

## MỤC LỤC

### KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

---

- 1. Nguyễn Thị Hằng** - Tác động của đầu tư FDI từ Tập đoàn Samsung tới nền kinh tế tỉnh Thái Nguyên. **Mã số: 117.1TrEM.12** 2  
*The Impacts of FDI Investment from Samsung Group on Economic Development of Thai Nguyen Province*
- 2. Vũ Thị Thu Hương** - Tác động của chất lượng thể chế cấp tỉnh đến năng suất của các doanh nghiệp Việt Nam. **Mã số 117.1GEMg.11** 10  
*The Impact of Provincial Institutional Quality on the Productivity of Vietnamese Enterprises*
- 3. Nông Hữu Tùng, Mai Thị Huyền và Nông Hữu Dương** - Thực trạng sản xuất và xuất nhập khẩu Điều Việt Nam - Các giải pháp phát triển bền vững ngành Điều trong những năm tới. **Mã số: 117.1IBMg.12** 19  
*Situation of Cashew Production and Import-Export - Solutions for Sustainable Development of Cashew Industry in the Coming Years*

### QUẢN TRỊ KINH DOANH

---

- 4. Nguyễn Trần Hưng** - Nghiên cứu mối quan hệ giữa sự hài lòng của khách hàng và các thành tố chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của các ngân hàng thương mại Việt Nam. **Mã số: 117.2BMkt.21** 27  
*A Study on the Relationship between Customer Satisfaction and Quality Components of E-banking Services of Vietnamese Commercial Banks.*
- 5. Đàm Bích Hà** - Mô hình tổ chức hệ thống thông tin kế toán cho các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn Hà Nội. **Mã số: 117.2BAcc.22** 39  
*Organizational Model of Accounting Information System for Commercial Enterprises in Hanoi*
- 6. Phạm Đình Long và Nguyễn Thị Minh Châu** - Mối liên hệ giữa phong cách lãnh đạo chuyển dạng, sự hài lòng công việc và cam kết gắn bó của nhân viên tại các doanh nghiệp vận tải biển trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. **Mã số: 117.2OMIs.21** 50  
*The Relationship Between Transformational Leadership Style, Job Satisfaction and Employee Commitment in Shipping Businesses in Hochiminh City.*
- 7. Lưu Thị Minh Ngọc và Nguyễn Phương Mai** - Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành quản trị kinh doanh trên địa bàn Hà Nội. **Mã số: 117.2BAdm.22** 60  
*Factors Affecting the Start-up Intention of Students Majoring Business Administration in Hanoi*

### Ý KIẾN TRAO ĐỔI

---

- 8. Vũ Minh** - Về chương trình đào tạo theo hướng phát triển phẩm chất và năng lực người học, đáp ứng nhu cầu xã hội. **Mã số: 117.3OMIs.32** 69  
*On a Training Program Oriented towards Developing Learner Competence and Qualities, Meeting Social Demand*

# **THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ XUẤT NHẬP KHẨU ĐIỀU VIỆT NAM CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG NGÀNH ĐIỀU TRONG NHỮNG NĂM TỚI**

**Nông Hữu Tùng**

Trường Đại học Nông - Lâm Bắc Giang  
Email: tungnh@bafu.edu.vn

**Mai Thị Huyền**

Trường Đại học Nông - Lâm Bắc Giang  
Email: maihuyen77.ktnlbg@gmail.com

**Nông Hữu Dương**

Học viện Nông nghiệp Việt Nam  
Email: huuduongfuv@yahoo.com

**Ngày nhận:** 10/04/2018

**Ngày nhận lại:** 10/05/2018

**Ngày duyệt đăng:** 14/05/2018

Cây điều đã trở thành thế mạnh truyền thống của nông nghiệp Việt Nam. Trong giai đoạn 2006-2016, mặc dù diện tích giảm, sản lượng không ổn định nhưng năng suất vẫn đạt cao 3,9 tấn/ha. Với xuất khẩu, kết quả thu được rất tích cực, kim ngạch xuất khẩu điều nhân bình quân đạt 1,44 tỷ USD/năm, chiếm 1,43% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước. Hạt điều là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, đứng đầu thế giới về xuất khẩu. Điều Việt Nam đã xuất khẩu đến hơn 100 quốc gia và vùng lãnh thổ. Ngành điều ngày càng khẳng định được vị thế cao trên thị trường thế giới, đã tạo công ăn việc làm, góp phần xóa đói giảm nghèo và tạo nguồn thu ngoại tệ quan trọng. Tuy nhiên, sản xuất và xuất khẩu điều còn nhiều tồn tại, yếu kém cần nhanh chóng được giải quyết trên các mặt: Cơ chế chính sách, quy hoạch, năng lực sản xuất và chế biến, liên kết theo chuỗi giá trị, đa dạng hóa và phát triển thị trường... nhằm giúp ngành điều Việt Nam phát triển ổn định và bền vững.

**Từ khóa:** Điều, nhập khẩu, sản xuất, xuất khẩu.

## **1. Giới thiệu**

Cây điều là loại cây trồng có thế mạnh của nông nghiệp Việt Nam. Những năm qua, cây điều đã giải quyết công ăn việc làm và tăng thu nhập cho hàng triệu người lao động ở các vùng Đông Nam Bộ, Tây Nguyên và Duyên hải Nam Trung Bộ, trong đó nhiều nhất là tỉnh Đồng Nai và Bình Phước, góp phần không nhỏ trong công cuộc xóa đói giảm nghèo, bảo vệ môi trường sinh thái và tăng thu ngoại tệ cho đất nước.

