

Số: 1684/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 30 tháng 9 năm 2015

CỘNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ CHÍNH PHỦ

ĐẾN Giờ:
Ngày: ..01/10.....

QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt chiến lược hội nhập kinh tế quốc tế ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn đến năm 2030

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Căn cứ Nghị định số 199/2013/NĐ-CP ngày 26 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn;

Căn cứ Nghị quyết số 31/NQ-CP ngày 13 tháng 5 năm 2014 của Chính phủ về việc ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 22-NQ/TW ngày 10 tháng 4 năm 2013 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt “Chiến lược Hội nhập kinh tế quốc tế ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn đến năm 2030” với những nội dung chủ yếu sau:

I. QUAN ĐIỂM VÀ MỤC TIÊU**1. Quan điểm**

Hội nhập kinh tế quốc tế gắn với quá trình tái cơ cấu, thay đổi mô hình tăng trưởng của đất nước và của ngành trên cơ sở phát huy nội lực; hoàn thiện thể chế, nâng cao chất lượng nhân lực, hiện đại hóa kết cấu hạ tầng, nâng cao năng lực cạnh tranh; tăng liên kết vùng trong nước.

Tuân thủ các cam kết quốc tế đi đôi với chủ động xây dựng và vận dụng các quy tắc, luật lệ quốc tế và tham gia tích cực vào các hoạt động của cộng đồng khu vực và quốc tế;

Hội nhập nhằm đảm bảo các lợi ích về kinh tế, xã hội môi trường, quốc phòng, chính trị, ngoại giao, phát huy tối đa lợi thế so sánh của các bên, làm sâu sắc hơn quan hệ với các đối tác, nhất là các đối tác chiến lược, tạo sự đan xen gắn kết lợi ích để khai thác tối đa cơ hội, khắc phục hạn chế, phòng tránh rủi ro.

2. Mục tiêu

Mục tiêu chung: Phát huy toàn diện vai trò hội nhập kinh tế quốc tế để tạo

môi trường thuận lợi, tăng nguồn lực, mở rộng thị trường nhằm phát triển ngành nông nghiệp Việt Nam bền vững, hiệu quả, tạo nhiều việc làm và nâng cao thu nhập người dân.

Mục tiêu cụ thể:

Phát triển nền nông nghiệp Việt Nam bền vững và hiệu quả dựa trên lợi thế và khả năng cạnh tranh, hạn chế tác động bất lợi của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Phát triển các thị trường có giá trị cao và bền vững cho nông sản xuất khẩu của Việt Nam ở cả địa bàn truyền thống và địa bàn mới, tăng cường tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng, thúc đẩy đổi mới tư duy, khoa học công nghệ, đổi mới thể chế chính sách nhằm xây dựng nội lực nền nông nghiệp mạnh, nâng cao sức cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường thế giới.

Phát triển doanh nghiệp và thu hút đầu tư để khai thác thế mạnh của nông nghiệp, góp phần tăng giá trị cho sản xuất nông nghiệp, tăng thu nhập cho nông dân.

II. ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC VÀ GIẢI PHÁP

1. Định hướng tổng thể

Chủ động tham gia các cam kết thị trường quan trọng, mang tính chiến lược của khu vực và thế giới, tăng cường tiếp cận các thị trường nông sản quan trọng.

Ưu tiên tăng cường hợp tác với các đối tác lớn về sản xuất, kinh doanh nông nghiệp.

Đối với các hiệp định thương mại tự do (FTA) đang đàm phán sẽ theo những định hướng hội nhập sau:

- Tăng thị phần, thị trường xuất khẩu nông lâm thủy sản vào các đối tác trong FTAs thông qua xóa bỏ thuế quan, hạn chế các hàng rào kỹ thuật đối với hàng nông lâm thủy sản, đàm phán công nhận lẫn nhau về các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch động thực vật (SPS).

- Đẩy mạnh hợp tác kinh tế, kỹ thuật, sở hữu trí tuệ và giải quyết tranh chấp.

- Giảm nhẹ các biện pháp phòng vệ thương mại, xâm nhập sâu hơn vào thị trường thông qua cơ hội liên kết với các tập đoàn bán lẻ.

- Bảo vệ một số ngành sản xuất trong nước còn nhiều yếu kém nhưng có triển vọng tăng cường khả năng cạnh tranh trong tương lai.

- Tăng cường hợp tác quốc tế trong các nỗ lực chống khai thác và thương mại bất hợp pháp động thực vật hoang dã và bảo vệ nguồn lợi tự nhiên.

