêm những vấn đề lý luận cơ bản về xuất khẩu nông sản, luận án đã đưa ra một số tiêu chí đánh giá hiệu quả xuất khẩu hàng nông sản. Thông qua việc nghiên cứu kinh nghiệm sử dụng các nhóm giải pháp để thúc đẩy xuất khẩu nông sản của một số nước như Thái Lan, Việt Nam và Malaysia, Luận án đã rút ra những bài học kinh nghiệm bổ ích cho nước CHDCND Lào trong quá trình xuất khẩu nông sản. Đó là những bài học kinh nghiệm về việc xác định đúng vị trí đặc biệt của ngành nông nghiệp, thực hiện chính sách phát triển nông sản hướng vào sản xuất và xuất khẩu những sản phẩm có lợi thế so sánh trong điều kiện hình AEC, tăng cường đầu tư công nghệ chế biến, đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại, chú trọng công tác đào tạo đội ngũ cán bộ khoa học trong lĩnh vực nông nghiệp.

Luận án đã phân tích và đánh giá đúng thực trạng xuất khẩu nông sản của Lào trong thời gian qua, phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu của nước CHDCND Lào, thực trạng các cơ chế, chính sách đã được Nhà nước ban hành trong thời gian qua với mục đích là phát triển xuất khẩu, trong đó, tác giả cũng đã chỉ ra được những kết quả, những hạn chế, tồn tại của từng chính sách trong triển khai thực hiện.

Đồng thời, tác giả cũng đã phân tích được sự thay đổi phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào khi tham gia vào AEC, giữa trước và sau khi tham gia AEC để thấy sự biến động và những ảnh hưởng của AEC đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào. Ngoài ra, tác giả cũng đã trình bày và phân tích một số cơ hội và những vấn đề đặt ra của nước CHDCND Lào trong phát triển xuất khẩu nông sản khi tham gia vào AEC.

Dựa trên cơ sở lý luận khoa học, căn cứ vào quan điểm, mục tiêu, phương hướng phát triển xuất khẩu nông sản trong của nước CHDCND Lào trong điều kiện

hình thành AEC, Luận án đã đưa ra các nhóm giải pháp kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào. Các nhóm giải pháp này có tính khả thi cao, vì nó được gắn chặt với những điều kiện cần thiết để thực hiện, phù hợp với xu thế phát triển của sản xuất và xuất khẩu nông sản khi tham gia vào AEC. Các nhóm giải pháp này cần phải được nghiên cứu, triển khai một cách đồng bộ, cụ thể thì sẽ đem lại hiệu quả cao. Một điểm nữa trong Luận án đã đưa ra các khiến nghị đối với nhà nước, doanh nghiệp và các dơn vị sản xuất nông sản xuất khẩu.

Bên cạnh những mặt đã đạt được, nghiên cứu này vẫn chưa dự báo được xu hướng của phát triển xuất khẩu nông sản, chưa có đủ số liệu để phân tích sự biến động, từ đó tìm ra được quy luật cho phát triển xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành AEC.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ

1. Vidavong HEUANGMISOUK (2016), "Một số giải pháp tăng cường xuất khẩu nông sản tại nước Cộng Hòa Dân chủ Nhân dân Lào", *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia,* Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, tháng 11 năm 2016, Trang 443-448.
2. Vidavong HEUANGMISOUK (2017), "Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu nông sản của nước Cộng Hòa Dân chủ Nhân dân Lào dưới góc nhìn của nhà sản xuất", *Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương,* Số 495, Tháng 6 năm 2017, trang 63-65.
3. Vidavong HEUANGMISOUK (2017), "Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước Cộng Hòa Dân chủ Nhân dân Lào dưới góc nhìn của nhà quản lý", *Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương,* Số chuyên đề, tháng 9 năm 2017, trang 34-36.
4. Vidavong HEUANGMISOUK (2017), "Tiềm năng phát triển xuất khẩu nông sản của nước Cộng Hòa Dân chủ Nhân dân Lào", *Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương,* Số 505, Tháng 11 năm 2017, trang 13-15

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Adam Smith (1997), *Của cải của các dân tộc (The Wealth of Nation)*, NXB Giáo dục, Hà Nội
2. ASEAN Coordinating council working group (2014), *Progress report by the ASEAN Coordinating council working group for the ASEAN Community's Post-2015 vision to the 14thASEAN Coordinating Council,* Bandar Seri Begawan-Brunei Dausalam.
3. ASEAN Secretariat (2008), *ASEAN Economic Community Blueprint, November 2008,* Catalogue-in-Publication Data, Jakatar-Indonesia.
4. ASEAN Secretariat (2008), *The ASEAN Charter,* Catalogue-in-Publication Data, *Jakatar*-Indonesia.
5. *ASEAN* Secretariat (2013), *Master Plan on ASEAN Community, August 2013,*Catalogue-in-Publication Data, Jakatar-Indonesia.
6. ASEAN Secretariat (2013), *Roadmap for an ASEAN Community 2009-2015,* Catalogue-in-Publication Data, Jakatar-Indonesia.
7. ASEAN Secretariat (2014), *Thinking globally, prospering regionally - ASEAN Economic Community 2015.*
8. Bộ Công thương (2003-2015), *Kim ngạch xuất khẩu mặt nông sản tho cơ cấu sản phẩm của CHDCND Lào giai đoạn 2003-2015.*
9. Bộ Công thương (2003-2015), *Mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản của CHDCND Lào giai đoạn 2003-2015.*
10. Bộ Công thương (2003-2015), *Xuất khẩu nông sản giai đoạn 2003-2015 theo khục thị trường.*
11. Bộ Công thương (2003-2015), *Xuất khẩu nông sản giai đoạn 2003-2015 theo khục thị trường.*
12. Bộ Công thương Lào - Dự án hỗ trợ xúc tiến sản phẩm JICA (2010), *Tổng quan chiến lược xuất khẩu quốc gia***,** Đề tài khoa học cấp Bộ.
13. Bộ Ngoại giao (2013), *Bài tóm tắt việc ASEAN về việc báo cáo những vấn đề quan trọng trong hội họp Bộ trưởng Ngoại giao ASEAN lần 44,* Viêng Chăn - Lào.
14. Bộ Nông Lâm nghiệp CHDCND Lào (2004-2016), *Diện tích sản xuất và sản lượng gạo của nước CHDCND Lào giai đoạn 2004-2016.*
15. Bộ Nông Lâm nghiệp CHDCND Lào (2015), *Một số chỉ tiêu so sánh cà phê Robusta và cà phê Arabica.*

16. Bộ Nông Lâm nghiệp nước CHDCND Lào (2004-2016), *Diện tích trồng cà phê của nước CHDCND Lào giai đoạn 2006-2016.*
17. Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn (2000), *Chiến lược phát triển nông nghiệp - nông thôn công nghiệp hóa, hiện đại hóa thời kỳ (2001-2010).*
18. Bounvixay Kongpaly (2012), *Đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá ở nước Cộng hoà Dân chủ Nhân dân Lào trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế,* Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
19. Đỗ Đức Bình, Nguyễn Thường Lạng, (2013), *Giáo trình kinh tế quốc tế,* NXB Trường Đại học Kinh tế quốc dân
20. Erdem and Nazlioglu (2008), *Gravity model of Turkish Agricultural Exports to the European Union, International Trade and Finance Association*.
21. Folawewo, Abiodun O. and Olakojo A. S. (2010), "Determinants of Agricultural Exports in Oil Exporting Economy: Empirical Evidence from Nigeria", *Journal of Economic Theory*, Vol: 4, Pp 84-92.
22. Gary Rynhart and Jae-Hee Chang (2014), *The road to the ASEAN Economic Community 2015: The challenges and opportunities for enterprises and their representative organizations,* Bureau for Employers' Activities (ACT/EMP), ILO Regional Office for Asia and the Pacific.
23. Gbetnkom D. and Khan A. S. (2002), *Determinants of Agricultural exports: The case of Cameroon, African economic research consortium, Cameroon*.
24. Giovanni Capannelli (2014*), The ASEAN Economy in the Regional Context: Opportunities, Challenges, and Policy Options,* ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration.
25. Hair & ctg (1998), *Multivariate Data Analysis*, Prentice-Hall International, Inc
26. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, (2008), *Thống kê trong kinh tế xã hội*, NXB Thống kê.
27. Khamphet VONGDALA (2011), *Chính sách xuất khẩu các mặt hàng chiến lược của nước CHDCND Lào,* Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
28. Lê Bộ Lĩnh (2010), *Cộng đồng ASEAN: Cơ sở hình thành, triển vọng và phản ứng chỉnh sách của các nước trong khu vực*, Đề tài nghiên cứu cấp bộ, Viện Khoa học xã hội Việt Nam.

