

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ, ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
KHOA: KINH TẾ CHÍNH TRỊ**



TIỂU LUẬN NGHIÊN CỨU KINH TẾ

ĐỀ TÀI:

**TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID- 19 ĐẾN THỊ
TRƯỜNG XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU VIỆT NAM**

GVHD : PGS.TS. Lê Đình Hải

Sinh viên : Đỗ Thùy Trang

Lớp : QH 2020 - E – Kinh tế CLC 1

MSSV : 20051180

Hà Nội, 2021

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đề tài nghiên cứu là trung thực và chưa công bố dưới bất kỳ hình thức nào trước đây. Những kết quả số liệu, thông tin phục vụ cho quá trình xử lý và hoàn thành bài nghiên cứu đều được thu thập từ các nguồn khác nhau, có ghi rõ nguồn gốc.

Tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm, kỷ luật của bộ môn và Nhà trường nếu như có bất cứ vấn đề gì xảy ra.

Sinh viên

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến PGS.TS Lê Đình Hải - giảng viên bộ môn Phương pháp nghiên cứu kinh tế lớp QH2020-E Kinh Tế CLC 1. Trong suốt quá trình học tập, thầy đã rất tâm huyết dạy và hướng dẫn cho em nhiều điều bổ ích trong môn học và kỹ năng làm một bài nghiên cứu để em có đủ kiến thức thực hiện bài nghiên cứu này.

Tuy nhiên vì kiến thức bản thân còn nhiều hạn chế và sự tìm hiểu chưa sâu sắc nên không tránh khỏi những thiếu sót. Mong thầy sẽ châm chước và cho em những lời góp ý để bài nghiên cứu của em sẽ hoàn thiện hơn. Một lần nữa, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến thầy và chúc thầy luôn mạnh khỏe, hạnh phúc và thành công trong sự nghiệp.

Hà Nội, tháng 06 năm 2021

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	1
LỜI CẢM ƠN	1
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	4
DANH MỤC BẢNG.....	4
MỞ ĐẦU	5
1. Tính cấp thiết của đề tài	5
2. Mục tiêu nghiên cứu	6
2.1. Mục tiêu tổng quát	6
3. Đối tượng nghiên cứu	6
4. Phạm vi nghiên cứu.....	6
5. Câu hỏi nghiên cứu	6
6. Phương pháp nghiên cứu.....	6
7. Đóng góp mới cho đề tài.....	7
8. Bố cục báo cáo nghiên cứu	7
Chương 1: Tổng quan nghiên cứu.....	8
1.1. Tổng quan tài liệu trong nước.....	8
1.2. Tổng quan tài liệu nước ngoài	8
1.3. Khoảng trống nghiên cứu.....	9
1.4. Điểm mới nghiên cứu.....	9
Chương 2: Cơ sở lý luận, thực tiễn về xuất khẩu hạt điều Việt Nam	9
2.1. Tổng quan về xuất khẩu	9
2.1.1. Khái niệm xuất khẩu	9
2.1.2. Hình thức xuất khẩu.....	9
2.1.3. Vai trò của xuất khẩu	10
2.2. Tổng quan về hạt điều Việt Nam	12
2.2.1. Nguồn gốc và đặc điểm hạt điều VN Điều (thực vật) – Wikipedia tiếng Việt	12
2.3. Phân tích SWOT về xuất khẩu hạt điều VN	14
2.3.1. Điểm mạnh.....	14
2.3.3. Cơ hội.....	16
2.3.4. Thách thức	18
Chương 3: Thực trạng thị trường xuất khẩu hạt điều Việt Nam dưới tác động của đại dịch Covid- 19	19
3.1. Thực trạng xuất khẩu hạt điều Việt Nam.....	19
3.1.1. Sản lượng xuất khẩu hạt điều trước và trong đại dịch Covid- 19	19
3.1.2. Kim ngạch xuất khẩu hạt điều trước và trong đại dịch Covid-19	19

3.2. Khó khăn của thị trường xuất khẩu hạt điều trong đại dịch Covid-19	21
3.2.1. Khó khăn trong hoạt động sản xuất	21
3.2.2. Thị trường nhập khẩu hạt điều và nhu cầu tiêu thụ.....	21
3.2.3. Nguồn cung ứng hạt điều	22
3.2.4. Hoạt động vận chuyển và bãi chứa container	22
3.3. Kết luận.....	22
Chương 4: Đề xuất giải pháp tháo gỡ khó khăn cho ngành điều xuất khẩu.....	23
4.1. Đẩy mạnh hoạt động kinh doanh hạt điều qua các sàn giao dịch thương mại điện tử	23
4.2. Kiến nghị chính sách hỗ trợ nguồn nhân lực, cơ sở vật chất trong quá trình sản xuất, chế biến ...	23
4.3. Kiến nghị chính sách tín dụng cho DN	24
4.4. Kiến nghị chính sách hỗ trợ xây dựng chuỗi liên kết ngành.....	24
4.5. Kiến nghị xây dựng thương hiệu quốc gia về hạt điều Việt Nam.....	24
KẾT LUẬN.....	25
TÀI LIỆU THAM KHẢO	26
PHỤ LỤC	27

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

VN	Việt Nam
DN	Doanh nghiệp
XK,NK	Xuất khẩu, Nhập khẩu
EVFTA	Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU
UKVFTA	Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - Vương quốc Anh
CPTPP	Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
VINACAS	Hiệp hội điều Việt Nam
VSATTP	Vệ sinh an toàn thực phẩm
KHCN	Khoa học công nghệ
CMCN	Cách mạng công nghiệp

DANH MỤC BẢNG

- 1.Bảng 1. Bảng phân cấp chất lượng của nhân hạt điều
- 2.Bảng 2. Bảng các chữ viết tắt phân cấp hạt điều
- 3.Bảng 3. Sản lượng xuất khẩu nhân điều Việt Nam từ 2013-2020 (đơn vị: nghìn tấn)
- 4.Bảng 4. Giá xuất khẩu bình quân hạt điều từ 2013-2020 (đơn vị: USD/ tấn)
- 5.Bảng 5. Kim ngạch xuất khẩu hạt điều Việt Nam từ 2013-2020 (đơn vị: tỷ USD)

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Việt Nam vốn là một nước có thế mạnh vô cùng lớn trong lĩnh vực nông nghiệp, sản xuất những mặt hàng nông sản từ những ưu thế về đất đai, khí hậu, con người... Chính vì thế mà nông nghiệp luôn là ngành kinh tế quan trọng của nền kinh tế nước ta. Đặt trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, đẩy mạnh xuất khẩu là một công cụ để giúp nước ta ngày càng hội nhập sâu rộng hơn. Điều này đã một phần giúp cho những mặt hàng nông sản mũi nhọn của nước ta có cơ hội được xuất khẩu đến các nước trên thế giới như gạo, cà phê, chè.. Trong đó, hạt điều được coi là một trong số những nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

Từ một quốc gia với sản lượng xuất khẩu dầu thô ít ỏi, Việt Nam vươn mình trở thành một quốc gia xuất khẩu hạt điều hàng đầu thế giới. Trong 15 năm từ 2006-2020, vị thế số 1 thế giới của Việt Nam về xuất khẩu hạt điều luôn được giữ vững. Để có được vị thế đó, đất nước ta đã tận dụng rất nhiều về lợi thế khí hậu mát mẻ vùng Tây Nguyên cùng với sự màu mỡ của đất đỏ ba dan, song song với đó là sự tham gia của hệ thống máy móc sản xuất, hiện đại. Cho đến nay, hạt điều Việt Nam vẫn là một mặt hàng xuất khẩu được ưa chuộng tại hơn 90 quốc gia và vùng lãnh thổ- nơi mà nó đã đặt chân đến. Tuy nhiên, dù là một trong những mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn, đóng góp nhiều vào kim ngạch xuất khẩu nước ta, thị trường hạt điều xuất khẩu vẫn lao đao, gặp nhiều bất lợi trước cơn sóng mang tên Covid-19. Đại dịch Covid-19 từ đầu năm 2020 đến nay đã ảnh hưởng đến khả năng sản xuất, thị trường và nhu cầu sử dụng hạt điều... đó cũng được coi như một trong những rào cản cho việc xuất khẩu mặt hàng này. Trước những vấn đề đó, đặt ra cho doanh nghiệp cũng như Nhà nước cần có những chính sách, hướng đi phù hợp để khắc phục các khó khăn, thúc đẩy thị trường xuất khẩu trở lại.

Vì những lý do trên, đề tài :” *Tác động của đại dịch Covid- 19 đến thị trường xuất khẩu hạt điều Việt Nam*” được nghiên cứu với hy vọng đưa ra những thực trạng và vấn đề khó khăn mà thị trường xuất khẩu hạt điều cần phải tháo gỡ, đồng thời đưa ra những hướng đi cụ thể nhằm khắc phục tình trạng đó, đưa xuất khẩu điều tăng trưởng mạnh mẽ trở lại.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu tổng quát

Vấn đề nghiên cứu nhằm đưa ra thực trạng xuất khẩu của ngành điều Việt Nam trước và trong đại dịch Covid- 19. Bên cạnh đó, tìm hiểu, đánh giá và phân tích tác động của đại dịch Covid- 19 đến những phương diện như nhu cầu, thị trường xuất khẩu, khó khăn.. đến thị trường hạt điều. Từ vấn đề đó đề xuất các giải pháp, kiến nghị những chính sách thích hợp nhằm giải quyết vấn đề cho thị trường hạt điều Việt Nam xuất khẩu.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Tìm hiểu và phân tích giá trị kinh tế, vị thế của ngành điều xuất khẩu đối với nền kinh tế quốc dân.
- Tìm hiểu thực trạng xuất khẩu hạt điều trước và trong đại dịch qua sản lượng, kim ngạch đến các quốc gia trên thế giới.
- Xác định, phân tích các tác động của đại dịch Covid- 19 đến ngành điều xuất khẩu.
- Đề xuất những giải pháp hữu hiệu cho thị trường hạt điều xuất khẩu đối với doanh nghiệp và Nhà nước.