Trên thế giới, Việt Nam cùng với Ấn Độ và Bra-xin là những quốc gia lớn về sản xuất và xuất khẩu

điều, tuy nhiên diện tích trồng điều của Việt Nam liên tục suy giảm, sản lượng thu hoạch cũng thiếu ổn định. Theo tính toán có được từ số liệu của Tổng cục Thống kê Việt Nam và cơ sở dữ liệu thống kê hàng hóa thương mại của Liên hiệp quốc trong giai đoạn 2006 - 2016, Việt Nam mặc dù là quốc gia xuất khẩu điều nhân đứng đầu thế giới nhưng bình quân hàng năm vẫn nhập khẩu khoảng 400 nghìn tấn điều thô phục vụ chế biến và xuất khẩu. Trong sản xuất lẫn xuất khẩu còn tồn tại nhiều yếu kém và bất cập, phát triển còn thiếu tính bền vững, chưa tương xứng với tiềm

năng và thực lực vốn có. Vì vậy, phân tích và đánh giá đúng thực trạng sản xuất và xuất khẩu điều của Việt Nam, tìm ra điểm mạnh và điểm yếu, từ đó kiến nghị một số giải pháp nhằm thúc đẩy ngành sản xuất và xuất khẩu điều của Việt Nam phát triển ổn định và bền vững trong điều kiện cạnh tranh và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng là việc làm rất cần thiết.

## 2. Nguồn số liệu và phương pháp nghiên cứu

### 2.1. Nguồn số liệu

Tài liệu và số liệu sử dụng trong bài này do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (Bộ NN & PTNT), Tổng cục Thống kê Việt Nam, Tổng cục Hải Quan Việt Nam công bố trong giai đoạn 2006-2016. Ngoài ra, tác giả còn khai thác từ Hiệp hội Điều Việt Nam (Vinacas) và các tổ chức quốc tế như: Tổ chức Lương thực - Nông nghiệp của Liên hiệp quốc (FAO), Cơ sở dữ liệu thống kê hàng hóa thương mại của Liên hiệp quốc (UN Comtrade: United Nations Commodity Trade Statistics Database)...

### 2.2. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả đã sử dụng tổng hợp nhiều phương pháp và kỹ thuật trong xây dựng các chỉ tiêu nghiên cứu, trong tìm hiểu và so sánh các quốc gia điển hình về sản xuất và xuất khẩu điều trên thế giới; thảo luận và lấy ý kiến từ các nhà sản xuất, kinh doanh và khoa học... Các phương pháp chủ yếu gồm: phương pháp thống kê kinh tế, phương pháp cân đối, phương pháp chuyên khảo và phương pháp chuyên gia. Các phương pháp trên được sử dụng kết hợp với phương pháp so sánh trong phân tích, đánh giá tiềm năng của ngành điều Việt Nam, nghiên cứu chính sách và giải pháp cần áp dụng.

## 3. Kết quả nghiên cứu

### 3.1. Thực trạng sản xuất điều của Việt Nam

Cây điều có thể trồng trên đất bạc màu, đồi núi

trọc nên không bị các cây trồng khác cạnh tranh và trên thực tế vẫn còn khả năng mở rộng sản xuất. Tuy nhiên, diện tích trồng điều đang có xu hướng giảm dần qua các năm, nhất là các vùng có điều kiện chuyển đổi sang cây trồng khác có hiệu quả kinh tế cao hơn. Từ bảng 1 cho thấy: sau khi đạt 439,9 nghìn ha vào năm 2007, diện tích trồng điều cả nước liên tục giảm sút với nhịp độ 3,1%/năm trong giai đoạn 2006-2016. Tính đến hết năm 2016, diện tích trồng điều cả nước chỉ còn 293 nghìn ha, giảm 149,9 nghìn ha so với năm 2007. Nguyên nhân là do trong những năm gần đây, cây điều không cho hiệu quả kinh tế cao nên người nông dân đã chặt bỏ chuyển sang trồng các cây trồng khác như cao su, cà phê, hồ tiêu... Tỷ trọng diện tích điều cho thu hoạch so với diện tích gieo trồng có xu hướng tăng mạnh, đạt 95,9% năm 2016. Do đó, theo Đề án của Bộ NN & PTNT về việc phát triển bền vững ngành điều Việt Nam đến năm 2020 đã xác định mục tiêu sẽ giữ ổn định diện tích điều khoảng 300 nghìn ha, sản lượng 400 nghìn tấn điều nhân, năng suất 1,5 tấn/ha. Nâng tỷ lệ chế biến sâu sản phẩm điều lên 20% và dầu vỏ hạt điều lên 50%(Bộ NN & PTNT, 2014).

**Bảng 1:** Tình hình sản xuất điều của Việt Nam giai đoạn 2006-2016

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Bình quân
1	Diện tích gieo trồng	nghìn ha	401,8	439,9	406,7	391,2	379,3	363,7	335,2	308,1	295,1	290,4	293,0	<b>354,9</b>
	- Tốc độ tăng diện tích gieo trồng	%	-	9,5	-7,5	-3,8	-3,0	-4,1	-7,8	-8,1	-4,2	-1,6	0,9	<b>-3,1</b>
2	Diện tích thu hoạch	nghìn ha	276,8	302,8	321,1	340,5	339,4	331,3	320,8	300,9	288,3	280,3	281,0	<b>307,6</b>
	- Tốc độ tăng diện tích thu hoạch	%	-	9,4	6,0	6,0	-0,3	-2,4	-3,2	-6,2	-4,2	-2,8	0,2	<b>0,2</b>
	- Tỷ lệ diện tích thu hoạch so với diện tích gieo trồng	%	68,9	68,8	79,0	87,0	89,5	91,1	95,7	97,7	97,7	96,5	95,9	<b>86,7</b>
3	Sản lượng thu hoạch (điều chưa bóc vỏ)	triệu tấn	1,09	1,25	1,23	1,17	1,24	1,24	1,25	1,11	0,98	1,41	1,22	<b>1,20</b>
	- Tốc độ tăng sản lượng thu hoạch	%	-	14,4	-1,2	-5,5	6,6	-0,4	1,0	-11,1	-11,8	43,7	-13,3	<b>1,1</b>
4	Năng suất thu hoạch	Tấn/ha	3,95	4,13	3,84	3,42	3,66	3,73	3,90	3,69	3,40	5,02	4,35	<b>3,90</b>
	- Tốc độ tăng năng suất thu hoạch	%	-	4,6	-6,9	-10,9	6,9	2,1	4,3	-5,3	-7,9	47,8	-13,5	<b>1,0</b>

Nguồn: Tổng Cục Thống kê Việt Nam và FAO.

