

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

-----

**NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN**

**PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA  
CÔNG TY INTIMEX TRONG BỐI CẢNH  
KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:  
TS. NGUYỄN MINH HẰNG**

**Hà Nội, 2010**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các kết quả nghiên cứu của luận văn là trung thực, không sao chép của bất kỳ ai. Các số liệu trong luận văn có nguồn gốc cụ thể, rõ ràng.

*Hà Nội, ngày 22 tháng 02 năm 2010*

**Học viên**

**Nguyễn Thị Thanh Huyền**

## LỜI CẢM ƠN

Luận văn Thạc sỹ Quản trị Kinh doanh với đề tài: "*Phát triển xuất khẩu nông sản của công ty Intimex trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu*" là sự thể hiện những kiến thức đã thu nhận được của tác giả trong thời gian qua học tại Trường Đại học Ngoại Thương, dưới sự chỉ dẫn tận tình của các thầy cô trong Trường và đặc biệt là các thầy cô của Khoa sau Đại học.

Tác giả xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành sâu sắc tới các giảng viên, các nhà khoa học đã trang bị cho tác giả những kiến thức quý báu trong quá trình đào tạo tại trường Đại học Ngoại Thương.

Đặc biệt, tác giả xin được chân thành cảm ơn TS.Nguyễn Minh Hằng, người đã giúp đỡ tác giả rất tận tâm trong quá trình thực hiện luận văn này.

Tác giả cũng xin chân thành cảm ơn các bác, các chú, các anh chị phòng Kinh doanh 1 và phòng Kinh tế tổng hợp của công ty Intimex đã tận tình giúp đỡ, chỉ dẫn, cung cấp tài liệu để giúp tác giả hoàn thành luận văn này.

Tác giả cũng xin gửi lời cảm ơn của mình đến bạn bè, đồng nghiệp và người thân đã ủng hộ, động viên và tạo điều kiện tốt nhất để tác giả có thể tập trung hoàn thành luận văn này.

*Hà Nội, ngày 22 tháng 02 năm 2010*

**Học viên**

**Nguyễn Thị Thanh Huyền**

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1. Kim ngạch xuất khẩu của nước ta giai đoạn 2005 - 2009 .....	12
Bảng 1.2. Khối lượng xuất khẩu một số loại nông sản chủ yếu giai đoạn 2005 - 2009 .....	29
Bảng 1.3. Kim ngạch xuất khẩu nông sản tổng kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2005 - 2009 .....	31
Bảng 2.1. Tình hình tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh của công ty Intimex giai đoạn 2005 - 2008 .....	42
Bảng 2.2. Kim ngạch xuất khẩu nông sản của công ty Intimex giai đoạn 2005 - 2009 .....	45
Bảng 2.3. Một số mặt hàng xuất khẩu chính của công ty Intimex giai đoạn 2005 - 2009 .....	47
Bảng 2.4. Tình hình xuất khẩu cà phê của công ty Intimex giai đoạn 2005 - 2009 .....	51
Bảng 2.5. Một số thị trường xuất khẩu cà phê chính của công ty Intimex giai đoạn 2007 - 2009 .....	53
Bảng 2.6. Tình hình xuất khẩu hạt tiêu của công ty Intimex giai đoạn 2005 - 2009 .....	58
Bảng 2.7. Thị trường xuất khẩu hạt tiêu của công ty Intimex giai đoạn 2007 - 2009 .....	60
Bảng 2.8. Một số thị trường xuất khẩu cơm dừa của công ty Intimex giai đoạn 2007 - 2009 .....	67
Bảng 2.9. Doanh thu xuất khẩu giai đoạn 2007 - 2009 .....	69
Bảng 3.1. Dự kiến xuất khẩu của công ty năm 2010 - 2011.....	83

## **DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ**

Sơ đồ 2.1. Tổ chức bộ máy công ty cổ phần Intimex Việt Nam.....	39
Biểu đồ 2.1. Tình hình xuất khẩu cà phê Việt Nam giai đoạn 2005 - 2009 .....	49
Biểu đồ 2.2. Tình hình xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam giai đoạn 2005 - 2009 .....	55
Biểu đồ 2.3. Tình hình xuất khẩu cơm dừa của Việt Nam giai đoạn 2005 - 2009 .....	65

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

AEKI	: Hiệp hội những nhà xuất khẩu cà phê Indônêxia
ASEAN	: Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
APEC	: Diễn đàn kinh tế Châu Á Thái Bình Dương
ASTA	: Tiêu chuẩn thị trường Mỹ
CEPR	: Trung tâm nghiên cứu kinh tế và chính sách
CPI	: Chỉ số giá tiêu dùng
ĐBSCL	: Đồng Bằng Sông Cửu Long
ECB	: Ngân hàng Trung ương Châu Âu
ESA	: Tiêu chuẩn thị trường Châu Âu
EU	: Liên minh Châu Âu
FDI	: Đầu tư trực tiếp nước ngoài
GDP	: Tổng sản phẩm quốc nội
ICO	: Tổ chức cà phê quốc tế
ILO	: Tổ chức Lao động quốc tế
IMP	: Quỹ tiền tệ quốc tế
IPC	: Ủy ban Hạt tiêu Thế giới
NHTW	: Ngân hàng Trung ương
QTKD	: Quản trị kinh doanh
UAE	: Tiểu Vương quốc Ảrập Thống nhất
WTO	: Tổ chức thương mại thế giới

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Xuất khẩu nông sản đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam, trước hết vì sản xuất nông nghiệp liên quan tới hơn 70% dân số. Hơn nữa, thị trường cho các sản phẩm chế biến hàng nông sản xuất khẩu cũng hứa hẹn nhiều tiềm năng. Khi xuất khẩu nông sản giữ được ổn định và tăng trưởng, cả nền kinh tế có nhiều cơ hội để phát triển.

Từ đầu năm 2008, sự suy thoái của thị trường bất động sản ở Mỹ dẫn đến cuộc khủng hoảng tài chính trên toàn nước Mỹ. Cuộc khủng hoảng đã nhanh chóng lan ra khắp toàn cầu. Từ Châu Âu, Châu Mỹ Latinh, Trung Đông, Nga đến Châu Á. Việt Nam cũng bị ảnh hưởng ít nhiều từ cuộc khủng hoảng này.

Khủng hoảng tài chính bắt đầu tác động đến xuất khẩu nông sản Việt Nam từ tháng 9/2008. Nếu tháng 7/2008 kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt Nam đạt kỷ lục 1,75 tỷ USD thì đến tháng 11/2008, con số này chỉ còn 1,2 tỷ USD, giảm gần 32%. Theo Bộ trưởng Bộ NN-PTNT so sánh, nếu xuất khẩu dệt may được 100 đồng thì Việt Nam chỉ được 30 đồng nhưng với 100 đồng xuất khẩu nông sản sẽ thu về 70 đồng. Như vậy, giảm 1 tỷ USD xuất khẩu nông sản tương đương với giảm 3 tỷ đồng xuất khẩu các mặt hàng khác.

Các nhà kinh tế và tổ chức kinh tế thế giới đang cùng nhau hợp lực làm giảm tác động của cuộc suy thoái kinh tế toàn cầu để mau chóng phục hồi nền kinh tế thế giới. Khi nền kinh tế phục hồi, Việt Nam chủ động giữ được sản lượng và thị trường xuất khẩu nông sản thì Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội tăng trưởng trong tương lai.

Công ty xuất nhập khẩu Intimex được thành lập từ năm 1979 và cho đến nay được coi là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực nông sản. Công ty đã và đang xuất khẩu khối lượng lớn các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh nhất Việt Nam như: cà phê, hạt tiêu, cơm dừa, cao su tự nhiên, chè các loại, gạo tinh bột sắn và một số sản phẩm nông sản khác.

Từ khi thành lập đến nay, công ty đã trải qua nhiều giai đoạn phát triển, đặc biệt là đã vượt qua những khó khăn, thách thức trong hoạt động kinh doanh nói

chung và kinh doanh mặt hàng nông sản nói riêng trong cả thời kỳ khủng hoảng như cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997. Công ty đã có quan hệ xuất nhập khẩu với 130 quốc gia trên thế giới từ châu Âu, Châu Á đến Châu Mỹ. Đến năm 2008, công ty lại một lần nữa chịu tác động của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu hiện nay. Điều này đặt ra nhiều vấn đề cho các nhà quản trị của công ty này về xây dựng định hướng và tìm ra các giải pháp để duy trì và phát triển hoạt động kinh doanh của công ty nói chung và hoạt động xuất khẩu các mặt hàng nông sản truyền thống nói riêng cho phù hợp với định hướng phát triển kinh tế của chính phủ vượt qua khủng hoảng và có thể tận dụng được các cơ hội sau khi nền kinh tế thế giới được phục hồi.