3. Đối tượng nghiên cứu

Thị trường hạt điều Việt Nam xuất khẩu

4. Phạm vi nghiên cứu

3.1. Phạm vi nội dung

Tập trung nghiên cứu thị trường hạt điều Việt Nam xuất khẩu trước tác động khó lường của đại dịch Covid- 19

3.2. Phạm vi không gian

Tập trung nghiên cứu trong phạm vi Việt Nam

3.3. Phạm vi thời gian

Nghiên cứu thực trạng xuất khẩu hạt điều Việt Nam qua số liệu từ năm 2010-2020 (trước và trong đại dịch)

5. Câu hỏi nghiên cứu

- Giá trị kinh tế và vị thế của thị trường hạt điều Việt Nam đối với nền kinh tế quốc dân là gì?
- Thực trạng xuất khẩu điều nhân trước và trong đại dịch như thế nào?
- Đại dịch Covid- 19 đã tác động đến ngành điều Việt Nam trên những phương diện nào?
- Giải pháp tạm thời và lâu dài cho ngành điều Việt Nam xuất khẩu là gì? (cần nhắc)
- Doanh nghiệp và Nhà nước nên làm gì để khắc phục những khó khăn đó?

6. Phương pháp nghiên cứu

- *Phương pháp thu thập tài liệu:* Bài nghiên cứu tham khảo nguồn tài liệu từ nhiều trang uy tín như ITC, Tổng cục Thống kê, Tổng cục Hải quan...cùng các tạp chí kinh tế, luận văn, tài liệu nghiên cứu trong và ngoài nước.
- *Phương pháp thu thập và xử lý số liệu:* Thông tin và số liệu về sản lượng xuất khẩu, kim ngạch được lấy từ nhiều nguồn khác nhau, tiến hành chất lọc thông tin và xử lý để đánh giá quy mô, bản chất, sự khác nhau của đối tượng nghiên cứu theo thời gian và không gian.

7. Đóng góp mới cho đề tài

Dựa trên tổng quan tài liệu nghiên cứu

8. Bố cục báo cáo nghiên cứu

Chương 1. Tổng quan nghiên cứu

Chương 2. Cơ sở lý luận, thực tiễn về xuất khẩu hạt điều Việt Nam

Chương 3. Thực trạng thị trường xuất khẩu hạt điều Việt Nam dưới tác động của đại dịch Covid-19

Chương 4. Đề xuất giải pháp tháo gỡ khó khăn cho ngành điều xuất khẩu

Chương 1: Tổng quan nghiên cứu

1.1. Tổng quan tài liệu trong nước

Đại dịch Covid- 19 đã và đang diễn ra một cách khó lường tại hầu khắp các nước trên thế giới trong đó có Việt Nam. Đây cũng được coi là vấn đề nhận được nhiều sự quan tâm và nhiều công trình nghiên cứu được khai thác. Tại Việt Nam, đề tài nghiên cứu về tác động của đại dịch Covid- 19 đến xuất khẩu như sau:

Bài nghiên cứu *“Tác động của đại dịch Covid- 19 đến các cơ sở sản xuất kinh doanh nông nghiệp Việt Nam và các khuyến nghị chính sách”* của nhóm tác giả Hoàng Mạnh Hùng, Nguyễn Hà Hưng, Ngô Thị Phương Thảo, Võ Thị Hòa Loan, Nguyễn Thị Hoàng Hoa, Phùng Chí Cường đã nghiên cứu những tác động của đại dịch Covid-19 đến ngành nông nghiệp nói chung của Việt Nam. Đề tài nghiên cứu cho thấy, trong những tác động tiêu cực được đưa ra, thì tác động tiêu cực đến xuất khẩu nông sản và thực phẩm được xem là một trong những tác động quan trọng đến Việt Nam. Qua đó cho thấy, xuất khẩu nông sản Việt Nam về mặt bằng chung đều giảm cả về khối lượng, kim ngạch và giá trị xuất khẩu. Không những thế, nó còn tác động tiêu cực đến một vài yếu tố khác như nguồn cung nguyên liệu, thị trường tiêu thụ trong nước... Từ những tác động được đưa ra, nhóm nghiên cứu đã đề xuất những giải pháp tạm thời và lâu dài nhằm giải quyết những tồn đọng, tác động của đại dịch đến ngành nông nghiệp tại quốc gia.

Bài nghiên cứu *“Tác động của đại dịch Covid-19 đến hoạt động kinh tế tại Việt Nam”* cũng đã đề cập đến những tác động của COVID-19 đến hoạt động kinh tế như sự bất ổn và sụt giảm trong các ngành như tài chính,... Những biện pháp giãn cách xã hội, đóng cửa quốc gia cũng khiến cho hoạt động xuất khẩu bị tổn thương nặng nề.

1.2. Tổng quan tài liệu nước ngoài

Bài nghiên cứu *“Impact of the Covid-19 pandemic on agricultural exports”* của tác giả Lin Ben-xi và Yu Yvette Zhang cho thấy những hiểu biết quan trọng về tác động của đại dịch Covid-19 đến thị trường xuất khẩu nông sản. Bài nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, một số mặt hàng nông sản sẽ không bị ảnh hưởng, thậm chí tăng trưởng mạnh vì đó là những nhu yếu phẩm thiết yếu trong cuộc sống con người. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu mặt hàng này cũng sẽ phải chịu nhiều thách thức hơn trong đại dịch. Song song với đó, bài nghiên cứu thông qua số liệu cũng ghi rõ rằng, các DN nhỏ lẻ thì sẽ chịu tác động nghiêm trọng hơn là những doanh nghiệp lớn. Từ bài nghiên cứu cho thấy, đại dịch Covid-19 có tác động tiêu cực đến cả chủ thể và mặt hàng xuất khẩu.

Nghiên cứu của Muhammad Umar Farooq, Amjad Hussain, Tariq Masood- *“Supply chain operations management in Pandemics: A State-of-the Art Review Inspired by Covid-19”* cho thấy tác động của đại dịch Covid-19 đến chuỗi cung ứng toàn cầu và hiệu quả quản lý chuỗi cung ứng. Bài nghiên cứu cũng cho thấy, trước đại dịch, các cơ

sở sản xuất, DN buộc phải đóng cửa, bên cạnh đó là sự vắng mặt của người lao động dẫn đến sự sụt giảm trong hoạt động và mức độ sản xuất. Các hoạt động hậu cần cho hàng hóa, dịch vụ cũng bị xáo trộn.. Từ thực tiễn nghiên cứu, đề tài cũng đã đưa ra những con đường nghiên cứu tương lai, những quan điểm mới của các nhà nghiên cứu về sự hồi phục của chuỗi cung ứng toàn cầu hậu đại dịch.

1.3. Khoảng trống nghiên cứu

Từ tổng quan tài liệu nghiên cứu trong và ngoài nước, có thể thấy rằng đề tài nghiên cứu về tác động của đại dịch Covid-19 thu hút rất nhiều sự quan tâm của những nhà nghiên cứu. Tuy nhiên, một phần vì vấn đề này còn nhiều sự mới mẻ, các “ngõ ngách” của vấn đề vẫn chưa được khai thác hết. Cụ thể là tìm hiểu, đánh giá, phân tích chính xác tác động của đại dịch Covid-19 đến một mặt hàng, ngành hàng cụ thể trong chuỗi cung ứng sản phẩm toàn cầu.

1.4. Điểm mới nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu “*Tác động của đại dịch Covid-19 đến thị trường xuất khẩu hạt điều Việt Nam*” chính là đề tài lấp đầy lỗ hổng nghiên cứu hiện có. Thông qua sự tìm hiểu và đánh giá, phân tích cụ thể trong bài nghiên cứu, ta sẽ nhìn có cái nhìn khách quan về tác động cụ thể của đại dịch Covid-19 đến mặt hàng hạt điều VN xuất khẩu, đánh giá mức độ tác động nặng hay nhẹ, những mặt trái còn tồn tại trong thị trường này là gì. Từ cơ sở thực tiễn đó, kiến nghị và đề xuất những chính sách phù hợp, có tác động một cách trực tiếp và hiệu quả nhất để tháo gỡ khó khăn cho ngành trong đại dịch Covid-19.

Chương 2: Cơ sở lý luận, thực tiễn về xuất khẩu hạt điều Việt Nam

2.1. Tổng quan về xuất khẩu

2.1.1. Khái niệm xuất khẩu

Xuất khẩu được hiểu theo một cách đơn giản chính là hoạt động bán hàng hóa, dịch vụ của quốc gia này cho một quốc gia khác và dựa trên cơ sở sử dụng tiền tệ làm phương thức thanh toán. Trong chủ nghĩa trọng thương trước kia, phương thức thanh toán không chỉ đơn giản là tiền tệ, mà còn là vàng bạc, đá quý... Trong bối cảnh kinh tế hiện đại, tiền tệ là phương thức chủ yếu, và có thể sử dụng đồng tiền của một trong hai quốc gia hoặc đồng tiền của một quốc gia thứ ba khác.

Tại điều 28, khoản 1 Luật Thương mại 2005 của Việt Nam có chỉ rõ “*Xuất khẩu hàng hóa là việc hàng hóa được đưa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam hoặc đưa vào khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật*”. Như vậy, hiểu theo luật của Việt Nam thì cơ bản xuất khẩu chính là việc bán hàng cho nước ngoài, cho các quốc gia khác Việt Nam.

