

# PHÂN TÍCH BIẾN ĐỘNG GIÁ XUẤT KHẨU VÀ KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA MẶT HÀNG GẠO VÀ CÀ PHÊ VIỆT NAM TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

SV: Nguyễn Thị Tú Swong

Khoa Kinh tế

## 1. Đặt vấn đề

Việt Nam – đất nước được mệnh danh là “Hòn ngọc quý của Đông Dương” được thiên nhiên rất ưu ái ban cho đường bờ biển trải dài từ Bắc đến Nam, có nhiều hòn đảo mang đậm nét sinh thái và thủy – hải sản đa dạng và phong phú. Không những thế, Việt Nam có khí hậu nhiệt đới ẩm gió mùa, thổ nhưỡng phì nhiêu và Nhà nước ta áp dụng nhiều thành tựu khoa học công nghệ kỹ thuật tiên tiến vào trồng trọt nên ngành nông nghiệp nước ta phát triển rất mạnh. Việt Nam là nước có sản lượng xuất khẩu gạo và cà phê lớn luôn có vị trí trong top trên thế giới, và một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chiếm tỷ trọng cao như hạt tiêu, điều, cao su, gỗ và sản phẩm từ gỗ... Thêm vào đó, Việt Nam hiện nay đã và đang là thành viên chính thức của ASEAN, FTAs, WTO,...

Việc hội nhập thị trường quốc tế, mở rộng giao lưu mối quan hệ thương mại với các quốc gia, các tổ chức là cơ hội đưa Việt Nam phát triển trở thành cường quốc. Việc hội nhập kinh tế trong thời gian qua đã thúc đẩy hoạt động xuất khẩu, mang lại nguồn thu ngoại tệ đáng kể cho Chính phủ ta, thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài và góp phần không nhỏ vào tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, điều đó cũng mang lại nhiều thách thức và khó khăn không lường trước được cho người dân sản xuất lẫn doanh nghiệp xuất khẩu, hơn nữa là khả năng cạnh tranh các mặt hàng cùng loại của nước ta giữa các quốc gia khác trên cùng một thị trường. Việc xuất khẩu mạnh mang đến cho nước ta một nền kinh tế thị trường vững chắc và phát triển theo hướng tích cực, từ một đất nước nhập siêu nước ta chuyển mình thành nước xuất siêu. Song, lợi nhuận mà người dân hay hộ gia đình thu về từ sản phẩm nông sản mình sản xuất lại không “xứng” với công sức bỏ ra, do giá các loại nông sản, đặc biệt là lúa gạo luôn dao động mạnh và thiếu ổn định (Hồ Thị Hoàng Lương, 2014). Giá là một yếu tố cơ bản – một trong những thông tin quan trọng phản ánh rõ nét tình hình kinh tế của một quốc gia và cũng là trung tâm của nhiều lý thuyết nghiên cứu kinh tế (Tomek và cộng sự, 2003). Vì vậy, bằng phương pháp phân tích định lượng và định tính

dựa trên cơ sở dữ liệu về giá xuất khẩu hai mặt hàng chủ lực gạo và cà phê và tham khảo ý kiến từ các chuyên gia am hiểu sâu về lĩnh vực xuất khẩu nông sản, **“Phân tích biến động giá xuất khẩu và khả năng cạnh tranh của mặt hàng gạo và cà phê Việt Nam trên thị trường thế giới”** đã được chọn làm nghiên cứu, nhằm phân tích sự biến động giá xuất khẩu hai mặt hàng gạo và cà phê, xác định yếu tố tác động và nắm bắt được những ưu – khuyết điểm khi nông sản nước ta xuất khẩu ra thị trường thế giới để tìm ra những giải pháp khắc phục nhằm đảm bảo đời sống kinh tế cho người nông dân và nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản nước ta.

### **1.1. Mục tiêu và phạm vi nghiên cứu**

#### **Mục tiêu**

Phân tích sự biến động giá xuất khẩu của mặt hàng gạo (53 năm: 1961 – 2014) và mặt hàng cà phê (34 năm: 1980 – 2014).

Tìm kiếm nguyên nhân gây sự biến động giá xuất khẩu của hai mặt hàng gạo và cà phê trong thời gian nghiên cứu

Xác định yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của Việt Nam so với các quốc gia khác trên thị trường thế giới

⇒ Nghiên cứu sẽ có được tầm nhìn khách quan hơn để đưa ra những kiến nghị nhằm đẩy mạnh giá xuất khẩu nông sản Việt Nam trên thị trường được cải thiện và khả năng cạnh tranh bình đẳng, bền vững và ổn định lâu dài trong tương lai.

#### **Phạm vi**

Giá xuất khẩu của mặt hàng gạo từ năm 1961 đến năm 2014 được lấy chủ yếu từ FAO – Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp Quốc (đơn vị: USD/tấn) và giá xuất khẩu mặt hàng cà phê nguồn dữ liệu chính từ UN – Comtrade – Cơ sở Thống kê Dữ liệu Thương mại Tiêu dùng Liên Hiệp Quốc từ năm 1980 đến năm 2014 (đơn vị USD/kg); kết hợp với các nguồn truy xuất dữ liệu liên quan đáng tin cậy khác.

Tập trung phân tích lý thuyết về giá (mối quan hệ cung cầu) và thương mại

Dữ liệu liên quan đến các quốc gia là đối thủ cạnh tranh hoặc bạn hàng nhập khẩu nông sản nước ta với sản lượng lớn và sự tác động qua lại lẫn nhau giữa các quốc gia lên hoạt động xuất khẩu nước ta

Nhận xét và phân tích các biểu đồ, mô hình được truy xuất dựa trên cơ sở dữ liệu đáng tin cậy và tham khảo từ các bài báo cáo khoa học, công trình nghiên cứu, ý kiến phát biểu và tạp chí kinh tế khoa học được đăng tải liên quan đến đề tài.

## **1.2. Nội dung nghiên cứu**

Sự biến động giá xuất khẩu gạo (53 năm: 1961 – 2014) và cà phê (34 năm: 1980 – 2014) của Việt Nam

Khả năng cạnh tranh hai mặt hàng nông sản chủ lực gạo và cà phê Việt Nam so với các quốc gia khác trên thị trường thế giới

Việt Nam khi gia nhập WTO và các Hiệp định khác có những thuận lợi – khó khăn – cơ hội – thách thức như thế nào trong xuất khẩu

⇒ Kết luận và kiến nghị những giải pháp nhằm thúc đẩy nền kinh tế phát triển theo hướng bền vững và lâu dài: tận dụng điểm mạnh hiện tại để nắm bắt cơ hội trong tương lai, cũng như khắc phục điểm yếu để ngăn chặn những thách thức đang và sắp phải đối mặt.

## **2. Tổng quan đề tài**

### **2.1. Công trình nghiên cứu của Nguyễn Tuyết Nhung (2008)**

Nghiên cứu đánh giá tình hình xuất khẩu gạo của Việt Nam trong thời kỳ hội nhập, tác giả nhận định mặc dù gạo Việt Nam có lợi thế cạnh tranh khi có chi phí nguồn lực nội địa thấp nhưng năng lực cạnh tranh của gạo Việt Nam lại yếu thế rất nhiều trên thị trường thế giới. Gạo xuất khẩu nước ta vẫn chưa được xây dựng thương hiệu thực sự bền vững và chưa xác định được hệ thống bạn hàng đáng tin cậy giữa các quốc gia.

### **2.2. Công trình nghiên cứu của Trần Thị Nguyệt và Nguyễn Ngọc Dung (2010)**

Tác giả sử dụng phương pháp phân tích định tính: chính sách phát triển thương mại nông nghiệp Việt Nam trong xu hướng toàn cầu hoá, khu vực hoá gắn với yêu cầu phát triển bền vững. Đề xuất quan trọng của tác giả là Việt Nam nên duy trì chính sách giá thấp gắn liền với chính sách thị trường và sự cập nhật của nghiên cứu thị trường để chiếm lĩnh thị trường thế giới do những ưu thế về khối lượng nông sản tạo ra lớn, các chi phí đầu vào tương đối thấp, sự ưu đãi của thiên nhiên.

### **2.3. Công trình nghiên cứu của Nguyễn Văn Sơn (2013)**

Tác giả thừa nhận rằng, Việt Nam đã có những thành tựu nổi bật về xuất khẩu gạo nhưng sự tăng trưởng chưa bền vững, thể hiện qua qui mô sản xuất chế biến còn nhỏ, tồn thất sau thu hoạch lớn,... Việt Nam không chỉ cạnh tranh với Thái Lan – quốc gia đã có thương hiệu gạo cao cấp, mà còn phải cạnh tranh với các quốc gia xuất khẩu gạo giá rẻ như Ấn Độ, Pakistan,... Do đó, muốn duy trì vị thế cạnh tranh và phát triển bền vững, Việt Nam cần hoàn thiện, đồng bộ hóa giữa các khâu và tham gia tích cực trong chuỗi cung ứng nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm gạo xuất khẩu.

#### **2.4. Công trình nghiên cứu của Đoàn Triệu Nhật (2009)**

Khái quát được những vấn đề ngành cà phê cần được sự quan tâm từ phía Nhà nước, doanh nghiệp và đặc biệt là, tác giả đã nhấn mạnh về chất lượng cà phê Việt Nam khi xuất khẩu cần được quản lý chặt chẽ và cải thiện hơn vì nó quan hệ mật thiết với mặt hàng cà phê Việt Nam chưa thực hiện đúng nghị quyết 420 – tiêu chuẩn về yêu cầu kỹ thuật của ICO (Tổ chức cà phê thế giới). Từ đó, tác giả đưa ra những kiến nghị nhằm xây dựng một thương hiệu cà phê uy tín Việt Nam trên thị trường thế giới. Vì chất lượng sản phẩm tác động mạnh đến cách nhìn nhận cà phê Việt Nam từ thế giới.

#### **2.5. Công trình nghiên cứu của Maurice và Davis (2011)**

Nhằm tìm kiếm nguyên nhân cơ bản dẫn đến việc biến động giá của 2 mặt hàng có sức ảnh hưởng lớn đến nền kinh tế của các quốc gia đang phát triển phụ thuộc vào hàng hóa là hai mặt hàng cà phê và cacao. Qua nghiên cứu, hai chuyên gia nhận thấy rằng ngoài giá dầu có hiệu ứng lan tỏa trên thị trường cà phê và cacao thì tỷ giá hối đoái cũng chính là một trong những nguyên nhân quan trọng tác động đến tình hình xuất khẩu của các quốc gia.