Hội nhập trên cơ sở tuân thủ và phát huy cơ chế thị trường, đồng thời thể hiện ưu thế và khắc phục điểm yếu của nền sản xuất nông nghiệp Việt Nam, khai thác ưu điểm của đối tác, chủ động đề phòng các tác động tiêu cực có thể xảy ra, trên cơ sở công bằng, các bên cùng có lợi và bền vững.

2. Định hướng phát triển theo ngành hàng

a) Ngành hàng lúa gạo: Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, lúa gạo luôn giữ vai trò quan trọng và là ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Các thị trường xuất khẩu gạo chính là các thị trường truyền thống ASEAN (Philippines, Indonesia, và Malaysia), Trung Quốc, châu Phi, Bắc Mỹ, Đông Bắc Á, châu Âu.

Các giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường lúa gạo:

- Đàm phán để hạ thấp hàng rào thuế quan;
- Tăng cường liên kết đầu tư sản xuất tại các vùng chuyên canh ở Việt Nam để đa dạng hóa sản phẩm, đáp ứng nhu cầu của từng thị trường và đảm bảo lợi ích của các bên.

- Thúc đẩy liên kết doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam với doanh nghiệp của các nước nhập khẩu để xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp với nơi tiêu thụ;

- Tạo điều kiện để tiếp cận các nhà bán lẻ lớn;
- Phối hợp, thiết lập hệ thống thông tin thị trường cụ thể, minh bạch, kịp thời đặc biệt là những thông tin về tiêu chuẩn chất lượng và kỹ thuật;

Các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường lúa gạo:

- Trung Quốc: Thống nhất kiểm soát buôn bán tiểu ngạch, minh bạch hóa thông tin giữa 2 bên, đơn giản hóa thủ tục, chuyển dần buôn bán tiểu ngạch sang chính ngạch.

- ASEAN: Đàm phán để xây dựng quan hệ kinh doanh theo cơ chế thị trường, chuyển dần hợp đồng Chính phủ (G2G) sang hợp đồng thương mại; Tăng cường sự tin cậy giữa các bên và ổn định của thị trường lúa gạo khu vực, tránh các cuộc khủng hoảng về giá.

- Châu Phi: Thiết lập quan hệ chặt chẽ với các tổ chức quốc tế để có thể chuyển từ xuất khẩu trực tiếp sang xuất khẩu thông qua các tổ chức viện trợ; Đàm phán, phối hợp với các tổ chức tài chính quốc tế để có phương thức thanh toán đảm bảo khi thực hiện hợp đồng xuất khẩu.

- Châu Âu, Bắc Mỹ, Đông Bắc Á: Phối hợp và thu hút đầu tư để phát triển gạo chất lượng cao và những loại gạo chuyên biệt phục vụ từng thị trường.

b) Ngành hàng rau quả: Rau và quả là ngành hàng nông sản có kim ngạch xuất khẩu nhỏ nhưng có triển vọng trong tương lai. Các thị trường rau quả chính của Việt Nam gồm: Hoa Kỳ và Canada; Đông Bắc Á, Nga và Mông Cổ; Trung Quốc.

Các giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường rau quả:

- Phối hợp, thiết lập hệ thống thông tin thị trường cụ thể, minh bạch, kịp thời đặc biệt là những thông tin về tiêu chuẩn chất lượng và kỹ thuật;

- Đẩy mạnh đàm phán, đấu tranh về vấn đề rào cản kỹ thuật để đảm bảo tiêu chuẩn ở mức độ hợp lý, tạo điều kiện phát triển thương mại công bằng;

- Tăng cường hợp tác trong lĩnh vực thương mại, đẩy mạnh tiếp cận các tập đoàn xuyên quốc gia, chuỗi siêu thị lớn, hệ thống bán lẻ để kết nối trực tiếp với các thị trường này;

- Phối hợp, liên kết, thu hút đầu tư để phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng và dịch vụ hậu cầu, chế biến, vận chuyển, v.v... nhằm gia tăng giá trị, giảm chi phí vận chuyển.

Các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường rau quả:

Viễn Đông của Nga và Mông Cổ: Phối hợp tổ chức hệ thống phân phối, vận chuyển và giải quyết vấn đề thanh toán để thúc đẩy thương mại; Đàm phán và xử lý dứt điểm các vấn đề có liên quan như thủ tục hải quan, thủ tục thanh toán tiền tới hài hòa hóa, minh bạch, nhất quán để thúc đẩy thương mại.

