

Xuất khẩu nông sản Việt Nam trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế toàn cầu hiện nay – Thách thức và cơ hội

TS. Nguyễn Minh Đức – ĐH Nông Lâm TPHCM

ThS. Tô Thị Kim Hồng – Khoa Kinh tế - ĐH Mở TPHCM

Trong thập niên từ 1997-2007, nền kinh tế Việt nam khởi sắc cùng với quá trình hội nhập kinh tế toàn cầu, đặc biệt là sau khi gia nhập APEC cuối năm 1998 và hiệp định thương mại song phương với Mỹ được ký kết năm 2000. Giá trị xuất khẩu của Việt Nam liên tục tăng trưởng kể từ các thời điểm quan trọng đó. Sự tăng trưởng liên tục của thương mại quốc tế đã đưa Việt Nam thành một quốc gia có độ mở lớn đối với nền kinh tế toàn cầu.

Từ đầu năm 2008, nền kinh tế toàn cầu bắt đầu có những dấu hiệu khủng hoảng, bắt nguồn từ sự suy thoái của thị trường bất động sản ở Mỹ dẫn đến cuộc khủng hoảng tài chính trên toàn nước Mỹ. Cuộc khủng hoảng đã nhanh chóng lan ra khắp toàn cầu, từ châu Âu, Mỹ Latinh, Trung Đông, Nga, châu Á. Việt Nam, cho dù có trễ hơn so với các quốc gia khác, cũng bị ảnh hưởng do độ mở khá lớn của nền kinh tế.

Một tác động dễ thấy nhất của khủng hoảng toàn cầu là sự suy giảm nhanh chóng về nhu cầu nhập khẩu trên thế giới trong khi nền kinh tế Việt Nam đang hướng đến xuất khẩu. Khi kinh tế suy thoái, người tiêu dùng trên thế giới sẽ thắt chặt chi tiêu và xuất khẩu của chúng ta đến các thị trường quốc tế sẽ bị suy giảm, qua đó, làm giảm tăng trưởng của Việt Nam.

Năm 1997, thế giới cũng đã phải đương đầu với cuộc khủng hoảng tài chính châu Á xuất phát từ Thái Lan nhưng nền kinh tế Việt Nam ít bị ảnh hưởng nặng nề do mức độ hội nhập kinh tế toàn cầu của Việt Nam lúc đó còn khiêm tốn và chưa chính thức gia nhập thị trường vốn toàn cầu. Tuy nhiên, năm 2008, với độ mở lớn của nền kinh tế sau 10 năm gia nhập APEC và 2 năm gia nhập WTO, mức độ ảnh hưởng của nền kinh tế Việt nam chắc chắn sẽ bị

tác động nhiều hơn cho dù mức độ tác động ít hay nhiều còn tùy thuộc vào từng ngành hàng, từng lĩnh vực khác nhau.

Trong cơ cấu xuất khẩu Việt nam, dầu thô luôn chiếm vị trí dẫn đầu về giá trị xuất khẩu. Khi nền kinh tế thế giới suy giảm kéo theo sự suy giảm nhanh chóng về nhu cầu xăng dầu, giá dầu thô đã và đang giảm nhanh chóng. Ngoài dầu thô, các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam là những ngành hàng thâm dụng lao động, đặc biệt là nông sản và thủy sản. Một đặc điểm chính của thị trường nông sản (và thủy sản) và cũng là thách thức lớn nhất cho xuất khẩu Việt Nam là tính biến động cao của giá cả. Những biến động trong năm 2008 đã là những minh chứng cụ thể cho đặc điểm này. Bắt đầu là mặt hàng gạo, giá thế giới có khi tăng vọt lên đến 300%, sau đó lại suy giảm. Tiếp theo là giá thịt tăng rồi giảm, và gần đây các mặt hàng cây công nghiệp đã giảm giá đột ngột cũng như các mặt hàng thủy sản chủ lực của Việt Nam như cá tra và tôm sú.

Trong thời đại toàn cầu hóa hiện nay, giá cả nông sản ngày càng phụ thuộc nhiều hơn vào các yếu tố kinh tế vĩ mô như chính sách tiền tệ, sự cân bằng ngân sách quốc gia, tỉ giá, các chính sách thương mại quốc tế và cả đầu tư nước ngoài. Khủng hoảng kinh tế toàn cầu sẽ khiến cho tất cả các quốc gia xem xét, điều chỉnh các chính sách kinh tế vĩ mô và điều này sẽ lại làm cho giá cả xuất nhập khẩu trở nên khó lường.