Cũng từ bảng 1 cho thấy, sản lượng thu hoạch điều bao gồm điều chưa bóc vỏ lẫn điều bóc vỏ qua các năm đều không ổn định, trong đó năm 2016 sản lượng điều giảm hơn 13% so với năm 2015. Năng suất điều chưa bóc vỏ sau khi đạt mốc 5,02 tấn/ha năm 2015 cũng có dấu hiệu bước vào một đợt suy giảm mới. Nguyên nhân của hiện tượng trên là do diện tích điều tại nhiều nơi đã già cỗi, đang vào thời kỳ thoái hóa, đặc biệt là tại các tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ; cộng thêm ảnh hưởng của sâu bệnh xuất hiện nhiều và biến đổi khí hậu ngày càng phức tạp. Hơn nữa, giá cả cũng không ổn định đã tác động tới thu nhập của người nông dân trồng điều, mất đi sức hấp dẫn so với các loại cây trồng khác.

Theo tính toán có được từ số liệu của Tổng Cục Thống kê Việt Nam và FAO cho thấy, do diện tích gieo trồng và diện tích thu hoạch của Việt Nam thấp hơn so với hai cường quốc sản xuất và xuất khẩu điều lớn là Ấn Độ và Bra-xin, trong khi sản lượng thu hoạch lại ở mức cao, cụ thể: Sản lượng điều chưa bóc vỏ của Việt Nam năm 2016 mặc dù bị giảm, chỉ đạt 1,22 triệu tấn, nhưng vẫn chiếm 24,9% sản lượng điều toàn thế giới, cao gấp 16,2 lần Bra-xin và 1,8 lần Ấn Độ. Kết quả này đã khiến năng suất thu hoạch điều của Việt Nam thuộc vào hàng các quốc gia có năng suất điều cao nhất thế giới, năng suất điều chưa bóc vỏ của Việt Nam năm 2016 đạt 4,35 tấn/ha, cao gấp 5,4 lần so với năng suất bình quân của thế giới, trong khi năng suất điều chưa bóc vỏ của Ấn Độ và Bra-xin năm 2016 dưới mức bình quân của thế giới, lần lượt là 0,65 tấn/ha và 0,13 tấn/ha.

Việt Nam có công nghệ chế biến hạt điều uy việt nên tỷ lệ thu hồi nhân nguyên đạt 85-90% (Ấn Độ và Bra-xin là 60%). Từ năm 2008, Việt Nam dẫn đầu thế giới về công nghệ bóc vỏ lụa, tỷ lệ hạt sạch đến 87% (máy I-ta-li-a đạt trên 40%) và chỉ 6-7% hạt vỡ (Đình Văn Thành, 2010). Tuy nhiên, các doanh nghiệp chế biến điều của Việt Nam lại thường xuyên phải đối mặt với tình trạng nguồn cung thiếu hoặc không có sẵn. Năm 2016, lượng điều thô nguyên liệu đưa vào chế biến là 1,5 triệu tấn, trong đó mua trong nước chỉ chiếm 31,67% nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu (Xuân Bình, 2017). Các nhà máy chế biến điều của Việt Nam hầu hết là sử dụng công nghệ trong nước nên chi phí đầu tư thấp. Trong những năm gần đây, tình

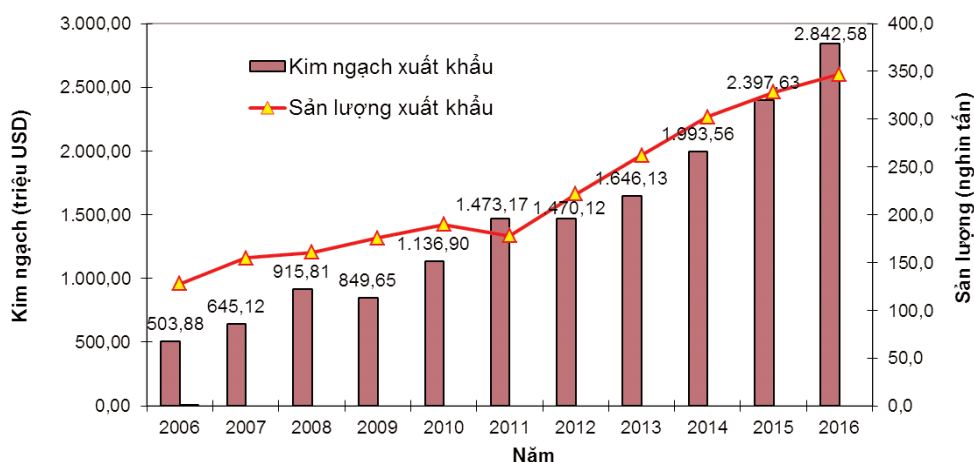
hình chế biến, tiêu thụ và xuất khẩu điều gặp không ít khó khăn, do nguồn cung nguyên liệu thiếu hụt, chi phí chế biến (nguyên liệu, nhiên liệu, tiền công, lãi ngân hàng...) tăng đột biến, năm 2011 tăng trên 100% so với năm 2010 (Thùy Linh, 2012). Do đó để nâng cao lợi nhuận, các doanh nghiệp nên có chiến lược chuyển dần từ xuất khẩu nhân điều nguyên liệu sang chế biến nhân điều thành sản phẩm hoàn chỉnh nhằm tăng giá trị xuất khẩu trong điều kiện diện tích điều trong nước đang giảm như hiện nay.