Trung Quốc: Xây dựng quan hệ đối tác hoặc liên kết đầu tư dài hạn, tin cậy với người tiêu dùng cuối cùng (cơ sở chế biến, siêu thị, chuỗi bán lẻ...) thay vì qua nhiều khâu trung gian; Liên kết đầu tư giữa doanh nghiệp 2 bên để sản xuất theo vùng chuyên canh, có tiêu chuẩn chất lượng, có hợp đồng dài hạn; Quản lý hiệu quả, chính thức hóa thương mại qua biên giới, tập trung vào cửa khẩu chính ngạch, quy mô lớn để kiểm soát tốt thương mại, bảo vệ sản xuất trong nước, kiểm soát chất lượng nông sản.

c) Ngành hàng thủy sản: Việt Nam hiện là nhà sản xuất và xuất khẩu thủy hải sản lớn thứ 5 của thế giới. Các thị trường nhập khẩu chính là Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN. Thị trường các nước nhập khẩu thủy sản của Việt Nam có thể chia thành hai nhóm chính: (1) Nhóm các nước Hoa Kỳ, Nhật, EU và các nước phát triển có yêu cầu vệ sinh ATTP và kỹ thuật khắt khe; và (2) Trung Quốc. Mỗi nhóm các thị trường nhập khẩu có những nét khác biệt tương đối rõ nét nên định hướng chiến lược hội nhập kinh tế cho mỗi nhóm thị trường này cũng khác nhau.

Hoa Kỳ, Nhật, EU và các nước phát triển: Tiếp tục đẩy mạnh quá trình đa dạng hóa và gia tăng giá trị cho thủy sản; Tập trung xử lý các vấn đề rào cản thuế, phi thuế, kỹ thuật, công nhận lẫn nhau thông qua đàm phán song phương và đa phương dưới các hình thức thích hợp; đấu tranh chống mọi hành vi bóp méo thương mại và gây cản trở thương mại đối với thủy sản; Chú trọng công tác nghiên cứu thị trường trong và ngoài nước, đánh giá trữ lượng, đánh giá năng lực sản xuất, nghiên cứu và đánh giá thị trường và các thông tin cần thiết khác để đảm bảo tính minh bạch và dễ dự đoán của thị trường; Đẩy mạnh tham gia các hội chợ thương mại để quảng bá các tiêu chuẩn sản xuất tiên tiến của Việt Nam và hàng Việt Nam chất lượng cao; Cùng cố vai trò kết nối và hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp của các hiệp hội hoạt động trong lĩnh vực thủy hải sản; tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước, giữa doanh nghiệp trong nước với doanh nghiệp xuất nhập khẩu nước ngoài, các hiệp hội ngành hàng nước ngoài.

Trung Quốc: Đàm phán để kiểm soát buôn bán tiểu ngạch về lượng, chất lượng và giá cả, minh bạch hóa thông tin giữa 2 bên, chuyển dần buôn bán tiểu ngạch sang buôn bán chính ngạch; tiến đến xóa bỏ buôn bán tiểu ngạch; Phối hợp,

thiết lập hệ thống thông tin, nghiên cứu thị trường cụ thể, minh bạch, kịp thời đặc biệt là những thông tin về nhu cầu và chính sách biên mậu; Thúc đẩy liên kết đầu tư, liên kết giữa doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam với doanh nghiệp nhập khẩu của Trung Quốc để xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp với nơi tiêu thụ.

d) Ngành hàng cà phê: Việt Nam là nước xuất khẩu cà phê lớn thứ 2 thế giới nói chung và đứng thứ nhất về xuất khẩu cà phê Robusta. Cà phê của Việt Nam xuất khẩu sang một số thị trường chính như EU, Hoa Kỳ, các nước Đông Bắc Á (Nhật Bản và Hàn Quốc) và ASEAN.

Các giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường cà phê:

- Xúc tiến kêu gọi đầu tư vào công nghiệp chế biến, kết nối chế biến với tiêu thụ qua hình thức liên doanh liên kết, đảm bảo kết nối kênh tiêu thụ thông qua tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng cà phê tại các thị trường này.

- Thu hút đầu tư, liên doanh, liên kết phát triển chế biến cà phê tại Việt Nam nhằm đáp ứng nhu cầu thị hiếu tiêu dùng của nước nhập khẩu.