Xuất phát từ những lý do nêu trên tác giả lựa chọn nghiên cứu đề tài: ***“Phát triển xuất khẩu hàng nông sản của công ty Intimex trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu.”***

## **2. Tình hình nghiên cứu**

Sau khi cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ ở Thái Lan và một số nước châu Á nổ ra năm 1997, đề tài khủng hoảng tài chính tiền tệ đã trở nên khá quen thuộc đối với các nhà nghiên cứu kinh tế trên toàn thế giới. Đến năm 2008, cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu Mỹ lại trở thành một hiện tượng và được coi là “đại khủng hoảng”. Ảnh hưởng to lớn từ cuộc “đại khủng hoảng” này tới nền kinh tế toàn thế giới đã và đang là đề tài nóng hổi. Nhiều bài báo, các cuộc hội thảo, diễn đàn và nghiên cứu đã được thực hiện và tổ chức để trao đổi, bàn bạc, tìm hiểu và phân tích về vấn đề này. Phần lớn các tác giả đều đề cập tới tình hình, diễn biến và sức ảnh hưởng của nó tới nền kinh tế thế giới nói chung cũng như tác động đến nền kinh tế Việt Nam nói riêng Chẳng hạn như bài phân tích “Khủng hoảng kinh tế toàn cầu và một số vấn đề đặt ra đối với nền kinh tế Việt Nam” của Nguyên bí thư Trung ương Đảng, Nguyên Phó Thủ tướng chính phủ Vũ Khoan trên trang báo điện tử Đảng Cộng Sản Việt Nam đăng ngày 22/7/2009, bài viết “Nguồn gốc khủng hoảng tài chính” của tác giả Dr. George Cooper xuất bản 2008 của NXB Lao động – Xã hội, bài thảo luận chính sách CS-04/2008 của Trung tâm nghiên cứu kinh tế và chính



sách (CEPR) “Về chính sách chống suy thoái của Việt Nam hiện nay - Nghiên cứu số 1: Chính sách kích cầu”, hay “Báo cáo đặc biệt: Triển vọng thị trường trong bối cảnh khủng hoảng tài chính toàn cầu” của Trung tâm Thông tin Phát triển Nông nghiệp Nông thôn.

Bên cạnh đó, hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu là một trong những hoạt động bị ảnh hưởng không nhỏ từ những biến động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu đặc biệt là xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Mặc dù đã có một số nghiên cứu về đề tài xuất khẩu nông sản như đề tài luận văn nghiên cứu: “Chính sách hỗ trợ hợp lý các sản phẩm nông sản xuất khẩu thực hiện cam kết với WTO” của sinh viên Đặng Ánh Dương lớp Cao học QTKD khoá 12 – năm 2008 Đại học Ngoại Thương, hay luận văn “ Vấn đề chiến lược xuất khẩu hàng nông sản thực phẩm của Việt Nam thời kỳ hậu WTO giai đoạn 2006-2010” của học viên Nguyễn Hồng Hạnh lớp cao học KTTG& QHKTQT, khoá 11 năm 2007 - đại học Ngoại Thương, nhưng hầu hết các tác giả đều không có liên hệ vấn đề xuất khẩu nông sản với tình hình khủng hoảng tài chính toàn cầu hiện nay, đặc biệt là chưa có tác giả nào nghiên cứu sâu mối liên hệ giữa cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu với hoạt động xuất khẩu nông sản của các công ty xuất khẩu nông sản nói chung và công ty Intimex nói riêng trong giai đoạn hiện nay.

Vì thế đề tài của luận văn thể hiện được tính mới và không trùng lặp. Với đề tài lựa chọn, tác giả muốn nghiên cứu sâu về hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty Intimex trong bối cảnh khủng hoảng tài chính toàn cầu, từ đó đưa ra một số các giải pháp nhằm phát triển hoạt động xuất nhập khẩu nông sản của công ty phù hợp với bối cảnh kinh tế hiện nay của thế giới và Việt Nam cũng như phù hợp với định hướng kinh doanh chung của công ty.

### **3. Mục đích nghiên cứu**

Mục đích nghiên cứu của luận văn là nhằm đưa ra định hướng và một số giải pháp phát triển hoạt động xuất khẩu hàng nông sản của công ty Intimex nhằm hạn chế những tác động tiêu cực, tận dụng cơ hội phát triển trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu.

#### **4. Nhiệm vụ nghiên cứu**

Để thực hiện mục đích nghiên cứu nói trên, tác giả xác định các nhiệm vụ cụ thể của luận văn như sau:

- Giới thiệu khái quát về hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động xuất khẩu nói riêng của công ty Intimex
- Nêu một số nét khái quát về cuộc khủng hoảng kinh tế - tài chính hiện nay
- Tìm hiểu và phân tích thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của công ty Intimex trong giai đoạn vừa qua và các tác động từ cuộc khủng hoảng đến hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty.
- Nêu một số đề xuất về giải pháp nhằm phát triển hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty Intimex trong bối cảnh khủng hoảng tài chính toàn cầu.

#### **5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu: Đối tượng nghiên cứu của luận văn là hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt nam nói chung và công ty Intimex nói riêng trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu.

Phạm vi nghiên cứu: Công ty Intimex xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản, may mặc, mây tre đan nhưng luận văn chủ yếu tập trung vào các mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Công ty Intimex đó là cà phê, hạt tiêu, cơm dừa. Luận văn cũng tập trung nghiên cứu tình hình xuất khẩu các mặt hàng chủ lực nêu trên trong giai đoạn trước và sau khủng hoảng, từ năm 2005 đến hết năm 2009, định hướng đến năm 2011.

#### **6. Phương pháp nghiên cứu**

Để thực hiện được mục đích nghiên cứu của đề tài, một số phương pháp nghiên cứu sau đây sẽ được tác giả sử dụng:

- Nhóm phương pháp nghiên cứu lý thuyết: tra cứu sách, tài liệu từ các nguồn khác nhau, sau đó tiến hành phân tích, tổng hợp thông tin.

- Nhóm phương pháp nghiên cứu thực tiễn: thu thập số liệu thực tiễn tại Công ty Intimex, sau đó tổng hợp và phân tích số liệu. Ngoài ra, phương pháp lấy ý kiến chuyên gia cũng được sử dụng nhằm thu thập các đánh giá của một số chuyên gia tại công ty Intimex.

## **7. Kết cấu của luận văn**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, các phụ lục và tài liệu tham khảo nội dung chính của luận văn được trình bày trong 3 chương sau đây:

Chương 1: Tổng quan về hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu

Chương 2: Thực trạng hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty Intimex trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu

Chương 3: Giải pháp phát triển hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty Intimex nhằm vượt qua khủng hoảng kinh tế kinh tế toàn cầu

## **Chương 1: TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU**

### **1.1 Tổng quan về hoạt động xuất khẩu và xuất khẩu nông sản của Việt Nam**

#### **1.1.1. Khái niệm xuất khẩu và vai trò của xuất khẩu đối với Việt Nam**

##### ***1.1.1.1. Khái niệm xuất khẩu***

Xuất khẩu là hoạt động ngoại thương đầu tiên giữa các quốc gia trên thế giới nhằm khai thác lợi thế của mình với các quốc gia khác. Trải qua nhiều năm đến nay xuất khẩu vẫn chiếm vị trí quan trọng trong hoạt động ngoại thương của mỗi quốc gia. Vậy xuất khẩu là gì?

Xuất khẩu được hiểu là hoạt động đưa các hàng hoá và dịch vụ từ quốc gia này sang quốc gia khác nhằm thu lợi nhuận.

Theo điều 28, Luật Thương mại Việt Nam 2005 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.[13, tr.9]

Xuất khẩu là hình thức xâm nhập thị trường nước ngoài ít rủi ro và chi phí thấp nhất. Với các nước đang phát triển như Việt Nam thì xuất khẩu đóng vai trò rất lớn đối với nền kinh tế và đối với các doanh nghiệp.

##### ***1.1.1.2. Vai trò của xuất khẩu đối với Việt Nam***

###### ***a. Đối với nền kinh tế Việt Nam***

Hoạt động ngoại thương là hoạt động nhằm khai thác những lợi thế và khắc phục những bất lợi trong cơ cấu nền kinh tế. Hoạt động ngoại thương bao gồm hoạt động xuất khẩu và hoạt động nhập khẩu trong đó xuất khẩu là nhân tố có tác động đến lớn đối với sự tăng trưởng và phát triển của nền kinh tế của quốc gia. Một số tác động chính đối với nền kinh tế Việt Nam được cụ thể hoá như sau:

Thứ nhất, xuất khẩu giúp làm tăng quy mô nền kinh tế thế giới. Nếu xuất khẩu là đem các hàng hoá và dịch vụ dư thừa hoặc là có lợi thế hơn để bán cho các nước khác thì nhập khẩu là mua hàng hoá và dịch vụ từ các quốc gia khác để khắc

phục những yếu kém trong khoa học, công nghệ, quản lý,... hay là đáp ứng nhu cầu mà nền kinh tế trong nước không đáp ứng được. Chính vì vậy, xuất khẩu và nhập khẩu là hai hoạt động hỗ trợ cho nhau để cùng thúc đẩy sự tăng trưởng và phát triển kinh tế của mỗi quốc gia.

Thứ hai, xuất khẩu còn tạo nguồn vốn cho nhập khẩu. Xuất khẩu đem lại nguồn thu cho quốc gia và cho doanh nghiệp. Đây là nguồn vốn quan trọng để tái đầu tư vào các lĩnh vực khác đặc biệt là nhập khẩu, vì ở các nước đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam nhu cầu nhập khẩu máy móc và thiết bị lớn nên nhu cầu về vốn lớn. Mà xuất khẩu mang lại nguồn vốn sở hữu cho quốc gia nên hạn chế sự phụ thuộc vào các khoản đầu tư của nước ngoài để có thể nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ đáp ứng yêu cầu của quá trình phát triển nền kinh tế.