Một thách thức khác của thị trường xuất khẩu nông sản là độ nhạy cảm thấp của nhu cầu nông sản đối với giá của nó. Nếu doanh nghiệp xuất khẩu chủ động giảm giá của một mặt hàng nông sản để kích thích thì nhu cầu của người tiêu dùng đối với mặt hàng nông sản cũng không tăng lên nhiều như mức độ giảm giá.

Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008 đã và đang tác động trực tiếp đến thị trường vốn và bất động sản của Việt Nam là những thị trường thâm dụng vốn tài chính, trong đó vốn tài chính từ bên ngoài cũng đóng một vai trò quan trọng. Cuộc khủng hoảng tài chính sẽ khiến cho các hoạt động đầu tư vốn từ nước ngoài giảm nhanh trong ngắn hạn, các ngân hàng cũng gặp nhiều khó

khẩn hơn trong việc mở thư bảo lãnh, cấp tín dụng,... để hỗ trợ cho các hoạt động xuất khẩu như trong các năm vừa qua. Qui mô sản xuất cho xuất khẩu sẽ thu hẹp do vốn đầu tư bị suy giảm.

Chính sách tỷ giá neo tiền đồng Việt Nam theo USD đã tạo nhiều lợi thế cho xuất khẩu Việt Nam trong giai đoạn đầu của khủng hoảng do đồng USD mất giá nhiều so với các đồng tiền khác trên thế giới. Tuy nhiên, khi đồng USD tăng giá, chính sách này cũng đã khiến cho hàng xuất khẩu Việt Nam tăng giá và giảm sức cạnh tranh ở các thị trường ngoài Mỹ.

Thời kỳ khủng hoảng kinh tế hiện nay được dự đoán kéo dài đến năm 2010 với nhiều thách thức cho xuất khẩu Việt Nam. Tuy nhiên, nếu nắm bắt được các cơ hội tiềm ẩn, chúng ta hoàn toàn có thể làm giảm đi tác động tiêu cực của cuộc khủng hoảng này đối với xuất khẩu cũng như đối với cả nền kinh tế Việt Nam.

Cơ hội đầu tiên lại chính là tỷ lệ quan trọng của nông sản và thủy sản trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam. Cùng với các ngành hàng xuất khẩu quan trọng khác như may mặc và giày da, nông lâm thủy sản là những ngành hàng sử dụng nhiều nguồn lực lao động tại chỗ hơn là nguồn vốn đầu tư nước ngoài, do đó sẽ bị tác động ít hơn so với hai lĩnh vực tài chính và bất động sản. Nông sản xuất khẩu còn có vai trò quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam vì liên quan đến hơn 70% dân số, là một thị trường lớn cho các ngành hàng sản xuất khác. Khi xuất khẩu nông sản được giữ ổn định và tăng trưởng, cả nền kinh tế có nhiều cơ hội hơn để phát triển. Vai trò của ngành nông nghiệp trong việc ổn định kinh tế của Việt Nam đã được chứng minh trong quá khứ. Năm 1989, công nghiệp tăng trưởng âm, nhưng sản xuất nông nghiệp phát triển mạnh nên cứu được khủng hoảng. Đến năm 1999, một lần nữa, công nghiệp – dịch vụ đều chững lại, chỉ có nông nghiệp tăng trưởng tốt nên đã cứu được nền kinh tế đang bên bờ vực khủng hoảng.

Theo mô hình cơ bản trong lý thuyết thương mại quốc tế của Hechscher-Ohlin, một quốc gia sẽ có lợi thế xuất khẩu những mặt hàng thâm dụng những

nguồn lực dư thừa của nó. Việt Nam vẫn là một quốc gia nông nghiệp không có nguồn vốn tài chính dồi dào, thế mạnh của Việt Nam trong cạnh tranh quốc tế là nguồn lực lao động sẵn có và rẻ tiền. Với lý thuyết lợi thế so sánh của Ricardo, các mặt hàng nông lâm thủy sản Việt Nam vẫn còn sức cạnh tranh cao trên thị trường thế giới. Việt Nam cũng có thể tận dụng lợi thế thương mại địa lý của mình (theo lý thuyết của Paul Krugman) để nhập khẩu nông sản thô với giá rẻ hơn từ các nước láng giềng để chế biến và xuất khẩu đến các thị trường quốc tế đã có. Việc khai thác lúa gạo từ Cam-pu-chia hiện nay và nhập khẩu nguyên liệu cá tra, basa của các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam đã đi theo hướng tận dụng lợi thế này. Dự đoán nửa cuối năm 2009 khi thị trường thế giới được phục hồi, nguồn nguyên liệu trong nước cho việc sản xuất hàng xuất khẩu sẽ thiếu hụt và việc tận dụng lợi thế này sẽ tất yếu xảy ra phổ biến hơn.