29. Lê Thị Minh Hằng (2015), "AEC (AEC) - Cơ hội, thách thúc và giải pháp cho ngành nông nghiệp Việt Nam", *Kỷ yếu hội thảo khoa học quản trị kinh doanh*, Đại học Kinh tế, Trường Đại học Đà Nẵng, Tháng 9/2015.

30. Lê Thị Yến (2015), "Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp trong AEC (AEC)", *Kỷ yếu hội thảo khoa học quản trị kinh doanh*, Đại học Kinh tế, Trường Đại học Đà Nẵng, Tháng 9/2015.

31. Lương Xuân Quỳ (2008*), Chính sách và giải pháp nâng cao giá trị gia tăng hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam hiện nay*, Đề tài nghiên cứu cấp Nhà nước, Hà Nội.

32. Martinez-Zarzoso I. and Nowak-Lehmann (2003), "Gravity Model: An Application to Trade between Regional Blocs", *Atlantic Economic Journal*, Vol 31(2):174-187

33. Ngô Thắng Lợi, (2013), *Giáo trình kinh tế phát triển*, NXB Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

34. Ngô Thị Thúy Vân (2012), *Chính sách thúc đẩy xuất khẩu nông sản Việt Nam trong hội nhập KTQT thực trạng, kinh nghiệm và giải pháp*, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

35. Nguyễn Hồng Cử (2010), *Phát triển nông sản xuất khẩu nông sản theo hướng bền vững ở Tây nguyên*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.

36. Nguyễn Hồng Sơn (2015), *AEC trong bối cảnh mởi của thế giới và sự tham gia của Việt Nam*, Đề tài cấp Nhà nước, Mã số KX01.11/11.15.

37. Nguyễn Hồng Sơn chủ biên (2009), *Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC): Mục tiêu nội dung và lộ trình*, NXB Khoa học Xã hội, Đại học Quốc gia Hà Nội.

38. Nguyễn Min Sơn (2010), *Các giải pháp kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

39. Nguyễn Thanh Hà (2003), *Những giải pháp chủ yếu để thúc đẩy XKHH của Việt Nam sang các nước trong khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) trong gia đoạn 2010,* Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

40. Nguyễn Thị Đường (2012), *Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam sang Trung Quốc,* Luận án tiến sĩ kinh tế, Viện Nghiên cứu Thương mại, Hà Nội.

41. Ngô Thị Tuyết Mai (2007), *Nâng cao sức cạnh tranh một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế,* Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội
42. Nguyễn Thu Mỹ (2010), *Cộng đồng ASEAN: Trong nhận thức và quan điểm của Việt Nam,* Viện Nghiên cứu Đông Nam Á.
43. Nguyễn Văn Tuấn, Trần Hòe, (2008), *Giáo trình thương mại quốc tế - phần 1*, NXB Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
44. Onaran Z. A and Öztürk T. Y. (2008), "The Effects of Economic Policies and Export Promotion on Export Revenues in Developing Countries", *Journal of Naval Science and Engineering*, Vol. 4, No1, pp. 60-75.
45. Phongtisouk SIPHOMTHAVIBOUN(2010), *Hoàn thiện chính sách thương mại quốc tế của nước CHDCND Lào đến năm 2020*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
46. Phoxay SITHTHISONH (2011), *Phát triển thị trường xuất khẩu hàng hóa của nước cộng hòa dân chủ nhân dân Lào giai đoạn 2008 - 2020*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
47. Robert E. Looney (1994), "The Impact of Infrastructure on Pakistan's Agricultural Sector", *The Journal of Developing Areas,* Vol. 28, No. 4 (Jul., 1994), pp. 469-486.
48. Sanchita Basudas; Jayant Menon; Rodolfo Severino; Omkar Lal Shrestha (2013), *ASEAN Economic Community - A work in progress,* Institute of Southeast Asian Studies, Singapore.
49. ThatsanadeuanE KHAMKEO (2016), *Chiến lược marketing xuất khẩu hàng nông sản chủ lực của nước CHDCND Lào đến năm 2020*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
50. Tổng cục Thống kê của nước CHDCND Lào (2006-2016), *Cơ cấu kinh tế trong GDP phân theo ba khu vực giai đoạn 2006-2016.*
51. Trần Bình Trọng (2003), *Giáo trình lịch sử các học thuyết kinh tế*, NXB Thống kê
52. Trịnh Thị Ái Hòa (2006), *Chính sách xuất khẩu nông sản của Việt Nam,* Luận án tiến sĩ, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh
53. Trung tâm thương mại quốc tế (2005), *Đánh giá tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam.*
54. Viện QH - TK nông nghiệp (2006), *Tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến sản xuất, chế biến và tiêu thụ một số nông sản ở Việt Nam*

55. ກອງເລຂາຄະນະກຳມະການແຫ່ງຊາດ (2012),*ຍຸດທະສາດພັດທະນາຂະແໜງກາເຟລາວ*, ວຽງຈັນ ລາວ. (Văn phòng Thư ký Uỷ viên Quốc gia (2012), *Chiến lược phát triển ngành cà phêLào*, Viêng Chăn Lào).

56. ກະຊວງ ກະສິກຳແລະປ່າໄມ້ (2013), ການເພີ່ມຜົນຜະລິດກະສິກຳ ໃນສປປລາວ, ວຽງຈັນລາວ (Bộ Nông - Lâm nghiệp (2013), *Tăng cường hiệu quả sản xuất nông sản Lào*, Viêng Chăn Lào).

57. ກະຊວງ ການຕ່າງປະເທດ - ກົມອາຊຽນ (2013), ເອກະສານຄູ່ມືກ່ຽວກັບໂອກາດ ແລະ ສິ່ງທ້າ ທາຍຂອງ ສ ປປ ລາວ ໃນການເຂົ້າຮ່ວມ ປະຊາຄົມເສດຖະກິດ ອາຊຽນ ໃນປີ 2015,ວຽງຈັນ ລາວBộ Ngoại giao - Cục ASEAN (2013), *Tài liệu sổ tay cơ hội và thách thức của nước CHDCND Lào trong cuộc tham gia Cộng đồng kinh tế ASEAN*, Viêng Chăn - Lào.

58. ກະຊວງ ການຕ່າງປະເທດ - ກົມອາຊຽນ (2013),*ແຜນການດຳເນີນການກາມ ເຂົ້າຮ່ວມປະຊາຄົມ ເສດຖະກິດອາຊຽນ ຂອງ ສປປ ລາວ ວຽງຈັນ ລາວ* Bộ Ngoại giao Lào - Cục ASEAN (2013), *Kế hoạch tiến hành để nhập vào Cộng đồng kinh tế ASEAN của CHDCND Lào*,Viêng Chăn-Lào.

59. ກະຊວງ ການຕ່າງປະເທດ (2013), *ບົດສັງລວມໂດຍຫຍໍ້ກ່ຽວກັບ ອາຊຽນ,ລາຍງານບັນ ດາບັນ ຫາທີ່ສຳຄັນໃນກອງປະຊຸມລັດຖະມົນຕີການຕ່າງປະເທດ ອາຊຽນ ຄັ້ງທີ* 44 ວຽງຈັນ ລາວ

60. ກະຊວງ ການຕ່າງປະເທດ -ກົມອາຊຽນ (2014),*ແຜນການສ້າງຕັ້ງປະຊາຄົມເສດຖະກິດອາຊຽນ ໃນປີ* 2015*ແລະຄວາມຄືບໜ້າຂອງສປປລາວໃນການກຽມຄວາມພ້ອມເຂົ້າຮ່ວມປະຊາຄົມເສດຖະ ກິດອາຊຽນ ວຽງຈັນ ລາວ* Bộ Ngoại giao Lào - Cục ASEAN (2014), *Kế hoạch thành lập Cộng đồng kinh tế ASEAN trong năm 2015 và sự tiến bộ của CHDCND Lào với sự sẵn sàng bước chân vào Cộng đồng kinh tế ASEAN*, Viêng Chăn - Lào.

61. ກະຊວງ ອຸດສະຫາກຳແລະການຄ້າ (2010), *ແຜນພັດທະນາ ຂະແໜງອຸດສະ ຫາກຳແລະການຄ້າ 5ປີ, ຄັ້ງທີ VII, ໄລຍະ 2011-2015*, ວຽງຈັນລາວ (Bộ Công thương (2010), *Kế hoạch phát triển ngành công thương 5 năm, lần thứ VII, giai đoạn 2011-2015*, Viêng Chăn Lào).

62. ກະຊວງ ອຸດສະຫາກຳແລະການຄ້າ (2011),*ຍຸດທະສາດ ພັດທະນາການຄ້າ ຂອງ ສປປລາວ ໄລຍະແຕ່ນີ້ຮອດ 2020*, ວຽງຈັນລາວ (Bộ Công thương (2011), *Chiến lược phát triển thương mại của CHDCND Lào từ nay đến năm 2020,* Viêng Chăn Lào).