#### **2.6. Công trình nghiên cứu của Chulaphan và các cộng sự (2013)**

Nghiên cứu cho thấy cùng một loại sản phẩm trên thị trường khi được sản xuất ở nhiều quốc gia khác nhau dẫn đến chất lượng sẽ khác nhau. Các tác giả tìm kiếm mối quan hệ đó dựa trên nhân quả và tính đồng nhất từ dữ liệu giá gạo xuất khẩu ở các quốc gia xuất khẩu chính trên thị trường thế giới như Việt Nam, Hoa Kỳ, Thái Lan, Pakistan, ... Giá gạo Việt Nam – Thái Lan ảnh hưởng lẫn nhau, giá gạo của Pakistan có ảnh hưởng đến giá gạo Việt Nam.

#### **2.7. Nghiên cứu của Tomek và các cộng tác viên (2003)**

Các tác giả sử dụng mô hình kinh tế lượng đưa ra lý thuyết rằng giá cả các mặt hàng nông sản xuất khẩu biến động ngẫu nhiên và có hệ thống đều chịu ảnh hưởng bởi tính mùa vụ, tính chu kỳ và có độ trễ theo thời gian. Giá của ngày hôm nay liên hệ với giá ngày hôm qua và những ngày trước đó, hay nói cách khác giá nông sản theo dữ liệu chuỗi thời gian và tương quan với nhau.

### **3. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu**

Khối lượng cây trồng bị ảnh hưởng. Hơn nữa, từ năm 2009 đến năm 2011, Colombia Đối tượng nghiên cứu: *Mặt hàng nông sản: Gạo (53 năm: 1961 – 2014, đơn vị USD/tấn) và cà phê (34 năm: 1980 – 2014, đơn vị USD/kg).*

#### **4. Phương pháp nghiên cứu:**

Nguồn dữ liệu được tổng hợp từ: Tổng cục Hải quan, UN Comtrade (Cơ sở Thống kê Dữ liệu Thương mại Tiêu dùng của Liên hợp quốc), Bộ Công Thương, Cổng Thông tin Chính phủ, Tổng cục Thống kê, Cổng thông tin điện tử của Bộ Nông nghiệp và phát triển Nông thôn, ICO (Tổ chức Cà phê Thế giới), Vietrade (Cục Xúc tiến Thương mại Việt Nam), Word Bank (Ngân hàng thế giới), FAO (Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc), VICOFA (Hiệp hội Cà phê – Cacao Việt Nam), CafeF và một số trang báo tin cậy liên quan đến nông sản.

Quan sát và nhận xét đồ thị, biểu đồ về sản lượng và giá mà Việt Nam xuất khẩu sang các nước và những vấn đề liên quan đến đề tài nghiên cứu

Phương pháp phân tích định lượng thông qua kết quả hồi quy nhằm tìm kiếm các yếu tố ảnh hưởng đến sự biến động giá nông sản

Bảng câu hỏi được gửi phỏng vấn đến các chuyên gia có kinh nghiệm, am hiểu trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản của Việt Nam

Phân tích SWOT nhằm đánh giá khách quan về khả năng cạnh tranh mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trên thị trường thế giới

⇒ Nghiên cứu đưa ra những kiến nghị giúp xuất khẩu nông sản của Việt Nam được bền vững, ổn định và cạnh tranh công bằng trên thị trường thế giới.

#### **5. Kết quả nghiên cứu và bàn luận**

##### **5.1. Tổng quan các lý thuyết liên quan đến đề tài**

###### **5.1.1. Xuất khẩu**

Xuất khẩu là hoạt động kinh doanh buôn bán ở phạm vi quốc tế. Nó không phải là hành vi buôn bán riêng lẻ mà là cả một hệ thống các quan hệ mua bán trong một nền thương mại có tổ chức cả bên trong và bên ngoài nhằm bán sản phẩm, hàng hoá sản xuất, chế biến trong nước ra nước ngoài thu ngoại tệ, mang lại ngân sách cho chính phủ, qua đó đẩy mạnh sản xuất hàng hoá phát triển, chuyển đổi cơ cấu nền kinh tế và định hướng từng bước nâng cao đời sống nhân dân, cung cấp việc làm cho người dân cải thiện tình trạng thất nghiệp kéo dài.

###### **5.1.2. Giá**

Theo nghĩa hẹp, giá là số tiền trả cho một sản phẩm hoặc dịch vụ. Theo nghĩa rộng, giá là tổng giá trị mà khách hàng bỏ ra để nhận được những lợi ích từ việc sở hữu hay sử dụng một sản phẩm (Philip Kolter và Gary Armstrong, 2008).

Giá cả là những gì mang lại doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp và tạo ra chi phí cho khách hàng, là những gì họ hi sinh để có được thương hiệu (Bob Lauterborn, 1990).

Giá là một cơ chế cơ bản thể hiện mối liên hệ của các thị trường (Goodwin và Holt, 1999).

### 5.1.3. Các khái niệm khác

#### **Cạnh tranh**

Cạnh tranh cũng có nghĩa là nỗ lực hành động để thành công hơn, đạt kết quả tốt hơn người đang có hành động như mình. Do đó, sự cạnh tranh là sự kiện mà trong đó, cá nhân hay tổ chức cạnh tranh nhau để đạt thành quả mà không phải mọi người đều giành được (Hornby A.S & Sally Wehmeier).

#### **Các hàng rào thuế quan**

*Thuế quan* là tên gọi chung chỉ các mức thuế đánh vào hàng hoá, nhập khẩu. Thuế quan ra đời với 2 mục đích chính là: Góp phần bảo đảm nguồn thu cho ngân sách nhà nước và bảo hộ sản xuất trong nước. Bằng cách đánh thuế cao vào hàng hoá nhập khẩu, nhà nước tạo áp lực tăng giá bán hàng hoá nhập khẩu đó, qua đó, giúp các nhà sản xuất trong nước có lợi thế trong cạnh tranh về giá với hàng hoá nhập khẩu. *Phi thuế quan* được hiểu là các cách thức ngăn chặn hoặc gây trở ngại cho hàng hoá nhập khẩu nhưng không phải là đánh thuế nhập khẩu. Hàng rào phi thuế quan có 2 nhóm chính là: Hàng rào hành chính, rào cản kỹ thuật (Tô Thị Kim Hồng).

## 5.2. Phân tích sự biến động giá xuất khẩu và khả năng cạnh tranh mặt hàng GAO trên thị trường thế giới của Việt Nam (1961 – 2014)

### 5.2.1. Giới thiệu về gạo

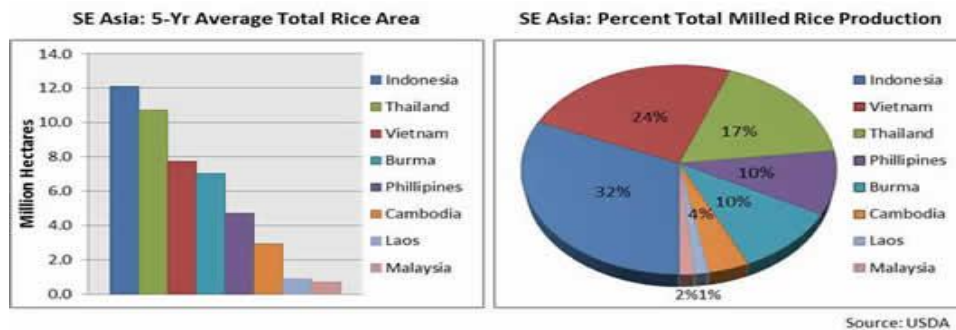
Đông Nam Á với điều kiện tự nhiên lý tưởng quanh năm đã được các nhà khảo cổ khoa học chứng minh là quê hương của cây lúa. Việt Nam là một trong những quốc gia vốn được thế giới biết đến có nền văn minh trồng lúa nước. “Thật vậy, một trong các nhà lập quốc của Hoa Kỳ, ngài Thomas Jefferson, đã tìm cách mua hạt giống gạo Việt Nam để trồng trên nông trại của mình tại Virginia cách đây đã 200 năm” – Cựu tổng thống Mỹ Bill Clinton đã viết trong một bài diễn văn chuyển thăm Việt Nam tháng 11/2000. Qua đó khẳng định, Việt Nam được thế giới biết đến không chỉ qua những trang sử hào hùng mà còn biết đến qua sự có mặt của hạt lúa, hạt gạo.

### 5.2.2. Tình hình chung về sản xuất gạo ở Việt Nam

#### **Diện tích trồng trọt và sản lượng lúa gạo của Việt Nam**

Nông nghiệp là ngành kinh tế quan trọng nhất trong lịch sử phát triển xã hội loài người. Là một trong những nước có nền nông nghiệp phát triển, diện tích trồng trọt của nước ta theo thống kê năm 2013, tổng diện tích đất nông nghiệp là 262.805 km<sup>2</sup> (chiếm tới 79.4% tổng diện tích cả nước). Việt Nam giống như một đòn gánh lớn, Bắc – Nam hai vùng có ĐBSH (15.000 km<sup>2</sup>) và ĐBSCL (40.000 km<sup>2</sup>) hằng năm có sản lượng lúa gạo cao nhất nước. Theo Tổng cục Thống kê (GSO), năm 2013, sản lượng lúa của cả nước đạt 44.1 triệu tấn, ĐBSH và ĐBSCL lần lượt sản xuất khoảng 6.7 triệu tấn và 25.1 triệu tấn chiếm 72.11%.

*Biểu đồ 1: Diện tích trồng lúa và tỷ lệ % sản xuất lúa gạo của các quốc gia Đông Nam Á (Nguồn: USDA)*



Theo USDA, diện tích trồng lúa của nước ta đứng thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á, chỉ sau Indonesia và Thái Lan nhưng sản lượng sản xuất gạo của chúng ta lại chiếm đến 24% đứng thứ hai trong khu vực vượt qua Thái Lan. Việt Nam có thể qua mặt Thái Lan trở thành nhà xuất khẩu hàng đầu trên thế giới (Võ Hùng Dũng, 2012).

### 5.2.3. Tình hình xuất khẩu gạo

#### **Thị trường nhập khẩu gạo Việt Nam**

Thị trường xuất khẩu gạo hiện nay tập trung vào một số thị trường chính, gạo Việt Nam xuất khẩu sang khu vực châu Á chiếm tỷ lệ khoảng 75.75%, châu Phi chiếm khoảng 12.68%, châu Mỹ chiếm khoảng 7,58%, châu Âu chiếm khoảng 1.5%, Trung Đông chiếm khoảng 1.27%, châu Úc chiếm khoảng 1.21%. Các thị trường nhập khẩu của Việt Nam với số lượng lớn là Trung Quốc, Philippines, châu Phi, Malaysia, Indonesia, Cuba và Hồng Kông (Lê Trường Diễm Trang).