Thứ ba, xuất khẩu còn tác động làm chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế và phát triển sản xuất. Sự chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế sẽ đi từ hướng chuyển từ nền kinh tế nông nghiệp là chủ yếu sang nền kinh tế mà công nghiệp và dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn theo định hướng về phát triển kinh tế - xã hội chủ yếu trong 5 năm 2006 – 2010 trong đó “Cơ cấu ngành trong GDP: khu vực nông nghiệp khoảng 15 - 16%; công nghiệp và xây dựng 43 - 44%; dịch vụ 40 - 41%” [2, tr.4]. Việc chuyển dịch cơ cấu này cũng được nước ta xác định rõ: “*Chuyển dịch cơ cấu lao động ở nông thôn theo hướng giảm nhanh tỉ trọng lao động làm nông nghiệp, tăng tỉ trọng lao động làm công nghiệp và dịch vụ. Chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu đầu tư dựa trên cơ sở phát huy các thế mạnh và các lợi thế so sánh của đất nước, gắn với nhu cầu thị trường trong nước và ngoài nước*” [23]. Với đường lối đó sẽ tạo lợi thế cho hoạt động xuất khẩu nước ta chú trọng tới tận dụng và khai thác lợi thế so sánh sẵn có như nguồn lao động dồi dào, chăm chỉ, nền nông nghiệp phong phú đa dạng về chủng loại và cơ cấu, tình hình chính trị kinh tế ổn định nhằm phát triển sản xuất-kinh doanh theo hướng tạo ra giá trị gia tăng ngày càng cao, gắn với công nghiệp chế biến và thị trường. Đồng thời, nó cũng đòi hỏi sự đầu tư phát triển khoa học - công nghệ, trình độ quản lý nhằm nâng cao năng lực sản xuất, chất

lượng và sức cạnh tranh đáp ứng nhu cầu ngày càng khắt khe của thị trường thế giới. Do đó, đây được coi là một trong những yếu tố thúc đẩy sản xuất phát triển.

Thứ tư, xuất khẩu làm tăng dự trữ ngoại tệ. Nguồn ngoại tệ thu về lớn hơn (hay cán cân thanh toán thặng dư) là điều kiện để duy trì sự ổn định của tỷ giá hối đoái theo hướng có lợi cho xuất khẩu nhưng lại không tổn hao đến nhập khẩu vì vậy sẽ tạo điều kiện phát triển kinh tế.

Thứ năm, xuất khẩu góp phần giải quyết công ăn, việc làm. Hoạt động xuất khẩu càng được đẩy mạnh và không ngừng phát triển về quy mô thì sẽ càng thu hút được nhiều lao động, như vậy xuất khẩu đã tạo việc làm cho người lao động giúp người lao động có thu nhập chính đáng và nâng cao đời sống. Điều này hoàn toàn phù hợp với chủ trương của Đảng: *“Chú trọng đúng mức việc phát triển công nghệ cao để tạo đột phá và ứng dụng công nghệ dùng nhiều lao động để giải quyết việc làm.”*[23]

Thứ sáu, xuất khẩu là cơ sở mở rộng và thúc đẩy các quan hệ kinh tế đối ngoại của đất nước. Xuất khẩu là hoạt động ra đời sớm nhất trong các hoạt động kinh tế, khi có hoạt động xuất khẩu thì các nước sẽ có quan hệ với nhau trên cơ sở các bên đều có lợi. Do vậy các quốc gia sẽ xây dựng các quan hệ kinh tế nhằm đẩy mạnh hoạt động này. Hai hoạt động này có mối quan hệ qua lại với nhau và dựa vào nhau để phát triển. Do đó, các quốc gia sẽ chú trọng phát triển đồng thời để đảm bảo sự cân xứng tạo điều kiện để phát triển nhanh nhất.

Nói chung, xuất khẩu đóng vai trò quan trọng trong các hoạt động kinh tế của các quốc gia, do vậy các quốc gia đều chú trọng đẩy mạnh xuất khẩu để khai thác tối đa lợi ích của hoạt động này trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

#### *b. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam*

Đối với các doanh nghiệp Việt nam, xuất khẩu là một trong các hình thức kinh doanh quốc tế. Với hình thức xuất khẩu này đem lại cho các doanh nghiệp Việt Nam những lợi ích cơ bản sau:

Thứ nhất, hoạt động xuất khẩu làm tăng doanh số bán hàng của công ty. Khi thị trường trong nước trở lên bão hoà thì xuất khẩu là hoạt động làm tăng doanh số bán hàng của công ty khi mở rộng thị trường quốc tế.

Thứ hai, công ty có thể đa dạng hoá thị trường đầu ra thông qua xuất khẩu. Đa dạng hoá thị trường đầu ra sẽ giúp cho công ty có thể ổn định luồng tiền thanh toán cho các nhà cung cấp. Việc đa dạng hoá thị trường sẽ tạo ra nguồn thu cho công ty và từ nguồn thu này công ty có thể đầu tư tiếp để tiếp tục đa dạng hoá thị trường tránh sự phụ thuộc quá mức vào một thị trường nào đó hay tạo điều kiện và thuận lợi cho thị trường đầu vào của doanh nghiệp.

Thứ ba, doanh nghiệp có thêm nhiều kinh nghiệm kinh doanh trên thị trường quốc tế. Khi tham gia kinh doanh quốc tế, các nhà kinh doanh và các nhà quản lý Việt Nam sẽ phải đối mặt với những khác biệt về văn hoá, tập quán, môi trường kinh tế, chính trị, xã hội khác nhau. Điều này đòi hỏi sự nhạy bén, tìm tòi, học hỏi để có thể bắt kịp và ứng phó nhanh nhạy trong từng hoàn cảnh để giành lấy ưu thế, khẳng định thương hiệu, vị trí chiếm lĩnh thị trường. Qua đó, họ sẽ tích lũy được kiến thức và kinh nghiệm hoạt động của mình qua quá trình kinh doanh quốc tế. Trong đó hoạt động xuất khẩu là hoạt động mang lại kinh nghiệm với chi phí và rủi ro thấp nhất.

Tóm lại, xuất khẩu là hoạt động kinh doanh quốc tế ra đời sớm nhất và có chi phí cũng như rủi ro thấp nhất. Do đó, đây là hoạt động ở các quốc gia kinh doanh quốc tế chủ yếu của các công ty ở các quốc gia đang phát triển (vì yếu tố về vốn, về công nghệ, về con người còn yếu kém nên xuất khẩu là biện pháp hữu hiệu nhất trong các hoạt động kinh doanh quốc tế. Xuất khẩu là hoạt động đơn giản nhất trong hoạt động kinh doanh quốc tế. Do đó các giao dịch và chi phí rủi ro khi có sự biến động về môi trường chính trị, kinh tế, văn hoá xã hội... sẽ thấp nhất so với các hoạt động khác.

## **1.1.2. Các phương thức xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam**

### ***1.1.2.1. Xuất khẩu trực tiếp***

Xuất khẩu trực tiếp là hoạt động bán hàng trực tiếp của công ty cho các khách hàng của mình ở nước ngoài.

Hai hình thức phổ biến để thâm nhập thị trường quốc tế qua xuất khẩu trực tiếp là:

- Đại diện bán hàng: Là hình thức bán hàng mà người bán không mang danh nghĩa của mình mà lấy danh nghĩa của người khác (người uỷ thác) nhằm nhận lương và một phần hoa hồng trên cơ sở giá trị hàng hoá bán được. Do đó họ không phải chịu trách nhiệm chính về mặt pháp lý. Nhưng trên thực tế, đại diện bán hàng hoạt động như là nhân viên bán hàng của công ty của thị trường nước ngoài. Công ty sẽ ký hợp đồng trực tiếp với khách hàng ở thị trường nước đó.

- Đại lý phân phối là người mua hàng hoá, dịch vụ của công ty để bán theo kênh tiêu thụ ở khu vực mà công ty phân định. Công ty không chế phạm vi, kênh phân phối ở thị trường nước ngoài. Còn đại lý phân phối sẽ chịu trách nhiệm toàn bộ rủi ro liên quan đến việc bán hàng ở thị trường đã phân định và thu lợi nhuận qua chênh lệch giữa giá mua và giá bán.

### ***1.1.2.2. Xuất khẩu gián tiếp***

Xuất khẩu gián tiếp là hoạt động bán hàng hoá và dịch vụ của công ty ra nước ngoài thông qua trung gian (thông qua người thứ ba). Các trung gian mua bán không chiếm hữu hàng hoá của công ty mà trợ giúp công ty xuất khẩu hàng hoá sang thị trường nước ngoài. Các trung gian xuất khẩu như: đại lý, công ty quản lý xuất nhập khẩu và công ty kinh doanh xuất nhập khẩu.

- Đại lý: Là các cá nhân hay tổ chức đại diện cho nhà xuất khẩu thực hiện một hay một số hoạt động nào đó ở thị trường nước ngoài do người uỷ thác uỷ quyền dựa trên quan hệ hợp đồng đại lý. Đại lý là người thiết lập quan hệ hợp đồng giữa các công ty và khách hàng ở thị trường ở thị trường nước ngoài. Đại lý không có quyền chiếm hữu và sở hữu hàng hoá mà chỉ thực hiện một hay một số công việc nào đó cho công ty uỷ thác và nhận thù lao.



- Công ty quản lý xuất khẩu: Là các công ty nhận uỷ thác và quản lý công tác xuất khẩu hàng hoá hoạt động trên danh nghĩa của công ty xuất khẩu. Vì vậy, công ty quản lý xuất khẩu là nhà xuất khẩu gián tiếp. Họ chỉ đảm nhận các thủ tục xuất khẩu và thu phí xuất khẩu. Do vậy, bản chất của công ty quản lý xuất khẩu là thực hiện dịch vụ quản lý và thu khoản thù lao từ hoạt động đó.

- Công ty kinh doanh xuất khẩu: Là công ty hoạt động như nhà phân phối độc lập có chức năng kết nối các khách hàng nước ngoài với các công ty xuất khẩu trong nước để bán hàng hoá ra thị trường nước ngoài. Bản chất của công ty kinh doanh xuất khẩu là thực hiện các dịch vụ xuất khẩu nhằm kết nối các khách hàng nước ngoài với công ty xuất khẩu.