63. ກະຊວງ ອຸດສະຫາກຳແລະການຄ້າ (2014), *13ມາດຕະການ ຊຸກຍູ້ການຜະລິດຜະລິດຕະພັນສົ່ງອອກ, ວາລະສານການຄ້າສະບັບທີ* 10, ວຽງຈັນລາວ (Bộ Công thương (2014), "13 Điều thúc đẩy sản xuất sản phẩm xuất khẩu", *Tạp chí thương mại*, Số 10, Viêng Chăn Lào).

64. ກະຊວງກະສິກຳແລະປ່າໄມ້ (2011), *ສະພາບການຜະລິດກະສິກຳຂອງສປປລາວ*,ວຽງຈັນລາວ (Bộ Nông - Lâm nghiệp (2011), *Tình hình sản xuất nông sản chủ lực của CHDCND Lào, Viêng Chăn Lào*).

65. *ກະຊວງອຸດສະຫາກຳ ແລະ ການຄ້າ* (2005), *ບົດຄົ້ນຄ້ວາວິທະຍາສາດກ່ຽວກັບທິດທາງ ແລະ ການພັດ ທະນາຕະຫຼາດສິນຄ້າພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດຂອງສປປລາວໄລຍະ* 2006 - 2010, *ວຽງຈັນລາວ* (Bộ Công thương (2005), *Bài nghiên cứu khoa học về phương hướng và phát triển thị trường hàng hóa trong nước và ngoài nước của CHDCND Lào giai đoạn 2006 - 2010*, Viêng Chăn Lào).

66. *ກະຊວງອຸດສະຫາກຳແລະການຄ້າ* (2001), *ຕະຫຼາດ ແລະ ໝວດສິນຄ້ານຳ ເຂົ້າ ແລະ ສົ່ງອອກຂອງ ລາວໃນໄລຍະ2001-2010, ວຽງຈັນລາວ* Bộ Công thương (2001), *Thị trường và mặt hàng xuất nhập khẩu chính của Lào thời kỳ 2001-2010*, Viêng Chăn, Lào.

67. *ກະຊວງອຸດສະຫາກຳແລະການຄ້າ* (2010), *ຍຸດທະສາດສົ່ງອອກແຫ່ງຊາດ,ວຽງຈັນລາວ* (Bộ Công thương (2010), *Chiến lược xuất khẩu quốc gia*, Viêng Chăn Lào).

68. *ກະຊວງອຸດສະຫາກຳແລະການຄ້າ* (2010), *ຍຸດທະສາດພັດທະນາອຸດສະຫາກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ການ ຄ້າຂອງສປປລາວໄລຍະ* 2011- 2020, *ວຽງຈັນລາວ* (Bộ Công thương (2010), *Chiến lược phát triển công nghiệp chế biến và thương mại của CHDCND Lào giai đoạn 2011-2020*, Viêng Chăn Lào).

69. ກະຊວງອຸດສະຫາກຳແລະການຄ້າ (2012), *ບາດກ້າວຂອງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນຍຸດທະສາດເພື່ອ ສ້າງເງື່ອນໄຂອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ການຄ້າຂອງລາວ, ໄລຍະ2011-2015, ວາລະສານ ການຄ້າສະບັບທີ 7,* ວຽງຈັນລາວ (Bộ Công thương (2012), "Từng bước triển khai thực hiện chiến lược tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại của CHDCND Lào giai đoạn 2011-2015", *Tạp chí thương mại*, Số 7, Viêng Chăn Lào).

70. *ກະຊວງອຸດສະຫາກຳແລະການຄ້າ - ໂຄງການຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການຜະລິດເປັນສິນຄ້າ* JICA (2010), *ສັງລວມຍຸດທະສາດການສົ່ງອອກສິນຄ້າແຫ່ງຊາດ* (Bộ Công thương - Dự án thúc đẩy sản xuất hàng hóa JICA (2010), chiến lược xuất khẩu hàng hóa quốc gia).

71. ສະຖາບັນຄົ້ນຄ້ວາເສດຖະກິດແຫ່ງຊາດ (2014),*ບົດລາຍງານເສດຖະກິດມະຫາພາກ* 2013 *ແລະທ່າອ່ຽງ ປີ* 2014, ວຽງຈັນ ລາວ (Viện Nghiên cứu Kinh tế Quốc gia (2014), *Tình hình phát triển kinh tế vĩ mô năm 2013 và định hướng 2014*, Viêng Chăn Lào).

72. ສະຖິຕິການນຳເຂົ້າ ແລະ ສົ່ງອອກ ແຕ່ປີ (2003-2016), ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ Bộ Công thương (2003 - 2016), Thống kê xuất nhập khẩu của Lào.

73. ດຣ ລາລີວົງ (2013), *ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ຕ່ອງໂສ້ການຕະຫຼາດຜົນຜະລິດກະສິກຳ ໃນບັນດາປະເທດ ກຳປູເຈຍ, ລາວ, ພະມ້າ ແລະຫວຽດນາມ,* ວຽງຈັນລາວ (Lalyvông (2013), *Tăng cường hệ thống dây chuyền marketing của mặt hàng nông sản giữa các Campuchia, Lào, Myanmar và Việt Nam*, Viêng Chăn Lào).

74. ທິດ ທາງ ແລະ ການປັບປຸງ ແກ້ໄຂ ຕະຫຼາດພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດຂອງ ສ ປປ ລາວ ໄລຍະປີ 2006-2010-2020 ແລະ ວິໄສທັດຮອດປີ (2020), *Định hướng và giải pháp phát triển thị trường trong nước và ngoài nước của CHDCND Lào thời kỳ (2006-2010) và tầm nhìn đến năm 2020.*

75. ນາຍົກລັດຖະມົນຕີ (1999), *ຄຳສັ່ງ ເລກທີ* 24*/ນຍ ລົງວັນທີ* 12/9/2004 *ກ່ຽວກັບການ ສ້າງເງື່ອນໄຂອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ການສົ່ງອອກ ແລະ ນຳເຂົ້າສິນຄ້າ ແລະ ການ ຈຳລະ ຈອນສິນຄ້າ ພາຍໃນປະເທດ,ວຽງຈັນລາວ* Thủ tướng Chính phủ (1999), *Sắc lệnh số 24/TTg-CP ngày 12/9/2004 về tạo điều kiện thuận lợi cho xuất - nhập khẩu và lưu thông hàng hóa trong nước*, Viêng Chăn.

76. ນາຍົກລັດຖະມົນຕີ (2004), ຂໍ້ຕົກລົງເລກທີ 24/ນຍ,ລົງວັນທີ 22/09/2004 ການກຳນົດນະ ໂຍບາຍຕໍ່ກັບສິນຄ້ານຳເຂົ້າແລະສົ່ງອອກ,ວຽງຈັນລາວ Thủ tướng Chính phủ (2004), *Quyết định số 24/TTg, 22/09/2004 về xác định định hướng cho chính sách mặt hàng xuất -nhập khẩu*, Viêng Chăn

77. ບົດສັງລວມແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ - ສັງຄົມ 5ປີ ຄັ້ງທີ່ VI (2006-2010) ແລະ ຍຸດທະສາດ ການພັດທະນາເສດຖະກິດ - ສັງຄົມ 5 ປີ ຄັ້ງທີ່ VII (2011-2015) ແລະ ຮອດປີ 2020 Bộ Kế hoạch và đầu tư (2010), Tổng kết kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm lần thứ VI (2006-2010) và Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 5 năm lần thứ VII (2011-2015) và đến năm 2020, Viêng Chăn.

78. ບົດສັງລວມແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ - ສັງຄົມ5ປີຄັ້ງທີ່ VII (2011- 2015) ແລະຍຸດທະສາດ ການພັດທະນາເສດຖະກິດ - ສັງຄົມ5 ປີຄັ້ງທີ່ VIII (2015-2020) ແລະ ຮອດປີ2025 Bộ Kế hoạch và đầu tư (2010) , Tổng kết kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm lần thứ VII (2011 - 2015) và Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 5 năm lần thứ VIII (2015 - 2020) và đến năm 2025, Viêng Chăn.

79. ບົດວິທະຍານິພົນປະລິນຍາເອກມະຫາວິທະຍາໄລເສດຖະກິດແຫ່ງຊາດສສຫວຽດນາມ ແລະ ມະຫາວິທະຍາໄລແຫ່ງຊາດລາວ, Một số luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế quốc dân Việt Nam và Đại học Quốc gia Lào.

80. ປອ. ລີເບີ ລີບົວປາວ (2014), ການເຊື່ອທໂຍງເສດຖະກິດພາກພື້ນຂອງ ສປປ ລາວ, ສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າເສດຖະກິດແຫ່ງຊາດລາວ Leeber Leebouapao (2014), Hội nhập kinh tế khu vực của nước CHDCND Lào, Viện nghiên cứu kinh tế quốc gia Lào.