#### **Đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trên thị trường thế giới**

- Thái Lan

Theo Bộ Công thương, Thái Lan là một nước truyền thống xuất khẩu gạo chiếm lĩnh ngôi độc tôn trên thị trường gạo thế giới. Trước thập kỷ 60, Thái Lan vẫn là nước nông nghiệp lạc hậu, sản xuất lúa gạo vẫn bình thường như nhiều nước khác trong khu vực Đông Nam Á, xuất khẩu gạo vẫn ở mức trung bình, nhưng từ đầu thập kỷ 70 và nhất là thời gian khi bước vào thập kỷ 80 tới nay, Thái Lan bứt lên và trở thành nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới với số lượng hàng năm trên 10 triệu tấn.

- Ấn Độ

Là quốc gia thuộc vùng Nam Á có những đồng bằng rộng lớn, chỉ riêng đồng bằng Ấn – Hằng, diện tích khoảng 775.000 km<sup>2</sup> (gấp 2.3 lần diện tích Việt Nam) với điều kiện tự nhiên thuận lợi đã tạo nên vùng kinh tế trù phú. Ấn Độ là một đối thủ “to khỏe” của thị trường xuất khẩu gạo Việt Nam. Năm 2015, Ấn Độ giữ vững ngôi vị nước xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới với sản lượng đạt mức kỷ lục khoảng 11.5 triệu tấn do giá nội địa ở mức thấp và nhu cầu xuất khẩu đến các thị trường ổn định.

- Campuchia

Nếu như nói Thái Lan là đối thủ truyền thống của Việt Nam thì Campuchia được xem là đối thủ mới nổi trong lĩnh vực xuất khẩu gạo. Với hơn 80% dân số làm nông nghiệp và dựa trên quá trình tham gia thị trường xuất khẩu gạo, Việt Nam đã có 20 năm tham gia nhưng Campuchia mới chỉ có 5 năm. Thế nhưng, gạo Campuchia đến nay đã có mặt ở 53 quốc gia khác nhau đã len lỏi được vào thị trường các quốc gia khó tính như Mỹ, EU,... (Quang Huy, 2013).

- Myanmar

Myanmar là đối thủ đáng gờm của Việt Nam với sự tăng trưởng mạnh về sản lượng gạo xuất khẩu với mức giá thấp. Theo ông Trương Thanh Phong – Chủ tịch Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), Myanmar đánh chiếm các môi ruột của Việt Nam như Indonesia, Malaysia, Philippines và nhiều thị trường lớn khác. Với lợi thế giá rẻ, Myanmar thắng thầu xuất khẩu gạo sang Nhật Bản vào tháng 5/2013 và đang đàm phán với Hàn Quốc.

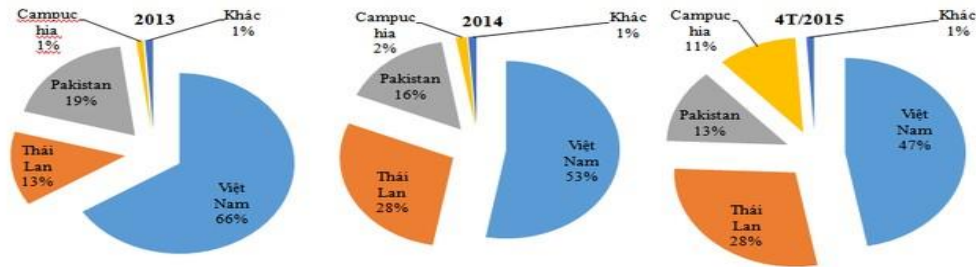
- Parkistan

Là quốc gia nằm trong khu vực Nam Á có nền kinh tế lớn thứ 2 (sau Ấn Độ). Parkistan không những nổi tiếng về sản xuất bông đứng thứ 4 trên thế giới mà còn có truyền thống xuất khẩu gạo từ nhiều thập kỷ nay. Xuất khẩu gạo của nước này tương đối ổn định



với các loại gạo trung bình và khá, nổi tiếng về loại gạo Basmati chiếm hơn 90% diện tích đất trồng ở tỉnh Punjab (nơi đông dân nhất – hơn 56% tổng dân số đất nước).

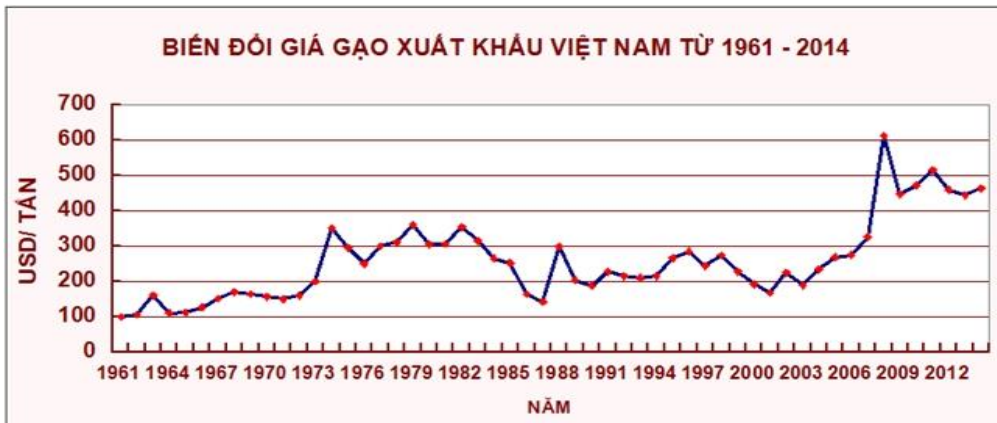
Biểu đồ 2: Thị phần xuất khẩu gạo Việt Nam và những quốc gia cạnh tranh qua các năm (Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế - ITC)



Tình hình xuất khẩu – sự biến động giá gạo của

Việt Nam trên thế giới

Biểu đồ 3: Biến động giá gạo xuất khẩu của Việt Nam từ năm 1961 – 2014 (Nguồn: FAO – Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hợp quốc)



Vài nét giới thiệu bước đầu về xuất khẩu gạo: Việt Nam đã xuất khẩu gạo trong các năm 1913 – 1917 và sau đó là 1928 – 1932 đã chiếm hơn 60% kim ngạch xuất khẩu của Đông Dương thuộc Pháp (Nguyễn Thế Anh, 2008). Từ năm 1930 Việt Nam là quốc gia cung cấp gạo danh tiếng (gạo Sài Gòn) cho các nước láng giềng như Philippin, Indonesia, và nhiều nước châu Âu và châu Phi (Võ Tòng Xuân). Như vậy, có thể chứng minh rằng, Việt Nam đã xuất khẩu gạo với số lượng lên khá lớn từ những năm đầu của thế kỉ trước, những biến động lớn do chiến tranh đã làm gián đoạn việc xuất khẩu cho đến năm 1975 mới ổn định lại (Bùi Chí Bửu).

- Giai đoạn 1961 – 1974

Việt Nam xuất khẩu gạo từ thế kỉ trước, nhưng giá trị xuất khẩu của nước ta chính thức được FAO ghi nhận vào năm 1961 với sản lượng xuất khẩu gạo đạt 182.25 nghìn tấn và giá là 99.0343 USD/tấn – cũng chính là mức giá thấp nhất trong giai đoạn xuất khẩu từ năm 1961 – 2014. Năm 1965, sản lượng gạo sản xuất ra giảm một cách nghiêm trọng trong khi năm 1963 lại tăng vọt lên đến 229.320 tấn, chỉ còn gần 3 nghìn tấn giảm 63% so với năm 1961, nhưng giá xuất khẩu mỗi tấn lại tăng nhẹ 12.452 USD, đạt 111.4846 USD/tấn. Nguyên nhân do: tình hình sản xuất lương thực vẫn còn gặp nhiều khó khăn, cung không đủ cầu, đặc biệt là nước ta đang trong giai đoạn khó khăn, miền Nam chiến tranh leo thang, hệ thống canh tác bị phá huỷ nghiêm trọng nên từ xuất khẩu chuyển sang nhập khẩu lương thực (Võ Hùng Dũng, 2012). Năm 1968, sản lượng nước ta chỉ có 2.36 nghìn tấn lúa gạo xuất khẩu nhưng giá đạt ngưỡng gần 170.000 USD/tấn gấp 1.72 lần so giá của năm 1961. Mặc dù, năm 1971, sản lượng lúa gạo xuất khẩu tăng gần 3 lần so với năm 1968 nhưng giá gạo lại giảm hơn 20.000 US/tấn (150.000 USD/tấn). Thời gian này, giá gạo xuất khẩu của Ấn Độ, Mỹ, Parkistan, Thái Lan lần lượt là 202.2085 USD/tấn, 180.7955 USD/tấn, 199.3633 USD/tấn, 88.1972 USD/tấn. Nguyên nhân là do, thời kì này giá gạo biến động rất “nóng” do tình hình chính trị ở Ấn Độ, chuyển đổi nền kinh tế nông nghiệp sang công nghiệp nặng, chịu ảnh hưởng hai lần thời tiết hạn hán kéo dài khiến cho tình hình lương thực đối với một nước đông dân vô cùng khó khăn đến mức phải nhập khẩu một lượng lớn lương thực (Jullian Roche, 1992).

*- Giai đoạn 1975 – 1988*

Năm 1975, Việt Nam thống nhất đất nước – một sự kiện lịch sử trọng đại. Sản lượng xuất khẩu nước ta có tiến bộ vượt bậc đạt 22.000 tấn so với năm ngoái và giá xuất khẩu khoảng 295.4545 USD/tấn. Năm 1987, giá gạo xuống thấp nhất trong các năm 142.0847 USD/tấn và tăng vọt trở lại vào năm 1988. Nước ta do vừa thống nhất gặp nhiều khó khăn dẫn đến chi phí sản xuất trong nước cao hơn trong khi giá lương thực – thực phẩm lại thấp, nền kinh tế càng kiệt quệ hơn. Cho nên, chính phủ đổi mới chính sách tiền tệ, in tiền ra thị trường và dẫn đến tình trạng lạm phát. Tỷ lệ lạm phát từ năm 1986 – 1989 lần lượt là: 487.2%, 301.3%, 308.2%, 74.3%. Trong khi tăng trưởng những năm này chỉ tăng trong khoảng 1% – 2%. Giá gạo xuất khẩu giai đoạn này cao gần như gấp 2 lần thời gian trước. Mặc dù, giá xuất khẩu tăng cao nhưng giá trị xuất khẩu của nước ta, nhìn chung, trong giai đoạn này vẫn thấp hơn rất nhiều so với các quốc gia khác. Năm 1988, giá trị của Ấn Độ gấp 8 lần, Thái Lan gấp 51 lần, Parkistan gấp 13.5 lần, Mỹ gấp 30 lần. Như vậy, khả năng

cạnh tranh về mặt hàng xuất khẩu gạo của nước ta vẫn còn “non” chưa có thể ngang bằng các quốc gia khác từ giai đoạn đầu xuất khẩu.