### **3.2. Thực trạng xuất nhập khẩu điều của Việt Nam**

#### **3.2.1. Xuất khẩu**

Từ năm 2006 đến nay, ngành điều Việt Nam đã vượt qua Ấn Độ để trở thành nước xuất khẩu điều nhân số một thế giới. Từ đồ thị 1 cho thấy, năm 2006 các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu được 127,7 nghìn tấn điều nhân, đạt kim ngạch 503,88 triệu USD, trong khi Ấn Độ chỉ xuất khẩu được khoảng 120,8 nghìn tấn điều nhân. Năm 2010 là năm đầu tiên ngành điều gia nhập vào nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD và là năm thứ năm liên tiếp Việt Nam vượt qua Ấn Độ để duy trì vị trí xuất khẩu điều hàng đầu thế giới. Sau 5 năm đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, năm 2015 điều Việt Nam tiếp tục gia nhập vào nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 2 tỷ USD. Đến năm 2016, ngành điều chế biến và xuất khẩu được 346,8 nghìn tấn điều nhân, kim ngạch xuất khẩu đạt trên 2,84 tỷ USD. Đây là năm thứ hai giá xuất khẩu điều của Việt Nam tăng cao trở lại, sau khi đạt mức kỷ lục 8.284 USD/tấn vào năm 2011. Nguyên nhân tăng giá chủ yếu là do biến đổi thời tiết khí hậu nên năng suất điều thế giới sụt giảm trầm trọng. Bra-xin là nước chưa bao giờ nhập điều thô mà nay phải đi tìm nguyên liệu về cho chế biến trong nước. Việt Nam, Ấn Độ do mất mùa nên cần phải nhập nhiều hơn. Do đó, giá điều thô trên thế giới cũng nóng dần lên, có thời điểm đạt tới 2.000 USD/tấn (Xuân Bình, 2017), ngoài ra còn do nhu cầu tăng mạnh ở các thị trường truyền thống như Mỹ, Trung Quốc, Châu Âu, khối A Rập... trong khi nguồn cung giảm. Tính chung giai đoạn 2006-2016, Việt Nam chế biến và xuất khẩu bình quân được 222,6 nghìn tấn điều nhân/năm, kim ngạch đạt 1,44 tỷ USD/năm, chiếm 1,43% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa hàng năm của Việt Nam ra thế giới. Tuy nhiên, tình hình giá cả trong

nước và quốc tế diễn biến phức tạp và khó lường, nguồn cung nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu bấp bênh, sản phẩm chưa đa dạng, chi phí đầu vào tăng cao cũng đang là nguyên nhân ảnh hưởng đến giá trị xuất khẩu của ngành điều trong những năm tới.



Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam.

**Đồ thị 1:** Xuất khẩu điều nhân của Việt Nam giai đoạn 2006-2016'

### 3.2.2. Nhập khẩu

Trong khi hầu hết các ngành nông sản của Việt Nam như cà phê, hồ tiêu, cao su... phát triển dựa trên nguyên liệu sẵn có và xuất khẩu chủ yếu theo dạng thô, thì ngành điều lại nhập khẩu nguyên liệu để chế biến và xuất khẩu. Theo thống kê của Vinacas tính đến năm 2012, rất nhiều năm điều thô trong nước chỉ đáp ứng được khoảng 50% nhu cầu, còn lại các doanh nghiệp phải nhập điều thô từ nước ngoài cho chế biến xuất khẩu (Foodcrups, 2012). Cũng theo kết quả tính toán có được từ nguồn số liệu của Un Comtrade trong giai đoạn 2006-2016, trung bình mỗi năm Việt Nam nhập khẩu khoảng 400 nghìn tấn điều chưa bóc vỏ phục vụ công nghiệp chế biến trong nước, tuy nhiên con số này đang không ngừng gia tăng qua các năm khi nguồn cung trong nước suy giảm. Đến năm 2016, Việt Nam đã phải nhập khẩu tới 1,03 triệu tấn điều chưa bóc vỏ phục vụ chế biến và tái xuất khẩu. Thị trường nhập khẩu chính của Việt Nam là Tây Phi, Đông Phi, In-đô-nê-xi-a, Căm-pu-chia...

### 3.2.3. Vị trí và thị phần của hạt điều Việt Nam trên thị trường thế giới

Trước năm 1996 Việt Nam vẫn còn xuất khẩu điều thô, năm 1996-1997 Việt Nam đã chấm dứt xuất khẩu điều thô qua Ấn Độ, giữ lại để chế biến, phục vụ cho xuất khẩu điều nhân. Năm 2000-2001,

Việt Nam trở thành nước có sản lượng điều thô đứng thứ hai thế giới. Năm 2002-2003, Việt Nam là nước sản xuất, chế biến và xuất khẩu lớn thứ hai thế giới, chỉ sau Ấn Độ (Agro Info, 2012). Năm 2006, Việt Nam đã vượt qua Ấn Độ và Bra-xin trở thành nước xuất khẩu điều nhân lớn nhất thế giới. Theo kết quả tổng hợp từ