- Xúc tiến các chương trình hợp tác quảng bá thương hiệu và văn hóa cà phê Việt, tham gia các chuỗi cung ứng tại các quốc gia này.

Các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường cà phê:

EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản và Hàn Quốc: Là các thị trường truyền thống của Việt Nam, chiếm tới 1/2 tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu cà phê trong những năm gần đây, tiêu dùng cà phê lớn và ổn định nhưng lại yêu cầu khá khắt khe về tiêu chuẩn và chất lượng sản phẩm. Để củng cố thị trường tiêu thụ truyền thống này, cần tập trung vào xây dựng hệ thống thông tin về sản phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật, kết nối thông tin từ vùng sản xuất (được chứng nhận xuất xứ theo tiêu chuẩn quốc tế như 4C, Rainforest Alliance, UTZ Certificated,...) đến thị trường tiêu thụ cuối cùng (bao bì, đóng gói,...).

ASEAN và Trung Quốc: Thiết lập quan hệ giữa các doanh nghiệp (B2B), xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp sản xuất - tiêu thụ; Xúc tiến đàm phán xây dựng các hệ thống bán lẻ cho cà phê Việt Nam tại các quốc gia này.

đ) Ngành hàng chè: Chè là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu quan trọng của Việt Nam. Chè của Việt Nam được xuất khẩu tới hơn 100 nước và vùng lãnh thổ với các thị trường xuất khẩu chính là Pakistan, Afganistan, Đài Loan, Iran và Trung Quốc.

Các giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường chè:

- Nâng cao năng lực áp dụng các tiêu chuẩn trong sản xuất chè nguyên liệu; gắn các vùng nguyên liệu với các nhà máy chế biến; chú trọng thâm canh tăng năng suất và chăm bón tốt cho cây chè.

- Không mở rộng số lượng nhà máy mà nên tập trung vào kiểm soát chất lượng, quy trình sản xuất theo các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, GMP của các nhà máy chế biến.

- Xây dựng các chương trình hỗ trợ thay thế các giống chè cũ bằng những giống mới năng suất chất lượng cao.

Các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường chè:

Pakistan và Afganistan: Pakistan là thị trường nhập khẩu chè lớn và tiềm năng nhất của Việt Nam, chiếm trên 28% về kim ngạch và 26% về lượng chè xuất khẩu. Để đẩy mạnh xuất khẩu sang hai thị trường này cần tập trung một số nội dung sau:

- Xuất khẩu các sản phẩm chè có thương hiệu và chất lượng cao hơn so với hiện nay; đầu tư nhiều hơn cho công nghệ đóng gói.

- Thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại cấp quốc gia và hỗ trợ các doanh nghiệp thiết lập quan hệ đối tác với các nhà nhập khẩu lớn của Pakistan để có các đơn hàng lớn, giá xuất khẩu cao hơn.

Nga và các thị trường trong liên minh thuế quan: Nga là thị trường tiêu thụ chè đen truyền thống và lớn thứ 2 của Việt Nam. Giá chè xuất khẩu sang Nga không cao nhưng yêu cầu của Nga về tiêu chuẩn chất lượng đối với mặt hàng chè nhập khẩu ngày càng cao, đang dần tiếp cận đến tiêu chuẩn của EU. Cạnh tranh trên thị trường chè của Nga cũng ngày càng gay gắt, do đó để giữ vững và phát triển thị phần tại thị trường này cần:

- Xây dựng các kênh phân phối tiêu thụ chè có chất lượng, có thương hiệu; quan hệ đối tác bền vững với các nhà nhập khẩu lớn của Nga.

- Xây dựng chiến lược thâm nhập các thị trường trong liên minh thuế quan.

EU, Hoa Kỳ: Là hai thị trường xuất khẩu tiềm năng, chủ yếu tiêu thụ chè đen và các loại chè có giá trị gia tăng. Để phát triển thị trường này, một số giải pháp cần thực hiện:

- Xây dựng vùng nguyên liệu đạt tiêu chuẩn chất lượng của EU, Hoa Kỳ, có phương án quản lý việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật để đảm bảo dư lượng thuốc tồn dư cho phép theo tiêu chuẩn EU.

- Xây dựng hệ thống thông tin tiêu chuẩn chất lượng, kết nối thông tin sản xuất với các thông tin thị trường tiêu thụ.

- Đầu tư cho công nghệ đóng gói để xuất khẩu chè sử dụng các loại bao gói thân thiện với môi trường.