- Đại lý vận tải: Là các công ty thực hiện dịch vụ thuê vận chuyển và những hoạt động liên quan đến xuất nhập khẩu hàng hoá như khai báo thuế quan, áp biểu thuế quan, thực hiện giao nhận, chuyên chở và bảo hiểm. Đại lý vận tải thực hiện các nghiệp vụ xuất khẩu và kinh doanh nhiều loại hình dịch vụ giao nhận hàng hoá đến tay người nhận. Khi xuất khẩu qua các đại lý vận tải hay các công ty chuyên phát hàng thì các đại lý vận tải và các công ty đó kiêm luôn các dịch vụ xuất khẩu liên quan đến hàng hoá đó.

Về bản chất, các đại lý vận tải hoạt động như các công ty kinh doanh dịch vụ giao nhận, vận chuyển và dịch vụ xuất nhập khẩu, thậm chí cả dịch vụ bao gói hàng hoá phù hợp với phương thức vận chuyển mua bảo hiểm hàng hoá cho hoạt động của họ.

### **1.1.3. Vài nét về xuất khẩu nông sản của Việt Nam**

#### ***1.1.3.1. Hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam***

Kể từ khi đổi mới, nông nghiệp Việt Nam đã chuyển từ tự cung tự cấp sang sản xuất hàng hoá đa dạng, hướng mạnh ra xuất khẩu. Một số mặt hàng nông sản của nước ta đã vươn lên cạnh tranh khá và có vị thế quan trọng trên thị trường thế giới đem lại hiệu quả kinh tế cao.

Tình hình hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong giai đoạn 2005 - 2009 được nêu trong bảng sau:

**Bảng 1.1. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2005 - 2009**

Đơn vị: tỷ USD

Chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009
Tổng kim ngạch xuất khẩu	32,50	39,80	48,38	62,70	53
Kim ngạch xuất khẩu nông sản	4,60	5,90	7,42	10,40	8,2
Tỷ trọng (%)	14,2	14,8	15,3	16,5	15,47

*Nguồn: Nguồn: Tổng hợp từ tổng cục thống kê*

Năm 2006 và năm 2007, nông nghiệp Việt Nam gặp nhiều khó khăn do thời tiết, khí hậu, thiên tai không thuận lợi. Đó là hạn hán, bão số 1 (Chin chu), bão số 6 (xang sane), lốc xoáy, mưa đá,...nhất là đợt không khí lạnh cuối năm 2007 và đầu năm 2008 đã gây ảnh hưởng rất lớn và để lại những hậu quả rất nghiêm trọng. Điều này làm cho việc sản xuất và xuất khẩu nông sản gặp nhiều khó khăn và ảnh hưởng lớn đến nông nghiệp Việt Nam vì nông nghiệp là ngành chịu tác động lớn nhất của điều kiện tự nhiên. Kết quả tốc độ tăng trưởng nông sản chỉ đạt 4,04% năm 2006 giảm 0,64% so với năm 2005, đến năm 2007 giảm xuống còn 3,24% nhưng kim ngạch nông sản xuất khẩu vẫn duy trì tăng từ 4,6 tỷ USD vào năm 2005 đến năm 2007 tăng lên đạt 7,42 tỷ USD.. Tuy nhiên, bước sang năm 2008 diện tích và sản lượng các loại cây trồng tăng lên nhanh chóng. Những tác động từ chính sách của nhà nước đã kích thích người nông dân tăng sản lượng thông qua mở rộng diện tích và áp dụng công nghệ mới. Kết quả là tăng trưởng nông nghiệp năm 2008 là 5,44% đạt mức cao nhất trong vòng 5 năm từ 2005 – 2009. Nước ta bước đầu đã hình thành một số ngành sản xuất hàng hoá với các vùng sản xuất tập trung, đáp ứng được nhu cầu trong nước, một số sản phẩm đã thâm nhập vào thị trường thế giới, như: gạo, cà phê, điều, lạc..., đã làm tăng đáng kể vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Điển hình là năm 2008 kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản tăng cao (xem bảng 1.1) đạt mức 10,40 tỷ USD tăng gần gấp đôi so với năm 2006 chiếm tỷ trọng là 16,5% so với tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Đến năm 2009 do chịu tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu làm cho giá trị xuất khẩu của cả nước

giảm còn 53 tỷ USD nhưng xuất khẩu nông sản tuy có giảm sút nhưng tỷ trọng vẫn duy trì ở mức 15,47%.

Qua tình hình trên cho thấy, cho dù trải qua các diễn biến phức tạp của tự nhiên cũng như các tác động khách quan từ nền kinh tế trong và ngoài nước, hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam vẫn duy trì tăng ổn định và chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

### ***1.1.3.2. Vai trò của xuất khẩu hàng nông sản trong nền kinh tế Việt Nam***

Vai trò của xuất khẩu hàng nông sản còn góp phần quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế cũng như tăng trưởng nông nghiệp.

Nông sản là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Tỷ trọng nông nghiệp trong GDP khoảng 16-17%. Do đó, xuất khẩu hàng nông sản càng lớn thì càng làm cho GDP tăng cao, thể hiện được năng lực cạnh tranh của đất nước về xuất khẩu. Kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản tăng cao sẽ nâng cao tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế. So với các mặt hàng công nghiệp xuất khẩu như hàng dệt may, giấy da hay cơ khí, điện tử lắp ráp... thì trong cùng một lượng kim ngạch xuất khẩu thu về như nhau, tỷ lệ chi phí sản xuất có nguồn gốc ngoại tệ của hàng nông sản rất thấp, do đó thu nhập ngoại tệ ròng của hàng nông sản xuất khẩu sẽ cao hơn nhiều. Ví dụ: Chi phí sản xuất gạo xuất khẩu có nguồn gốc ngoại tệ (phân bón, thuốc sâu bệnh và các loại hóa chất, xăng dầu...) chỉ chiếm từ 15 đến 20% giá trị xuất khẩu gạo. Điều đó có nghĩa là xuất khẩu gạo đã tạo ra từ 80 đến 85% thu nhập ngoại tệ thuần cho đất nước, chỉ số này đối với nhân hạt điều xuất khẩu là khoảng 27% và 73%.

Xuất khẩu nông sản góp phần giải quyết tốt vấn đề công ăn, việc làm. Xuất khẩu nông sản tăng kéo theo sự phát triển của ngành công nghiệp chế biến, công nghiệp phục vụ nông nghiệp, từ đó lao động bổ sung tăng lên. Đây là một ưu thế quan trọng hiện nay của ngành, vì hàng năm nước ta phải giải quyết thêm việc làm cho 1,4 triệu người bước vào tuổi lao động. Hơn nữa, giá nhân công Việt Nam rẻ hơn các nước khác trong khu vực, phổ biến với mức 1- 1,2 USD/ngày công lao động như trong sản xuất lúa, cà phê, rẻ hơn so với Thái Lan từ 2-3 lần. Điều này

còn làm tăng khả năng cạnh tranh cho các mặt hàng nông sản xuất khẩu của nước ta.

Xuất khẩu hàng nông sản tác động đến việc mở rộng quy mô sản xuất nông nghiệp. Khi xuất khẩu nông sản tăng, khối lượng nông sản được sản xuất ra ngày càng lớn, do đó sẽ tạo điều kiện cho việc mở rộng quy mô sản xuất nông nghiệp.

Xuất khẩu hàng nông sản góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực trong nông nghiệp. Nguồn lực trong nông nghiệp bao gồm: đất đai, cơ sở hạ tầng, người lao động, kinh nghiệm sản xuất... Mỗi vùng khác nhau sẽ có lợi thế về một loại nông sản khác nhau, do đó khi xuất khẩu nông sản tăng lên, thị trường được mở rộng sẽ tạo điều kiện cho vùng đó sử dụng nguồn lực đạt hiệu quả cao nhất. Đây cũng là lý do tại sao Việt Nam lại tạo những điều kiện thuận lợi để đẩy mạnh xuất khẩu gạo của đồng bằng sông Cửu Long, cà phê của các tỉnh miền Trung Tây Nguyên, vải Lục Ngạn, nhãn Hưng Yên, thanh long Bình Thuận, bưởi Diễn...

Xuất khẩu hàng nông sản góp phần thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn. Công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp là quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hóa quy mô lớn gắn với công nghiệp chế biến và thị trường, đưa thiết bị và các công nghệ hiện đại vào các khâu sản xuất nông nghiệp, thực hiện cơ khí hóa, điện khí hóa, thủy lợi hóa, ứng dụng các thành tựu khoa học, công nghệ sinh học và công nghệ thông tin nhằm nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm nông nghiệp trên thị trường. Vì vậy, xuất khẩu nông sản tạo điều kiện giải quyết tốt vấn đề đầu ra cho nông sản, thúc đẩy kinh tế nông nghiệp phát triển theo hướng sản xuất hàng hóa quy mô lớn, điều này rất phù hợp với hội nhập kinh tế hiện nay.

Xuất khẩu hàng nông sản góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp. Xuất khẩu nông sản tăng làm đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm, từ đó góp phần thay đổi cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hóa có giá trị cao nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của thị trường thế giới. Xuất khẩu nông sản tăng hình thành càng vùng sản xuất chuyên môn hóa, tạo thuận lợi cho việc chăm sóc, áp

dụng tiến bộ kỹ thuật và xóa bỏ dần cách thức sản xuất manh mún, nhỏ lẻ trước đây. Cơ cấu ngành kinh tế đã từng bước chuyển dịch theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát huy lợi thế so sánh trong từng ngành. Làm tăng tỷ trọng các ngành công nghiệp và xây dựng, dịch vụ; giảm tỷ trọng các ngành nông, lâm, ngư nghiệp.