81. ຫ້ອງວ່າການສຳນັກງານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ (2004), ຂໍ້ກຳນົດເລກ15/ຫກ.ນຍລ ລົງ ວັນທີ4/2/2004 ວ່າດ້ວຍການແກ້ງແຍ່ງແຂ່ງຂັນທາງດ້ານການຄ້າ, Văn phòng Thủ tướng Chính phủ (2004), *Nghị quyết số 15/VPTTg-CP ngày 4/2/2004 về cạnh tranh thương mại*.

82. ອາລຸນແກ້ວ ກິດຕິຄຸນ (2014) ຮອງລັດຖະມົນຕີ ກະຊວງການຕ່າງປະເທດລາວ, ບົດແນະ ນຳ ກ່ຽວກັບການກະກຽມການເຂົ້າຮ່ວມເປັນສະມາຊິກປະຊາຄົມເສດຖະກິດອາຊຽນໃນປີ 2015, ວຽງຈັນ ລາວ Alounkeo KITTIKHOUN (2014), Thứ Trưởng Bộ Ngoại giao Lào, *Bài giới thiệu về sự chuẩn bị vào Cộng đồng kinh tế ASEAN trong năm 2015,* Viêng Chăn-Lào.

83. ເວັບໄຊລ:www.laotradeportal.gov.la, www.laoftpd.com, www.moic.gov.la, www.smepdo.com www.laogov.gov.la,

84. ເອກະສານ ກອງປະຊຸມສຳມະນາ ວິທະຍາສາດ (2013), *ການພັດທະນາກະສິກຳທີ່ຍືນຍົງ,* ແຂວງຈຳປາສັກ ລາວ. (Tài liệu Hội thảo khoa học (2013), *Phát triển nông sản chủ lực bền vững*, Chămpasắc Lào).

85. ໂຄງການສົ່ງເສີມຜະລິດກະສິກຳເປັນສິນຄ້າ (2013), ສະຫຼຸບຜົນຂອງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໂຄງການ ແຕ່ປີ (2012-2013) ແລະ ແຜນປີ2014, ວຽງຈັນ ລາວ (Dự án SHDP (2013), *Báo cáo công việc tổ chức triển khai thực hiện dự án giai đoạn 2012 - 2013 và định hướng 2014*, Viêng Chăn Lào).

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

PHIẾU ĐIỀU TRA DÀNH CHO DOANH NGHIỆP/ HỘ GIA ĐÌNH

Kính gửi ông/ bà, tôi đang thực hiện luận án tiến sĩ: "Phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào trong điền kiện hình thành AEC", những ý kiến của anh chị sẽ giúp cho tôi có góc nhìn chính xác hơn về các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào trong quá trình hội nhập. Những ý kiến của anh chị sẽ chỉ để phục vụ cho mục đích nghiên cứu khoa học và không sử dụng cho bất cứ mục đích nào khác.

PHẦN 1: THÔNG TIN CHUNG

(Đánh dấu X vào ô tương đương)

Tên người được phỏng vấn:……

Tuổi…….. Giới tính: …….

Tên doanh nghiệp: …….

Chức vụ:…….

Loại hình doanh nghiệp của Ông (bà) hiện công tác.

1. Doanh nghiệp tư nhân ☐ 2. Doanh nghiệp TNHH ☐

3. Hiệp hội sản xuất - xuất khẩu ☐ 4. Hợp tác xã sản xuất - XK ☐

5. Khác ☐

Câu 1: Ông bà vui lòng cho biết tên các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của doanh nghiệp/ hộ sản xuất?

STT	Tên sản phẩm	Khối lượng xuất khẩu bình quân/ năm	Giá xuất khẩu bình quân?
1			
2			
3			
4			

Câu 2. Ông bà vui lòng cho biết về thị trường xuất khẩu chủ yếu:

STT	Tên thị trường	Khối lượng xuất khẩu	Giá trị xuất khẩu bình quân / năm
1			
2			
3			
4			

Câu 3. Ông/bà cho biết về các phương thức xuất khẩu chủ yếu:

STT	Tên phương thức	Mặt hàng xuất khẩu	Thị trường xuất khẩu
1	Xuất khẩu tại chỗ		
2	Xuất khẩu gia công		
3	Xuất khẩu ủy thác		
4	Xuất khẩu tự doanh		
5	Xuất khẩu qua các đại lý nước ngoài		
6	Tạm nhập, tái xuất khẩu		

Câu 4: Ông/bà cho biết về giá trị xuất khẩu hàng nông sản:

STT	Năm	Giá trị xuất khẩu hàng nông sản
1	2011	
2	2012	
3	2013	
4	2014	
5	2015	
6	2016	

PHẦN 2: VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA NƯỚC CHDCND LÀO TRONG ĐIỀU KIỆN HÌNH THÀNH CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN

Xin ông (bà) vui lòng tích vào ô thích hợp về các nhân tố ảnh hưởng sau, trong đó mức độ ảnh hưởng theo đánh giá của ông bà từ 1 đến 5 theo mức độ tăng dần (1 là thấp nhất và 5 là cao nhất)

2.1. Theo đánh giá của ông (bà), việc gia nhập cộng đồng kinh tế ASEAN có ảnh hưởng đến xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào hay không?

a. Có b. Không

Nếu có vui lòng trả lời câu hỏi sau:

2.2. Theo ông (bà), **trước khi gia nhập** cộng đồng kinh tế ASEAN, các nhân tố sau có mức ảnh hưởng như thế nào đến sự phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào?

Tiêu chí	**Mức độ ảnh hưởng**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu					
1.1.Về chính sách tỷ giá					
1.2. Về chính sách thuế xuất khẩu					
1.3. Về chính sách hạn ngạch xuất khẩu					
1.4. Về giá của sản phẩm xuất khẩu					
1.5. Các chính sách tín dụng hỗ trợ của chính phủ					
1.6. Các chính sách đầu tư của chính phủ cho hàng nông sản phục vụ xuất khẩu					
1.7. Về lãi suất tín dụng					
1.8. Về nghiên cứu, triển khai sản phẩm nông sản mới phục vụ xuất khẩu					
1.9. Có giải pháp tăng cường năng suất sản phẩm					
1.10. Chất lượng sản phẩm xuất khẩu					
1.11. Chính sách phát triển các đơn vị xuất khẩu hàng nông sản (hộ sản xuất, doanh nghiệp)					

Tiêu chí	Mức độ ảnh hưởng				
	1	2	3	4	5
1.12. Chính sách hỗ trợ các đơn vị chế biến sản phẩm nông sản (DN, hộ gia đình)					
1.13. Khả năng hội nhập của đơn vị xuất khẩu					
1.14. Khả năng cạnh tranh của đơn vị xuất khẩu					
2. Nhóm nhân tố thuộc về thị trường xuất khẩu					
2.1. Về mối quan hệ hợp tác thương mại giữa các quốc gia trong khu vực ASEAN					
2.2. Về các chính sách thương mại song phương					
2.3. Về vai trò của cơ quan đại diện ngoại giao và thương mại Lào ở các nước					
2.4. Về khả năng dự báo nhu cầu của thị trường nông sản của thị trường xuất khẩu					
2.5. Hoạt động xúc tiến thương mại trong xuất khẩu hàng nông sản					
2.6. Phương thức tiếp thị sản phẩm nông sản phù hợp với từng loại thị trường					
2.7. Khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Lào với sản phẩm của các quốc gia					
3. Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu					
3.1. Về thủ tục xuất nhập khẩu					
3.2. Về chi phí xuất khẩu					
3.3. Về các chính sách bảo hộ của thị trường các nước					
4. Về quan hệ kinh tế quốc tế					
5. Về khoa học công nghệ: Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ: điện thoại, fax, internet… để tiết kiệm chi phí đi lại và chi phí giao dịch…					
6. Nhu cầu của người tiêu dùng về hàng nông sản					

2.3. Theo ông (bà), **sau khi gia nhập** cộng đồng kinh tế ASEAN, các nhân tố sau có mức ảnh hưởng như thế nào đến sự phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào?