*- Giai đoạn 1989 – 1999*

Những năm trước đó, sản lượng gạo xuất khẩu gạo nước ta không quá lớn, đến tháng 9 năm 1989, Việt Nam mới tham gia trở lại thị trường mạnh mẽ hơn sau hơn 20 năm. Theo FAO ghi nhận, năm 1989, sản lượng xuất khẩu gạo của Việt Nam đạt mức kỷ lục 1.42 triệu tấn, gấp gần 8 lần so với năm 1961. Nông dân đã áp dụng kỹ thuật tiến bộ, những biện pháp liên hoàn và phải đề cập đến sự đổi mới chính sách kinh tế của Đảng và Nhà nước đối với nông nghiệp: chính sách giao quyền sử dụng ổn định và lâu dài đất canh tác cho từng hộ gia đình nông dân, chính sách về giá nông sản và các vật tư nông nghiệp, ổn định giá trị đồng tiền Việt Nam... (Võ Tòng Xuân).

Đầu năm 1991, dân số thế giới tăng mạnh dẫn đến nhu cầu gạo tăng lên nên lượng tiêu thụ gạo trên thị trường thế giới tăng cao. Tình hình này kéo dài đến hết năm 1992 (Nguyễn Tuyết Nhung, 2008). Đó là lí do mà giá gạo thế giới đột ngột tăng dẫn đến giá gạo Việt Nam tăng theo với giá xuất khẩu năm 1991 và 1992 lần lượt là 227.000 USD/tấn và 241.6891 USD/tấn. Sau khi, giá xuất khẩu gạo bất ngờ tăng đến 388.5448 USD/tấn vào năm 1997 đã đánh dấu bước ngoặt lớn đối với nền kinh tế và ngoại thương nước ta với lượng gạo xuất khẩu là 3,6 triệu tấn, đạt kim ngạch xuất khẩu gạo là 900 triệu USD. Đến năm 1998, kim ngạch xuất khẩu của 3.8 triệu tấn gạo đã đạt mức 1 tỷ USD. Điều đáng chú ý là năm 1999, mặc dù chịu thiệt hại nặng nề của các đợt lũ lớn ở miền Trung, sản xuất lương thực vẫn đạt 31,4 triệu tấn và xuất khẩu đạt 4.5 triệu tấn gạo, kim ngạch đạt trên 1 tỷ USD (Diễm Trang).

Cũng trong những năm này cuộc khủng hoảng tài chính Châu Á diễn ra, Thái Lan là một trong những nước khu vực châu Á bị ảnh hưởng nặng nề nhất. Như đã trình bày, thập niên 90, Thái Lan là một trong những quốc gia xuất khẩu và có tác động lớn đến xu hướng tăng – giảm giá trên thị trường gạo thế giới dẫn đến đồng Bath của Thái Lan rớt giá trầm trọng gần 50%, khiến cho giá xuất khẩu gạo đạt mức kỷ lục sau năm 1974 là 388.5448 USD/tấn.

*- Giai đoạn 2000 – 2014*

Năm 2000, đầu thế kỉ XXI, Việt Nam bước sang một trang mới. Tuy nhiên, xuất khẩu gạo giảm đáng kể cả về số lượng lẫn giá cả. Cụ thể, từ năm 1999 đến năm 2001, giá gạo xuất khẩu giảm liên tiếp xuống còn 167.5068 USD/tấn, cũng là mức giá thấp nhất từ

đầu thế kỉ hai mươi đến nay, kém hơn 1.44 lần so với năm 2000 và 2.763 lần so với năm 2014. Tuy nhiên, mức giá này vẫn cao hơn 1.178 lần so với mức giá thấp nhất mà giá gạo xuất khẩu đã rút xuống vào năm 1987. Từ năm 2002, giá gạo xuất khẩu nước ta bắt nhịp tăng trở lại. Theo thông tin của Tổng cục Thống kê Việt Nam, năm 2004, sản lượng lúa cả năm ước tính đạt 35.9 triệu tấn, tăng 3.8% so với năm 2003. Nước ta xuất khẩu năm 2004 với sản lượng 4.063 triệu tấn với giá 233.8949 USD mỗi tấn tăng 23.9% so với năm trước. Không những riêng Việt Nam mà giá gạo của Thái Lan, Ấn Độ, Pakistan đã dần phục hồi, giá xuất khẩu lần lượt là: 270.4111 USD/tấn, 308.2892 USD/tấn, 344.1193 USD/tấn.

Trong giai đoạn của quá trình nghiên cứu 2005 – 2011 là thời kỳ tăng trưởng mạnh của việc xuất khẩu lúa gạo về giá cả và số lượng. Tổng sản lượng xuất khẩu trong 7 năm này đạt 39 triệu tấn, chiếm 47% số lượng và kim ngạch đạt 15.4 tỷ USD, chiếm 61% tổng kim ngạch xuất khẩu từ năm 1989 – 2010 (Võ Hùng Dũng). Trong giai đoạn này, đánh dấu một sự kiện: Việt Nam chính thức là thành viên của WTO (11/1/2007) mang lại cho nước ta nhiều cơ hội lớn trong lĩnh vực nông nghiệp, đặc biệt là xuất khẩu nông sản. Đây cũng là giai đoạn mà giá gạo xuất khẩu Việt Nam leo lên tới những mức giá cao nhất từ trước đến nay, chạm tới mức giá xuất khẩu cao nhất từ trước đến nay là 611.5806 USD/tấn vào năm 2008, lần lượt gấp 6.175 lần và 1.32 lần so với mức giá ở năm đầu và năm cuối của quá trình nghiên cứu.

Năm 2010, thị trường xuất khẩu gạo có nhiều thuận lợi với sản lượng tới hơn 6.893 triệu tấn, bình quân mỗi tấn gạo đạt 471.4233 USD. Năm 2011, tình hình xuất khẩu của Việt Nam phát triển mạnh mẽ, tăng trưởng cả về giá và lượng. Năm 2011 có thể là năm đỉnh cao của số lượng xuất khẩu và phải mất nhiều năm để có thể lập kỉ lục mới (Võ Hùng Dũng). Sang năm 2012, một năm đánh dấu thành công của ngành lương thực Việt Nam với lượng gạo xuất khẩu đạt mức kỷ lục từ trước đến nay là 7.112 triệu tấn nhưng giá gạo trên thị trường thế giới suy giảm mạnh đã khiến giá gạo xuất khẩu của Việt Nam giảm theo còn 458.2349 USD/tấn so với năm 2011 là 514.1742 USD/tấn. Theo Bộ Công Thương, giá gạo xuất khẩu năm 2014 ở nước ta có xu hướng tăng lên là do Việt Nam đã xuất khẩu được khối lượng gạo lớn sang Philippine, Malaysia và Indonesia, đồng thời vẫn duy trì tốc độ xuất khẩu sang Trung Quốc kể cả trong giai đoạn căng thẳng ở Biển Đông. Trong năm 2014, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam, Ấn Độ và Mỹ đều tăng so với năm trước, chỉ có Thái Lan là giảm mạnh do chính phủ nước này thúc đẩy xuất khẩu gạo tồn kho, hạ giá

thành thấp để phục hồi ngành xuất khẩu truyền thống, cộng thêm đồng tiền Bath nhiều lần mất giá khiến cho giá gạo xuất khẩu quy ra USD trở nên rẻ hơn.

#### 5.2.4. Kết quả phân tích hồi quy của gạo

*Trình bày kết quả mô hình hồi quy*

$$LNPNVN = -0.2869 - 0.0106LNEX + 0.0357LNPPARKISTAN + 0.1017LNPTHAILAN + ei$$

$$Se \quad (0.5803) \quad (0.0804) \quad (0.1013) \quad (0.0475)$$

$$t \quad (-0.4945) \quad (-0.1319) \quad (3.5277) \quad (2.2139)$$

$$n = 79, R^2 = 0.7822, \bar{R}^2 = 0.7538$$

*Kiểm định các giả thiết*

$R^2 = 0.7822$ : mức độ phù hợp của mô hình cao, đạt 78.22%

*Hệ số hồi quy  $\beta_1 = -0.0106$* : cho biết khi tỷ giá hối đoái tăng lên 1 phần trăm thì giá gạo của Việt Nam xuất khẩu giảm xuống 0.0106 phần trăm.

*Hệ số hồi quy  $\beta_2 = 0.0357$* : cho biết khi giá gạo xuất khẩu Parkistan tăng lên 1 phần trăm thì giá gạo Việt Nam xuất khẩu tăng lên 0.0357 phần trăm.

*Hệ số hồi quy  $\beta_3 = 0.1017$* : cho biết khi giá gạo xuất khẩu Thái Lan tăng lên 1 phần trăm thì giá gạo Việt Nam xuất khẩu tăng lên 0.1017 phần trăm.

#### ***Ý nghĩa thống kê***

Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Xem xét các giả thiết  $H_0: R^2 = 0$

$H_1: R^2 \neq 0$

$F = 27.5352, p < 0.05$ , bác bỏ  $H_0$  ở mức độ tin cậy 95%

Kiểm định thống kê các hệ số hồi quy

Xem xét các giả thiết:  $H_0: \beta_i = 0$

$H_1: \beta_i \neq 0$  (với  $i = 0; 1; 2; 3; 4$ )

Kết luận: Có 3 hệ số tương ứng với biến tỷ giá hối đoái, biến giá gạo xuất khẩu Parkistan và biến giá gạo xuất khẩu Thái Lan có ý nghĩa ở mức độ tin cậy 99%.

#### ***Ý nghĩa***

Mô hình có mức độ phù hợp cao là 78.22%. Với kết quả từ phân tích hồi quy, cho thấy giá gạo xuất khẩu Việt Nam và tỷ giá hối đoái biến động không theo cùng xu hướng. Khi tỷ giá hối đoái tăng lên, thì giá gạo xuất khẩu Việt Nam sẽ giảm xuống. Ngoài ra, khi giá gạo xuất khẩu Việt Nam tăng lên, thì giá của Parkistan và Thái Lan cũng tăng. Giá gạo của ba nước biến động cùng xu hướng trên thị trường thế giới. Có thể nói Parkistan và Thái

Lan là các đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam trong thị trường gạo thế giới hiện nay. So sánh về độ lớn, gạo từ Thái Lan có mức độ cạnh tranh với Việt Nam gấp 3 lần so với gạo từ Parkistan.