2.1.2. Hình thức xuất khẩu

Tại Việt Nam, xuất khẩu được thể hiện qua bốn hình thức chính

Xuất khẩu trực tiếp. Đây là hình thức xuất khẩu phổ biến hiện nay, hình thức mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ mà bên bán và bên mua dựa trên giao dịch trực tiếp,

thỏa thuận, thương lượng về quyền lợi của mỗi bên theo đúng pháp luật của từng nước tham gia giao dịch và tiến hành ký kết hợp đồng sau cùng. Đây cũng là hình thức thể hiện sự tự chủ của doanh nghiệp trong việc buôn bán hàng hóa, tìm kiếm đối tác thị trường trên cơ sở nghiên cứu thị trường, thị hiếu người tiêu dùng tại quốc gia hướng đến. Tuy nhiên, DN sẽ là đơn vị trực tiếp đứng ra tiến hành nghiệp vụ, thủ tục giao dịch, chi phí phát sinh, tiền lãi thu được và tiền lỗ khi kinh doanh đều được DN tự chịu trách nhiệm.

Xuất khẩu ủy thác. Hình thức xuất khẩu này tồn tại với hai chủ thể chính là DN sản xuất kinh doanh nội địa và thị trường- quốc gia hướng đến xuất khẩu cùng với một DN trung gian hoạt động tại nước ngoài. Hình thức này được áp dụng khi DN nội địa gặp rào cản về khả năng tài chính, đối tác, ngôn ngữ... họ sẽ tiến hành đàm phán và ủy thác cho DN trung gian để thực hiện xuất khẩu hàng hóa. DN trung gian sau khi nhận ủy thác sẽ đảm nhận mọi thủ tục xuất khẩu của DN nội địa, chi phí phát sinh, tiền hòa hồng và quyền được nhận sau ủy thác được ghi rõ trong hợp đồng giữa hai bên.

Xuất khẩu tại chỗ, là hình thức hàng hóa của một doanh nghiệp sản xuất nội địa, tiến hành bán cho thương nhân, doanh nghiệp nước ngoài nhưng lại giao tất cả số hàng hóa nhận được cho một doanh nghiệp được chỉ định khác trong nước. Cụ thể theo Thông tư số 38/2015/TT-BTC về “*Thủ tục hải quan đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu tại chỗ*”, điều số 86 thì hàng hóa xuất khẩu tại chỗ gồm 3 loại chính:

- Sản phẩm gia công; máy móc thiết bị thuê hoặc mượn; nguyên liệu, vật tư dư thừa; phế liệu, phế phẩm thuộc hợp đồng gia công theo quy định tại khoản 3- Điều 32- Nghị định 187/2013/ NĐ- CP.
- Hàng hóa được mua bán giữa DN nội địa với DN chế xuất, DN trong khu phi thuế quan
- Hàng hóa được mua bán giữa doanh nghiệp Việt Nam với các cá nhân, tổ chức nước ngoài không có sự hiện diện tại Việt Nam và được thương nhân chỉ định giao, nhận hàng hóa với DN khác tại Việt Nam.

Tạm nhập tái xuất. Là hình thức thương nhân Việt Nam tạm nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của một DN sản xuất, kinh doanh nội địa. Sau đó lại sử dụng chính hàng hóa đó xuất khẩu sang quốc gia khác ngoài lãnh thổ Việt Nam. Hình thức này cho thấy nó diễn ra cả quá trình nhập và xuất khẩu, nên lượng ngoại tệ doanh thu thu lại sẽ lớn hơn so với số vốn ban đầu được bỏ ra.

2.1.3. Vai trò của xuất khẩu

Xuất khẩu- động lực quan trọng của tăng trưởng kinh tế

Xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ là hoạt động thuộc phạm vi quốc tế, diễn ra đối với tất cả các chủ thể trên thị trường và có sự điều hành của Nhà nước. Mục đích của việc xuất khẩu nhằm đem hàng hóa, dịch vụ của mình đến các quốc gia khác trên thế giới. Từ việc kinh doanh đó sẽ giúp cho các chủ thể thu về được nhiều ngoại tệ hơn. Đối với một nước chủ nghĩa xã hội, với nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam, chiến lược mở của nền kinh tế thông qua xuất khẩu có vai trò thực sự to lớn và quan trọng. Vì khi xuất

khẩu, lượng ngoại tệ thu về nhiều, tiếp cận đến sự đổi mới khoa học- công nghệ, chuyên giao KHCN.. Bên cạnh đó, việc mở cửa nền kinh tế cũng giúp cho đất nước thu về những bài học kinh nghiệm từ các quốc gia phát triển, sau đó kết hợp với các chính sách của Chính phủ để cải thiện nền kinh tế, gia tăng tốc độ tăng trưởng kinh tế và thu hẹp khoảng cách với các quốc gia phát triển.

Xuất khẩu- cơ hội nâng cao chất lượng sản phẩm, hàng hóa Việt

Vấn đề xuất khẩu không phải chỉ đơn giản là có thể xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ sang một quốc gia nào khác ngoài lãnh thổ Việt Nam. Trên thực tế, hàng hóa được thông qua của Hải quan và tiêu dùng trong quốc gia khác đều phải trải qua sự kiểm tra gắt gao, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng đầu vào tại quốc gia hướng đến xuất khẩu. Chính vấn đề này đã đặt ra cho các chủ thể sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu cần có sự đầu tư chắt chiu và nghiêm túc, áp dụng những cách thức sản xuất kinh doanh mới, đổi mới trang thiết bị, công nghệ sản xuất để ngày càng nâng cao chất lượng sản phẩm. Điều này vừa giúp cho hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu có con đường thuận tiện hơn khi gia nhập vào thị phần kinh tế nước bạn, đồng thời cũng khẳng định vị thế quan trọng của hàng hóa, sản phẩm Việt Nam chất lượng cao.

Xuất khẩu- động lực giúp chuyển dịch cơ cấu kinh tế

Một trong những vai trò xuất khẩu chính là tiền đề cho nền kinh tế Việt Nam chuyển dịch theo một hướng thích hợp hơn. Thật vậy, đặt trong bối cảnh nền kinh tế mở cửa, Đảng và Nhà nước ta chú trọng rất nhiều vào xuất khẩu, trong đó có nhiều ngành xuất khẩu chủ lực như gạo, hạt điều, dệt may, thủy hải sản... Song song với đó, nó còn kéo theo sự phát triển của một chuỗi cung ứng từ sản xuất nguyên liệu thô đến khâu chế biến,.. Điều này giúp các chủ thể kinh tế tiếp cận nhiều hơn đến phương thức sản xuất tự động hóa và mô hình sản xuất theo chuỗi cụ thể. Đó chính là lý do giúp cơ cấu nước ta chuyển dịch nhanh chóng hơn.

Xuất khẩu- yếu tố giải quyết việc làm, nâng cao đời sống nhân dân

Việc đẩy mạnh xuất khẩu đòi hỏi hàng hóa, sản phẩm phải được làm ra với số lượng lớn, đặt ra vấn đề nguồn cung lao động cho các DN và Nhà nước ta. Đặt trong bối cảnh nước ta đang là một nước dân số trẻ, xuất khẩu chính là cơ hội giúp người lao động tìm được công ăn việc làm phù hợp với từng trình độ tay nghề. Người lao động sẽ kiếm được nguồn thu nhập cao hơn, mức sống cũng từ đó cao hơn.

Xuất khẩu- tiền đề mở rộng và thúc đẩy quan hệ kinh tế đối ngoại

Có thể nói, xuất khẩu và quan hệ kinh tế đối ngoại có mối quan hệ hai chiều với nhau. Trên thực tế, việc xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ sang một quốc gia sẽ giúp cho Việt Nam có thêm nhiều mối quan hệ thương mại, giao thương trên thị trường quốc tế, đồng thời nâng cao vai trò và tầm vóc của đất nước ta. Ở chiều ngược lại, quan hệ kinh tế đối ngoại với các nước chính là tiền đề giúp cho Việt Nam hiểu rõ thị trường, thị hiếu tại quốc gia đó và cân nhắc xuất khẩu; các quốc gia khác cũng sẽ có cái nhìn trực quan hơn về hàng hóa Việt Nam để rồi có đồng ý nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam hay không.

Vì vậy, có thể nói xuất khẩu chính là động lực thúc đẩy quan hệ đối ngoại của Việt Nam với bạn bè năm châu.

Nhìn chung, xuất khẩu đóng góp một phần quan trọng trong nền kinh tế quốc dân, sự việc thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế đến sự tham gia vào trong những vấn đề chính trị- xã hội. Xuất khẩu cũng chính là quá trình giúp đất nước ta phát huy tầm vóc hàng hóa Việt cũng như rút ngắn khoảng cách, độ chênh lệch kinh tế với các nước khác.

2.2. Tổng quan về hạt điều Việt Nam

2.2.1. Nguồn gốc và đặc điểm hạt điều VN Điều (thực vật) – Wikipedia tiếng Việt

2.1.1.1. Nguồn gốc của hạt điều Việt Nam

Theo *Wikipedia*, điều có tên tiếng anh là Cashew, tên khoa học là *Anacardium occidentale* và là một cây công nghiệp dài ngày thuộc họ Xoài (Anacardiaceae). Nguồn gốc chính thức của hạt điều là từ Đông Bắc Brazil. Sau đó, giống hạt này được phân bố và đem đi trồng tại khắp các quốc gia, khu vực có khí hậu nhiệt đới trong đó có Việt Nam. Hiện nay, bên cạnh hạt óc chó, hạnh nhân thì điều là một trong số những loại hạt được nuôi trồng để lấy nhân hạt chế biến làm thực phẩm, đem lại giá trị kinh tế cao.

Tại Việt Nam, cây điều chính thức du nhập từ những năm 80 thế kỷ XX, sau đó, vì độ thích nghi với địa hình, thổ nhưỡng nước ta và giá trị kinh tế nó đem lại thì hạt điều, nhân điều trở thành một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta.

2.1.1.2. Phân bố

Ở nước ta, cây điều được trồng chủ yếu tại các tỉnh thành Trung và Nam Bộ, từ Quảng Trị đổ vào các tỉnh thành phía Nam, trong đó Bình Phước được coi là “thủ phủ” hạt điều tại Việt Nam với diện tích khoảng 170.000 theo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Bình Phước.