Tiêu chí	**Mức độ ảnh hưởng**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu					
1.1.Về chính sách tỷ giá					
1.2. Về chính sách thuế xuất khẩu					
1.3. Về chính sách hạn ngạch xuất khẩu					
1.4. Về giá của sản phẩm xuất khẩu					
1.5. Các chính sách tín dụng hỗ trợ của chính phủ					
1.6. Các chính sách đầu tư của chính phủ cho hàng nông sản phục vụ xuất khẩu					
1.7. Về lãi suất tín dụng					
1.8. Về nghiên cứu, triển khai sản phẩm nông sản mới phục vụ xuất khẩu					
1.9. Có giải pháp tăng cường năng suất sản phẩm					
1.10. Chất lượng sản phẩm xuất khẩu					
1.11. Chính sách phát triển các đơn vị xuất khẩu hàng nông sản (hộ sản xuất, doanh nghiệp)					
1.12. Chính sách hỗ trợ các đơn vị chế biến sản phẩm nông sản (DN, hộ gia đình)					
1.13. Trình độ hội nhập của đơn vị tham gia xuất khẩu					
1.14. Khả năng cạnh tranh của đơn vị tham gia xuất khẩu					
2. Nhóm nhân tố thuộc về thị trường xuất khẩu					
2.1. Về mối quan hệ hợp tác thương mại giữa các quốc gia trong khu vực ASEAN					
2.2. Về các chính sách thương mại song phương					
2.3. Về vai trò của cơ quan đại diện ngoại giao và thương mại Lào ở các nước					
2.4. Về khả năng dự báo nhu cầu của thị trường nông sản của thị trường xuất khẩu					

Tiêu chí	Mức độ ảnh hưởng				
	1	2	3	4	5
2.5. Hoạt động xúc tiến thương mại trong xuất khẩu hàng nông sản					
2.6. Phương thức tiếp thị sản phẩm nông sản phù hợp với từng loại thị trường					
2.7. Khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Lào với sản phẩm của các quốc gia					
3. Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu					
3.1. Về thủ tục xuất nhập khẩu					
3.2. Về chi phí xuất khẩu					
3.3. Về các chính sách bảo hộ của thị trường các nước					
4. Về quan hệ kinh tế quốc tế					
5. Về khoa học công nghệ: Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ: điện thoại, fax, internet… để tiết kiệm chi phí đi lại và chi phí giao dịch…					
6. Nhu cầu của người tiêu dùng					

2.4. Để tăng cường xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào, theo ông (bà) yếu tố nào là quan trọng nhất? vì sao?

……
……
……

2.5. Sau khi gia nhập cộng đồng kinh tế ASEAN, tình trạng xuất khẩu hàng nông sản của doanh nghiệp/ hộ gia đình ông/bà như thế nào?

a. Tăng b. Giảm c. Không thay đổi

Nếu tăng, xin vui lòng cho biết lý do?

Nếu giảm, xin vui lòng cho biết nguyên nhân tại sao giảm?

Trân trọng cảm ơn!

PHỤ LỤC 2
PHIẾU ĐIỀU TRA DÀNH CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ

Kính gửi ông/ bà, tôi đang thực hiện luận án tiến sĩ: "Phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào trong điền kiện hình thành AEC", những ý kiến của anh chị sẽ giúp cho tôi có góc nhìn chính xác hơn về các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào trong quá trình hội nhập. Những ý kiến của anh chị sẽ chỉ để phục vụ cho mục đích nghiên cứu khoa học và không sử dụng cho bất cứ mục đích nào khác.

PHẦN 1: THÔNG TIN CHUNG

(Đánh dấu X vào ô tương đương)

Tên người được phỏng vấn:……

Tuổi……..Giới tính: …….

Têncơquan: …….

Chứcvụ:…….

PHẦN 2: VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA NƯỚC CHDCND LÀO TRONG ĐIỀU KIỆN HÌNH THÀNHCỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN

Xin ông/bà vui lòng tích vào ô thích hợp về các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào trong điều kiện hình thành cộng đồng kinh tế ASEAN, trong đó, đánh giá về mức ảnh hưởng của các nhân tố theo thang điểm từ 1 đến 5, trong đó 1 là ảnh hưởng thấp nhất và 5 là ảnh hưởng cao nhất:

2.1. Theo đánh giá của ông/bà việc gia nhập cộng đồng kinh tế ASEAN có ảnh hưởng đến xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào không?

a. Có b. Không

Nếu có vui lòng trả lời câu hỏi 2.2 và 2.3, nếu không vui lòng trả lời câu 2.2. sau:

2.2. Theo ông (bà), trước khi gia nhập cộng đồng kinh tế ASEAN, các nhân tố sau có mức ảnh hưởng như thế nào đến sự phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào?

Tiêu chí	Mức độ đánh giá				
	1	2	3	4	5
1. Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu					
1.1.Về chính sách tỷ giá					
1.2. Về chính sách thuế xuất khẩu					
1.3. Về chính sách hạn ngạch xuất khẩu					
1.4. Về giá của sản phẩm xuất khẩu					
1.5. Các chính sách tín dụng hỗ trợ của chính phủ					
1.6. Các chính sách đầu tư của chính phủ cho hàng nông sản phục vụ xuất khẩu					
1.7. Về lãi suất tín dụng					
1.8. Về nghiên cứu, triển khai sản phẩm nông sản mới phục vụ xuất khẩu					
1.9. Có giải pháp tăng cường năng suất sản phẩm					
1.10. Chất lượng sản phẩm xuất khẩu					
1.11. Chính sách phát triển các đơn vị xuất khẩu hàng nông sản (hộ sản xuất, doanh nghiệp)					
1.12. Chính sách hỗ trợ các đơn vị chế biến sản phẩm nông sản (DN, hộ gia đình)					
2. Nhóm nhân tố thuộc về thị trường xuất khẩu					
2.1. Về mối quan hệ hợp tác thương mại giữa các quốc gia trong khu vực ASEAN					
2.2. Về các chính sách thương mại song phương					
2.3. Về vai trò của cơ quan đại diện ngoại giao và thương mại Lào ở các nước					
2.4. Về khả năng dự báo nhu cầu của thị trường nông sản của thị trường xuất khẩu					

Tiêu chí	Mức độ đánh giá				
	1	2	3	4	5
2.5. Hoạt động xúc tiến thương mại trong xuất khẩu hàng nông sản					
2.6. Phương thức tiếp thị sản phẩm nông sản phù hợp với từng loại thị trường					
2.7. Khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Lào với sản phẩm của các quốc gia					
3. Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu					
3.1. Về thủ tục xuất nhập khẩu					
3.2. Về chi phí xuất khẩu					
3.3. Về các chính sách bảo hộ của thị trường các nước					
4. Về quan hệ kinh tế quốc tế					
5. Về khoa học công nghệ: Khả năng ứng dụng khoa học công nghệ: điện thoại, fax, internet… để tiết kiệm chi phí đi lại và chi phí giao dịch…					
6. Nhu cầu của người tiêu dùng					
7. Khả năng hội nhập của đơn vị xuất khẩu					
8. Khả năng cạnh tranh của đơn vị xuất khẩu					

2.3. Theo ông (bà), sau khi gia nhập cộng đồng kinh tế ASEAN, các nhân tố sau có mức ảnh hưởng như thế nào đến sự phát triển xuất khẩu hàng nông sản của nước CHDCND Lào?

Tiêu chí	**Mức độ đánh giá**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu					
1.1.Về chính sách tỷ giá					
1.2. Về chính sách thuế xuất khẩu					
1.3. Về chính sách hạn ngạch xuất khẩu					
1.4. Về giá của sản phẩm xuất khẩu					
1.5. Các chính sách tín dụng hỗ trợ của chính phủ					
1.6. Các chính sách đầu tư của chính phủ cho hàng nông sản phục vụ xuất khẩu					
1.7. Về lãi suất tín dụng					
1.8. Về nghiên cứu, triển khai sản phẩm nông sản mới phục vụ xuất khẩu					
1.9. Có giải pháp tăng cường năng suất sản phẩm					
1.10. Chất lượng sản phẩm xuất khẩu					
1.11. Chính sách phát triển các đơn vị xuất khẩu hàng nông sản (hộ sản xuất, doanh nghiệp)					
1.12. Chính sách hỗ trợ các đơn vị chế biến sản phẩm nông sản (DN, hộ gia đình)					
2. Nhóm nhân tố thuộc về thị trường xuất khẩu					
2.1. Về mối quan hệ hợp tác thương mại giữa các quốc gia trong khu vực ASEAN					
2.2. Về các chính sách thương mại song phương					
2.3. Về vai trò của cơ quan đại diện ngoại giao và thương mại Lào ở các nước					
2.4. Về khả năng dự báo nhu cầu của thị trường nông sản của thị trường xuất khẩu					

Tiêu chí	Mức độ đánh giá				
	1	2	3	4	5
2.5. Hoạt động xúc tiến thương mại trong xuất khẩu hàng nông sản					
2.6. Phương thức tiếp thị sản phẩm nông sản phù hợp với từng loại thị trường					
2.7. Khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Lào với sản phẩm của các quốc gia					
3.Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu					
3.1. Về thủ tục xuất nhập khẩu					
3.2. Về chi phí xuất khẩu					
3.3. Về các chính sách bảo hộ của thị trường các nước					
4. Về quan hệ kinh tế quốc tế					
5. Về khoa học công nghệ: Khả năng ứng dụng khoa học công nghệ: điện thoại, fax, internet… để tiết kiệm chi phí đi lại và chi phí giao dịch…					
6. Nhu cầu của người tiêu dùng					
7. Khả năng cạnh tranh của các đơn vị tham gia xuất khẩu					
8. Trình độ hội nhập của các đơn vị tham gia xuất khẩu hàng nông sản					

2.4. Để tăng cường xuất khẩu nông sản của nước CHDCND Lào, theo ông (bà) yếu tố nào là quan trọng nhất? vì sao?