Với các vai trò nêu trên, xuất khẩu nông sản ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu nói riêng và hoạt động xuất khẩu của nước ta nói chung. Trong điều kiện hiện nay, chú trọng và xác định rõ vai trò xuất khẩu nông sản là cần thiết để có thể xây dựng chiến lược xuất khẩu nông sản phù hợp để có thể phát huy hết được lợi thế cạnh tranh của Việt Nam.

#### **1.1.4. Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu nông sản**

##### ***1.1.4.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến cung nông sản xuất khẩu***

Có rất nhiều nhân tố ảnh hưởng đến nguồn cung nông sản trên thị trường thế giới, trong đó phải kể đến ba nhân tố sau: khả năng sản xuất, nhu cầu tiêu dùng nội địa, chính sách xuất khẩu.

##### *Khả năng sản xuất*

Sản lượng nông sản được sản xuất ra ở mỗi nước sẽ ảnh hưởng lớn tới khối lượng xuất khẩu nông sản của nước đó. Do khối lượng nông sản xuất khẩu là chênh lệch giữa lượng nông sản được sản xuất ra và lượng tiêu dùng trong nước nên khi lượng tiêu dùng nội địa đối với nông sản không đổi hoặc biến đổi không đáng kể thì khối lượng nông sản xuất khẩu sẽ chịu ảnh hưởng rất lớn từ sản lượng. Sản lượng nông sản được sản xuất ra lại chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố:

- Thời tiết, dịch bệnh

Chịu ảnh hưởng lớn của thời tiết, dịch bệnh là đặc trưng của sản xuất nông nghiệp. Trong nhiều năm qua, với sự phát triển của khoa học kỹ thuật, công nghệ, tác động tiêu cực của thời tiết, dịch bệnh đối với hoạt động sản xuất nông nghiệp đã phần nào được hạn chế. Tuy nhiên, những năm gần đây cùng với hiện tượng biến đổi khí hậu, thời tiết có những diễn biến khó lường khiến công tác dự báo, đối phó dù đã được chuẩn bị tốt cũng không thể ngăn chặn hết được mức độ thiệt hại gây ra cho sản xuất nông nghiệp. Dịch bệnh như: dịch cúm gia cầm, bệnh bò điên và một số

bệnh đối với cây trồng cũng thường xuyên xảy ra gây thiệt hại không nhỏ cho ngành nông nghiệp trên toàn thế giới.

- Đầu tư, kỹ thuật canh tác

Đây cũng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới sản lượng nông sản. Trong điều kiện diện tích canh tác không được mở rộng, thậm chí có xu hướng giảm đi, việc tăng cường đầu tư cho ngành nông nghiệp để phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ nông nghiệp như: xây dựng hệ thống thủy lợi, nghiên cứu và phát triển các giống cây trồng, vật nuôi có chất lượng cao, nghiên cứu sản xuất phân bón, thức ăn chăn nuôi, phát triển mạng lưới các trạm khuyến nông, dịch vụ hỗ trợ nông nghiệp, ... và nâng cao kỹ thuật canh tác sẽ giúp gia tăng sản lượng nông sản. Tuy nhiên, thực tế những năm gần đây diễn biến theo chiều ngược lại. Sản lượng nông sản toàn thế giới tăng chậm do sản lượng một số nước giảm hoặc tăng chậm mà nguyên nhân là các nước này đã qua chú trọng phát triển công nghiệp trong khi lại thiếu quan tâm tới việc đầu tư cho lĩnh vực nông nghiệp và nâng cao kỹ thuật canh tác.

- Diện tích canh tác

Diện tích canh tác cũng là một yếu tố ảnh hưởng tới sản lượng nông nghiệp dù yếu tố này hiện nay không còn giữ vai trò quyết định tới sản lượng nông sản như trước đây do kỹ thuật canh tác và vốn đầu tư cho nông nghiệp được cải thiện. Tuy vậy, khi diện tích canh tác có sự thay đổi đáng kể trong khi các yếu tố kỹ thuật canh tác và vốn đầu tư cho nông nghiệp ít thay đổi thì sản lượng nông sản được sản xuất ra phần nào cũng chịu tác động. Những năm gần đây, diện tích canh tác có xu hướng bị thu hẹp lại do tốc độ phát triển đô thị hoá nhanh, kèm theo nhu cầu xây dựng các khu đô thị, khu công nghiệp tăng mạnh làm cho sản lượng nông nghiệp tăng chậm lại. Thậm chí, diện tích canh tác bị thu hẹp khi kết hợp với các yếu tố bất lợi khác như: thời tiết xấu, dịch bệnh thường xuyên xảy ra đã làm sản lượng nông sản thế giới giảm ở một số thời điểm.

*Nhu cầu tiêu dùng nội địa*

Như đã nói ở trên, khối lượng nông sản xuất khẩu chịu ảnh hưởng của sản lượng nông sản được sản xuất ra và lượng tiêu dùng nội địa đối với nông sản. Sản

lượng nông sản được sản ra tăng chậm trong khi lượng tiêu dùng nông sản trong nước tăng nhanh sẽ làm cho khối lượng nông sản xuất khẩu tăng chậm lại hoặc giảm đi. Hiện nay, tại nhiều quốc gia, nhu cầu tiêu thụ nội địa đối với một số mặt hàng nông sản tăng mạnh do tốc độ tăng dân số nhanh, đời sống nhanh dân được cải thiện và thu nhập tăng. Nhiều mặt hàng nông sản trong nước tiêu thụ nhiều trong nước mà chủ yếu dành để xuất khẩu như: cà phê, chè, gạo chất lượng cao nhưng ngày nay nhu cầu tiêu thụ nội địa đối với các hàng hoá này ngày càng tăng lên do mức sống của người dân được nâng lên, làm cho khối lượng xuất khẩu của mặt hàng này không tăng mạnh như trước. Thậm chí khi nhu cầu tiêu thụ trong nước đối với một mặt hàng nông sản nào đó tăng quá mạnh có thể khiến cho một nước không còn khả năng xuất khẩu loại nông sản đó

#### *Chính sách xuất khẩu nông sản*

Đây là nhân tố chủ quan tác động tới hoạt động xuất khẩu nông sản. Cũng như chính sách xuất khẩu các hàng hoá khác, chính sách xuất khẩu nông sản cũng được xây dựng dựa trên chiến lược tổng thể xuất khẩu hàng hoá. Tùy theo điều kiện kinh tế xã hội ở từng giai đoạn cụ thể, mỗi nước đưa ra chính sách xuất khẩu hoặc có thể hạn chế khối lượng nông sản xuất khẩu của từng nước, qua đó tác động tới lượng cung nông sản trên thị trường thế giới. Trong giai đoạn trước, đa số các nước áp dụng chính sách xuất khẩu nông sản với mục tiêu gia tăng mạnh về khối lượng nông sản xuất khẩu. Tuy nhiên hiện nay, nhiều nước lại không đặt mục tiêu gia tăng mạnh khối lượng nông sản xuất khẩu mà lại lựa chọn chính sách xuất khẩu nông sản theo hướng xuất khẩu hàng nông sản có chất lượng cao với khối lượng vừa phải nhưng đem lại giá trị cao. Ngoài ra, trong một số trường hợp, nhiều nước còn thực hiện chính sách cấm xuất khẩu hoặc hạn chế xuất khẩu một số loại nông sản nào đó. Chẳng hạn đối với gạo, nhiều nước đã áp dụng chính sách ngừng xuất khẩu hoặc quản lý khối lượng gạo xuất khẩu theo hạn ngạch nhằm bình ổn giá trong nước. Điều này càng làm nguồn cung gạo trên thị trường thế giới thêm căng thẳng và đẩy giá gạo tiếp tục tăng cao.

#### ***1.1.4.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu nông sản nhập khẩu***

Nhu cầu nhập khẩu nông sản chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố: tình hình kinh tế xã hội, thị hiếu của người tiêu dùng, chính sách nhập khẩu, sự phát triển của ngành công nghiệp sản xuất,...

##### *Tình hình kinh tế xã hội*

Nhu cầu tiêu thụ hàng hoá nói chung và hàng nông sản nói riêng chịu ảnh hưởng lớn từ tình hình kinh tế xã hội. Cụ thể, khi tình hình xã hội ổn định, kinh tế phát triển nhanh sẽ tạo ra nhu cầu nhập khẩu nông sản lớn để phục vụ tiêu dùng và làm nguyên liệu cho một số ngành công nghiệp. Khi đó, người dân với mức thu nhập cao hơn sẽ có điều kiện lựa chọn các loại hàng nông sản không chỉ do trong nước sản xuất mà còn có thể từ các loại nông sản nhập khẩu từ nước ngoài. Kinh tế xã hội ổn định cũng tạo điều kiện phát triển các ngành kinh tế sử dụng nông sản làm nguyên liệu, từ đó phát sinh nhu cầu nhập khẩu các loại nông sản làm nguyên liệu chế biến ngày càng tăng lên. Ngược lại, khi tình hình kinh tế thế giới không có những diễn biến tích cực, nhu cầu nhập khẩu hàng nông sản cũng như các hàng hoá khác sẽ giảm đi hoặc tăng rất chậm. Cụ thể trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế từ 2008 đến nay, môi trường kinh tế xã hội thế giới suy thoái đã làm nhu cầu nhập khẩu hàng nông sản của thế giới giảm kéo theo kim ngạch nhập khẩu giảm.