### ***5.3. Phân tích sự biến động giá xuất khẩu và khả năng cạnh tranh mặt hàng cà phê trên thị trường thế giới của Việt Nam (1981 – 2014)***

#### ***5.3.1. Giới thiệu về cà phê***

##### ***Nguồn gốc***

Năm 1671, những người chăn dê Kaldi ở đất nước Ethiopia khi ăn thử một loại quả màu đỏ thuộc một loại cây có hoa màu trắng, lá màu xanh thẫm thì giúp cho tinh thần tỉnh táo và họ biết đến cây cà phê. Cách pha cà phê truyền thống của người Ethiopia xưa có lẽ được xem là cổ xưa nhất. Hạt cà phê được cho vào một cái chảo sắt to và rang lên, sau đó nghiền vụn ra hoặc cho vào cối giã. Chỗ hạt giã vụn đó được trộn với đường trong một cái bình cổ thon có quai. Sau đó, nấu lên và đổ ra. Tuy nhiên, theo VICOFA, cả thế giới biết đến cây cà phê là nhờ người Hà Lan đã lấy nó từ vùng Yemen và đem giới thiệu ở vùng Java thuộc đất nước Indonesia vào năm 1700.

##### ***Điều kiện tự nhiên thích hợp trồng cà phê***

Cà phê (coffea, coffee) là tên một chi thực vật thuộc họ Thiến Thảo, thuộc cây công nghiệp lâu năm và phân bố nhiều ở vùng nhiệt đới và cận nhiệt đới, ít khi gặp ở vùng ôn đới. Nước ta có 3 loại cà phê phổ biến: chè (Arabica), vối (Robusta) và mít (Liberica). Khí hậu Việt Nam chia thành hai miền rõ rệt, phía nam thuộc khí hậu nhiệt đới nóng ẩm thích hợp với cà phê Robusta, còn phía bắc có mùa đông lạnh và có mưa phùn thích hợp với cà phê Arabica và các vùng cao ở phía nam (Đèo Triệu Nhạn).

Cà phê có sinh trưởng trên nhiều loại đất khác nhau, đặc biệt là đất bazan có đặc điểm lý hoá tính tốt và độ dày sâu phù hợp. Nhiệt độ để cà phê có thể tồn tại tương đối rộng từ 50°C đến 320°C. Độ ẩm phải cao, trên 70% mới thuận lợi cho sinh trưởng và phát triển cây cà phê, đặc biệt là giai đoạn cà phê nở hoa. Tuy theo mỗi loại cà phê mà có một điều kiện tự nhiên nhất định để sinh trưởng tốt, mang lại hương vị riêng, độc đáo.

#### ***5.3.2. Tình hình chung sản xuất cà phê ở Việt Nam***

##### ***Diện tích trồng cà phê và sản lượng sản xuất***

Cà phê xuất hiện ở Việt Nam khoảng 1850. Năm 1888, đồn điền cà phê đầu tiên của nước ta là do người Pháp khởi xây gần Kẻ Sở, thuộc tỉnh Hà Nam, sau lan xuống vùng Phủ Lý, Ninh Bình, Thanh Hoá, Nghệ An, Kon Tum và Di Linh. Năm 1930, diện tích cà phê ở

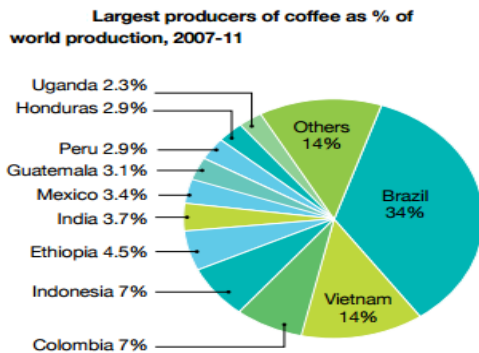
Việt nam có 5900 ha, trong đó có 4700 ha cà phê Arabica, 900 ha cà phê Liberica và 300 ha cà phê Robusta (Đoàn Triệu Nhuận). Năm 1937 – 1938, tổng cộng trên lãnh thổ Việt Nam có 13.000 ha cà phê, cung ứng 1500 tấn. Vào những năm 1960 – 1970 ở miền Bắc, hàng loạt nông trường trồng cà phê được thành lập. Từ sau 1975 ngành cà phê Việt Nam mới đi vào thời kỳ phát triển mạnh mẽ, trong đó diện tích cà phê vối chiếm tới hơn 95% tổng diện tích gieo trồng. Qua từng năm, diện tích và sản lượng cà phê nước ta đều tăng với tốc độ phát triển nhanh theo hướng thị trường hàng hoá và hiện nay Việt Nam trở thành nước xuất khẩu cà phê đứng thứ 2 thế giới, sau Brazil.

### 5.3.3. Tình hình xuất khẩu cà phê ở Việt Nam

#### *Nguồn cung*

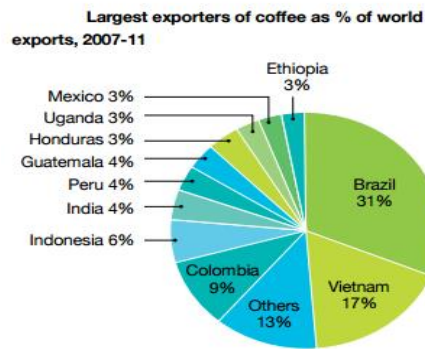
Brazil là một quốc gia lớn nhất Nam Mỹ, có đa dạng khí hậu khác nhau thích hợp cho việc trồng và sản xuất cà phê. Từ những năm 1840, Brazil có tổng sản lượng xuất khẩu và tỷ lệ sản lượng trên toàn cầu, đưa nước này lên ngôi vị nhà sản xuất cà phê lớn nhất thế giới. Brazil là nước dẫn đầu thế giới về sản lượng cà phê, tiếp sau đó là Việt Nam, Indonesia và Colombia. Nước này vô địch về cà phê Arabica. Về sản lượng cà phê Robusta thì Việt Nam là quốc gia đứng đầu do có điều kiện tự nhiên, thời tiết thích hợp. Hiện nay, chính phủ và Bộ, Viện, trung tâm nghiên cứu các cấp đang đầu tư vào vấn đề khoa học này và nâng cao diện tích trồng cà phê Arabica để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ những quốc gia ưa chuộng hương vị dịu nhẹ của nó.

*Biểu đồ 4: Sản lượng sản xuất cà phê của các quốc gia theo % sản lượng thế giới, 2007 – 2011.*



Source: ICO

*Biểu đồ 5: Sản lượng xuất khẩu cà phê của các quốc gia theo % sản lượng thế giới, 2007 – 2011.*



Source: ICO

Theo Tổ chức cà phê thế giới (ICO), Brazil là nước sản xuất cà phê lớn nhất thế giới (với tỷ trọng 36% tổng sản lượng thế giới), đứng thứ nhì là Việt Nam (tỷ trọng 14%), thứ ba là Colombia (7%). Trên thế giới có khoảng 50 quốc gia trồng cây cà phê. Ngoài Brazil, Việt Nam, Colombia còn có các quốc gia khác như Indonesia, Ethiopia, Ấn Độ, Mexico... là những nước xuất khẩu cà phê nhiều nhất trên thế giới. Như đã trình bày, có hai loại cà phê quan trọng và có ý nghĩa kinh tế, đó là cà phê chè (Arabica) chiếm khoảng 61% các sản phẩm cà phê và cà phê vối (Robusta), chiếm 39% các sản phẩm cà phê trên thị trường.

### *Nguồn cầu*

Thế giới đang tiêu thụ hai loại cà phê chính là Robusta và Arabica. Mỗi ngày có khoảng 2.5 tỷ ly cà phê được tiêu thụ trên toàn thế giới, những quốc gia có lượng tiêu thụ cà phê nhiều nhất là các nước ở Bắc Âu, vùng Bắc Mỹ và Nam Mỹ. Trong khi đó, các quốc gia vốn có thế mạnh sản xuất cà phê lớn là Việt Nam chỉ có mức tiêu thụ khiêm tốn với mức xấp xỉ 1kg/người/năm.

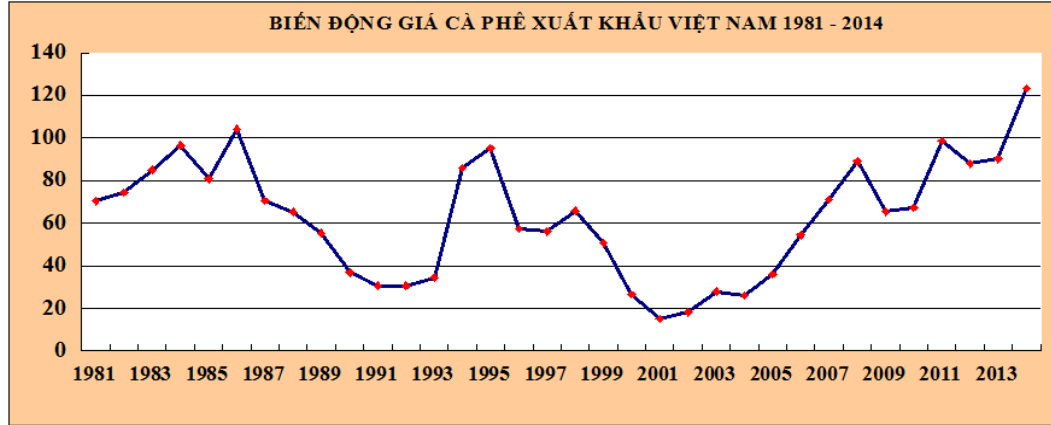
Ba nước tiêu thụ cà phê hàng đầu thế giới là Mỹ, Đức, Nhật. Cả ba nước này tiêu thụ tổng tiêu thụ chiếm 37% sản lượng cà phê thế giới. Trong những năm gần đây, tốc độ tăng trưởng về nhu cầu tiêu thụ cà phê giữa các quốc gia có sự thay đổi. Các nước như Mỹ, Đức được xem là thị trường truyền thống lại có xu hướng tăng trưởng chậm. Trong khi các thị trường mới như Brazil, Trung Quốc, Việt Nam, Indonesia và Philippines lại có xu hướng tiêu thụ cà phê với tốc độ tăng trưởng nhanh. Về thị trường, cà phê Việt đã xuất khẩu sang hơn 80 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó Đức trở thành thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất của Việt Nam, chiếm khoảng 14%, Mỹ đứng thứ hai với gần 11% thị phần (Tổng cục Hải quan).