……
……
……

Trân trọng cảm ơn!

PHỤ LỤC 3
KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU THEO QUAN ĐIỂM CỦA CÁN BỘ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC

1. Cronbach's Alpha của tiêu chí 1: Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	181	94.8
	Excludeda	10	5.2
	Total	191	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.814	.818	12

Inter-Item Correlation Matrix

	TY GIA	THUE XK	HAN NGACH	SPXK	CPHT	CPDT	LS	NGHIEN CUU	TANGNS	CLSP XK	CSPTS XDN	CSH TCB
TYGIA	1.000	.315	.127	.370	.452	.522	.504	.319	.349	.332	.336	.361
THUEXK	.315	1.000	.477	.222	.090	.010	.083	-.195	-.118	-.283	-.077	.055
HANNGACH	.127	.477	1.000	.308	-.036	-.077	.075	-.219	-.128	-.274	-.219	-.195
SPXK	.370	.222	.308	1.000	.395	.348	.359	.274	.281	.335	.212	.220
CPHT	.452	.090	-.036	.395	1.000	.585	.431	.241	.181	.226	.311	.269
CPDT	.522	.010	-.077	.348	.585	1.000	.455	.581	.439	.408	.399	.366
LS	.504	.083	.075	.359	.431	.455	1.000	.343	.216	.194	.245	.185
NGHIENCUU	.319	-.195	-.219	.274	.241	.581	.343	1.000	.657	.697	.515	.490
TANGNS	.349	-.118	-.128	.281	.181	.439	.216	.657	1.000	.753	.449	.462
CLSPXK	.332	-.283	-.274	.335	.226	.408	.194	.697	.753	1.000	.579	.582
CSPTSXDN	.336	-.077	-.219	.212	.311	.399	.245	.515	.449	.579	1.000	.786
CSHTCB	.361	.055	-.195	.220	.269	.366	.185	.490	.462	.582	.786	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.613	2.939	3.906	.967	1.329	.101	12
Item Variances	1.069	.776	1.267	.491	1.633	.023	12
Inter-Item Covariances	.286	-.341	.862	1.203	-2.530	.080	12

Hotelling's T-Squared Test

Hotelling's T-Squared	F	df1	df2	Sig
115.813	9.944	11	170	.000

2. EFA với nhóm tiêu chí 1: Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.788
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1079.773
	df	66
	Sig.	.000

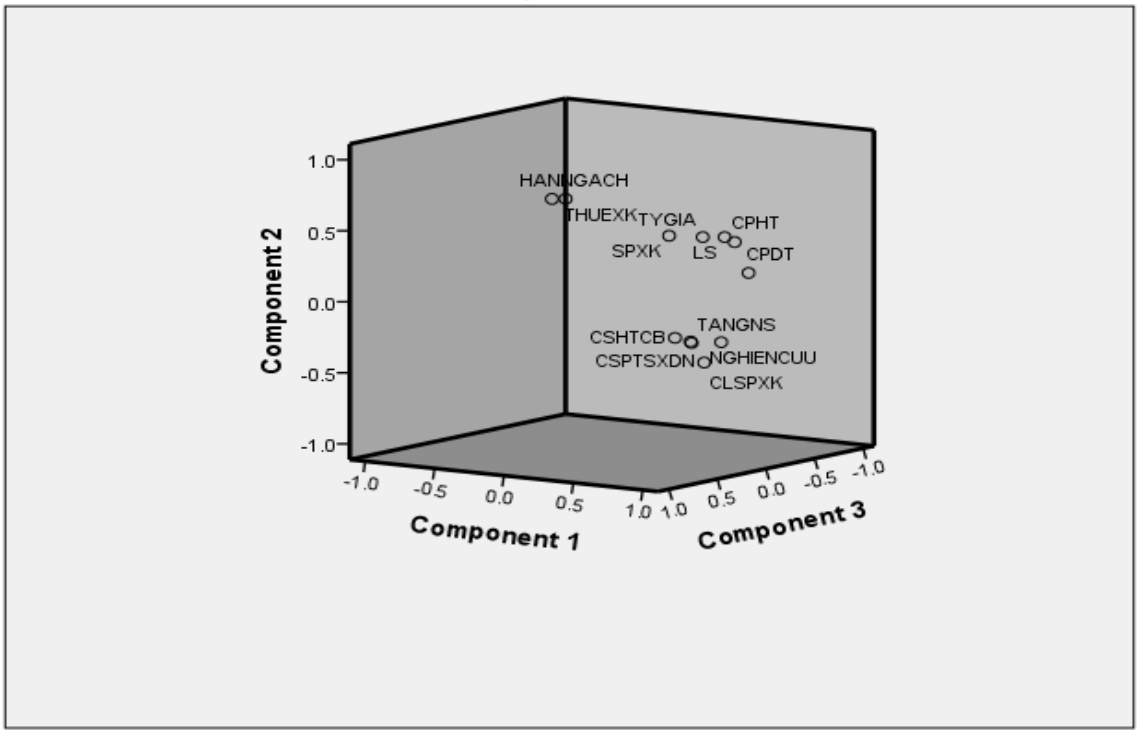
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.689	39.075	39.075	4.689	39.075	39.075
2	2.162	18.016	57.091	2.162	18.016	57.091
3	1.114	9.284	66.375	1.114	9.284	66.375
4	.955	7.954	74.329			
5	.678	5.651	79.980			
6	.587	4.895	84.876			
7	.477	3.977	88.852			
8	.404	3.367	92.220			
9	.336	2.802	95.022			
10	.242	2.017	97.039			
11	.197	1.639	98.677			
12	.159	1.323	100.000			

Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
TYGIA	.635	.467	-.029
THUEXK	-.040	.733	.419
HANNGACH	-.165	.714	.381
SPXK	.502	.486	.127
CPHT	.564	.363	-.459
CPDT	.746	.181	-.342
LS	.532	.403	-.401
NGHIENCUU	.787	-.253	-.002
TANGNS	.734	-.231	.228
CLSPXK	.791	-.370	.180
CSPTSXDN	.738	-.218	.243
CSHTCB	.721	-.174	.380

Component Plot



Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
TYGIA	.635		
THUEXK		.733	
HANNGACH		.714	
SPXK	.502		
CPHT	.564		
CPDT	.746		
LS	.532		
NGHIENCUU	.787		
TANGNS	.734		
CLSPXK	.791		
CSPTSXDN	.738		
CSHTCB	.721		

Rotated Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
TYGIA		.626	
THUEXK			.837
HANNGACH			.799
SPXK			
CPHT		.806	
CPDT		.751	
LS		.770	
NGHIENCUU	.721		
TANGNS	.781		
CLSPXK	.853		
CSPTSXDN	.786		
CSHTCB	.822		

3. Cronbach's Alpha với nhóm tiêu chí 2: Nhóm nhân tố thuộc về thị trường xuất khẩu

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	187	97.9
	Excludeda	4	2.1
	Total	191	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.837	.836	7

Inter-Item Correlation Matrix

	HTACT MAI	CST MAI	NGOAI GIAO	DU BAO	XTT MAI	TIEP THISP	CANH TRANH
HTACTMAI	1.000	.806	.394	.474	.242	.381	.280
CSTMAI	.806	1.000	.575	.448	.342	.397	.417
NGOAIGIAO	.394	.575	1.000	.564	.455	.433	.479
DUBAO	.474	.448	.564	1.000	.375	.474	.248
XTTMAI	.242	.342	.455	.375	1.000	.280	.364
TIEPTHISP	.381	.397	.433	.474	.280	1.000	.415
CANHTRANH	.280	.417	.479	.248	.364	.415	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.671	3.422	4.096	.674	1.197	.046	7
Item Variances	.789	.557	1.030	.474	1.851	.029	7
Inter-Item Covariances	.334	.167	.811	.645	4.870	.019	7

Hotelling's T-Squared Test

Hotelling's T-Squared	F	df1	df2	Sig
96.041	15.577	6	181	.000

4. EFA với nhóm tiêu chí 2: Nhóm nhân tố thuộc về thị trường xuất khẩu

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.750
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	549.822
	df	21
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.561	50.876	50.876	3.561	50.876	50.876
2	.965	13.790	64.666			
3	.740	10.569	75.235			
4	.714	10.205	85.440			
5	.511	7.293	92.733			
6	.361	5.159	97.892			
7	.148	2.108	100.000			

Component Matrixa

	Component
	1
HTACTMAI	.738
CSTMAI	.821
NGOAIGIAO	.792
DUBAO	.725
XTTMAI	.588
TIEPTHISP	.671
CANHTRANH	.625

Component Matrixa

	Component
	1
HTACTMAI	.738
CSTMAI	.821
NGOAIGIAO	.792
DUBAO	.725
XTTMAI	.588
TIEPTHISP	.671
CANHTRANH	.625

Rotated Component Matrixa

Only one component was extracted. The solution cannot be rotated

5. Cronbach's Alpha với nhóm tiêu chí 3: Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	189	99.0
	Excludeda	2	1.0
	Total	191	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.771	.781	8