- Xây dựng thương hiệu chè xanh Việt Nam và hợp tác với các đối tác quảng bá thương hiệu (hội chợ, phòng trưng bày và giới thiệu sản phẩm), văn hóa chè Việt và tham gia các chuỗi cung ứng tại các quốc gia này.

Đài Loan: Là thị trường xuất khẩu chè thứ hai của Việt Nam nhưng chủ yếu nhập khẩu chè nguyên liệu từ Việt Nam để chế biến nên giá trị gia tăng của chè xuất khẩu thấp. Do Đài Loan cũng là nước có ngành chè rất phát triển, đặc biệt là chè chất lượng cao, nên sản phẩm chè Việt Nam khó thâm nhập phân khúc thị trường chè chế biến vốn là thế mạnh của Đài Loan. Để thâm nhập phân khúc thị trường này, cần đẩy mạnh thu hút đầu tư hoặc từ Đài Loan để sản xuất và chế biến chè tại Việt Nam, xuất khẩu thành phẩm sang Đài Loan.

Trung Quốc: Là thị trường xuất khẩu chè lớn của Việt Nam. Xuất khẩu chè sang Trung Quốc thường qua đường tiểu ngạch, rủi ro lớn cả về giá và thanh

toán. Do đó cần hạn chế xuất khẩu chè tiêu ngạch sang Trung Quốc, chuyển sang xuất khẩu chính ngạch, cần đẩy mạnh kí kết các hợp đồng chính thức với các đối tác; xây dựng thương hiệu chè của Việt Nam và chuỗi giá trị xuyên biên giới với các kênh phân phối uy tín, ổn định vào sâu trong lục địa Trung Quốc.

e) Ngành hàng cao su: Là một trong những mặt hàng có giá trị xuất khẩu cao, cao su Việt Nam xuất khẩu sang một số thị trường chính như Trung Quốc, ASEAN, Ấn Độ, Đông Bắc Á và EU. Để tăng cường hiệu quả của ngành hàng này trong định hướng về hội nhập với từng nhóm thị trường cụ thể như sau:

Trung Quốc: Là thị trường xuất khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam, xuất khẩu cao su sang thị trường Trung Quốc chủ yếu thông qua hình thức tiêu ngạch. Một số giải pháp để ổn định thị trường này: Thống nhất kiểm soát buôn bán tiêu ngạch, minh bạch hóa thông tin, đơn giản hóa thủ tục, chuyển dần từ xuất khẩu tiêu ngạch sang chính ngạch, tiến tới xóa bỏ buôn bán tiêu ngạch; Xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp giữa các doanh nghiệp (B2B), hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu về pháp lý, thông tin, tổ chức, kỹ thuật tiếp cận doanh nghiệp chế biến / sử dụng cao su tại Trung Quốc.

Đông Bắc Á (Nhật Bản và Hàn Quốc): Có nhu cầu nhập khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam để phát triển các ngành công nghiệp thế mạnh như ô tô, là cơ hội tốt cho ngành hàng cao su của nước ta. Với các quốc gia này, cần tập trung vào một số nội dung sau: Xúc tiến đầu tư, liên doanh, liên kết phát triển chế biến cao su đáp ứng tiêu chuẩn sản phẩm theo yêu cầu của thị trường nhập khẩu; Hỗ trợ xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp sản xuất - tiêu thụ.

ASEAN và Ấn Độ: Là các thị trường truyền thống của cao su Việt Nam, ASEAN với 2 nhà nhập khẩu chính là Malaysia và Indonesia. Đây được xác định là các thị trường tiềm năng, có sức tiêu thụ lớn và cũng là cơ hội đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Để đạt mục tiêu này, cần tập trung vào một số biện pháp như xúc tiến kêu gọi đầu tư trong lĩnh vực trồng và chế biến cao su tại Việt Nam với các đối tác khu vực thông qua hình thức liên doanh trồng và chế biến cao su nhằm ổn định nguồn cung nguyên liệu phục vụ công nghiệp chế biến của các đối tác. Việc mở rộng thị trường Ấn Độ đòi hỏi phải nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại (hội chợ, phòng trưng bày và giới thiệu sản phẩm), tìm kiếm đối tác liên doanh liên kết trong đầu tư công nghệ chế biến.

g) Ngành hàng điều: Là một trong những ngành hàng xuất khẩu chủ lực, Việt Nam hiện là nước chế biến và xuất khẩu điều nhân lớn nhất thế giới. Thị trường xuất khẩu điều chính của Việt Nam là Hoa Kỳ, EU và Trung Quốc. Một số giải pháp tăng cường xuất khẩu điều ra thị trường thế giới, như sau:

Hoa Kỳ và EU:

- Phối hợp, thiết lập hệ thống thông tin thị trường cụ thể, minh bạch, kịp thời, nhất là thông tin về tiêu chuẩn chất lượng ban hành mới của Hoa Kỳ và EU, và thông tin về mức độ tuân thủ tiêu chuẩn kỹ thuật của các nhà máy chế biến điều tại Việt Nam;

- Tổ chức Chương trình hợp tác xúc tiến thương mại giữa Việt Nam với Hoa Kỳ và EU, tăng cường trao đổi đoàn doanh nghiệp giữa các bên để tạo điều kiện

cho các doanh nhân gặp gỡ, tiếp xúc và ký kết hợp đồng, đẩy mạnh tiếp cận các tập đoàn xuyên quốc gia, chuỗi siêu thị lớn, hệ thống bán lẻ để kết nối trực tiếp với thị trường này.

- Phối hợp, liên kết, thu hút đầu tư để phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng và dịch vụ hậu cần, chế biến, vận chuyển,... nhằm tăng giá trị gia tăng, giảm chi phí vận chuyển.

Trung Quốc:

- Hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu điều của Việt Nam tiếp cận hệ thống bán lẻ tại Trung Quốc về pháp lý, thông tin, tổ chức, kỹ thuật;

- Phối hợp thực hiện nghiên cứu thị trường và thiết lập kênh thông tin thường xuyên;

- Thống nhất kiểm soát buôn bán tiểu ngạch, minh bạch hóa thông tin, đơn giản hóa thủ tục, chuyển dần từ tiểu ngạch sang chính ngạch.

h) Ngành hàng tiêu: Là ngành hàng xuất khẩu chủ lực, Việt Nam liên tục là nước dẫn đầu về xuất khẩu hạt tiêu trên thị trường thế giới. EU, Hoa Kỳ và Trung Đông là những thị trường xuất khẩu chính ngành hàng tiêu Việt Nam. Một số giải pháp phát triển thị trường hồ tiêu như sau:

EU và Hoa Kỳ:

- Phối hợp, thiết lập hệ thống thông tin thị trường cụ thể, minh bạch, kịp thời, nhất là những thông tin về tiêu chuẩn chất lượng ban hành mới của EU và Hoa Kỳ, và thông tin mức độ tuân thủ tiêu chuẩn kỹ thuật của các nhà máy chế biến hạt tiêu tại Việt Nam;

- Phối hợp, liên kết, thu hút đầu tư để phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng và dịch vụ hậu cần, chế biến, vận chuyển... nhằm gia tăng giá trị, giảm chi phí vận chuyển;

- Xây dựng các chương trình xúc tiến thương mại, tăng cường các chương trình trao đổi đoàn giữa 2 bên để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp gặp gỡ, tiếp xúc và ký kết hợp đồng và tiếp cận hệ thống bán lẻ để kết nối với các thị trường này.

Trung Đông:

- Tăng cường hợp tác trong lĩnh vực thương mại, đẩy mạnh tiếp cận các tập đoàn, chuỗi siêu thị, hệ thống bán lẻ tại Trung Đông để kết nối trực tiếp với thị trường này;

- Xây dựng cơ chế trao đổi thông tin về thị trường, kênh phân phối; xây dựng các chương trình xúc tiến thương mại;

- Thiết lập quan hệ hợp tác giữa các ngân hàng Việt Nam và ngân hàng nước nhập khẩu để xây dựng cơ chế, phương thức thanh toán nhanh chóng, an toàn.

i) Ngành hàng gỗ và các sản phẩm từ gỗ: Thị trường chính xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam hiện nay tập trung vào 5 thị trường chủ lực là Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, EU và Hàn Quốc.

Giải pháp chung thúc đẩy phát triển thị trường gỗ và sản phẩm từ gỗ:

- Thiết lập và vận hành cơ sở dữ liệu thị trường, thường xuyên cập nhật, chia sẻ thông tin giá cả, chính sách thị trường, các hàng rào kỹ thuật trên cơ sở sử dụng và khai thác có hiệu quả hệ thống thông tin thị trường về gỗ và sản phẩm gỗ của Tổ chức Gỗ nhiệt đới quốc tế (ITTO).