Do đóng góp của cà phê vào tổng giá trị giao dịch toàn cầu là rất lớn nên cà phê giữ vị trí quan trọng trong nền kinh tế thế giới, đứng thứ hai sau ngành dầu hỏa. Thêm nữa thuật ngữ “coffee industry” – ngành cà phê đã công nhận và sử dụng rộng rãi vì ngành này có ảnh hưởng lớn đến các lĩnh vực: tài chính, thương mại, đầu tư, du lịch, văn hóa của thế giới. Đây là mặt hàng được đầu cơ nhiều nhất, bên cạnh các sản phẩm mang tính đầu cơ truyền thống như vàng bạc, đá quý, dầu mỏ.

*Biểu đồ 6: Biến động giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam từ năm 1981 – 2014*

*(Nguồn: UN Comtrade)*





- *Giai đoạn 1981 – 1993*

Năm 1980, Việt Nam chính thức bước vào thị trường cà phê một cách ấn tượng, với giá xuất khẩu 106.69 USD/kg, với sản lượng 100.02 nghìn kg. Sự nổi lên của Việt Nam là nhà sản xuất cà phê Robusta lớn nhất trên thế giới đã làm thay đổi cảnh quan thị trường cà phê toàn cầu một cách vĩnh viễn (World Bank). Năm 1981, đồng loạt giá xuất khẩu cà phê của các quốc gia đều giảm so với năm 1980. Mức giá giảm trên 1 kg lần lượt của Việt Nam, Brazil, Colombia và Ấn Độ là: 36.35 USD, 43.13 USD, 26.28 USD và 35.31 USD. Bắt đầu từ năm 1982, giá cà phê trên thị trường thế giới có xu hướng tăng dần với những mức giá cao và lên đến mức đỉnh điểm vào năm 1986 đạt 104.23 USD/kg. Vào năm 1986, giá cà phê xuất khẩu của Brazil, Colombia và Ấn Độ đều chạm tới những mức giá rất cao lần lượt là 141.21 USD/kg, 173.24 USD/kg và 107.42 USD/kg. Giai đoạn này, giá cà phê các quốc gia đều theo xu hướng tăng, nguyên nhân một phần là do vùng trồng cà phê tại Brazil tập trung ở phía Đông nên thường chịu ảnh hưởng thời tiết chủ yếu là sương giá và sương muối làm ảnh hưởng trực tiếp đến sản lượng, nên khi hiện tượng này diễn ra trong thời kỳ cà phê ra hoa của cây cà phê thì ngay lập tức các nhà đầu cơ gom hàng vì biết rằng sản lượng sẽ thiếu, cán cân cung cầu sẽ lệch và khi đó giá sẽ tăng. Nhưng theo sau cú tăng đột biến này là những đợt tụt dốc liên tiếp của giá cà phê thế giới. Năm 1989, Hiệp hội Cà phê Thế giới (ICA) sụp đổ. Trước đây giá cà phê thế giới bị kiểm soát bởi ICA, hiệp hội này đóng vai trò quan trọng trong việc kiểm soát giá cả giữa những nước sản xuất cà phê lớn trên thị trường thế giới và các nước tiêu thụ. Nhờ vậy, giá cà phê thế giới đã khá ổn định và cao trước năm 1989. Khi ICA sụp đổ, giá cà phê trên thị trường thế giới, cũng như giá xuất khẩu của Việt Nam, Brazil, Ấn Độ và Colombia tụt dốc trong thời gian này (Julie Craves, 2006).

- *Giai đoạn 1994 – 2004*

Có thể nói trong ngành nông nghiệp hiện nay, cà phê chỉ đứng sau lúa gạo và có chỗ đứng vững chắc trở thành ngành sản xuất quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Hiện nay cà phê là mặt hàng nông sản xuất khẩu đứng thứ hai ở Việt Nam (ĐH Kinh tế). Theo ICO mô tả, giá cà phê thế giới trên thị trường tự do giai đoạn này vô cùng biến động. Năm 1994 đến năm 1995, giá cà phê trên thị trường thế giới đã trải qua một đợt tăng giá dữ dội, cao hơn gấp hai lần so với những năm trước. Trong đó giá cà phê xuất khẩu của bốn nước Việt Nam, Colombia, Brazil và Ấn Độ vào năm 1995 tăng bình quân 2.15 lần so với năm 1993. Năm 1996 – 1997, giá cà phê của Việt Nam không theo xu hướng giá cà phê thế giới, mà giảm nhẹ khoảng 1.27 USD/kg, trong khi giá của Brazil, Colombia và Ấn Độ tăng lần lượt mỗi kg là 28.57 USD, 40 USD và 35.74 USD. Từ năm 1998, giá cà phê thế giới đột ngột giảm mạnh. Mức giá cà phê trung bình trên thị trường thế giới được tổng hợp từ Tổ chức cà phê quốc tế (ICO) đã giảm 20% vào năm 1999, giảm 25% vào năm 2000 và 29% vào năm 2001. Cũng như giá gạo, giai đoạn này, giá cà phê của Việt Nam và các quốc gia xuất khẩu khác đều giảm. Theo dữ liệu của UN – Comtrade, bốn năm đầu từ 2000 – 2004, giá cà phê của Việt Nam, Brazil, Colombia và Ấn Độ có thể nói là thấp nhất trong lịch sử ngành cà phê của mỗi quốc gia. Trong giai đoạn này, đối với Brazil mức giá thấp nhất là 25.45 USD/kg, Ấn Độ là 30.84 USD/kg vào năm 2002 và Colombia là 48.34 USD/kg vào năm 2003. Điều này là do lượng cung vượt quá cầu, khiến cho giá cà phê trên thế giới và giá cà phê xuất khẩu của bốn nước Việt Nam, Brazil, Colombia và Ấn Độ đồng loạt tụt dốc mạnh và rớt xuống những mức giá thấp nhất trong lịch sử ngành cà phê thế giới (FAO, 2002).

*- Giai đoạn 2005 – 2014*

Sau đợt biến động giá thời gian vừa qua, giá cà phê xuất khẩu đã khởi sắc. Từ năm 2005, giá cà phê nước ta đã bắt đầu tăng trở lại với khởi đầu là 35.9 USD/kg, tăng 1.16% so với năm 1992 và 2.4% so với năm 2001. Không những cải thiện về giá, sản lượng và diện tích đất trồng cũng được chính phủ chú trọng đầu tư nhằm thúc đẩy nền kinh tế phát triển nói chung và ngành công nghiệp cà phê ngày càng có vị thế chắc chắn trên thị trường kinh tế thế giới. Theo báo cáo của ICO, đầu niên vụ 2003/04, xuất khẩu cà phê của thế giới đạt 57.33 triệu bao, giảm 3.17% so với cùng kỳ niên vụ trước. Trong đó, khối lượng cà phê Arabica xuất khẩu giảm từ 39.29 triệu bao xuống còn 37.82 triệu bao. Cà phê Robusta xuất khẩu từ 19,92 triệu bao giảm còn 19.51 triệu bao. Nguồn cung cà phê giảm đã đẩy giá cà phê thế giới 2005 tăng lên. Trong hai năm 2006 và 2007, nguyên nhân giá cà phê thế giới

tăng là do tình hình hình vụ mùa không khả quan ở Brazil khiến các nhà đầu cơ tích cực mua hàng vào. Nguồn cung khan hiếm do thời tiết Việt Nam bị hạn hán nặng, khiến cho một số vùng sản xuất cà phê chính bị giảm tới 30% sản lượng, lượng xuất khẩu vì vậy cũng giảm đi, mặc dù giá thế giới tăng mạnh.

Năm 2008, không những giá cà phê xuất khẩu nước ta tăng, đạt 89.15 USD/kg mà Brazil, Colombia và Ấn Độ đều tăng so với năm 2007. Thời gian này, Việt Nam không những chịu ảnh hưởng của nền kinh tế bị lạm phát trong nước mà thị trường cà phê cũng có nhiều biến động. Giai đoạn cuối năm 2007 đến 2008, các quốc gia xuất cà phê như Colombia, El Salvador, Honduras,... tuyên bố tình trạng khẩn cấp do tỷ lệ bệnh gỉ sắt cà phê tấn công ngày càng tăng. Chính phủ các nước đã bày tỏ những quan ngại về đã phải chịu một sự sụt giảm trong sản lượng sản xuất cà phê bởi lũ lụt và mưa kéo dài. Đây là lí do mà sản lượng cà phê ở Colombia và nhiều nước từ năm 2008 đến 2011 sụt giảm và giá cà phê xuất khẩu của các quốc gia kể trên có chiều hướng tăng cao, ảnh hưởng đến giá cà phê thế giới. Chỉ trong giai đoạn 5 năm từ 2006 đến 2010, Indonesia đã đạt được tốc độ tăng trưởng về tiêu thụ tới 8.3%, Philippines là 6.7%, Trung Quốc là 6.9%, Việt Nam là 6.3% và Brazil là 3.5%. Đây cũng chính là một diễn biến tốt, thúc đẩy nhu cầu sản xuất và xuất khẩu cà phê nhằm cải thiện và nâng cao nền kinh tế trong nước như Việt Nam, Ấn Độ, Ethiopia,... Từ năm 2009, nước ta xuất khẩu cà phê có nhiều chuyển biến tốt đẹp, giá bắt đầu giảm sau lạm phát năm 2008 và tăng lại một cách ổn định và bắt nhịp với xu hướng giá cà phê của thế giới. Bộ nông nghiệp Mỹ đã đưa thông tin về Ngân hàng Nông nghiệp Việt Nam đã cho vay khoảng 182 triệu đô cho các khoản hỗ trợ cho cà phê vụ mùa 2008/2009. Cũng theo Bộ Nông nghiệp Mỹ sản lượng vụ này Việt Nam tăng 17% đạt mức 21.5 triệu bao so với vụ vừa qua là 18.33 triệu bao (Nguyễn Thị Thu Nguyên, 2015). Hoạt động thu hoạch ở nước ta niên vụ 2010/11 đã phải trì hoãn một tháng do mưa cuối mùa kéo dài cho nên giá được đẩy lên cao. Ấn Độ cũng đã trải qua một giai đoạn không mấy khả quan về sản lượng cà phê trong khi nhu cầu tiêu thụ nội địa cũng gia tăng đáng kể. Duy chỉ có Brazil là có vụ mùa bội thu nhờ chu kỳ cho sản lượng cao ở cây cà phê Arabica và của những vùng trồng mới ở phía tây. Có lẽ năm 2010 là năm được dự báo sản lượng cà phê của các nước phải điều chỉnh liên tục cho đến khi thu hoạch bởi tác động của môi trường và khí hậu đã ảnh hưởng rất lớn.