Inter-Item Correlation Matrix

	THUTUCXNK	CPXK	CSBH	KTQT	KHCN	NTD	DVXKCANHTRANH	HOINHAP
THUTUCXNK	1.000	.570	.091	.142	.256	.067	.112	.097
CPXK	.570	1.000	.155	.050	.067	-.196	.004	-.130
CSBH	.091	.155	1.000	.528	.475	.228	.448	.337
KTQT	.142	.050	.528	1.000	.614	.547	.547	.438
KHCN	.256	.067	.475	.614	1.000	.538	.578	.473
NTD	.067	-.196	.228	.547	.538	1.000	.409	.571
DVXKCANHTRANH	.112	.004	.448	.547	.578	.409	1.000	.603
HOINHAP	.097	-.130	.337	.438	.473	.571	.603	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.593	2.841	4.190	1.349	1.475	.231	8
Item Variances	.962	.782	1.319	.536	1.685	.031	8
Inter-Item Covariances	.285	-.232	.604	.836	-2.598	.053	8

Hotelling's T-Squared Test

Hotelling's T-Squared	F	df1	df2	Sig
264.840	36.627	7	182	.000

6. EFA với nhóm tiêu chí 3: Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.754
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	585.646
	df	28
	Sig.	.000

Communalities

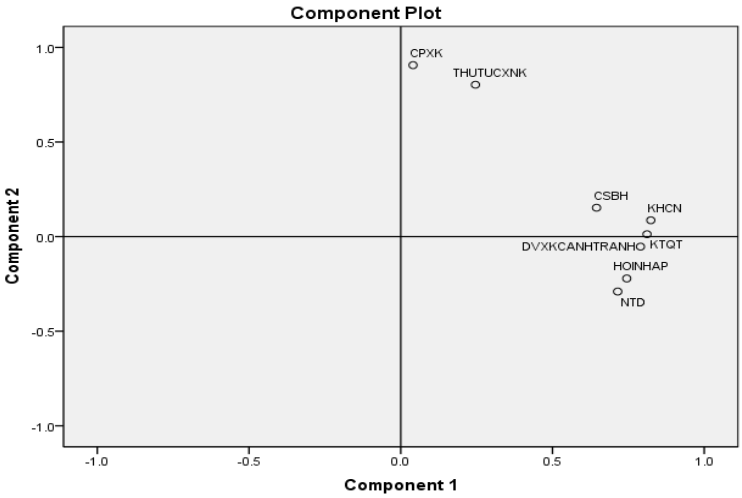
	Initial	Extraction
THUTUCXNK	1.000	.705
CPXK	1.000	.823
CSBH	1.000	.439
KTQT	1.000	.659
KHCN	1.000	.686
NTD	1.000	.595
DVXKCANHTRANH	1.000	.627
HOINHAP	1.000	.604

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.505	43.815	43.815	3.505	43.815	43.815
2	1.632	20.402	64.218	1.632	20.402	64.218
3	.842	10.529	74.747			
4	.609	7.617	82.364			
5	.441	5.516	87.880			
6	.390	4.873	92.753			
7	.325	4.063	96.816			
8	.255	3.184	100.000			

Component Matrixa

	Component	
	1	2
THUTUCXNK	.246	.803
CPXK	.041	.906
CSBH	.645	.152
KTQT	.811	.013
KHCN	.824	.086
NTD	.715	-.290
DVXKCANHTRANH	.790	-.053
HOINHAP	.745	-.221



Component Matrixa

	Component	
	1	2
THUTUCXNK		.803
CPXK		.906
CSBH	.645	
KTQT	.811	
KHCN	.824	
NTD	.715	
DVXKCANHTRANH	.790	
HOINHAP	.745	

Rotated Component Matrixa

	Component	
	1	2
THUTUCXNK		.827
CPXK		.904
CSBH	.621	
KTQT	.804	
KHCN	.807	
NTD	.745	
DVXKCANHTRANH	.790	
HOINHAP	.767	

PHỤ LỤC 4
KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU THEO QUAN ĐIỂM CỦA DOANH NGHIỆP, ĐƠN VỊ SẢN XUẤT

1. Cronbach's Alpha của tiêu chí 1: Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	130	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.834	.849	14

Inter-Item Correlation Matrix

	TY GIA	THUE XK	HAN NGACH	SPXK	CPHT	CPDT	LS	NGHIEN CUU	TANG NS	CLS PXK	CSPT SXDN	CSHT CB	DVXK CANH TRANH	HOI NHAP
TYGIA	1.000	.001	.006	.554	.662	.534	.544	.412	.342	.158	.400	.216	.571	.404
THUEXK	.001	1.000	.630	-.138	-.090	-.534	-.135	-.245	-.304	-.394	-.449	-.539	-.234	-.001
HANNGACH	.006	.630	1.000	.020	.162	-.218	.023	.058	.109	-.048	-.069	-.067	-.099	-.154
SPXK	.554	-.138	.020	1.000	.636	.574	.401	.127	.204	.217	.238	.308	.472	.261
CPHT	.662	-.090	.162	.636	1.000	.597	.539	.612	.416	.085	.370	.181	.309	.312
CPDT	.534	-.534	-.218	.574	.597	1.000	.630	.675	.597	.609	.605	.744	.401	.346
LS	.544	-.135	.023	.401	.539	.630	1.000	.579	.459	.429	.575	.424	.440	.220
NGHIENCUU	.412	-.245	.058	.127	.612	.675	.579	1.000	.767	.444	.570	.502	.115	.288
TANGNS	.342	-.304	.109	.204	.416	.597	.459	.767	1.000	.666	.757	.700	.348	.123
CLSPXK	.158	-.394	-.048	.217	.085	.609	.429	.444	.666	1.000	.674	.848	.234	.131
CSPTSXDN	.400	-.449	-.069	.238	.370	.605	.575	.570	.757	.674	1.000	.699	.477	.094
CSHTCB	.216	-.539	-.067	.308	.181	.744	.424	.502	.700	.848	.699	1.000	.432	.215
DVXKCANH TRANH	.571	-.234	-.099	.472	.309	.401	.440	.115	.348	.234	.477	.432	1.000	.350
HOINHAP	.404	-.001	-.154	.261	.312	.346	.220	.288	.123	.131	.094	.215	.350	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.011	2.331	4.800	2.469	2.059	.568	14
Item Variances	.650	.222	1.107	.885	4.988	.076	14
Inter-Item Covariances	.172	-.405	.585	.989	-1.445	.048	14
Inter-Item Correlations	.287	-.539	.848	1.388	-1.573	.102	14

Hotelling's T-Squared Test

Hotelling's T-Squared	F	df1	df2	Sig
1365.877	95.294	13	117	.000

2. EFA với nhóm tiêu chí 1: Nhóm nhân tố về sản xuất hàng hóa xuất khẩu

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.698
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1605.658
	df	91
	Sig.	.000

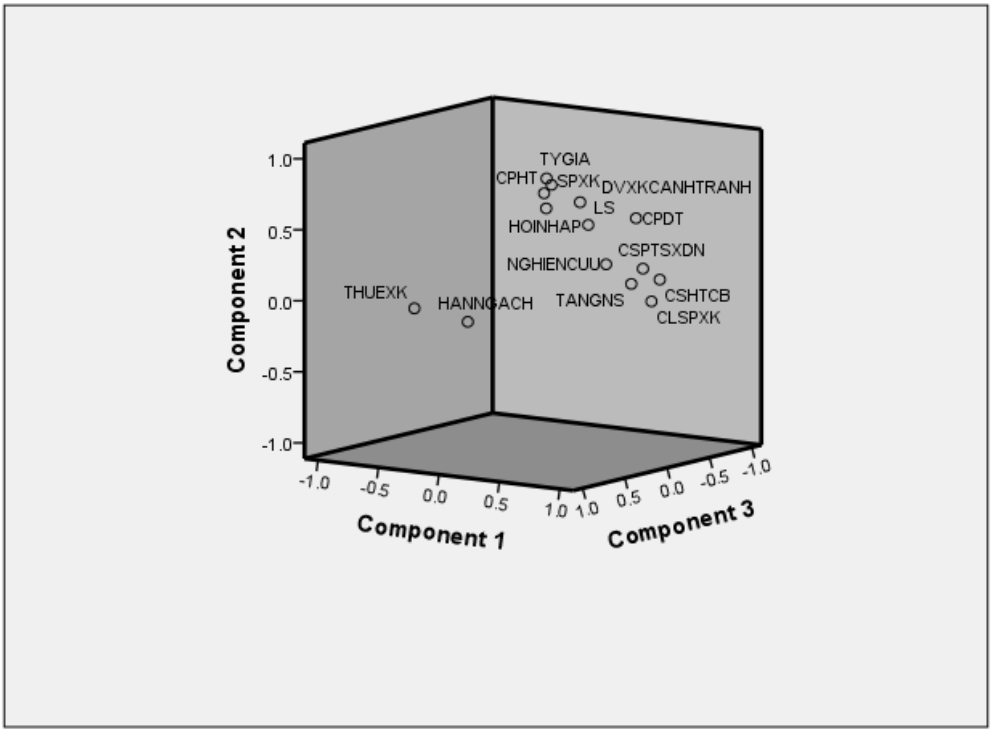
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.143	43.880	43.880	6.143	43.880	43.880	4.522	32.299	32.299
2	2.131	15.221	59.101	2.131	15.221	59.101	3.485	24.891	57.190
3	1.576	11.254	70.355	1.576	11.254	70.355	1.843	13.165	70.355
4	.989	7.067	77.422						
5	.866	6.187	83.608						
6	.707	5.051	88.659						
7	.513	3.667	92.326						
8	.331	2.365	94.692						
9	.245	1.749	96.441						
10	.208	1.486	97.927						
11	.114	.817	98.744						
12	.081	.577	99.320						
13	.050	.355	99.675						
14	.045	.325	100.000						

Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
TYGIA	.638	.572	-.163
THUEXK	-.466	.611	.465
HANNGACH	-.094	.426	.781
SPXK	.556	.456	-.302
CPHT	.646	.573	.035
CPDT	.899	-.045	-.144
LS	.735	.218	.099
NGHIENCUU	.743	.008	.359
TANGNS	.789	-.201	.403
CLSPXK	.698	-.471	.213
CSPTSXDN	.811	-.256	.162
CSHTCB	.794	-.429	.077
DVXKCANHTRANH	.586	.211	-.347
HOINHAP	.378	.325	-.333

Component Plot in Rotated Space



3. Cronbach's Alpha với nhóm tiêu chí 2: Nhóm nhân tố thuộc về thị trường xuất khẩu

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	130	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.618	.605	7

Inter-Item Correlation Matrix

	HTACT MAI	CST MAI	NGOAI GIAO	DU BAO	XTT MAI	TIEP THISP	CANH TRANH
HTACTMAI	1.000	.733	.472	-.304	-.018	.165	.390
CSTMAI	.733	1.000	.813	.052	-.163	.123	.213
NGOAIGIAO	.472	.813	1.000	.016	-.227	.084	.227
DUBAO	-.304	.052	.016	1.000	.053	.037	-.231
XTTMAI	-.018	-.163	-.227	.053	1.000	.480	.189
TIEPTHISP	.165	.123	.084	.037	.480	1.000	.661
CANHTRANH	.390	.213	.227	-.231	.189	.661	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.701	3.146	4.208	1.062	1.337	.194	7
Item Variances	.463	.109	.941	.832	8.652	.081	7
Inter-Item Correlations	.179	-.304	.813	1.116	-2.676	.096	7

Hotelling's T-Squared Test

Hotelling's T-Squared	F	df1	df2	Sig
333.067	53.360	6	124	.000

4. EFA với nhóm tiêu chí 2: Nhóm nhân tố thuộc về thị trường xuất khẩu

KMO and Bartlett's Test

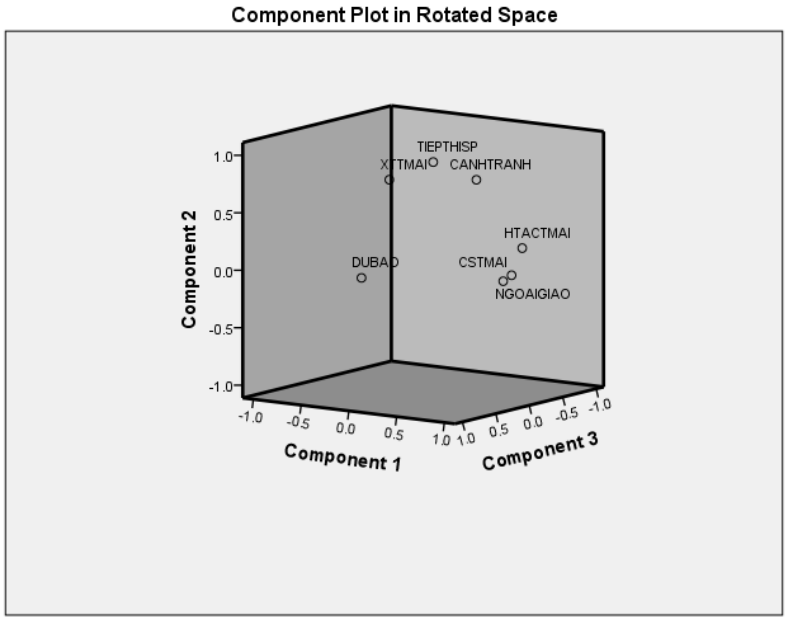
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.588
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	455.758
	df	21
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.641	37.726	37.726	2.641	37.726	37.726	2.469	35.267	35.267
2	1.826	26.085	63.811	1.826	26.085	63.811	1.908	27.256	62.522
3	1.150	16.435	80.246	1.150	16.435	80.246	1.241	17.724	80.246
4	.672	9.601	89.847						
5	.397	5.678	95.525						
6	.237	3.389	98.914						
7	.076	1.086	100.000						

Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
HTACTMAI	.834	-.103	-.225
CSTMAI	.863	-.360	.236
NGOAIGIAO	.774	-.386	.238
DUBAO	-.196	-.070	.937
XTTMAI	-.012	.763	.198
TIEPTHISP	.428	.786	.208
CANHTRANH	.616	.575	-.166



5. Cronbach's Alpha với nhóm tiêu chí 3: Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	130	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.855	.859	6

Inter-Item Correlation Matrix

	THUTUCXNK	CPXK	CSBH	KTQT	KHCN	NTD
THUTUCXNK	1.000	.649	.650	.691	.412	.322
CPXK	.649	1.000	.545	.700	.498	.166
CSBH	.650	.545	1.000	.660	.566	.376
KTQT	.691	.700	.660	1.000	.480	.189
KHCN	.412	.498	.566	.480	1.000	.661
NTD	.322	.166	.376	.189	.661	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.306	3.146	3.692	.546	1.174	.047	6
Item Variances	.568	.446	.684	.237	1.532	.008	6
Inter-Item Correlations	.504	.166	.700	.534	4.213	.030	6

Hotelling's T-Squared Test

Hotelling's T-Squared	F	df1	df2	Sig
161.341	31.268	5	125	.000

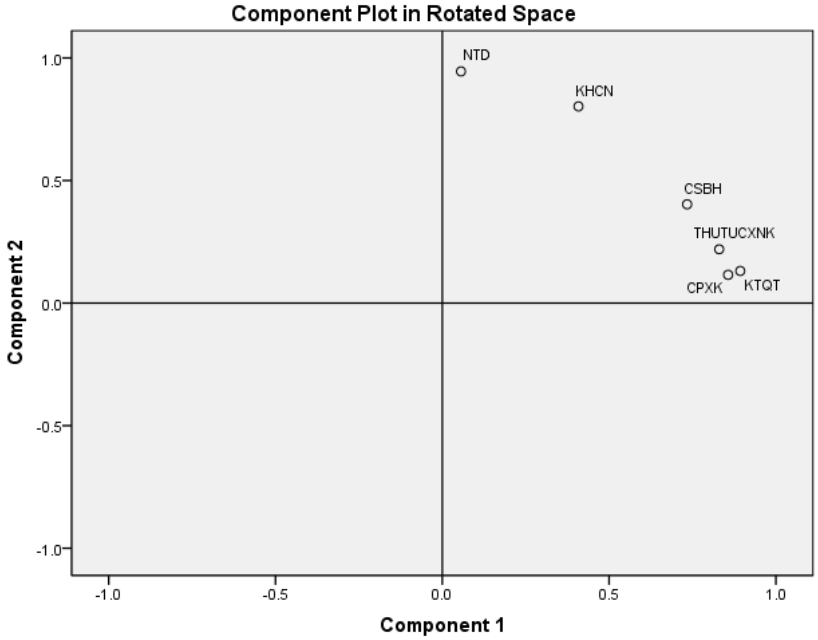
6. EFA với nhóm tiêu chí 3: Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa xuất khẩu

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.754
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	424.169
	df	15
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.572	59.541	59.541	3.572	59.541	59.541	2.929	48.815	48.815
2	1.135	18.918	78.459	1.135	18.918	78.459	1.779	29.643	78.459
3	.461	7.679	86.138						
4	.386	6.439	92.577						
5	.262	4.371	96.948						
6	.183	3.052	100.000						

Component Matrixa

	Component	
	1	2
THUTUCXNK	.825	-.238
CPXK	.794	-.341
CSBH	.837	-.031
KTQT	.834	-.346
KHCN	.763	.479
NTD	.534	.782