2.1.1.3. Phân loại hạt điều VN xuất khẩu

Phân loại nhân hạt điều sơ chế được đo lường và áp dụng theo tiêu chuẩn Việt Nam TCVN 4850:2010 từ năm 2010 cho đến hiện tại.

Về yêu cầu chung của hạt điều xuất khẩu, nhân hạt điều phải được sấy khô, có hình dạng đặc trưng và được phân chia thành từng loại, từng cấp riêng biệt. Nhân hạt điều không được phép còn tồn dư xác sâu hại, nấm mốc, nhiễm bẩn, không được dính dầu vỏ hạt điều, tỷ lệ nhân còn sót vỏ lụa không quá 1.5% trên tổng khối lượng đơn vị điều nhân.

Nhân hạt điều phải có mùi thơm đặc trưng, không được pha lẫn bởi mùi khác, độ ẩm không được lớn hơn 5%/ khối lượng đơn vị điều nhân.

Mỗi cấp nhân hạt điều không được lẫn quá 5% nhân cấp thấp hơn và không lẫn quá 5% nhân vỡ lúc đóng gói trên khối lượng đơn vị điều nhân.

Về yêu cầu cụ thể,

Cấp	Ký hiệu	Số nhân/kg	Số nhân/lb	Tên thương mại	Mô tả
-----	---------	------------	------------	----------------	-------

1	W160	265-353	120-160	Nhân nguyên trắng	Nhân hạt điều có màu sắc đồng nhất, hoặc trắng, ngà, vàng nhạt...
2	W180	355-395	161-180		
3	W210	440-465	200-210		
4	W240	485-530	220-240		
5	W320	660-705	300-320		
6	W450	880-990	400-450		
7	SW240	485-530	220-240	Nhân nguyên vàng	Nhân có màu vàng trong quá trình chế biến hoặc một vài màu thay thế như nâu, ngà, xám tro..
8	SW320	660-705	300-320		
9	SW	-	-		
10	WS	-	-	Nhân vỡ dọc trắng	Có màu sắc giống nhân nguyên trắng
11	LP	-	-	Mảnh nhân lớn	Nhân vỡ lớn không lọt qua sàng 4.75mm
12	SSP	-	-	Mảnh nhân nhỏ vàng	Nhân vỡ nhỏ có màu sắc giống nhân nguyên vàng.
13	BB	-	-	Mảnh vụn	Không phân biệt màu sắc

Bảng 1. Bảng phân cấp chất lượng của nhân hạt điều

Mô tả	Tiếng Anh	Viết tắt
1. Trắng	White	W

2. Vàng	Scorched	S
3. Vàng xám	Second Scorched	SS
4. Nám nhạt	Light Blemish	LB
5. Nám	Blemish	B
6. Nám đậm	Dark Blemish	DB
7. Vỡ ngang	Butt	B
8. Vỡ ngang nám	Blemish Butt	BB
9. Vỡ dọc	Split	S
10. Mảnh nhân lớn	Large Pieces	LP
11. Mảnh nhân nhỏ	Small Pieces	SP
12. Mảnh vụn	Baby-bits	B-B

Bảng 2. Bảng các chữ viết tắt phân cấp hạt điều

2.3. Phân tích SWOT về xuất khẩu hạt điều VN

2.3.1. Điểm mạnh

Điều kiện tự nhiên

Về điều kiện tự nhiên, tự thân cây điều thích hợp được trồng tại những quốc gia có khí hậu nhiệt đới. Tại Việt Nam, cây điều được trồng tại chủ yếu tại miền Đông Nam Bộ, Tây Nam Bộ và Tây Nguyên. Tuy nhiên, điều được trồng nhiều và phù hợp nhất với đặc trưng vùng Đông Nam Bộ, đây được coi là nơi có điều kiện sinh thái, đất đỏ bazan, khí hậu phù hợp nhất (khí hậu nóng quanh năm) với việc trồng cây điều. Đây cũng được coi là vùng trồng điều có quy mô và chất lượng đứng đầu nước ta khi “thủ phủ” điều Bình Phước nằm trong khu vực này. Hạt điều tại vùng ĐNB được cho là có chất lượng hơn so với hạt điều của các vùng khác khi cho ra hạt điều to, đẹp, nhân hạt điều nhiều thịt. Chính nhờ có khí hậu, đất đai và hệ sinh thái phù hợp mà đây là vùng cho ra nguồn hạt điều chất lượng cao phục vụ chế biến, xuất khẩu tại nước ta.

Chất lượng hạt điều

Có thể nói, hạt điều chất lượng cao Việt Nam là một trong số những tiêu chí giúp hạt điều nước ta nhận được sự yêu chuộng đến từ nhiều quốc gia khác nhau. Cụ thể hóa, hạt điều Việt Nam có mùi vị đặc trưng thơm nồng, vị béo ngậy, bùi bùi. Mặn, ngọt, béo và hậu vị ngọt thanh chính là những mùi vị tập hợp trong hạt điều Việt Nam.

Khi nhắc đến chất lượng hạt điều Việt Nam thì không thể bỏ qua chất lượng hạt điều của “thủ phủ” điều Bình Phước nói riêng. Hạt điều Bình Phước còn được gọi bằng giới chuyên gia gọi bằng cái tên mỹ miều “Luxury nuts” (hạt điều xa xỉ). Thậm chí, hạt

điều Bình Phước còn được đánh giá cao hơn so với điều A cò (điều cao sản) Campuchia vì mặc dù kích thước nhỏ hơn nhưng hạt điều Bình Phước lại có vị ngọt, béo, bùi bùi trong khi hạt điều A cò mặc dù to hơn nhưng chất lượng không thể so với hạt điều Bình Phước.

Bên cạnh hạt điều Bình Phước, hạt điều Đồng Nai cũng là một trong những niềm tự hào của nước ta về chất lượng khi sản lượng đầu ra vừa nhiều vừa đảm bảo chất lượng 3 tốt của hạt điều: tốt vị- tốt hương- tốt hạt.

Nhìn chung, hạt điều Việt Nam với những mùi vị đặc trưng không trộn lẫn khi xuất khẩu đã khiến cho hầu hết các quốc gia nó đi tới và trong mắt những người sành ăn thì họ đều đánh giá rất cao. Đây được coi là một điểm mạnh vô cùng to lớn đối với ngành điều Việt Nam xuất khẩu.

Dây chuyền sản xuất hiện đại

Dưới tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, công nghệ và thành tựu khoa học kỹ thuật là một yếu tố không thể thiếu đối với bất kỳ ngành nào trên thị trường. Ngành điều Việt Nam cũng không nằm ngoài tầm với đó. Trước tác động đó, hiện nay đã và đang có rất nhiều DN kinh doanh, sản xuất điều tiến hành áp dụng công nghệ tự động hóa, công nghệ cao trong chuỗi quy trình sản xuất thành phẩm. Nhiều DN đã vay vốn chính sách và lấy tiền vốn của công ty để tân trang lại hệ thống vật tư phục vụ sản xuất như máy rang, tách hạt điều tự động, máy bắn màu.. điều này nhằm hạn chế sự lao động của sức người, tiết kiệm thời gian và chi phí sản xuất về lâu về dài. Đây cũng chính là động thái cho thấy ngành điều Việt Nam đang chú trọng công nghệ trong tất cả các khâu, nhằm cho ra năng suất và sản lượng điều cao nhất phục vụ xuất khẩu.

Vai trò của VINACAS- Hiệp hội điều Việt Nam

Sự phát triển của ngành điều Việt Nam từ con số 0 cho đến khi trở thành mặt hàng chiếm thị phần lớn trong các quốc gia nó hướng đến xuất khẩu đều không tách rời với vai trò của Vinacas. Trong hơn 30 năm phát triển, Vinacas với tư cách là đại diện cho những chủ thể kinh doanh trong ngành điều Việt Nam đã ghi dấu ấn đậm nét trong việc tham gia vào công tác thị trường, hỗ trợ DN tháo gỡ khó khăn, cầu nối giữa Nhà nước với các DN sản xuất điều trong việc phát triển, hỗ trợ chính sách, xúc tiến các chương trình hỗ trợ, xúc tiến thương mại,... Với những nỗ lực trong việc hỗ trợ đẩy mạnh thị trường hạt điều, Vinacas đã trở thành niềm tin và chỗ dựa cho nhiều DN sản xuất điều. Bằng chứng cụ thể nhất có thể thấy, nếu như năm 1990 chỉ có hơn 12 thành viên nằm trong Hiệp hội điều Việt Nam thì đến hiện tại, con số lên đến hơn 500 thành viên. Như vậy, có thể thấy được rằng, Vinacas đã chứng minh sự hỗ trợ và tham gia hết mình trong quá trình tiến triển của ngành điều Việt Nam, đây cũng được coi là bước đệm giúp mặt hàng này của nước ta ngày càng được phát triển mạnh mẽ hơn.

2.3.2. Điểm yếu

Nguồn nguyên liệu

Sự thiếu thốn trong nguồn cung nguyên liệu hạt điều cho chế biến điều nhân đang trở thành một trong trong số những bài toán khó giải quyết của ngành điều Việt Nam.

Thực tế cho thấy, bài toán hiện nay tồn tại trên cơ sở nguồn cung nguyên liệu hạt điều Việt Nam thiếu hụt quá nhiều. Chỉ tính riêng tỉnh Bình Phước, diện tích trồng điều của tỉnh này theo Sở NN & PTNT năm 2020 là 170.000 ha, chiếm phần lớn diện tích trồng điều của cả nước, song với từng ấy diện tích, nó mới chỉ đáp ứng khoảng 25% khối lượng nguyên liệu cho các DN chế biến trên địa bàn tỉnh. Từ cơ sở thực tế, Việt Nam muốn đảm bảo xuất khẩu với khối lượng lớn, thì nhập khẩu hạt điều thô là điều tất yếu xảy ra. Nguồn nguyên liệu nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam trước đây là các nước châu Phi, tuy nhiên, trong 2-3 năm gần đây thì hạt điều Campuchia lại là nguồn nguyên liệu nhập khẩu chủ yếu. Số liệu của Vinacas cho thấy, trong 4 tháng đầu năm 2021, kim ngạch nhập khẩu điều thô từ Campuchia của Việt Nam đạt tới 1.4 tỷ USD với 836.712 tấn, đây được xem như kỷ lục kim ngạch nhập khẩu điều thô của nước ta. Từ một nước xuất siêu trở thành nhập siêu điều thô, đây chính là bài toán khó giải quyết.