##### *Thị hiếu*

Thị hiếu cũng là một nhân tố tác động tới nhu cầu về nông sản. Có thể thấy, những năm gần đây, đời sống nhân dân được cải thiện, thu nhập tăng kéo theo sự thay đổi về thị hiếu đối với một số loại nông sản. Yếu tố giá cả không còn là yếu tố quyết định đối với nhiều người khi lựa chọn tiêu dùng một loại hàng nông sản nào đó. Người dân ở nhiều nước hiện nay đã quan tâm nhiều hơn tới chất lượng và xuất xứ của hàng nông sản. Các loại hàng nông sản có chất lượng và giá trị cao như: cà phê, gạo, hạt tiêu... chất lượng cao đã được tiêu thụ mạnh hơn. Từ đó giúp cho mặt hàng này không bị giảm giá ngay cả khi các nông sản cùng loại biến động thất thường.



### *Chính sách nhập khẩu*

Giống như chính sách xuất khẩu nông sản, chính sách nhập khẩu nông sản ảnh hưởng tới lượng nông sản nhập khẩu theo hướng tăng hoặc giảm. Chính sách nhập khẩu nông sản có thể giúp duy trì hoặc tăng khối lượng nông sản nhập khẩu khi nước đó cần nhập khẩu nông sản để phục vụ tiêu dùng hoặc sản xuất trong nước. Trong nhiều trường hợp khác, nhiều nước lại sử dụng chính sách hạn chế hoặc cấm nhập khẩu nông sản như một biện pháp nhằm thực hiện mục tiêu kiểm soát lượng nông sản nhập khẩu từ nước ngoài, bảo vệ nền sản xuất trong nước, bảo vệ sức khỏe người dân,... Thực tế, nhiều nước đã cấm hoặc hạn chế nhập khẩu một số hàng nông sản từ nước ngoài có dấu hiệu không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, hoặc bị nghi ngờ có mang dịch bệnh. Như vậy, chính sách nhập khẩu nông sản sẽ tác động tới khối lượng nông sản nhập khẩu của từng nước, qua đó sẽ ảnh hưởng tới nhu cầu về nông sản trên thị trường thế giới.

### *Sự phát triển của ngành công nghiệp sản xuất*

Hiện nay có rất nhiều ngành công nghiệp sản xuất sử dụng nông sản làm nguyên liệu, điển hình là ngành chế biến thực phẩm, ngành công nghiệp sản xuất xe hơi, ngành công nghiệp sản xuất nhiên liệu sinh học,... Là nguyên liệu để sản xuất, rõ ràng khi các ngành công nghiệp sử dụng nông sản làm nguyên liệu sẽ phát triển sẽ làm gia tăng nhu cầu đối với mặt hàng này. Nhu cầu ngày càng lớn, không đáp ứng bằng nguồn nguyên liệu trong nước sẽ tạo ra nhu cầu nhập khẩu hàng nông sản từ nước ngoài để làm nguyên liệu. Chẳng hạn đối với ngành công nghiệp sản xuất ô tô, sự phát triển mạnh của ngành công nghiệp này ở các nước như: Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản,... làm gia tăng mạnh mẽ nhu cầu nhập khẩu cao su.[12]

#### **1.1.4.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến giá nông sản**

##### *Quan hệ cung cầu*

Giá nông sản, cũng như giá các hàng hoá khác, do quan hệ cung cầu quyết định. Khi nguồn cung nông sản vượt quá lượng cầu, giá nông sản sẽ giảm và ngược lại. Trong những năm gần đây, giá nông sản liên tục tăng, chủ yếu là do cầu quá lớn, ở một số mặt hàng nông sản, cầu vượt quá cung dẫn tới giá cả tăng mạnh.

### *Giá cả các yếu tố đầu vào phục vụ sản xuất nông nghiệp*

Giá xuất khẩu nông sản dù có thể được hạ thấp nhằm mục đích tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường nhưng về cơ bản vẫn được tính toán dựa trên cơ sở giá thành sản xuất. Giá thành sản xuất nông sản được xác định qua giá các yếu tố đầu vào như: giá phân bón, giá thuốc bảo vệ thực vật, giá thức ăn gia súc, giá cây giống, con giống, giá điện,...Như vậy khi giá các yếu tố đầu vào thay đổi, tức giá thành sản xuất nông sản thay đổi thì giá xuất khẩu nông sản ít nhiều cũng sẽ thay đổi theo. Trong thời gian qua, giá nhiều yếu tố đầu vào phục vụ sản xuất nông nghiệp tăng mạnh. Thời tiết xuất hiện cay trởng bị thiệt hại nặng là phát sinh nhu cầu trồng bổ sung các diện tích chịu ảnh hưởng của thời tiết cũng đẩy giá các loại giống cây tăng cao. Thêm vào đó, tình trạng lạm phát, khủng hoảng kinh tế trên quy mô toàn cầu cũng tác động nhiều làm gia tăng chi phí góp phần đẩy giá xuất khẩu nhiều loại nông sản.

### *Đầu cơ*

Đầu cơ là hiện tượng phổ biến với nhiều loại hàng hoá. Đối với hàng nông sản, hiện tượng đầu cơ diễn ra với các mặt hàng có giá trị cao như: cà phê, hạt tiêu,..Tuy nhiên, khi giá nhiều loại nông sản tăng cao như hiện nay, hiện tượng đầu cơ cũng đã xuất hiện nhiều hơn. Hiện tượng đầu cơ, găm giữ hàng hoá tạo ra cung cầu giả tạo làm giá cả nhiều loại nông sản biến động thất thường.

Trong thời gian gần đây, hàng nông sản còn được xem như một loại hàng hoá để đầu tư tài chính. Khi thị trường tài chính toàn cầu đang gặp khó khăn, các hàng hoá truyền thống để đầu tư như: cổ phiếu, trái phiếu và các chứng khoán phái sinh khác không cho mức lợi tức cao như trước, thậm chí còn tiềm ẩn nhiều rủi ro, nhiều nhà đầu tư đã chuyển sang đầu tư vào hàng nông sản, Thực tế này càng làm cho giá nông sản trên thị trường thế giới biến động phức tạp hơn.

### *Giá dầu thô*

Giá dầu, giá USD ảnh hưởng tới giá hàng nông sản xuất khẩu theo hướng tương tự như đối với các loại hàng hoá khác. Giá dầu thay đổi sẽ tác động đến chi

phí vận chuyển, chế biến, bảo quản nông sản, từ đó dẫn tới giá xuất khẩu nông sản thay đổi. Giá dầu mỏ tăng cao thời gian gần đây là một trong những nguyên nhân đẩy giá hàng nông sản tăng cao.

### *Giá USD*

Hiện nay nhiều loại nông sản chủ yếu vẫn được định giá bằng đồng USD, do vậy khi giá trị đồng USD biến động mạnh sẽ làm thay đổi giá nông sản xuất khẩu.

## **1.2. Khái quát về cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu hiện nay**

### **1.2.1. Diễn biến của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu**

Khủng hoảng kinh tế thế giới bắt đầu từ cuộc khủng hoảng tài chính Mỹ cuối năm 2007, từ đó khủng hoảng lan ra tới quy mô toàn thế giới. Diễn biến của cuộc khủng hoảng tài chính, suy thoái kinh tế toàn cầu có thể được tóm lược như sau:

Cuộc khủng hoảng tài chính đã có dấu hiệu từ mùa hè năm 2007, khi dầu thô, lương thực và nguyên liệu cơ bản bị đầu cơ, đẩy giá lên cao (thời kỳ cao nhất dầu thô 147 USD/thùng, thép 830USD/tấn, gạo 1.000USD/tấn...); giá bất động sản ở Mỹ giảm; sự rò rỉ thông tin về nguy cơ thua lỗ lớn của các ngân hàng đầu tư và thương mại Mỹ nắm giữ nhiều khoản cho vay bất động sản và các tài sản tài chính có nguồn gốc từ các khoản vay bất động sản dưới chuẩn. Các ngân hàng cho vay bất động sản dưới chuẩn tại Mỹ đã gặp khó khăn từ tháng 2 năm 2007. Rất nhiều người mua nhà rồi nhưng sau đó không có tiền trả lãi hàng tháng và các ngân hàng cho vay trở nên thiếu hụt vốn.

Tháng 6/2007 Một trong những ngân hàng lớn của Mỹ, Ngân hàng đầu tư Bear Stearns tuyên bố hai chi nhánh đầu tư của nó bị phá sản do vấn đề cho vay dưới chuẩn.

Ngày 3/8/2007 các thị trường chứng khoán giảm giá mạnh vì các nhà đầu tư sơ cơn khủng hoảng sẽ lan rộng

Ngày 9/8/2007, Ngân hàng Pháp BNP Paribas tuyên bố ngừng hoạt động của ba quỹ đầu tư vào bất động sản. Cùng lúc, ngân hàng Trung ương Âu châu (ECB), FED, các ngân hàng Trung ương Nhật, Thụy Sĩ, Canada bơm thêm tiền vào thị trường tài chính để hỗ trợ các ngân hàng

Ngày 10/8/2007, các thị trường chứng khoán trên thế giới đều sụp đổ. Các ngân hàng Trung ương lại bơm thêm tiền vào

Ngày 22/1/2008: FED giảm lãi suất gốc

Ngày 17/2/2008: Ngân hàng JP Morgan của Anh gặp khó khăn vì không đủ tiền mặt. Chính phủ Anh vội vàng quốc hữu hoá ngân hàng này

Ngày 16/3/2008, Ngân hàng JP.Morgan Chase, ngân hàng đầu tư khổng lồ của Mỹ tuyên bố mua lại ngân hàng Bear Steans với sự giúp đỡ của FED giá 10 USD/cổ phiếu, thấp hơn 10 lần mức giá niêm yết cách đó 10 năm.