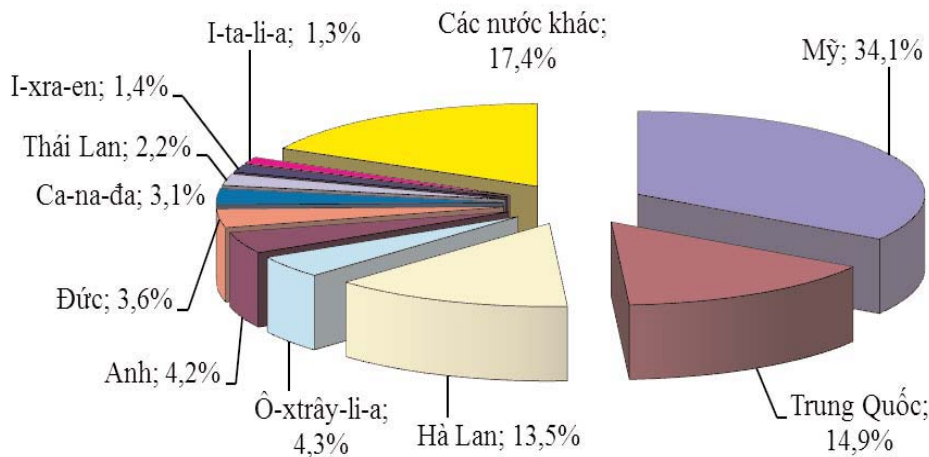
nguồn số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê Việt Nam, FAO và Un Comtrade, sản lượng điều chưa bóc vỏ của Việt Nam năm 2016 đạt 1,22 triệu tấn, chiếm 24,9% sản lượng điều thô toàn thế giới; chế biến và xuất khẩu được 346,8 nghìn tấn điều nhân, đạt kim ngạch 2,84 tỷ USD, chiếm 62,5% kim ngạch xuất khẩu điều nhân toàn thế giới. Như vậy, tính đến nay trong số 32 nước trồng điều trên thế giới, Việt Nam là một trong ba nước có sản lượng điều lớn nhất thế giới (Nguyễn Hoàng, 2010; Đinh Văn Thành, 2010). Trong vòng 11 năm liên tục từ năm 2006 đến năm 2016, Việt Nam đã trở thành quốc gia xuất khẩu điều nhân lớn nhất thế giới. Cũng chính nhờ có công nghệ chế biến ưu việt, Việt Nam từ chỗ xuất khẩu điều thô với giá trị thấp đã vươn lên trở thành quốc gia chế biến điều nhân đứng thứ hai thế giới và xuất khẩu điều nhân đứng đầu thế giới. Tính từ năm 2016 đến nay, Việt Nam đã vươn lên dẫn đầu thế giới về chế biến và xuất khẩu điều nhân. Đối với chất lượng hạt điều, Việt Nam cũng được ca ngợi là nước có chất lượng điều nhân số một thế giới và thơm ngon hơn hẳn các quốc gia khác. Đây chính là những lợi

1. Số liệu trên các cột trong đồ thị phản ánh kim ngạch xuất khẩu (triệu USD).



thế mà Việt Nam cần tiếp tục phát huy để đẩy mạnh xuất khẩu.

Việt Nam tuy là nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu điều nhân nhưng mức tiêu thụ trong nước lại chiếm tỷ lệ rất nhỏ, chỉ chiếm khoảng 2% sản lượng điều nhân đã qua chế biến. Thị trường trong nước được đánh giá là đầy tiềm năng với 92,7 triệu dân (2016) chưa được chú ý phát triển, do đó trong thời gian tới các nhà sản xuất kinh doanh nên quan tâm mở rộng tiêu thụ tại thị trường nội địa (Bộ NN & PTNT, 2012). Hiện nay hạt điều Việt Nam đã có mặt trên 100 quốc gia và vùng lãnh thổ, với trên 300 doanh nghiệp tham gia chế biến xuất khẩu điều (Bộ NN & PTNT, 2012; Mạnh Hùng, 2012). Các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam năm 2016 là Mỹ, Trung Quốc, Hà Lan, Ô-xtrây-li-a, Anh, Đức, Ca-na-đa..., trong đó Mỹ chiếm 34,1%, Trung Quốc chiếm 14,9% và các nước EU chiếm 24,8% tổng kim ngạch xuất khẩu điều nhân của Việt Nam (đồ thị 2).



Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam

**Đồ thị 2:** Cơ cấu thị trường xuất khẩu điều nhân của Việt Nam năm 2016

#### 4. Đánh giá chung ngành điều Việt Nam

Qua nghiên cứu thực trạng sản xuất, xuất nhập khẩu và vị thế của điều Việt Nam trong giai đoạn 2006-2016 cho thấy, ngành điều Việt Nam là một trong những ngành hàng nông sản xuất khẩu chủ lực có rất nhiều thế mạnh để tiếp tục phát triển và khẳng định vững chắc vị thế trên thị trường thế giới, nhưng cũng tồn tại không ít yếu kém cần sớm được xem xét giải quyết triệt để, nhằm giúp ngành điều phát triển ổn định và bền vững trong những năm tới. Những thế mạnh và yếu kém đó có thể

được tổng kết và đánh giá qua một số điểm chính sau đây:

##### 4.1. Điểm mạnh

*Thứ nhất*, Việt Nam có tiềm năng về đất đai và điều kiện sinh thái thích hợp để cây điều phát triển với năng suất và chất lượng cao, đặc biệt tại các tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ, Tây Nguyên và Duyên hải Nam Trung Bộ, nhất là tỉnh Đồng Nai và Bình Phước. Hạt điều Việt Nam được khách hàng quốc tế đánh giá rất cao về chất lượng, không chỉ thơm ngon nhất thế giới mà còn đạt yêu cầu về màu sắc, kích cỡ và vệ sinh an toàn thực phẩm... nên nhu cầu của thế giới về hạt điều Việt Nam ngày càng tăng lên rất mạnh. Chính vì vậy, Chính phủ và các Bộ ngành ngay từ những năm 1980 đã có những định hướng cũng như các chương trình, đề án và quy hoạch phát triển ngành điều trong ngắn và dài hạn theo hướng phát triển bền vững, nhờ đó giúp ngành điều khẳng định được vị thế trên thị trường quốc tế.

*Thứ hai*, Việt Nam là một trong ba quốc gia sản xuất điều lớn nhất thế giới, năng suất hạt điều Việt Nam gia tăng trong thời gian tương đối ngắn nhờ đầu tư thâm canh, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật trong chọn tạo giống, chăm sóc và thu hoạch... Việt Nam là một trong số các quốc gia có năng suất điều cao nhất thế giới, cao hơn cả Ấn Độ và Bra-xin.

*Thứ ba*, Việt Nam chủ động về công nghệ chế biến, đang

sở hữu nhiều công nghệ chế biến vượt trội, giúp giảm lao động tới 70 - 80%, giảm chi phí sản xuất 30 - 40% và giảm thời gian chế biến 30 - 50%... Chính nhờ công nghệ chế biến phù hợp trong khi giá thành thấp chỉ bằng 50 - 80% giá máy nhập khẩu (Minh Phương, 2015), vùng nguyên liệu và cơ sở chế biến tập trung, năng lực chế biến cao làm cho năng lực cạnh tranh của điều Việt Nam trên thị trường quốc tế ngày càng nâng cao.