Như vậy, có thể thấy rằng, thị trường điều Việt Nam hiện tại đang vô cùng thiếu thốn lượng điều thô nội địa. Đồng nghĩa với việc, nếu không có những chính sách, hướng đi cụ thể từ Chính phủ và Nhà nước thì lượng điều Việt Nam vẫn thiếu và vẫn phải đi nhập khẩu từ các nước khác.

Quy mô nuôi trồng và sản xuất

Thực tế cho thấy một vấn đề đáng lo ngại hiện nay đối với việc sản xuất, kinh doanh mặt hàng điều hiện nay bao gồm hai yếu tố đó là sự lẻ tẻ trong việc trồng điều và sự nhỏ lẻ trong các DN chế biến điều. Thứ nhất là về quy mô trồng điều, hiện nay diện tích đất trồng điều đang bị thu hẹp lại, chưa có quy hoạch các vùng chuyên canh trồng điều hay đơn giản là chưa có sự liên kết những hộ gia đình trồng điều với nhau. Tất cả dẫn đến tình trạng manh mún, thiếu tập trung trong khâu trồng điều. Vấn đề thứ hai là quy mô sản xuất điều, thể hiện ở chỗ vẫn còn nhiều DN quy mô nhỏ với phương thức sản xuất truyền thống, năng suất lao động không cao. Song, lại không có bất cứ sự liên kết nào giữa các DN nhỏ, siêu nhỏ với nhau để tập hợp thành một khối liên kết lớn. Việc phát triển manh mún, thiếu liên kết này vừa không đem lại hiệu suất cao, vừa không đem lại nguồn thu cao. Đó cũng là vấn đề đặt ra cho Nhà nước và Vinacas nên có những kiến nghị, chính sách hợp lý hơn trong tương lai.

Sự yếu kém trong khâu thu mua nguyên liệu

Thực tế cho thấy sự yếu kém trong khâu thu mua nguyên liệu một phần bắt nguồn từ việc trồng điều manh mún, nhỏ lẻ, phương thức sản xuất truyền thống khó đảm bảo giá trị vẹn nguyên khiến cho các DN chế biến phải mất một khoảng thời gian và công sức để tìm kiếm nguồn cung chất lượng nhất, đảm bảo xuất khẩu.

Cạnh tranh thiếu lành mạnh

Chạy đua theo lợi nhuận, tiền tài từ giá trị kinh tế khổng lồ mà xuất khẩu điều đem lại dẫn đến sự lũng đoạn, pha chế nguồn nguyên liệu hạt điều kém chất lượng rồi đóng gói xuất khẩu khiến cho giá trị mặt hàng điều trở nên yếu kém hơn và mất đi vị thế trên thị trường quốc tế.

2.3.3. Cơ hội

Thứ nhất, các hiệp định thương mại tự do

Trong bối cảnh hội nhập với nền kinh tế toàn cầu, các hiệp định thương mại được đẩy mạnh, đồng thời nó cũng có những tác động nhất định đến nền kinh tế của các quốc gia ký kết hiệp định. Việt Nam cũng là một trong số các quốc gia đó, (gia nhập các hiệp định song phương, xu hướng tiêu dùng- nhu cầu). Hiện nay, nước ta đã ký kết 3 hiệp định thương mại tự do kể đến như Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam- Vương quốc Anh (UKVFTA), Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam- EU (EVFTA), và Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP).

Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - Vương quốc Anh (UKVFTA), mặc dù mới chính thức được ký kết vào cuối năm 2020 và có hiệu lực từ tháng 5 năm 2021, tuy nhiên UKVFTA sau khi được thông cáo báo chí đã mở đường cho thị trường nông sản Việt nói chung và mặt hàng điều nhân xuất khẩu nói riêng. Bởi lẽ Vương quốc Anh là một trong những thị trường khó tính, yêu cầu chất lượng rất cao đối với hàng hóa xuất khẩu. Song song với đó, hạt điều Việt Nam là một trong những mặt hàng được tiêu thụ khá tốt trong các siêu thị lớn. Như vậy, với bộ phóng là hiệp định thương mại này sẽ giúp cho mặt hàng điều xuất khẩu dễ dàng hơn, thuế cũng được miễn giảm và hứa hẹn sẽ là cơ hội để xuất khẩu ngành điều VN có cơ hội xuất hiện và chiếm lĩnh thị phần nhiều hơn trên thị trường Anh quốc.

Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU (EVFTA), EU là một trong số những thị trường lớn của Việt Nam khi hầu hết các quốc gia bên đó đều rất ưa chuộng mặt hàng điều của nước ta. Tuy nhiên, đây cũng là một thị trường khó tính, đặt ra yêu cầu cao cho hàng hóa khi xuất khẩu sang từ khâu vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm tra chất lượng hàng hóa... Đặc biệt, khi Việt Nam chính thức ký kết hiệp định với EU, thị trường xuất khẩu điều Việt Nam sẽ được mở rộng hơn. Các DN có cơ hội gia tăng xuất khẩu, hàng hóa xuất khẩu cũng được miễn giảm thuế sẽ giúp cho DN thu về được nhiều lợi nhuận hơn. Qua đó, DN Việt Nam sẽ được tiếp xúc nhiều hơn với thị trường và nhu cầu của các quốc gia trong khối EU, từ đó có những phương thức sản xuất, nâng cao chất lượng mặt hàng để ngày càng đảm bảo chất lượng và sản lượng điều nhân xuất khẩu.

Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), cũng giống hai hiệp định kể trên, việc tham gia CPTPP giúp cho Việt Nam sáng cửa hơn trong việc xuất khẩu sang các nước như Nhật Bản, Singapore... Trên hết, mức độ tự do hóa của CPTPP đạt gần 100%, song song với đó, mặt hàng điều VN khi xuất khẩu đều sẽ được giảm bớt thuế quan hoặc loại bỏ. Việc loại bỏ thuế quan này giúp các DN tự tin hơn trong việc đầu tư đẩy mạnh hạt điều xuất khẩu.

Như vậy, cơ hội của ngành điều Việt Nam xuất khẩu hoàn toàn sáng cửa khi có rất nhiều cánh cửa phía trước. Chủ động nắm bắt các ưu thế và ngành điều xuất khẩu của VN sẽ ngày càng lớn mạnh hơn trong tương lai.

Thứ hai, trình độ khoa học- công nghệ

Dưới tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, trình độ khoa học công nghệ là yếu tố quyết định sự thành bại, ưu thế về kinh doanh đối với DN. Tại Việt Nam, hiện

nay cũng đã có rất nhiều DN nhận thức được điều đó và chủ động đổi mới sản xuất, tìm hiểu áp dụng KHCN vào chu trình sản xuất, chế biến. Như vậy, dựa vào nhận thức về KHCN cùng sự sẵn có tài nguyên KHCN sẽ giúp các DN mở rộng cơ hội cho hàng hóa của mình.

Thứ ba, thị trường tiêu thụ rộng

Hạt điều mặc dù không phải hàng hóa thiết yếu tuy nhiên, hầu hết các quốc gia đều có nhu cầu vô cùng lớn về mặt hàng này bởi giá trị dinh dưỡng mà nó đem lại. Song song với đó, mặt hàng điều VN luôn đảm bảo được chất lượng ổn định, tạo ấn tượng sâu đậm trong lòng những người thưởng thức, chính vì thế mà nhu cầu của các nước nhập khẩu hạt điều Việt Nam vô cùng lớn, có thể kể qua một vài thị trường chủ yếu như Mỹ, Trung Quốc, EU... Điều này giúp cho các DN tích cực sản xuất, chế biến điều nhân xuất khẩu, đem lại nguồn lợi kinh tế cao.

2.3.4. Thách thức

Xây dựng thương hiệu ngành điều Việt Nam

Vấn đề này không chỉ đơn giản là của riêng hạt điều Việt Nam mà nó còn là vấn đề của toàn ngành nông sản Việt. Ta vẫn biết nông sản Việt nói riêng và thị trường hạt điều nói riêng đều là những thế mạnh xuất khẩu của Việt Nam, song chuỗi giá trị và lợi nhuận của nó mang lại không được đánh giá cao. Chỉ đơn giản là vì VN thiếu một thương hiệu quốc gia cho mặt hàng điều. Việc tổ chức lẻ tẻ, các nhãn hiệu điều lẻ tẻ không quy hoạch khiến mặt hàng điều VN không khẳng định được vị thế trên thị trường và thậm chí là bị “lấn lướt” bởi những thị trường khác. Đó chính là vấn đề đặt ra cho Nhà nước và Chính phủ cần hành động để hỗ trợ ngành điều Việt Nam

Sự cạnh tranh với mặt hàng điều các nước khác

Mặc dù xuất khẩu hạt điều VN đứng thứ nhất thế giới, nhưng điểm yếu của mặt hàng này chính là nguồn nguyên liệu thiếu thốn. Nước ta thậm chí từ một nước xuất siêu trở thành một nước nhập siêu sau hơn 15 năm phát triển ngành điều (2006- 2020). Chính vì thế, về mặt sản lượng chúng ta sẽ rất khó có thể cạnh tranh trên thị trường. Song song với đó, một trong số những thị trường cung cấp nguồn nguyên liệu điều thô chủ yếu của nước ta là châu Phi bây giờ cũng đã dần dần chấm dứt cung cấp để giữ lại điều thô cho họ, phục vụ quá trình chế biến điều tại chỗ giống như VN. Như vậy, VN chính thức có thêm đối thủ cạnh tranh mới trên thị trường này.