Tháng 7/2008, Tập đoàn cho vay thế chấp thứ cấp Freddie Mac và Fannie Mae mất khả năng thanh toán.

Cơn địa chấn tài chính thực sự nổ ra vào ngày 7/9/2008 khi hai tập đoàn chuyên cho vay cầm cố khổng lồ của Mỹ và Freddie Mac và Fannie Mae buộc phải được Chính phủ tiếp quản để tránh khỏi nguy cơ phá sản. Sự kiện này tiếp tục châm ngòi cho vụ đổ vỡ của những tên tuổi lớn khác. Ngày 15/9/2008, Ngân hàng đầu tư lớn thứ tư nước Mỹ Lehman Brothers sau 158 năm tồn tại đã tuyên bố phá sản. Đúng 10 ngày sau, Ngân hàng tiết kiệm Washington Mutual Inc đã tụt nên vụ phá sản lớn nhất trong lịch sử với tổng giá trị tài sản thiệt hại lên tới 307 tỷ USD. Ngoài ra do khủng hoảng tài chính, ngân đầu tư số một nước Mỹ, Merrill Lyunch bị thôn tóm bởi Bank of Americal. Chính phủ buộc phải bơm 85 tỷ USD vào AIG, tập đoàn bảo hiểm lớn nhất thế giới để tránh cho thị trường tài chính nước này một kết cục tồi tệ hơn [1].

Tháng 9 và tháng 10 năm 2008 trở thành giai đoạn đen tối với phố Wall, biến động tại phố Wall trở nên khó lường hơn với nhiều kỷ lục cả tăng và giảm tồn tại trong hàng chục năm bị phá. Không chỉ ở phố Wall, tuần lễ từ 15-21/9/2008 thị trường chứng khoán của cả thế giới chao đảo, từ Tokyo đến Thượng Hải, Seoul, Hồng Kông, các chỉ số chứng khoán đều tuột dốc mạnh. Tại châu Âu, các thị trường chứng khoán Paris, Luân Đôn, Frankfurt, Amsterdam cùng chung số phận. Thị trường chứng khoán Matxcova cũng lâm vào tình trạng hoảng loạn đến nỗi phải tạm đóng cửa để chờ cơn bão đi qua.

Kết thúc quý I/2009, đã có một số tín hiệu khởi sắc từ nền kinh tế Mỹ. Điểm đáng chú ý nhất là sự phục hồi mạnh mẽ của khu vực tài chính.

Sự phục hồi của khu vực tài chính – ngân hàng và bất động sản đã giúp cho thị trường phố Wall khởi sắc sau một thời gian dài tụt dốc không phanh. Trong khi nền kinh tế Mỹ có dấu hiệu khởi sắc thì Châu Âu chưa thấy tiến triển rõ rệt, còn Châu Á vẫn chìm trong suy thoái.

### **1.2.2. Tác động khủng hoảng tài chính đến nền kinh tế toàn cầu**

#### *Tác động đối với nền kinh tế toàn cầu*

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, cuộc khủng hoảng kinh tế được đánh giá là trầm trọng nhất kể từ khủng hoảng 1929 – 1930. Nó gây tác động mạnh mẽ trên tất cả các phương diện tài chính, kinh tế, xã hội, sản xuất, thương mại, dịch vụ.

Xét về góc độ kinh tế - tài chính, cuộc khủng hoảng đã gây thiệt hại lớn nhất trong lịch sử. Tình trạng thị trường tài chính đóng băng ngày càng tồi tệ đã khiến Ngân hàng Trung ương Mỹ, Anh, Nhật, EU và nhiều quốc gia khác phải giảm lãi suất hàng loạt để khơi thông dòng vốn. Theo ước tính của quỹ Tiền tệ Quốc tế IMF, chi phí để thế giới khắc phục hậu quả của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu là khoảng 11.900 tỷ USD. Điều đó có nghĩa là nếu chia bình quân, mỗi đầu người trong thế giới 6,7 tỷ dân đã có thêm 1.7999 USD nếu cuộc khủng hoảng không xảy ra. Tính ra thiệt hại tương đương 1/5 sản lượng kinh tế toàn cầu đã biến mất. Khoản tiền chi ra để cứu nguy nền kinh tế thế giới lần này được coi là lớn nhất. Hầu hết số tiền chi ra này là từ các nước phát triển, với con số lên tới 10.200 tỷ USD, trong khi đó các nước đang phát triển chỉ chi 1.700 tỷ USD. IMF cam kết cho các nước đang phát triển vay 175 tỷ USD để ổn định thị trường tài chính (Iceland, Ukraina, Pakistan, Hungari...). Nước Anh là nước chi mạnh nhất cho các giải pháp khẩn cấp để hỗ trợ ngành tài chính khởi sụp đổ, với số tiền lên tới 1.227 tỷ bảng Anh (tương đương 2.000 tỷ USD), tương đương 81,8% GDP. Các nước G20 cũng đã đối mặt với tỷ lệ thâm hụt ngân sách trung bình là 10,2% GDP trong năm 2009, bị thâm hụt lớn nhất là Mỹ với 13,5%, Anh là 11,6% và Nhật là 10,3% [35].

Ngoài ra, vấn đề gia tăng tỷ lệ thất nghiệp cũng là yếu tố cản trở nền kinh tế toàn cầu phục hồi. Do tình trạng khó khăn lan rộng, niềm tin của người tiêu dùng hạ xuống mức thấp và thắt chặt hầu bao khiến sản xuất và tiêu dùng đình trệ, các doanh nghiệp Mỹ đua nhau cắt giảm nhân công để tiết kiệm chi phí kéo theo thu nhập hộ gia đình giảm. Do đó, nhu cầu tiêu thụ co lại buộc các doanh nghiệp phải đóng cửa làm ăn. Tỷ lệ thất nghiệp không ngừng gia tăng. Điều đó làm tỷ lệ thất nghiệp của Mỹ tăng cao từ mức 4.4% cuối năm 2006 lên mức cao kỷ lục 8.5% trong tháng 3/2009 cao nhất trong vòng hàng chục năm qua. Theo tổ chức ILO, số người thất nghiệp trên toàn thế giới tăng thêm 59 triệu người trong năm 2009, so với năm 2007, tức là tăng 31% [36]. Đây cũng là một trong những động lực chính đẩy tăng trưởng kinh tế có thể giảm theo. Tốc độ tăng trưởng GDP của Mỹ đã suy giảm nhanh chóng và xuống mức -6.2% vào quý IV/2008 và tăng trưởng âm liên tiếp trong 2 quý III và IV năm 2008 và chính thức được coi là bước vào suy thoái.

Bên cạnh đó, khả năng phục hồi của hệ thống ngân hàng cũng là trở ngại lớn khiến nền kinh tế toàn cầu khó lấy lại đà tăng trưởng. Đặc biệt tại châu Âu, nơi các công ty phụ thuộc vào ngân hàng để tài trợ cho hoạt động đầu tư. NHTW các nước phát triển (Mỹ, Đức, Pháp, Anh, Nhật...) và nhiều nước đang phát triển đã thực hiện các biện pháp để tăng khả năng thanh khoản và mở rộng tín dụng, hỗ trợ tài chính cho các ngân hàng và công ty tài chính.

Theo báo cáo của WTO hoạt động thương mại toàn cầu đã suy giảm đáng kể từ tháng 9/2008. Nước Mỹ, với sự sụp đổ liên tiếp của hàng loạt ngân hàng và các tổ chức tài chính lớn đã ảnh hưởng đến hoạt động tài chính nơi đây và nhiều nước khác. Không có nguồn hỗ trợ tài chính tín dụng, các hoạt động xuất nhập khẩu gặp khó khăn. Thị trường chứng khoán suy giảm, giá nhà đất cũng giảm không ngừng khiến cho chính những người dân của Mỹ cùng nhiều quốc gia khác hạn chế chi tiêu, mua sắm những mặt hàng tiêu dùng, chẳng hạn như ô tô hay xây dựng, sửa chữa nhà cửa. Giá các mặt hàng tiêu dùng giảm cũng làm giảm doanh thu xuất khẩu của những nước sản xuất. Tính chung cả năm 2008, xuất khẩu vẫn tăng 2%, song đã thấp hơn nhiều tốc độ tăng trưởng 6% của năm 2007. Mức tăng trưởng 2% của

thương mại toàn cầu năm 2008 đã thấp hơn rất nhiều so với mức dự báo 4,5% WTO công bố một năm trước đó. Ở châu Á, ảnh hưởng lớn và thấy rõ nhất sẽ là Trung Quốc. Quốc gia đông dân nhất thế giới này hiện là thị trường xuất khẩu khổng lồ và đang phải chịu nhiều khó khăn khi các đối tác xuất khẩu chính cũng chìm sâu trong khủng hoảng. Xuất khẩu của Trung Quốc với sáu đối tác hàng đầu, trong đó riêng châu Âu là một đối tác lớn, chiếm khoảng 70% kim ngạch xuất khẩu của quốc gia đông dân nhất thế giới này trong năm 2007. Và hiện tất cả những đối tác thương mại này đều đang gặp phải những khó khăn vì khủng hoảng kinh tế nên phải hạn chế nhập khẩu. Năm 2009 ở các nước phát triển, lượng xuất khẩu giảm 10%, còn tại các nước đang phát triển, nơi vốn lệ thuộc nhiều vào xuất khẩu, tốc độ suy giảm dao động 2-3%.