*Thứ tư*, hạt điều được đánh giá là mặt hàng đứng đầu trong nhóm các mặt hàng nông sản xuất

khẩu chủ lực của Việt Nam, xếp trên cả rau quả, cà phê, lúa gạo và hồ tiêu. Từ năm 2016 trở lại đây, trung tâm điều thế giới đã được dịch chuyển từ Ấn Độ về Việt Nam, trở thành trung tâm chế biến và xuất khẩu điều nhân lớn nhất thế giới. Bên cạnh đứng đầu về chế biến và xuất khẩu điều nhân, Việt Nam cũng đã có thêm nhiều doanh nghiệp quan tâm tới đầu tư chế biến sâu các sản phẩm giá trị gia tăng của hạt điều xuất khẩu như điều rang muối, điều tẩm mật ong, điều wasabi, điều rang củi... mặc dù chỉ chiếm khoảng 6% giá trị kim ngạch xuất khẩu về điều (Công Phiên, 2018), nhưng đã cho thấy sự chuyển hướng đúng đắn của ngành điều Việt Nam.

### 4.2. Điểm yếu

*Thứ nhất*, việc chọn và tạo giống thích hợp với điều kiện từng địa phương chưa được chú trọng, hơn 75% diện tích vườn điều là giống cũ, quảng canh, chưa được cải tạo... gây nhiều khó khăn trong đầu tư để tăng năng suất. Việc đánh giá và quy hoạch vùng đất trồng điều chưa được quan tâm đúng mức. Sản xuất đi đôi với tập huấn, chuyển giao tiến bộ kỹ thuật nông nghiệp và chế biến cho người nông dân trồng điều còn thiếu hiệu quả, thiếu đầu tư chiều sâu. Nhiều quy trình kỹ thuật thâm canh điều chưa được nông dân áp dụng rộng rãi vào sản xuất.

*Thứ hai*, các doanh nghiệp điều Việt Nam phụ thuộc quá lớn vào nguyên liệu điều nhập khẩu, đồng nghĩa với việc chưa tạo được vùng nguyên liệu vững chắc. Nguyên nhân chủ yếu là do diện tích lẫn năng suất điều ngày càng sụt giảm, trong đó diện tích điều già cỗi và bị thoái hóa không ngừng tăng lên; biến đổi khí hậu và thời tiết diễn biến bất thường, nhiều loại sâu bệnh bùng phát, khiến cho sản lượng điều thô trong nước giảm đáng kể, chỉ đáp ứng hơn 1/3 nhu cầu nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu. Phần còn lại phải nhập khẩu chủ yếu từ thị trường châu Phi với giá rất cao, trong khi chất lượng nguyên liệu kém và rủi ro hợp đồng lớn làm cho các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu điều nhân của Việt Nam chịu chi phí cao, sức cạnh tranh và giá trị gia tăng thấp. Thêm vào đó, chính sách thuế nhập khẩu điều thô vẫn còn bất cập, thủ tục thanh khoản với hải quan chưa thật thông thoáng; chính sách tiền tệ, tỷ giá và tín dụng chưa thực sự cởi mở cũng là những trở ngại cho ngành điều phát triển.

*Thứ ba*, ngành điều Việt Nam chủ yếu mới dừng lại ở việc xuất khẩu điều nhân, chưa có nhiều sản phẩm hàm lượng giá trị gia tăng cao để xuất khẩu do chi phí đầu tư phục vụ chế biến những sản

phẩm này khá lớn. Hoạt động liên kết cả chuỗi giá trị hạt điều gồm sản xuất - thu mua - chế biến - xuất khẩu còn theo kiểu tự phát, tính liên kết giữa người trồng điều với đại lý thu mua, doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thiếu chặt chẽ, chưa tham gia sâu vào chuỗi giá trị hạt điều toàn cầu, dẫn tới lợi nhuận mang lại cho doanh nghiệp lẫn người trồng điều trong nước vẫn còn thấp và chưa tương xứng. Vì thế, nhiều hộ nông dân đã chặt bỏ cây điều để chuyển sang các loại cây trồng khác có lợi thế cạnh tranh cao hơn như cao su, hồ tiêu... khiến cho diện tích điều vốn đã giảm lại càng giảm mạnh.

*Thứ tư*, việc kiểm soát chất lượng và giá cả thị trường nguyên liệu cũng gặp không ít khó khăn do tình trạng tranh mua tranh nhập vẫn còn diễn ra, trong khi việc phát triển vùng nguyên liệu bền vững hầu như không được chú trọng, đã đẩy giá nguyên liệu lên quá cao nhưng chất lượng giảm sút, khiến rất nhiều doanh nghiệp ngành điều đứng bên bờ vực phá sản. Việc giám định chất lượng sản phẩm vẫn còn phụ thuộc lớn vào thị trường xuất khẩu. Hạt điều chế biến của Việt Nam chưa có thương hiệu riêng, chưa có doanh nghiệp nào đủ tiềm lực để phát triển thương hiệu riêng cho hạt điều.