Thời tiết và sâu bệnh, mặc dù VN có ưu thế trong điều kiện tự nhiên trồng điều, tuy nhiên yếu tố thời tiết và sâu bệnh là điều khó tránh khỏi. Điều này cũng ảnh hưởng ít nhiều đến chất lượng sản phẩm điều.

Yêu cầu cao về chất lượng VSATTP, hàng rào kỹ thuật

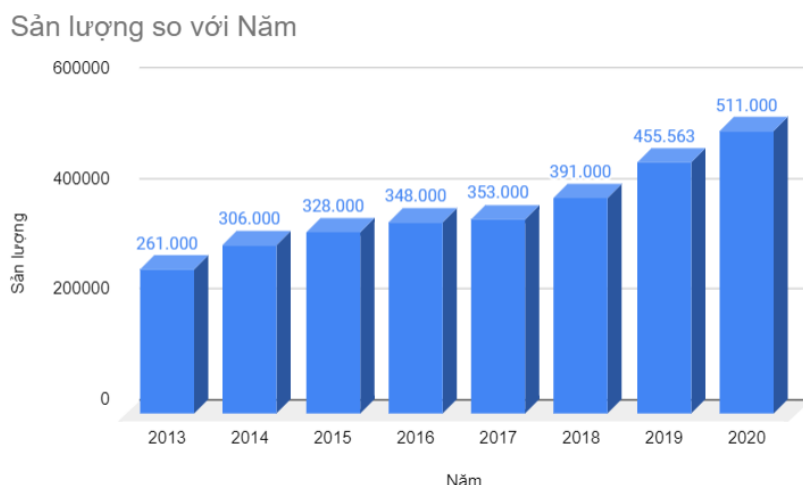
Mặc dù mặt hàng điều của Việt Nam được ưa chuộng, nhưng nó không đồng nghĩa với việc mặt hàng đó sẽ được dễ dàng đi qua cửa Hải quan. Hầu hết các quốc gia đều rất khắt khe trong việc yêu cầu chất lượng sản phẩm, vệ sinh an toàn thực phẩm cũng

được chú trọng, các thông số kỹ thuật,.. Điều đó đặt ra thách thức cho các DN trong đổi mới quy mô, nâng cao chất lượng hạt điều xuất khẩu.

Chương 3: Thực trạng thị trường xuất khẩu hạt điều Việt Nam dưới tác động của đại dịch Covid- 19

3.1. Thực trạng xuất khẩu hạt điều Việt Nam

3.1.1. Sản lượng xuất khẩu hạt điều trước và trong đại dịch Covid- 19

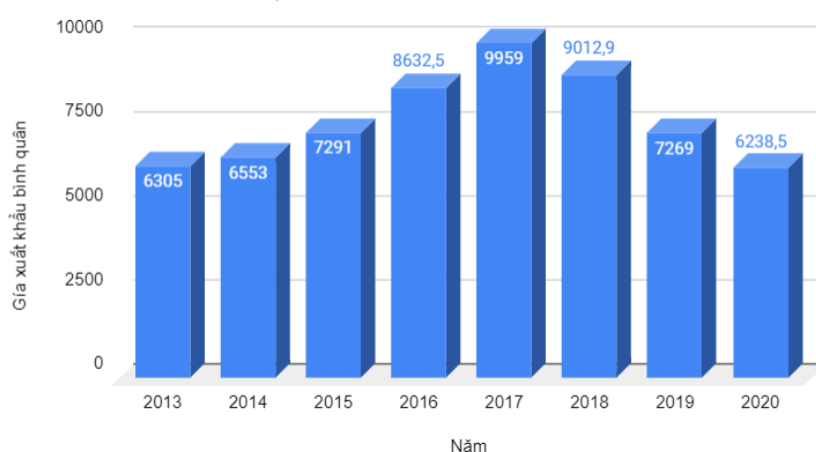


Bảng 3. Sản lượng xuất khẩu nhân điều Việt Nam từ 2013-2020 (đơn vị: nghìn tấn)

Từ đồ thị với nguồn số liệu thu thập từ nhiều nguồn khác nhau như Vinacas, Tổng cục Hải quan... có thể thấy được rằng, sản lượng nhân điều của cả nước vẫn tăng trưởng đều, nhìn chung sẽ không thấy tác động của đại dịch Covid-19 đến sản lượng xuất khẩu nhân điều. Lý giải cho điều này, có thể nói nguồn nguyên liệu nội địa luôn là nỗi lo của ngành khi không đủ nguồn cung xuất khẩu. Thực tế cho thấy, điều thô VN từ lâu vẫn luôn nhập khẩu từ châu Phi, tuy nhiên trước tác động của đại dịch đã khiến cho việc vận chuyển quốc tế khó khăn, làm gián đoạn chuỗi cung ứng điều thô của các quốc gia châu Phi đến VN. Các DN nội địa chuyển hướng sang nhập khẩu hạt điều Campuchia, vì VN có biên giới với Campuchia và hơn hết là hầu hết lượng điều thô đều được vận chuyển bằng đường bộ, không bị chịu thuế quá cao từ cước phí hàng hải. Đó cũng là lý do vì sao sản lượng xuất khẩu điều nhân của nước ta luôn tăng dù trong đại dịch.

3.1.2. Kim ngạch xuất khẩu hạt điều trước và trong đại dịch Covid-19

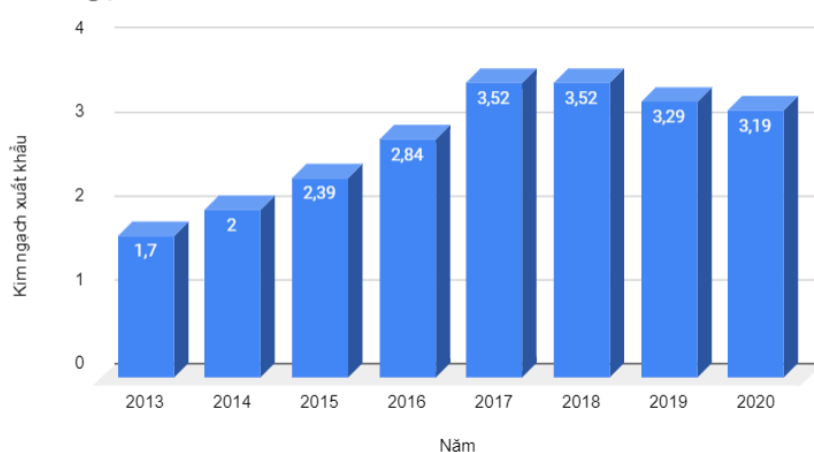
Gía xuất khẩu bình quân so với Năm



Bảng 4. Giá xuất khẩu bình quân hạt điều từ 2013-2020 (đơn vị: USD/ tấn)

Bỏ qua sự giảm xuống về giá xuất khẩu bình quân năm 2018 và 2019 của hạt điều VN do chất lượng sản phẩm kém, lượng hàng tồn kho nhiều do khó xuất đi nước ngoài thì ta thấy giá xuất khẩu bình quân năm 2020 là 6238,5 USD/ tấn. Điều đó cho thấy, trước tác động của đại dịch, sức mua của người tiêu dùng giảm dẫn đến nhu cầu mặt hàng điều của các quốc gia cũng giảm và sau cùng giá xuất khẩu bình quân cũng giảm thiểu. Trong khi đó, các DN xuất khẩu phải chịu tiền thu mua đầu vào điều thô số lượng lớn và chịu cước phí hàng hải cao, dẫn đến sự thiếu hụt lợi nhuận, gây lỗ cho DN.

Kim ngạch xuất khẩu so với Năm



Bảng 5. Kim ngạch xuất khẩu hạt điều Việt Nam từ 2013-2020 (đơn vị: tỷ USD)

Nhìn chung, từ việc giá xuất khẩu bình quân hạt điều giảm mà ta thấy kim ngạch xuất khẩu cho mặt hàng này trước và trong đại dịch có sự khác nhau. Trước đại dịch Covid-19, kim ngạch xuất khẩu tăng dần đều, có sự suy giảm vào năm 2019 và 2020. Như vậy, trước tác động của đại dịch Covid-19 thì kim ngạch xuất khẩu hạt điều VN đã có sự biến động theo chiều hướng đi xuống.

3.2. Khó khăn của thị trường xuất khẩu hạt điều trong đại dịch Covid-19

Là một trong những mặt hàng chiếm vị thế quan trọng trong tổng số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam, tuy nhiên, xuất khẩu hạt điều trước tác động của đại dịch đều không tránh khỏi những khó khăn trước diễn biến phức tạp của đại dịch Covid- 19.

3.2.1. Khó khăn trong hoạt động sản xuất

Trước tác động của đại dịch Covid-19, Chính phủ và Bộ Y tế đã có những quyết sách, biện pháp chống dịch như giãn cách toàn xã hội, đóng cửa tạm thời, hạn chế giao thương...những điều này ít nhiều đã tác động đến các công ty, doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp hoạt động trong ngành xuất khẩu điều nói riêng.

Dịch bệnh khiến các DN bắt buộc phải tạm ngừng sản xuất, kinh doanh và chỉ mở cửa khi có thông báo chính thức của Chính phủ, người lao động cũng không được phép đi làm, thu nhập giảm sút,.. Điều này đã tác động trực tiếp đến sự sống còn của DN, đối với những DN lớn, họ vẫn sẽ phải chi trả những chi phí cố định trong khi thời cuộc không biết bao giờ mới cho họ sản xuất trở lại. Còn đối với những DN nhỏ, việc gồng gánh chi phí cố định và tác động của đại dịch, sự ngưng trệ khiến họ thậm chí còn từ bỏ con đường sản xuất, kinh doanh, đóng cửa DN có thời hạn.