- Đổi mới công tác xúc tiến thương mại, nghiên cứu, đánh giá xu hướng thị trường, tìm kiếm đối tác theo hướng hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp tham gia các hội chợ, diễn đàn thương mại gỗ quốc tế và trong nước.

- Tăng cường quảng bá, xây dựng thương hiệu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam trên thị trường thế giới (ưu tiên vào thị trường Hoa Kỳ, EU, Nhật và Hàn Quốc).

- Tăng cường năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp chế biến gỗ xuất khẩu của Việt Nam, chú trọng vào khâu thiết kế, nâng cao chất lượng hơn là hạ giá thành sản phẩm, tăng cường liên kết giữa nhà sản xuất và phân phối.

- Xây dựng hệ thống đảm bảo gỗ hợp pháp Việt Nam để nâng cao hình ảnh ngành chế biến gỗ xuất khẩu, tăng tính tin cậy về nguồn gốc gỗ.

- Đẩy mạnh trồng rừng nguyên liệu từng bước đáp ứng nhu cầu ngành chế biến gỗ xuất khẩu.

Giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển thị trường gỗ và sản phẩm từ gỗ:

Hoa Kỳ:

- Khuyến khích và hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp tham gia các hội chợ đồ gỗ tại Hoa Kỳ; mời các nhà nhập khẩu tham gia hội chợ trong nước như EXPO, VIFA Home, VIFA Fair;

- Sớm kết thúc đàm phán hiệp định VPA/FLEGT với EU để tăng niềm tin tại thị trường Hoa Kỳ và thiết lập hệ thống đảm bảo nguồn gốc gỗ hợp pháp (TLAS) để cấp giấy chứng nhận gỗ hợp pháp cho các doanh nghiệp xuất khẩu;

EU:

- Sớm kết thúc đàm phán hiệp định VPA/FLEGT với EU và thiết lập hệ thống đảm bảo nguồn gốc gỗ hợp pháp (TLAS) để cấp giấy chứng nhận gỗ hợp pháp cho các doanh nghiệp xuất khẩu.

- Đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến thương mại mặt hàng đồ gỗ tại thị trường Anh, Đức, Hà Lan, Bỉ, Pháp để lan tỏa sang các thị trường khác của EU.

- Khuyến khích các doanh nghiệp liên kết lại với nhau để có khả năng xuất khẩu các lô hàng lớn nhằm tận dụng sự hợp tác về hậu cần, kho bãi trữ hàng, tạo điều kiện giao hàng đúng hạn để giữ uy tín.

Nhật Bản và Hàn Quốc:

- Xây dựng và ban hành các chính sách khuyến khích các doanh nghiệp FDI chuyển đổi mô hình từ trồng rừng cho sản xuất dăm sang ván nhân tạo hoặc chế biến đồ gỗ xuất khẩu;

- Khuyến khích hỗ trợ các doanh nghiệp chế biến đồ gỗ Việt Nam khảo sát thị trường, tìm hiểu thị hiếu, tìm kiếm đối tác tại Nhật Bản và Hàn Quốc;

- Tăng cường giao lưu, quảng bá đồ gỗ Việt Nam tại Nhật Bản, Hàn Quốc thông qua các chương trình giao lưu văn hóa, thương mại hai nước.

Trung Quốc:

- Tập trung đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng thủ công mỹ nghệ để giải quyết lượng hàng tồn lớn;

- Khuyến khích các doanh nghiệp xuất khẩu theo đường chính ngạch;

- Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu đồ gỗ và hàng thủ công mỹ nghệ đề nghị các hiệp hội cảnh báo cho các doanh nghiệp thành viên cần có biện pháp giảm thiểu rủi ro khi buôn bán với thương lái Trung Quốc bằng cách yêu cầu các doanh nghiệp Trung Quốc trả tiền trước khi chuyển hàng;

k) Ngành chăn nuôi: Trong nông nghiệp, chăn nuôi chiếm vị trí quan trọng tuy nhiên xuất khẩu chăn nuôi và sản phẩm chăn nuôi rất khiêm tốn, chưa tới 150 triệu USD/năm, trong khi giá trị nhập siêu khoảng 500 triệu USD/năm. Các sản phẩm xuất khẩu tiềm năng là mật ong, trứng vịt muối và một số đặc sản vùng địa phương xuất sang thị trường các nước phát triển như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hồng Kông và Singapore. Chiến lược xâm nhập thị trường xuất khẩu cho các sản phẩm chăn nuôi cần tập trung vào các vấn đề sau:

- Chủ động nghiên cứu cơ sở khoa học, đàm phán hạ thấp hàng rào kỹ thuật và giới hạn về dư lượng các chất cấm trong các sản phẩm chăn nuôi xuất khẩu.