### 5. Đề xuất giải pháp

Để phát huy những điểm mạnh, đồng thời khắc phục có hiệu quả những tồn tại yếu kém kể trên, giúp ngành điều Việt Nam giữ vững vị thế trên thị trường thế giới, tiếp tục phát triển ổn định và bền vững, các chính sách và giải pháp chủ yếu mà ngành điều Việt Nam cần quan tâm bao gồm:

*Một là*, hoàn thiện cơ chế, chính sách: Nhà nước cần ban hành hệ thống tiêu chuẩn, quy trình kỹ thuật quốc gia về an toàn vệ sinh thực phẩm áp dụng cho các sản phẩm điều phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế; tiếp tục đầu tư ngân sách cho các chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học về cây điều; cụ thể hóa và có cơ chế ưu tiên lồng ghép các nguồn kinh phí để thực hiện các chính sách, đề án phát triển bền vững ngành điều đã được ban hành; đặc biệt cần nhanh chóng đổi mới và hoàn thiện các cơ chế, chính sách trong lĩnh vực tài chính - tín dụng, khoa học công nghệ và phát triển nhân lực, khuyến khích đầu tư cho sản xuất nguyên liệu, chế biến và đa dạng hóa sản phẩm gắn liền với tăng cường liên kết... nhằm giúp người trồng điều và các cơ sở chế biến xuất khẩu tăng cường đầu tư chiều sâu, mở rộng phát triển sản xuất kinh doanh, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm hạt điều phục vụ tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Bên cạnh đó, các cấp, các

ngành cũng cần tiếp tục thực hiện tốt chương trình cải cách hành chính của Chính phủ và Bộ NN & PTNT để người trồng điều và các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu điều tiếp cận dễ dàng hơn với các dịch vụ công (Bộ NN & PTNT, 2014; Cục Trồng trọt, 2016; Đinh Văn Thành, 2010).

*Hai là*, làm tốt công tác quy hoạch: Bộ NN & PTNT cần chỉ đạo các tỉnh tập trung làm tốt quy hoạch và cải tạo lại vườn điều, tăng đầu tư thâm canh, mở rộng diện tích những nơi có điều kiện như tỉnh Đồng Nai và Bình Phước; rà soát, phân loại, xác định chính xác diện tích điều tái canh, thâm canh, trồng xen, trồng dặm, trồng ghép để thay thế các giống điều cũ và những diện tích điều già cỗi cho năng suất thấp bằng những giống điều cao sản và chất lượng cao; đồng thời xây dựng kế hoạch, lộ trình và giải pháp huy động các nguồn lực thực hiện (Bộ NN & PTNT, 2014; Bùi Ngọc Sơn, 2011). Song hành với đó, Nhà nước cần quan tâm hỗ trợ ngành điều triển khai rộng công tác khuyến nông kỹ thuật trồng điều tới các hộ dân thuộc vùng quy hoạch.

*Ba là*, nâng cao năng lực sản xuất và chế biến: Trong khâu sản xuất: Bộ NN & PTNT cần phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ, các Viện nghiên cứu và các trường Đại học tiếp tục đầu tư nghiên cứu chọn tạo giống điều có năng suất, chất lượng cao, chống chịu bệnh hại và thích ứng với điều kiện biến đổi khí hậu tại các vùng trồng điều; hoàn thiện quy trình kỹ thuật và tập huấn chuyển giao cho người sản xuất; nghiên cứu các giải pháp đẩy mạnh cơ giới hóa từ chăm sóc đến thu hoạch (Bộ NN & PTNT, 2014). Trong khâu chế biến: Chính phủ cũng cần có nhiều chính sách khuyến khích thúc đẩy việc nghiên cứu công nghệ, thiết kế và chế tạo các dây chuyền thiết bị chế biến sâu sản phẩm điều phục vụ xuất khẩu; các doanh nghiệp chế biến cần tiếp tục đầu tư để nâng cấp và hợp lý hóa các công đoạn sản xuất để giảm chi phí; tổ chức sắp xếp lại các cơ sở chế biến điều không đáp ứng đủ tiêu chuẩn, đồng thời cũng cho thành lập mới các cơ sở chế biến đầu mối lớn, có thiết bị công nghệ hiện đại, có tiềm lực kinh tế mạnh để sản xuất các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, đủ sức cạnh tranh tại thị trường nước ngoài (Đinh Văn Thành, 2010).

*Bốn là*, giảm sự phụ thuộc vào nguyên liệu điều nhập khẩu: Bên cạnh hai giải pháp kể trên nhằm tăng cường khả năng tự chủ về nguyên liệu sản xuất trong nước cho chế biến xuất khẩu, ngành điều Việt Nam cũng cần tiếp tục nghiên cứu mở rộng vùng nguyên liệu một cách ổn định và lâu dài

sang các nước láng giềng như Lào, Căm-pu-chia... khi mà thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam là các nước châu Phi, trong đó đặc biệt là Bờ Biển Ngà đang có chiến lược giữ lại điều thô để chế biến điều nhân xuất khẩu. Song song với đó, Chính phủ cũng cần chỉ đạo các Bộ ngành liên quan có chính sách đầu tư chiều sâu, khuyến khích và hỗ trợ tích cực các doanh nghiệp trong ngành đẩy nhanh việc chuyển hướng từ chế biến xuất khẩu điều nhân sang các sản phẩm chế biến sâu có giá trị gia tăng cao, giúp ngành điều vừa giảm sự phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu, vừa tăng thu nhập cho người trồng điều và các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Mặt khác, Nhà nước cũng nên có chính sách bảo vệ bản quyền công nghệ chế biến điều trong nước nhằm giảm nguy cơ mất dần nguồn nhập khẩu điều thô, hơn nữa giúp giữ vững vị thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

*Năm là*, tăng cường liên kết theo chuỗi giá trị: Cơ quan xúc tiến thương mại của Bộ NN & PTNT, Bộ Công thương cần phối hợp với Vinacas cung cấp thông tin, hướng dẫn, tư vấn đầy đủ về thị trường và giá cả cho các doanh nghiệp thu mua, nhập khẩu, chế biến và xuất khẩu điều trong nước, nâng cao tính minh bạch trên thị trường thông qua các phương tiện thông tin đại chúng; xây dựng và nhân rộng mô hình sản xuất giữa nông dân với công ty hoặc đại lý công ty nhằm giảm thiểu chi phí trung gian trong khâu thu mua. Tăng cường liên kết chặt chẽ và bền vững giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị, muốn vậy phải đảm bảo hài hòa lợi ích giữa doanh nghiệp và nông dân trồng điều, tránh tình trạng ép giá khi thu mua và chế biến hạt điều, do đó cần có hợp đồng ràng buộc rõ ràng chặt chẽ và sự tham gia chỉ đạo của các Bộ ngành liên quan lẫn chính quyền địa phương, đồng thời cũng cần phát huy hơn nữa vai trò tích cực của các nhà khoa học, các Viện nghiên cứu và Hiệp hội ngành hàng nhằm giúp gắn kết và đảm bảo lợi ích giữa các bên tham gia (Đinh Văn Thành, 2010).