Bên cạnh đó, việc đóng cửa biên giới, hạn chế giao thương cũng là yếu tố ít nhiều ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của DN. Đặt trong bối cảnh nguồn nguyên liệu điều thô của VN phụ thuộc chủ yếu vào các nước châu Phi, nhưng khi đóng cửa biên giới khiến lượng hàng hóa mất lâu thời gian hơn để về đến tay nhà sản xuất, chế biến. Bên cạnh đó, các DN cũng phải đau đầu trước việc “đội giá” của nguyên liệu khi vừa chịu thuế, vừa chịu tác động của đại dịch, tiền phí vận chuyển tăng lên trong đại dịch.

3.2.2. Thị trường nhập khẩu hạt điều và nhu cầu tiêu thụ

Đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng nặng nề đến toàn bộ nền kinh tế thế giới chứ không chỉ riêng Việt Nam. Đối với một thị trường xuất khẩu như hạt điều, đại dịch Covid-19 lại đẩy ngành vào một thế khó hơn khi mọi hoạt động kinh tế đều buộc phải tạm dừng có thời hạn. Điều này đã đánh thẳng vào hai yếu tố chính đó là thị trường xuất khẩu và nhu cầu tiêu thụ điều của nước ta.

Mặt hàng điều xuất khẩu của VN được nhiều quốc gia trên TG ưa chuộng trong đó có Mỹ, Trung Quốc, Đức... Tuy nhiên, đại dịch Covid- 19 đã khiến cho các quốc gia chủ chốt xuất khẩu của VN buộc phải đóng cửa các hoạt động kinh tế. Ví dụ như Trung Quốc- đây chính là nơi phát hiện đầu tiên của đại dịch Covid- 19 - virus Corona, ngay sau khi “vỡ trận”, Trung Quốc đã buộc phải tạm dừng các hoạt động kinh tế trong đó có việc đóng cửa biên giới, hạn chế giao thương với các nước. Điều này đã ảnh hưởng vô cùng mạnh mẽ đến Việt Nam khi lượng hàng hóa điều nhân xuất khẩu sang Trung Quốc bị ứ đọng tại cửa khẩu, tại kho lưu trữ của DN. DN xuất khẩu điều rơi vào thế “bí”, không biết xoay sở như thế nào.

Tại Mỹ, một trong ba thị trường xuất khẩu chủ lực của nước ta cũng ít nhiều bị ảnh hưởng bởi đại dịch. Mặc dù mức độ tự do và bằng quan trước dịch bệnh tại đất nước

này vô cùng cao, song việc áp dụng các biện pháp giãn cách xã hội trên diện rộng và kéo dài đã ảnh hưởng rất nhiều lên hàng hóa xuất khẩu. Bên cạnh đó, tiền cước phí vận chuyển tăng cao khiến hoạt động xuất khẩu điều tại Việt Nam chịu nhiều tác động tiêu cực.

Mặt khác, do hạt điều không phải là hàng hóa thiết yếu, cho nên khi đại dịch Covid-19 xảy ra, nhu cầu thị trường quốc tế về mặt hàng này cũng giảm đi nhiều. Theo số liệu từ Tổng cục Hải quan, trong 15 ngày đầu tháng 08 năm 2021, xuất khẩu hạt điều Việt Nam đạt 20.4 nghìn tấn, trị giá 137.44 triệu USD, giảm 21.6% về lượng so với 15 ngày đầu tháng 07 năm 2021 và giảm 1.2% về lượng so với 15 ngày đầu tháng 08 năm 2020.

Như vậy, nhu cầu và các thị trường chủ yếu của xuất khẩu hạt điều VN đều thu hẹp sức mua, tác động không nhỏ lên sản lượng xuất khẩu ngành điều.

3.2.3. Nguồn cung ứng hạt điều

Như thực tế cho thấy, sản lượng điều nội địa là vô cùng ít, không đảm bảo được lượng cầu tiêu thụ rộng lớn nên thị phần điều thô VN đa phần sẽ đi nhập khẩu. Tuy nhiên, tác động của đại dịch dẫn đến sự tăng cao cước phí vận chuyển điều thô từ châu Phi về VN, nhiều DN buộc phải chuyển hướng sang nhập khẩu điều thô từ Campuchia. Song một vấn đề bất cập xảy ra khi lượng điều thô nhập khẩu vào VN đang ở mức kỷ lục, theo số liệu chính thức của Tổng cục Hải quan, tính đến tháng 11 năm 2021, sản lượng điều thô NK từ Campuchia là 1.103 triệu tấn, tổng kim ngạch hơn 1831 tỷ USD, tăng hơn 444% về lượng và 608% về giá trị NK so với cùng kỳ năm 2020. Điều này làm dấy lên nỗi quan ngại và nghi ngờ khi tổng sản lượng NK điều thô của VN quá nhiều. Nhiều người có thâm niên trong nghề cho rằng phải chăng đây chính là điều châu Phi “đội lốt” điều Campuchia, nói cách khác chính là gian lận xuất xứ. Tuy nhiên, vấn đề này vẫn còn nằm trong phạm vi triển khai và chưa có gì là chính xác.

3.2.4. Hoạt động vận chuyển và bãi chứa container

Đại dịch Covid-19 đã tác động tiêu cực đến ngành logistics toàn cầu trong đó có Việt Nam. Theo Thứ trưởng Bộ Công thương, Đỗ Thắng Hải đã nói *“Đại dịch Covid-19 đã tác động tiêu cực đến ngành logistics toàn cầu, gây ra một số khó khăn như : Ùn tắc trên các tuyến vận tải container, thiếu container trên diện rộng từ năm 2020 đến nay và hiện nay vẫn đang ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam”*. Đối với ngành điều, trước làn sóng lần thứ 04 của đại dịch Covid-19 đã khiến cho cước phí vận chuyển sang các quốc gia như châu Âu, Hoa Kỳ... tăng cao. Song song với đó là tình trạng thiếu container rỗng khiến cho hàng hóa khó mà đi xuất khẩu.

3.3. Kết luận

Nhìn chung, tác động của đại dịch Covid-19 mặc dù không ảnh hưởng quá đáng kể đến kim ngạch xuất khẩu hay giá trị xuất khẩu bình quân, tuy nhiên nó cũng ảnh hưởng ít nhiều đến hoạt động sản xuất, kinh doanh nội địa phục vụ xuất khẩu. Những vấn đề khó khăn đó cũng đặt ra cho các DN và Nhà nước nên có những hướng đi, giải

pháp tốt hơn nhằm giải quyết vấn đề, tháo gỡ khó khăn cho các DN xuất khẩu điều trong đại dịch.

Chương 4: Đề xuất giải pháp tháo gỡ khó khăn cho ngành điều xuất khẩu

4.1. Đẩy mạnh hoạt động kinh doanh hạt điều qua các sàn giao dịch thương mại điện tử

Khác với cách thức xuất khẩu truyền thống, việc sử dụng các sàn giao dịch, các trang thương mại điện tử như Amazon, Taobao... sẽ là một trong những hướng đi đột phá cho DN trong bối cảnh đại dịch và cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay.

Giải pháp này được đề xuất nhằm kết hợp linh động phương thức xuất khẩu ủy thác với việc áp dụng thành tựu KHCN của cuộc CMCN lần thứ tư. Doanh nghiệp nội địa có thể ký kết hợp đồng ủy thác với một DN hoạt động ngoài biên giới Việt Nam. Sau khi nhận ủy thác thì DN trung gian sẽ tiến hành các thủ tục cho hàng hóa xuất cảng, đồng thời tìm hiểu thị trường, hoàn thành các thủ tục để mặt hàng điều Việt Nam được xuất hiện trên các trang TMĐT. Hình thức này giúp cho các DN có thể song song sử dụng cả trong đại dịch lẫn trong bối cảnh bình thường mới.

4.2. Kiến nghị chính sách hỗ trợ nguồn nhân lực, cơ sở vật chất trong quá trình sản xuất, chế biến

Vấn đề cơ sở vật chất, KHCN trong khâu chế biến, sản xuất vốn vẫn là vấn đề khó giải quyết của thị trường hạt điều Việt Nam. Số lượng các DN nhỏ lẻ sản xuất theo phương thức truyền thống vẫn còn nhiều, điều đó làm ảnh hưởng đến cả chất lượng lẫn khối lượng hạt điều xuất khẩu. Vậy nên, kiến nghị trên hàm ý mong muốn Chính phủ nên có những giải pháp trong hỗ trợ nguồn nhân lực và cơ sở vật chất, trang thiết bị cho các DN phục vụ sản xuất, chế biến điều

Về hỗ trợ nguồn nhân lực và chuyên môn:

- Xây dựng những chương trình đào tạo, phổ cập chuyên môn về những hình thức sản xuất mới, dây chuyền sản xuất và hệ thống trang thiết bị hiện đại cho DN, hộ gia đình và người dân.
- Thành lập những tổ tư vấn chuyên môn tại địa phương phục vụ nhu cầu giải đáp thắc mắc của DN, hộ gia đình và người dân trong việc chuyển đổi hình thức sản xuất.
- Cử những chuyên gia, kỹ sư chuyên môn trong việc vận hành những máy móc thiết bị, vật tư mới cho người dân, doanh nghiệp; trực tiếp tham gia hướng dẫn và theo dõi tại địa phương cho đến khi thấy được sự hiệu quả trong quá trình sản xuất, chế biến.

Về hỗ trợ tín dụng:

- Xây dựng chương trình hỗ trợ vay vốn để các DN có thể tiếp cận nhanh hơn đến dây chuyền sản xuất, chế biến mới; đẩy mạnh tốc độ công nghệ hóa chuỗi sản xuất hàng hóa xuất khẩu.