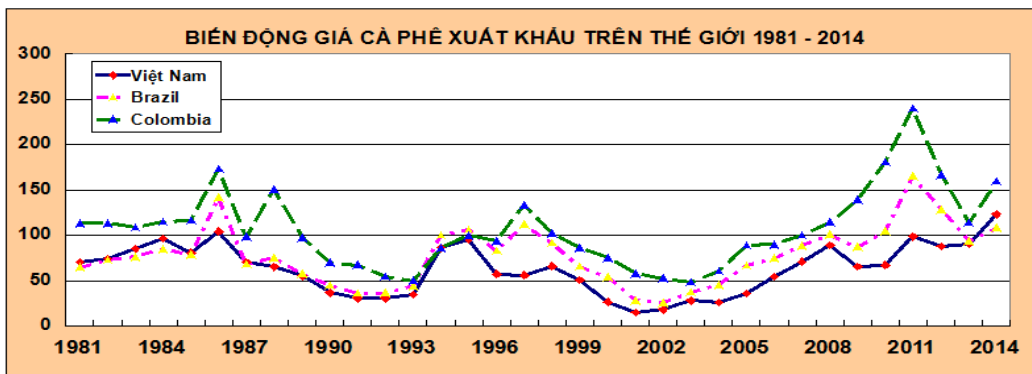
Năm 2013, Việt Nam bị ảnh hưởng nghiêm trọng của biến đổi khí hậu khiến cho 40.000 ha cà phê bị sâu bệnh và khoảng 5.000ha bị mất trắng. Bên cạnh đó, diện tích vườn

cây cà phê già cỗi cho năng suất thấp đã lên tới 30% khiến sản lượng cà phê trong nước sụt giảm mạnh. Do đó, đây là một trong những nguyên nhân chính làm giá cà phê xuất khẩu của nước ta đột ngột tăng mạnh, đi ngược với xu hướng giá cà phê thế giới và các nước khác. Một lần nữa, giá cà phê trên thị trường thế giới lại tăng cao, đặc biệt giá cà phê ở Brazil tăng lên mức cao kỷ lục trong năm 2014, sau năm 2011 do bị hạn hán nặng. Dẫn đến giá cà phê của nước này đạt mức kỉ lục là 123.22 USD/kg từ năm 1980 gấp 8.14 lần so với năm 2000. Năm 2014, không những riêng giá cà phê của Việt Nam mà giá cà phê của thế giới được nói rằng “tăng như mơ” đem lại nhiều lợi nhuận cho người dân trồng cà phê.

*Biểu đồ 7: Diễn biến biến động giá cà phê xuất khẩu trên thế giới của*

*các quốc gia Brazil, Colombia, Ấn Độ trong giai đoạn 1981 – 2014*

*(Nguồn: Theo số liệu tổng hợp từ UN – Comtrade).*



Ta thấy, giá xuất khẩu cà phê trên thế giới luôn biến động không ngừng và đều ảnh hưởng qua lại với nhau. Điển hình là những năm 1986, 1988, 1997 và năm 2011 giá cà phê đã đạt đến đỉnh điểm cực đại trong lịch sử xuất khẩu cà phê của các nước. Nhìn vào biểu đồ, khi đạt đến cực đại, giá cà phê xuất khẩu phải mất 3 – 5 năm mới có xu hướng tăng trở lại. Giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam có tần suất đi ngược với xu hướng của giá cà phê thế giới và các nước còn lại. Điều đó chứng tỏ xuất khẩu cà phê ở nước ta khá bất ổn và vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề bất cập ảnh hưởng đến giá xuất khẩu. Trong khi đó, giá cà phê xuất khẩu của Colombia có xu hướng cao hơn đối với những biến động trên thị trường cà phê thế giới.

#### 5.3.4. Kết quả phân tích hồi quy của cà phê

##### *Trình bày kết quả mô hình hồi quy*

$$LNPNVN = 4.5837 + 0.5803LNEX + 0.8676LNPBRAZIL - 0.7346LNPCOLOM + ei$$

Se	(0.7175)(0.1690)	(0.1025)	(0.1147)
t	(6.3876)(3.4334)	(8.4612)	(-0.4029)

$$n = 80, R^2 = 0.9273, \bar{R}^2 = 0.9179$$

### **Kiểm định các giả thiết**

$R^2 = 0.9273$ : mức độ phù hợp khá cao là 92.73%

*Hệ số hồi quy  $\beta_1 = 0.5803$* : cho biết khi tỷ giá hối đoái *tăng* lên 1 phần trăm, thì giá cà phê của Việt Nam xuất khẩu *tăng* lên 0.5803 phần trăm.

*Hệ số hồi quy  $\beta_2 = 0.8676$* : cho biết khi giá cà phê xuất khẩu của Brazil *tăng* lên 1 phần trăm thì giá cà phê Việt Nam xuất khẩu *tăng* lên 0.8676 phần trăm.

*Hệ số hồi quy  $\beta_3 = -0.7364$* : cho biết khi giá cà phê xuất khẩu Thái Lan *tăng* lên 1 phần trăm thì giá cà phê Việt Nam xuất khẩu *giảm* xuống 0.7364 phần trăm.

### **Ý nghĩa thống kê**

Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Xem xét các giả thiết  $H_0: R^2 = 0$

$H_1: R^2 \neq 0$

$F = 99.1781, p < 0.05$ , bác bỏ  $H_0$  ở mức độ tin cậy 95%.

Kiểm định thống kê các hệ số hồi quy

Xem xét các giả thiết:  $H_0: \beta_i = 0$

$H_1: \beta_i \neq 0$  (với  $i = 0; 1; 2; 3; 4$ )

Kết luận: Có 3 hệ số tương ứng với biến tỷ giá hối đoái, biến giá cà phê xuất khẩu Brazil và biến giá cà phê Colombia xuất khẩu, ý nghĩa ở độ tin cậy 99%.

### **Ý nghĩa**

Mô hình có mức độ phù hợp khá cao 92.73%. Theo phân tích thì ta thấy sự liên hệ khá mạnh giữa tỷ giá hối đoái và giá cà phê xuất khẩu Việt Nam và cả hai biến động cùng hướng nhau. Tiếp theo, giá cà phê xuất khẩu Việt Nam và giá cà phê xuất khẩu Brazil có xu hướng đi cùng với nhau, trong khi giá cà phê xuất khẩu của Colombia và Việt Nam thì ngược nhau.

## **6. Kết luận và kiến nghị**

### **6.1. Đánh giá khả năng cạnh tranh một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam qua phân tích SWOT**

#### **6.1.1. S: STRENGTHS – Những điểm mạnh**

Có chất lượng do khí hậu và thổ dưỡng tốt, điều kiện tự nhiên thích hợp

---

Đa dạng và đảm bảo về sản lượng  
Có nguồn lực lao động dồi dào nên chi phí thấp dẫn đến giá thành cạnh tranh  
Thị trường xuất khẩu ngày càng mở rộng, danh mục các mặt hàng tham gia xuất khẩu tăng theo thời gian  
Tăng nhanh về giá trị xuất khẩu và ổn định  
Kinh nghiệm truyền thống gieo trồng của người dân được áp dụng một cách có khoa học và được các chuyên gia cải tiến.

6.1.2. W: *WEAKS* – Những điểm yếu

Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm  
Chất lượng thấp vì có dư lượng hoá chất, tạp chất, lạm dụng chất bảo quản  
Chi phí vận chuyển cao, bất tiện  
Chưa chú ý nhiều đến mẫu mã, thương hiệu  
Xuất khẩu nhiều vẫn là dạng thô, sơ chế hay thủ công  
Công nghệ vẫn còn lạc hậu, chưa bắt kịp xu hướng của thế giới  
Không đảm bảo được quy cách theo tiêu chuẩn quốc tế  
Không vượt qua được rào cản thuế quan của các quốc gia đã/đang phát triển  
Không được tập trung phát triển trên diện rộng mà lẻ tẻ ở vài nơi, địa phương dẫn đến sự chênh lệch sản lượng – chất lượng trên cùng một lãnh thổ

6.1.3. O: *OPPORTUNITIES*: Các cơ hội

Nước ta gia nhập nhiều Hiệp định, Tổ chức thế giới không những tạo ra thuận lợi thị trường xuất khẩu được mở rộng mà còn tạo ra nhiều cơ hội về thuế quan thương mại giữa các quốc gia, không phụ thuộc vào một thị trường riêng biệt

Thâm nhập sâu hơn và tìm hiểu tỉ mỉ thị trường xuất khẩu nước ngoài  
Có áp lực và động lực để thúc đẩy nâng cao chất lượng nông sản  
Thu hút được nhiều nguồn vốn đầu tư từ nước ngoài  
Học hỏi được kinh nghiệm trồng trọt – chế biến cho nông dân, các nhà máy, xí nghiệp cũng như kinh nghiệm quản lí của các quốc gia tiên tiến.

Đem những mặt hàng nông sản nhiệt đới đặc trưng đến các quốc gia khác nhau hay tương đồng về điều kiện tự nhiên có nhu cầu về mặt hàng truyền thống như măng cụt, sầu riêng, thanh long,... để quảng bá, thúc đẩy và cơ sở phát triển.

Thúc đẩy nền kinh tế nước ta phát triển, tự tin hoà mình vào “thương mại quốc tế nông nghiệp”, từ một Việt Nam nhập siêu sang một Việt Nam xuất siêu.

#### 6.1.4. T: THREATS: Những thách thức

Khi gia nhập TPP, các hàng rào kỹ thuật/thương mại/thuế quan ở các quốc gia nhập khẩu sẽ yêu cầu cao hơn mặc dù là giảm thuế, không thu thuế và Việt Nam sẽ có nhiều đối thủ cạnh tranh

Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm chưa được khắc phục triệt để thoả mãn các nhu cầu các quốc gia khó tính như Mỹ, Nhật

Vấn đề “bản quyền”, liên quan đến giống, công nghệ, kỹ thuật,... nước ta nên tranh thủ ưu thế với phát minh của mình để tạo được tiếng vang, danh tiếng được các nước trên thế giới biết đến

Thương hiệu, mẫu mã vẫn còn đang là một nhiệm vụ quan trọng mà nước ta cần tập trung xây dựng và củng cố trên thị trường xuất khẩu thế giới

Mặt hàng nông sản Việt Nam sẽ khó cạnh tranh bằng với các mặt hàng ngoại nhập trên thị trường tiêu dung nội địa

### **6.2. Những giải pháp nhằm giúp cho những mặt hàng nông sản xuất khẩu Việt Nam được bền vững**

#### 6.2.1. Các chính sách ưu đãi về “vốn và đất đai” dành cho người nông dân, doanh nghiệp của chính phủ

Chính phủ cần đưa ra những chính sách hỗ trợ kịp thời, quan tâm đến những vấn đề mà người nông dân đang gặp phải, thêm vào đó, cần liên kết và kêu gọi sự giúp sức từ các Viện, Bộ và doanh nghiệp trong nước hoặc đầu tư nước ngoài liên quan như: ngân hàng, công ty phân bón, quỹ giống cây trồng các loại, trung tâm hỗ trợ người dân để hỗ trợ vốn sản xuất nông nghiệp, đồng thời quản lý được vấn đề bỏ hoang đất không trồng trọt.