*Sáu là*, đa dạng hóa sản phẩm và phát triển thị trường: Các doanh nghiệp Việt Nam cần tận dụng những thế mạnh của mình để tạo ra nhiều mặt hàng mới lạ, độc đáo và ấn tượng hơn như bánh ngọt nhân điều, nước ép điều, dầu vỏ hạt điều... phù hợp với thị hiếu từng thị trường, trong đó đặc biệt chú trọng đến bao gói sản phẩm xuất khẩu; gắn liền với đó cần tập trung xây dựng các thương hiệu riêng có uy tín cho các sản phẩm điều xuất khẩu để vươn tới các mạng lưới bán



buôn và bán lẻ toàn cầu. Bên cạnh đó, để có thể giữ vững các thị trường lớn hiện nay như EU và Mỹ, Việt Nam cần có một chiến lược và kế hoạch xúc tiến xuất khẩu dài hạn chuyên nghiệp hơn với những bước đi cụ thể phù hợp cả ở tầm quốc gia và doanh nghiệp. Muốn vậy, công tác thông tin và quảng bá giúp các doanh nghiệp nước ngoài biết và quan tâm nhiều hơn nữa tới các sản phẩm điều của Việt Nam cần được tăng cường đẩy mạnh. Ở đó, vai trò quản lý và phối hợp của các tổ chức xúc tiến thương mại Nhà nước đối với hoạt động xúc tiến thương mại tại nước ngoài đóng vai trò quan trọng (Nguyễn Duy Kiên và cs, 2014). Ngoài ra, thị trường nội địa với 92,7 triệu dân có nhu cầu tiêu dùng đang tăng cao cũng cần được chú ý nhiều hơn.

### 6. Kết luận

Những năm qua, ngành điều Việt Nam ngày càng nâng cao được vị thế của mình trên thị trường thế giới, khẳng định thế mạnh truyền thống của nông nghiệp Việt Nam. Cây điều đã tạo công ăn việc làm và tăng thu nhập cho hàng triệu người lao động, góp phần không nhỏ trong công cuộc xóa đói giảm nghèo, bảo vệ môi trường sinh thái và tăng thu ngoại tệ cho đất nước. Tuy nhiên, những kết quả đã đạt được trong sản xuất và xuất khẩu chưa tương xứng với tiềm năng và thực lực vốn có. Trong thời gian tới, ngành điều Việt Nam cùng với việc chú trọng phát triển vùng nguyên liệu ổn định và bền vững, cần có chiến lược chuyển dần từ xuất khẩu nhân điều nguyên liệu sang xuất khẩu nhân điều thành phẩm bằng việc tập trung nghiên cứu và đưa máy móc tự động, hiện đại vào phục vụ cho công nghiệp chế biến nhân điều và các sản phẩm sau nhân điều, phù hợp với yêu cầu của thị trường; cần tiếp tục đầu tư nghiên cứu giống điều cao sản, chuyển giao tiến bộ kỹ thuật cho người trồng, liên kết giữa doanh nghiệp chế biến và người sản xuất với mục tiêu là tăng trưởng về năng suất và chất lượng sản phẩm, đồng thời tăng cường các chương trình xúc tiến thương mại riêng cho ngành. Đây chính là con đường phát triển bền vững cho ngành điều Việt Nam trong những năm tới.

### Tài liệu tham khảo:

1. Xuân Bình (2017), Giá xuất khẩu hạt điều tăng mạnh, Hà Nội. [http://www.vinacas.com.vn/index.php?route=common/news/details&news\\_id=1674](http://www.vinacas.com.vn/index.php?route=common/news/details&news_id=1674).

2. Bộ NN & PTNT (2014), *Quyết định về việc phê duyệt Đề án phát triển bền vững ngành điều Việt Nam đến năm 2020*, Hà Nội.

3. Cục Trồng trọt - Bộ NN & PTNT (2016), *Báo cáo kết quả thực hiện công tác 2016 và triển khai kế hoạch năm 2017 lĩnh vực trồng trọt*, Hà Nội.

4. Nguyễn Hoàng (2010), *Sức sống mới cho hạt điều Việt Nam*, Hà Nội. <http://baochinhphu.vn/Tin-noi-bat/Suc-song-moi-cho-hat-dieu-Viet-Nam/28745.vgp>.

5. Nguyễn Duy Kiên, Nguyễn Tú Anh, Ngô Văn Phong, Trần Ngọc Trung (2014), *Giới thiệu thị trường Hoa Kỳ*, NXB Công thương, Hà Nội.

7. Bùi Ngọc Sơn (2011), *Nâng cao năng lực xuất khẩu nhóm hàng nông lâm thủy sản của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản (sách chuyên khảo)*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.

8. Đinh Văn Thành (2010), *Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam*, NXB Công Thương, Hà Nội.

### Summary

Cashew has become the traditional strength of Vietnamese agriculture. In the period 2006-2016, despite the decreased area, and unstable yield, the productivity was still 3.9 tons / ha. Export result was very positive; the cashew nut export turnover was 1.44 billion USD / year, accounting for 1.43% of total export turnover of the country. Cashew is one of Vietnam's key export commodities, ranking number 1 in world export. Vietnamese cashew has been exported to more than 100 countries and territories. The industry is increasingly affirming its high position in the world market, creating jobs, contributing to poverty reduction and generating significant foreign exchange earnings. However, there are still many shortcomings and weaknesses in the production and export of cashew which should be quickly resolved in terms of mechanisms, policies, planning, production and processing capacity, linkage along the value chain, market diversification and development... to help Vietnamese cashew industry develop stably and sustainably.