- Tăng cường hợp tác quốc tế để thiết lập hệ thống thông tin thị trường, tiêu chuẩn chất lượng, rào cản thị trường để các doanh nghiệp chủ động trong việc cập nhật thường xuyên các thông tin này để thích ứng nhanh trong việc xây dựng chiến lược xuất khẩu.

- Tăng cường thu hút đầu tư, hợp tác ứng dụng KHCN phát triển chăn nuôi theo hướng tập trung, kiểm soát được dịch bệnh, truy xuất được nguồn gốc, chủ động kiểm soát được dư lượng các chất cấm trong sản phẩm và đảm bảo an ninh sinh học.

- Tiến hành nghiên cứu thị trường xuất khẩu tiềm năng như Trung Quốc, Hồng Kông (cho thịt lợn), Trung Quốc, Hồng Kông và Nhật Bản (thịt vịt) và Trung Quốc, Hồng Kông, Đài Loan và Singapore (trứng vịt) về cả quy mô thị trường và thị hiếu tiêu dùng.

- Xúc tiến thương mại, tìm kiếm bạn hàng, phát triển và quảng bá thương hiệu đối với các sản phẩm chăn nuôi xuất khẩu của Việt Nam.

Điều 2. Tổ chức thực hiện

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn:

- Rà soát pháp luật, luật lệ, chính sách, quy định trong các FTA thuộc phạm vi quản lý của Bộ để lên kế hoạch chỉnh sửa, bổ sung phù hợp với các cam kết đã ký kết; Lên kế hoạch xây dựng lực lượng và bổ sung trang bị, thay đổi chức năng, củng cố chuyên môn để có đủ năng lực đáp ứng công tác thực hiện biện pháp kỹ thuật theo các FTA; Rà soát quy trình quản lý nhà nước có liên quan để cắt giảm thủ tục, minh bạch hóa thông tin.

- Tăng cường công tác nghiên cứu chính sách, đánh giá tác động của các FTA tới các ngành sản xuất do Bộ quản lý để xác định lợi thế và đề ra ưu tiên về thị trường, ngành hàng theo từng FTA, qua đó thúc đẩy xuất khẩu nông sản ra thị trường thế giới.

- Nghiên cứu và làm việc với các Bộ, ngành liên quan, trình Chính phủ xem xét và cho phép bổ sung chức danh tham tán nông nghiệp tại các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài tại các thị trường xuất khẩu lớn như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Ấn Độ, v.v...

2. Bộ Ngoại giao phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn:

- Tìm hiểu các thị trường nông sản quốc tế để mở rộng thị trường xuất khẩu;
- Hỗ trợ giải quyết các rào cản thương mại và tranh chấp thương mại đối với nông lâm thủy sản khi có phát sinh.

3. Bộ Công Thương phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn:

- Tổ chức xúc tiến thương mại nông lâm thủy sản ra các thị trường quốc tế;
- Xây dựng các phương án đàm phán thương mại về nông lâm thủy sản trong khuôn khổ đàm phán các FTA;
- Giải quyết các rào cản thương mại và tranh chấp thương mại đối với nông lâm thủy sản khi có phát sinh.

4. Ủy ban chỉ đạo Quốc gia về Hội nhập quốc tế, Ban Chỉ đạo liên ngành Hội nhập quốc tế về Kinh tế, các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và cơ quan liên quan căn cứ chức năng, nhiệm vụ quản lý nhà nước theo quy định của pháp luật, có trách nhiệm chỉ đạo, tham gia thực hiện các nội dung có liên quan của Chiến lược này.

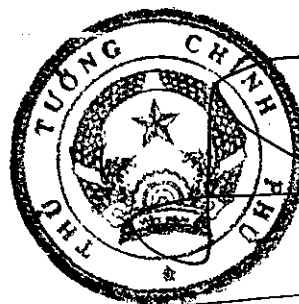
Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 4. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc CP;
- HĐND, UBND các tỉnh, TP trực thuộc TW;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- UBTW Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- Các tập đoàn kinh tế và tổng công ty nhà nước;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTg, TGĐ Công TTĐT, các Vụ: TH, KTN;
- Lưu: VT, QHQT (3b). TB 334

THỦ TƯỚNG



Nguyễn Tấn Dũng