Đảm bảo được hai vấn đề cơ bản nhưng quan trọng này, nền nông nghiệp nước ta trong tương lai có thể ảnh hưởng đến nền kinh tế thế giới và vươn lên ngôi vị quán quân trong xuất khẩu nông sản. Vừa qua, Bộ tài chính đã ban hành nhiều Nghị định thu hút vốn đầu tư vào như Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 04/06/2010 của chính phủ, Nghị định số 142/2005/NĐ-CP về ưu đãi sử dụng đất đai, Nghị định số 124/2008/NĐ-CP ưu đãi về thuế suất,... (Vũ Trọng, 2011).

#### 6.2.2. Áp dụng thành tựu khoa học – kỹ thuật vào sản xuất và chế biến

Sau khi gia nhập vào các Hiệp định thương mại, quá trình hội nhập thế giới cũng tạo ra nhiều thách thức cho các nhà xuất khẩu Việt Nam khi ngày càng nhiều quốc gia sử dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật như rào cản thương mại để đối phó với các quy định, vốn đòi

hỏi các quốc gia hạn chế dùng các biện pháp thuế quan để bảo hộ sản xuất trong nước (Tô Thị Kim Hồng). Với thế mạnh về phát triển khoa học – kỹ thuật, các nước OECD (Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh Tế) đặt ra nhiều quy định về kỹ thuật như tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, môi trường, đóng gói, xuất xứ hàng hoá,... Những quy định này được xem là “rào cản” hữu hiệu nhất để ngăn chặn những sản phẩm kém chất lượng từ các quốc gia không đủ phương tiện, máy móc, trang thiết bị tiên tiến đáp ứng các tiêu chuẩn.

#### *6.2.3. Tập trung xây dựng thương hiệu trên thị trường quốc tế*

Việt Nam chưa có được thương hiệu nổi tiếng trên thị trường là một trong những nguyên nhân khiến giá gạo giảm đi một phần. Tháng 12/2011, Thủ tướng Chính phủ đã quyết định phê duyệt “Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hoá thời kì 2011 – 2020, định hướng đến năm 2030” với mục đích đưa gạo Việt Nam trở thành thương hiệu hàng đầu thế giới, có khả năng cạnh tranh với Thái Lan, Mỹ, Ấn Độ, Pakistan,... Để khẳng định được thương hiệu mang tầm vóc quốc tế, các Bộ, Viện, Trung tâm phải phối hợp, hợp tác với nhau để đưa ra những kế hoạch đúng đắn và phù hợp cho người nông dân. Bên cạnh đó, chính quyền địa phương cần mở những lớp đào tạo và huấn luyện người dân trồng trọt một cách có khoa học, hướng dẫn sử dụng và áp dụng các trang thiết bị tiên tiến vào sản xuất để nâng cao năng suất cây trồng.

#### *6.2.4. Những định hướng nhằm tái cơ cấu sản xuất hướng đến nền nông nghiệp phát triển bền vững*

Tái cơ cấu sản xuất hướng đến nền nông nghiệp phát triển bền vững là vấn đề khó mà thực hiện được cũng chính là chìa khoá giúp nền nông nghiệp nước ta “thay áo mới”, bỏ hẳn nền nông nghiệp lạc hậu và thủ công. Nông nghiệp là một trong những ngành kinh tế cơ bản quan trọng nhất của sự phát triển xã hội loài người. Hình mẫu của một nền nông nghiệp phát triển bền vững là gắn sản xuất với thúc đẩy thương mại hàng hoá, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp trên các thị trường nội địa và xuất khẩu, thoả mãn tiêu dùng trong nước và gia tăng kim ngạch thương mại quốc tế. Và lý tưởng hơn cả là phát triển thương mại quốc tế các sản phẩm nông nghiệp gắn với các chính sách an toàn, an sinh và bảo vệ môi trường (T. Nguyệt và N. Dung).



## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Atanu Ghoshray (2008). Asymmetric adjustment of rice export prices: The case of Thailand and Vietnam, *International Journal of Applied economics*, 80-91
2. Begg, David và các tác giả (1991), *Economics*, 3rd edition, McGraw – Hill Publishing Company.
3. Bob Lauterborn (1990), *New marketing litany: 4Ps pass, C-words take over*, *Advertising Age*, October 1: 26.
4. Bùi Chí Bửu và cộng sự, *Chặng đường lịch sử 90 năm (1925 – 2015)*, Viện Khoa học Kỹ thuật Nông nghiệp miền Nam.
5. Bùi Chí Bửu (2012), *Sản xuất lúa vì mục tiêu an ninh lương thực hay xuất khẩu*, Viện Khoa học Kỹ thuật Nông nghiệp miền Nam.
6. Bình Điền (2008), *Thị trường gạo thế giới năm 2007 và dự báo năm 2008*, *Vneconomy*.
7. C.Caple (2002), *Status of the world rice market 2002*, *FAO coporate document respository*.
8. Chantal Pohl Nielsen (2003), *Vietnam’s Rice Policy: Recent Reforms and Future Opportunities*, *Asian Economic Journal* 17, 1-26.
9. Đoàn Triệu Nhận (2009), *Ngành cà phê Việt nam - hiện trạng và triển vọng*, Hiệp hội Cà phê Ca cao Việt Nam.
10. Hồ Thới Sang (1969), *Kinh tế Việt Nam*, NXB Sài Gòn
11. Hồ Thị Hoàng Lương (2013), *Nghiên cứu sự biến động của giá nông sản dưới lăng kính kinh tế học*, *Tập san Thông tin Khoa học Kinh tế - Kỹ tthuật*, NCTĐ.
12. ICO (International Coffee Organization), *Fairtrade and Coffee*, *Commodity Briefing May 2012*
13. Internatonal Coffee Council - ICC (2014), *World coffee trade (1963 – 2013): A review of markets, challenges and opportunities facing the sector*, London.
14. John Baffes (2008), *Coffee Industry*, *International Encyclopedia of the Social Sciences*, Macmillan Reference USA.
15. Jullian Roche (1992), *International rice trade*, Woodhead Publishing.
16. Lê Trường Diễm Trang (2015), *Xuất khẩu gạo Việt Nam từ 1995 đến nay*, Đại học Sư phạm Kỹ thuật TPHCM.

17. Lê Xuân Trường (2014), Xoá bỏ hàng rào thuế quan và phi thuế quan: Xu thế tất yếu của quá trình hội nhập, Tạp chí Tài chính, Nghiên cứu trao đổi 06/2014.
18. Nguyễn Văn Luật (2010), Quá trình tăng sản lượng lúa ở Việt Nam, Sở Khoa học và Kỹ thuật An Giang.
19. Nguyễn Văn Ngưu, Sản xuất lúa gạo trong thế kỷ XXI: Thử thách, cơ hội kỹ thuật và chính sách, FAO, Rome, Italy.
20. Nguyễn Văn Sơn, Bàn về việc hoàn thiện chuỗi cung ứng gạo xuất khẩu của Việt Nam, Tham luận đọc tại Hội thảo và triển lãm quốc tế về “Hậu cần vận tải hàng hải Việt Nam năm 2013” diễn ra tại TP.HCM
21. Noemie Eliana Maurice and Junior David (2011), Unravelling the underlying causes of price volatility in world coffee and cocoa commodity markets
22. Nguyễn Thế Anh (2008), Việt Nam thời Pháp đô hộ, NXB Văn học
23. Nguyễn Tuyết Nhung (2008), Xuất khẩu gạo Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, Luận văn thạc sĩ – Đại học Kinh tế.
24. Nguyễn Văn Lịch, Những thành công trong cải cách nông nghiệp ở Ấn Độ, Trung tâm Thông tin và Dự báo Kinh tế - Xã hội quốc gia.
25. Nguyễn Sinh Cúc (2004), “Xuất khẩu gạo thành tựu nổi bật của nước ta”, Tạp chí Cộng sản 8/2004.
26. Nguyễn Ngọc Vinh (2012), Xuất khẩu nông sản sau 5 năm gia nhập WTO: Thuận lợi và Thách thức, Tạp chí Phát triển và Hội nhập số 7, tháng 11-12/2012
27. Nguyễn Thái Thảo Vy (2009), Kinh tế vĩ mô, NXB Tài chính.
28. Ngô Thị Tuyết Mai (2006), Thực trạng và những thách thức đối với hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, Tạp chí Kinh tế và Phát triển (21 – 25).
29. Niên giám Thống kê qua các năm – Tổng cục Thống kê Việt Nam
30. Phạm Thị Thương Hiền, Đánh giá tình hình sản xuất và xuất khẩu lúa – gạo của Việt Nam từ thập niên 1990 trở lại đây, Tạp chí Nghiên cứu – Trao đổi kỳ 11.
31. Phạm Hoàng Ngân, Tổng quan Cung – Cầu ngành hàng Gạo Việt Nam năm 2007, [www.agro.gov.vn](http://www.agro.gov.vn)
32. Philip Kotler, Gary Amstrong (2008), Principle of Marketing, 12th edition, Pearson Education Internationa, Prentice Hall.
33. Phan Sỹ Hiếu, Lê Thành Văn, Nguyễn Thị Lan Anh, Tạ Kim Cúc và Nguyễn Thị Thanh Xuân, Nông nghiệp Việt Nam giai đoạn 1976 – 2014: Thành tựu và Thách thức, [www.mard.gov.vn](http://www.mard.gov.vn).
34. Sara Forssell (2009), “Rice price policy in Thailand”, Department of economics at the university of Lund.
35. Tô Thị Kim Hồng, “Cải tiến công nghệ để giúp nông sản Việt Nam vượt qua các rào cản thương mại quốc tế”, ĐH Mở TP.HCM.
36. Trần Tiến Khai (2007), “Một số suy nghĩ về tăng cường sản xuất nông nghiệp bền vững khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới WTO”, Báo cáo tham luận, Hội thảo Khoa học (40 – 45).