- Xây dựng chương trình cho vay theo nhóm, theo từng khu vực nhỏ. Cụ thể, đối với hộ gia đình, liên kết 2-3 hộ gia đình và sẽ hỗ trợ vay vốn để mua trang thiết bị và sử dụng chung các trang thiết bị đó. Cách thức như vậy sẽ giúp cho các hộ gia đình vẫn đảm bảo vật tư cần thiết mà có thể giảm bớt số tiền phải chi ra.
- Liên kết những người dân theo khu vực sinh sống (theo thôn, theo làng..) để thành lập thành một nhóm người dân nhận vay vốn, trong đó cử một người đại diện và số tiền vay vốn được chia đều, máy móc thiết bị cũng được mua và sử dụng cho hợp lý nhất.

4.3. Kiến nghị chính sách tín dụng cho DN

Đặt trong bối cảnh đại dịch Covid-19, nhiều doanh nghiệp gặp rất nhiều khó khăn trong việc duy trì chi phí cố định, thanh toán các khoản nợ... Vì vậy, kiến nghị chính sách tín dụng cho DN sẽ giúp cho họ có thể chống đỡ phần nào gánh nặng về tài chính:

- Hỗ trợ cho vay vốn 0% tại hệ thống các ngân hàng chính sách xã hội cho DN với điều kiện đảm bảo chứng minh tài chính, chứng minh độ thiệt hại trong đại dịch.
- Xây dựng các chương trình hỗ trợ vay vốn lãi suất thấp tại hệ thống các ngân hàng thương mại nhằm hỗ trợ DN vay vốn tài hoạt động sản xuất, nhập khẩu nguồn nguyên liệu hay sử dụng khoản tín dụng được vay cho hoạt động đưa hàng hóa xuất khẩu đi các nước. Với điều kiện, DN cần chứng minh cụ thể phương hướng kinh doanh, hoạt động xuất khẩu sắp tới và hoạch định cụ thể số tiền cần vay cho những thủ tục cần sử dụng đến tiền.

4.4. Kiến nghị chính sách hỗ trợ xây dựng chuỗi liên kết ngành

Sự manh mún, nhỏ lẻ, thiếu tập trung chính là một trong những lý do khiến khối lượng và chất lượng mặt hàng điều VN xuất khẩu còn hạn chế. Việc xây dựng chuỗi liên kết được cụ thể hóa như sau:

- Xây dựng sự liên kết giữa DN chế biến với người dân trồng điều hoặc hộ gia đình sản xuất nhỏ lẻ. Việc xây dựng này giúp DN đảm bảo nguồn cung nhất định về hạt điều thô, đồng thời hạn chế thời gian đi tìm đầu vào nguyên liệu phục vụ chế biến.
- Xây dựng chuỗi liên kết các khu trồng điều, quy hoạch thành một vùng chuyên canh lớn nhằm hạn chế tối đa sự phân tán điều. Đồng thời, việc tập hợp như này cũng giúp cho các chất lượng điều được đảm bảo hơn khi độ quy hoạch, hệ thống nuôi trồng theo phương thức mới đồng bộ hoàn toàn.

4.5. Kiến nghị xây dựng thương hiệu quốc gia về hạt điều Việt Nam

Một trong những vấn đề cốt lõi và góp phần làm tiền đề nâng cao giá trị xuất khẩu và vị thế của hạt điều VN xuất khẩu chính là việc xây dựng thương hiệu hạt điều quốc gia Việt Nam xuất khẩu.

Việc xây dựng thương hiệu điều quốc gia nên được Chính phủ chú trọng hơn qua việc thống kê số lượng DN xuất khẩu hạt điều, tìm ra điểm đặc trưng không thể trộn lẫn của VN và xúc tiến chương trình thiết kế tên thương hiệu quốc gia. Bên cạnh đó, xúc

tiến các chương trình nâng cao nhận thức về thương hiệu điều quốc gia cho các DN và tiến hành hiện thực hóa một cách nhanh chóng thương hiệu cho tất cả các mặt hàng điều xuất khẩu (bao gồm điều thô và điều nhân, cùng các thực phẩm chế biến từ điều VN xuất khẩu).

Song song với đó, tiến hành đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý, bảo hộ nhãn hiệu và thương hiệu quốc gia nhằm ngăn chặn sự ăn cắp tên thương hiệu, hoặc những vấn đề pháp lý liên quan đến thị trường hạt điều xuất khẩu của Việt Nam.

KẾT LUẬN

Hạt điều là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta, nó đem lại nguồn lợi nhuận cao, góp phần thúc đẩy giá trị kinh tế ngành và đóng góp vào tổng kim ngạch xuất khẩu tại Việt Nam. Tuy nhiên, tác động của đại dịch Covid-19 đã khiến cho thị trường này trở nên lao đao trong một khoảng thời gian. Từ vấn đề mặt hàng hạt điều chịu tác động trước đại dịch, ta đã có cơ sở hơn để nhìn nhận ra những điểm mạnh, điểm yếu, rào cản và khó khăn của các DN hoạt động trong thị trường này cũng như sự khó khăn từ chính những chính sách phòng, chống dịch của Đảng, Nhà nước ta.

Bài nghiên cứu sau cùng đã tìm ra và phân tích những khía cạnh tồn tại trong ngành điều VN trước đại dịch. Đồng thời, bài nghiên cứu cũng đã đề xuất ra những giải pháp nhằm hỗ trợ thị trường điều xuất khẩu của VN trong tầm nhìn gần và xa, trong việc hỗ trợ từ vốn, cơ sở vật chất đến nhân lực, chuyên môn... Đó chính là những hướng đi thích hợp cho ngành điều VN trong đại dịch và trong cả thời đại bình thường mới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Việt An, T., Viet Tran, A., & Van Luong, D. (2021). *Tình trạng thiếu container rỗng trong ngành vận tải biển: Nguyên nhân và giải pháp cho Việt Nam* Lương Văn Đạt *The shortage of empty containers in the shipping industry: Causes and solutions for Vietnam*
- [2] Nam, N. H. (2021). *TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH TẾ TẠI VIỆT NAM*.
- [3] Hoàng Mạnh Hùng và cộng sự. (2020). *Tác động của đại dịch covid-19 đến các cơ sở sản xuất kinh doanh nông nghiệp việt nam và các khuyến nghị chính sách* (pp. 31–42).
- [4] Farooq, M. U., Hussain, A., Masood, T., & Habib, M. S. (2021). Supply chain operations management in pandemics: A state-of-the-art review inspired by covid-19. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 13, Issue 5, pp. 1–33). <https://doi.org/10.3390/su13052504>
- [5] Minh, N. D. (2020). *Sự chuyển dịch chuỗi cung ứng toàn cầu dưới.pdf*.
- [6] LIN, B. xi, & ZHANG, Y. Y. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic on agricultural exports. In *Journal of Integrative Agriculture* (Vol. 19, Issue 12, pp. 2937–2945). [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(20\)63430-X](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(20)63430-X)
- [7] Aday, S., & Aday, M. S. (2020). Impact of COVID-19 on the food supply chain. In *Food Quality and Safety* (Vol. 4, Issue 4, pp. 167–180). <https://doi.org/10.1093/fqsafe/fyaa024>
- [8] Hiếu, N. T., Anh, T. T., Đông, Đ. T., & Tùng, H. S. (2020). *Ảnh Hưởng Của Đại Dịch Covid- 19 Đối Với Hoạt Động Kinh Doanh Của Các Doanh Nghiệp: Nghiên Cứu Thực Tiễn Ở Miền Bắc Việt* (p. 63). <http://ktpt.neu.edu.vn/Uploads/Bai bao/2020/So 274/379215.pdf>
- [9] Ueasangkomsate, P. (2015). Adoption E-Commerce for Export Market of Small and Medium Enterprises in Thailand. In *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (Vol. 207, pp. 111–120). <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.158>
- [10] Phương, U. (2016). Năm bắt cơ hội để phát triển ngành điều. *Báo Nhân Dân*. <https://nhandan.vn/tin-chung1/nam-bat-co-hoi-de-phat-trien-nganh-dieu-265903/>
- [11] *Hiệp định EVFTA: Cơ hội xuất khẩu tỷ đô cho trái điều*. (n.d.). WTO CENTER VCCI. <https://trungtamwto.vn/hiiep-dinh-khac/15751-hiep-dinh-evfta-co-hoi-xuat-khau-ty-do-cho-trai-dieu>
- [12] Han, N. (2020). *Hiệp hội Điều Việt Nam: Dấu ấn 30 năm hình thành và phát triển*. Mekong-Asean. <https://mekongsean.vn/hiiep-hoi-dieu-viet-nam-dau-an-30-nam-hinh-thanh-va-phat-trien.html>

PHỤ LỤC

1. Năm 2013: Xuất khẩu điều Việt Nam tăng cả về lượng và trị giá (moit.gov.vn)
2. Xuất khẩu hạt điều năm 2018 và dự báo 2019 (vinacas.com.vn)
3. Năm 2014, xuất khẩu hạt điều Việt Nam tăng cả về lượng và giá trị (vietnamexport.com)
4. Giá điều xuất khẩu thấp nhất kể từ cuối năm 2016 (vietnambiz.vn)
5. Kỷ lục buồn của ngành điều - Báo Người lao động (nld.com.vn)
6. Xuất khẩu hạt điều Việt Nam năm 2017 cao kỷ lục (agro.gov.vn)
7. Đầu năm, kim ngạch và giá xuất khẩu điều tăng mạnh - Nhịp sống kinh tế Việt Nam & Thế giới (vneconomy.vn)
8. Xuất khẩu hạt điều năm 2018 giảm tốc (baodautu.vn)
9. Năm 2020, xuất khẩu hạt điều ước đạt 511 nghìn tấn (agro.gov.vn)
10. Xuất, nhập khẩu năm 2020: nỗ lực và Thành công. – General Statistics Office of Vietnam (gso.gov.vn)
11. Năm 2015: Ngành điều nỗ lực hoàn thành mục tiêu kim ngạch xuất khẩu 2,5 tỷ USD (dangcongsan.vn)
12. Năm 2019 lượng hạt điều xuất khẩu tăng mạnh, nhưng giá giảm (vinanet.vn)