Các nhà xuất khẩu nông sản Việt Nam cũng có thể tìm kiếm các cơ hội trong giai đoạn ngắn hạn hiện nay khi đa dạng hóa thị trường và ngay tại thị trường nội địa. Khi thị trường thế giới đang bị suy giảm, một thị trường sẵn có với hơn 80 triệu người là cần thiết để có thể giúp các nhà xuất khẩu nông sản giải tỏa lượng hàng tồn dư trong ngắn hạn, duy trì sản xuất và đảm bảo việc làm cho người lao động. Tuy nhiên, việc quay trở về thị trường nội địa cũng đòi hỏi nhiều nỗ lực marketing từ các doanh nghiệp. Ví dụ, đối với các mặt hàng thực phẩm, các nhà xuất khẩu có thể chuyển sang sản xuất thực phẩm ăn liền, tiện dụng phục vụ cho nhu cầu ăn nhanh ở các đô thị lớn. Tuy nhiên, việc thuyết phục thị trường nội địa tiêu thụ mặt hàng cá tra, đông lạnh sẽ phải đòi hỏi một quá trình marketing dài hơi và khó khăn. Trong thời điểm hiện nay, các nhà xuất khẩu thủy sản Việt Nam, với các kinh nghiệm đã có của mình khi gặp khó khăn với thuế chống phá giá của Mỹ, cũng có cơ hội đa dạng hóa thị trường của mình với lợi thế ‘thương hiệu’ và giá rẻ hiện có. Một số nghiên cứu kinh tế đã cho thấy sau khi đạo luật ghi nhãn catfish của Mỹ được ban hành, cá tra, cá basa Việt Nam đã tạo ra một thị trường mới và làm giảm thị trường của cá nheo Mỹ. Hiện nay, sản phẩm cá tra Việt Nam đã có mặt tại 119 quốc gia, xác nhận một vị thế riêng cho sản phẩm này trên thế giới.

Một cơ hội khác của nông sản Việt Nam, đặc biệt là mặt hàng cá tra đông lạnh, một trong những mặt hàng thủy sản xuất khẩu chính của Việt Nam, là khả năng cạnh tranh bằng giá rẻ của nông sản Việt Nam. Một nghiên cứu trước đây của chúng tôi với các mô hình kinh tế lượng đã chứng minh rằng cá tra, cá basa là một sản phẩm có khả năng thay thế cao đối với sản phẩm cá nheo tại thị trường Mỹ. Khi giá của sản phẩm cá nheo tăng lên, người tiêu dùng Mỹ sẽ chuyển sang sử dụng cá tra, basa trong khi chiều ngược lại rất khó xảy ra. Một số nghiên cứu khác cũng cho rằng cá tra, basa đông lạnh nhập vào Mỹ là sản phẩm ‘thứ cấp’, nhu cầu của mặt hàng này tăng khi thu nhập người tiêu dùng giảm. Trong thời kỳ suy thoái kinh tế toàn cầu hiện nay, thu nhập người tiêu dùng của Mỹ đang giảm đáng kể, nhu cầu sản phẩm giá rẻ sẽ tăng cao. Cá tra, basa Việt Nam có cơ hội giành lại thị phần tại thị trường Mỹ. Với lợi thế giá rẻ, các sản phẩm xuất khẩu khác càng có cơ hội nhiều hơn tại thị trường Mỹ, một trong những thị trường chính của xuất khẩu Việt Nam. Trong năm 2009 sắp tới, dù có khó khăn nhưng cũng đã có những dự báo cho rằng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Mỹ vẫn sẽ tăng, đặc biệt là khi Việt Nam đang thực hiện chính sách tỷ giá linh hoạt hơn và đồng USD đang mạnh lên so với các đồng tiền của các quốc gia khác.

Cuối cùng, khi cuộc khủng hoảng tài chính và kinh tế hiện nay không chỉ giới hạn tại nước Mỹ mà đã lan khắp toàn cầu, các nhà kinh tế và các tổ chức kinh tế trên thế giới đang cùng nhau hợp lực làm giảm tác động của cuộc suy thoái với mong muốn mau chóng phục hồi nền kinh tế không chỉ của Mỹ mà cả thế giới, cơ hội cho việc chấm dứt cuộc khủng hoảng sẽ càng nhiều. Khi nền kinh tế phục hồi, được dự báo trong vòng 1 năm nữa, nếu Việt Nam chủ động giữ được sản lượng và thị trường, xuất khẩu nông sản Việt Nam càng có nhiều cơ hội tăng trưởng trong tương lai.