#### *Tác động đến nền kinh tế Việt Nam*

Cuộc khủng hoảng đã nhanh chóng lan ra khắp toàn cầu, từ châu Âu, Mỹ Latinh, Trung Đông, Nga, châu Á. Việt Nam cho dù có trễ hơn so với các quốc gia khác, cũng bị ảnh hưởng do độ mở khá lớn của nền kinh tế.

Về tác động đối với đầu tư, vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Việt Nam đã có xu hướng giảm mạnh. Nếu như trong 9 tháng đầu năm 2008, số vốn FDI đăng ký trung bình đạt 6,25 tỷ USD/tháng thì từ tháng 10 năm 2008 đến tháng 3 năm 2009 con số này chỉ đạt 2,15 tỷ USD/tháng. Khủng hoảng tài chính đã lan ra toàn cầu, những nước châu Á vốn là những đối tác đầu tư nhiều vào Việt Nam như Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore... cũng rơi vào khủng hoảng hoặc đang chịu những tác động tiêu cực của khủng hoảng. Vì vậy, trong dài hạn nếu khủng hoảng tài chính và suy thoái toàn cầu không bị chặn lại thì FDI tại Việt Nam chắc chắn còn bị ảnh hưởng mạnh hơn nữa.

Về vốn đầu tư gián tiếp nước ngoài, thị trường chứng khoán Việt Nam là thị trường suy thoái nhất toàn cầu năm 2008 (giảm tới 67%, từ 927 điểm đầu năm giảm còn 315 điểm). Luồng tiền đầu tư gián tiếp vào Việt Nam suy giảm và đã có hiện tượng các nhà đầu tư nước ngoài rút vốn khỏi thị trường, gây tâm lý hoang mang cho các nhà đầu tư trong nước. Thị trường chứng khoán Việt Nam chưa gia nhập

vào hệ thống thị trường chứng khoán thế giới và vốn của các nhà đầu tư nước ngoài trên thị trường chứng khoán Việt Nam không nhiều, chỉ khoảng 20% tổng vốn, nên ảnh hưởng có thể không quá lớn. Mặc dù vậy, các nhà đầu tư nước ngoài ồ ạt rút vốn sẽ gây ảnh hưởng xấu đến thị trường chứng khoán Việt Nam, nhất là về mặt tâm lý.

Đối với hệ thống ngân hàng - tài chính, tuy cuộc khủng hoảng chưa có ảnh hưởng nghiêm trọng nhưng đã có một số tác động gián tiếp. Trước hết là diễn biến tỷ giá và lãi suất. Tỷ giá USD với VNĐ trên thị trường có nhiều biến động do tâm lý của người dân. Trước tình hình đó, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã có các biện pháp điều hành, ổn định tỷ giá, hạ lãi suất cơ bản nhằm giúp doanh nghiệp tiếp cận nguồn vốn để sản xuất - kinh doanh, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu, rà soát và kiểm soát nợ xấu của các ngân hàng thương mại. Trong thời gian qua, do lạm phát tăng cao nên Ngân hàng Nhà nước duy trì chính sách thắt chặt tiền tệ, khiến giá bất động sản ở Việt Nam sụt giảm mạnh, hệ quả là tài sản ngân hàng cũng xuống theo và nợ xấu tăng lên. Trong trường hợp xấu nhất, các ngân hàng có vốn điều lệ dưới mức quy định 1000 tỷ VNĐ có thể sẽ sáp nhập với các ngân hàng lớn, nợ xấu gia tăng và Chính phủ có thể phải đưa ra các biện pháp xử lý, duy trì sự ổn định của toàn hệ thống.

### **1.2.3. Tác động của cuộc khủng hoảng đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam**

Trong thập niên từ 1997-2007, nền kinh tế Việt nam khởi sắc cùng với quá trình hội nhập kinh tế toàn cầu, đặc biệt là sau khi gia nhập APEC cuối năm 1998 và ký kết hiệp định thương mại song phương với Mỹ năm 2000. Giá trị xuất khẩu của Việt Nam liên tục tăng trưởng kể từ các thời điểm quan trọng đó. Sự tăng trưởng liên tục của thương mại quốc tế đã đưa Việt Nam thành một quốc gia có độ mở lớn đối với nền kinh tế toàn cầu. Tuy nhiên từ tháng 10/2008, xuất khẩu Việt Nam cũng trải qua những khó khăn và chịu nhiều tác động từ cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu.

Tác động dễ thấy nhất của khủng hoảng toàn cầu làm cho kim ngạch xuất nông sản của nước ta có xu hướng giảm. Kim ngạch xuất khẩu từ mức đạt 6,5 tỷ



USD trong tháng 7 năm 2008 đã xuống còn 6 tỷ USD, giảm 8,1% trong tháng 8, xuống còn gần 5,3 tỷ USD trong tháng 9. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu và tốc độ tăng trưởng tương ứng của khu vực kinh tế vốn trong nước lần lượt là 2,6 tỷ USD, giảm 20,2% trong tháng 8 rồi xuống 2,27 tỷ USD, giảm 11,3% trong tháng 9 năm 2008.

Một tác động khác đồng thời cũng là nguyên nhân giảm kim ngạch xuất khẩu như trên là sự suy giảm về nhu cầu nhập khẩu nông sản trong khi nền kinh tế Việt Nam đang hướng đến xuất khẩu. Nguyên nhân trực tiếp do sự suy giảm nhanh chóng về nhu cầu nhập khẩu trên thế giới. Khi kinh tế suy thoái, người tiêu dùng trên thế giới buộc phải thắt chặt chi tiêu và xuất khẩu của nước ta sang các thị trường quốc tế bị suy giảm làm giảm tăng trưởng của Việt Nam. Hơn nữa thị trường xuất khẩu nông sản là độ nhạy cảm thấp của nhu cầu nông sản đối với giá của nó. Nếu doanh nghiệp xuất khẩu chủ động giảm giá của một mặt hàng nông sản để kích thích thì nhu cầu của người tiêu dùng đối với mặt hàng nông sản cũng không tăng lên nhiều như mức độ giảm giá.

Bên cạnh đó, đối với thị trường nông sản và cũng là thách thức lớn nhất cho xuất khẩu Việt Nam là tính biến động cao của giá cả. Trong thời đại toàn cầu hóa hiện nay, giá cả nông sản ngày càng phụ thuộc nhiều hơn vào các yếu tố kinh tế vĩ mô như chính sách tiền tệ, sự cân bằng ngân sách quốc gia, tỉ giá, các chính sách thương mại quốc tế và cả đầu tư nước ngoài. Khủng hoảng kinh tế toàn cầu sẽ khiến cho tất cả các quốc gia xem xét, điều chỉnh các chính sách kinh tế vĩ mô và điều này sẽ lại làm cho giá cả xuất nhập khẩu lên xuống thất thường. Những biến động trong năm 2008 đã là những minh chứng cụ thể cho đặc điểm này. Gạo là mặt hàng xuất khẩu lớn thứ hai thế giới, đứng thứ năm trong các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta, giá thế giới có khi tăng vọt lên đến 300%, sau đó lại suy giảm. Kim ngạch xuất khẩu gạo trong 10 tháng đầu năm 2008 đạt hơn 2,6 tỷ USD, nhưng khối lượng xuất tháng 8 đã giảm 27%, giá xuất bình quân giảm 7,7% từ đó kéo theo kim ngạch xuất khẩu giảm 22,9% so với tháng 7; đến tháng 9 tuy tăng trở lại 22,4% về lượng, nhưng giá vẫn tiếp tục giảm mạnh đến 26% nên kim ngạch xuất khẩu tiếp tục giảm

10% so với tháng 8; tháng 10 khối lượng xuất giảm 20,8% và giá xuất bình quân giảm tiếp gần 20%, do đó kim ngạch xuất tiếp tục giảm rất lớn đến 36,5% so với tháng 9. Cà phê cũng là một trong 10 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta, kim ngạch xuất khẩu 10 tháng năm 2008 đạt gần 1,7 tỷ USD, nhưng cả khối lượng và giá xuất đã cùng rớt liên tục từ tháng 8 đến tháng 10: tháng 8, khối lượng xuất giảm 24,6%, giá giảm 0,7% kéo theo kim ngạch xuất khẩu giảm 25,2%; tháng 9 khối lượng xuất tiếp tục giảm 2%, giá xuất giảm 6% và kim ngạch tiếp tục giảm 8,2%; tháng 10 khối lượng xuất rớt thêm 6,2%, giá xuất rớt thêm 7,1%, kéo theo kim ngạch xuất giảm thêm 12,9% [9, tr.6].

Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008 đã và đang tác động trực tiếp đến thị trường vốn cũng như các hoạt động tài xuất khẩu. Cuộc khủng hoảng tài chính sẽ khiến cho các hoạt động đầu tư vốn từ nước ngoài giảm nhanh trong ngắn hạn, các ngân hàng cũng gặp nhiều khó khăn hơn trong việc mở thư bảo lãnh, cấp tín dụng,... để hỗ trợ cho các hoạt động xuất khẩu như trong các năm vừa qua. Qui mô sản xuất cho xuất khẩu sẽ thu hẹp do vốn đầu tư bị suy giảm.

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

Trên đây là một số những tác động chính từ cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu đối với hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam.

### **1.3. Xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu**

#### **1.3.1. Khối lượng và kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong giai đoạn khủng hoảng**

Trong những năm qua, sản xuất nông nghiệp của nước ta phải đối mặt với nhiều khó khăn như: tình hình thiên tai, dịch bệnh thường xuyên xảy ra gây ảnh hưởng tới sản lượng đồng thời những diễn biến phức tạp trên thị trường nông sản

thế giới và cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu đã ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu nói chung và hoạt động xuất khẩu nông sản của chúng ta nói riêng. Tuy vậy, hoạt động nông sản của Việt Nam vẫn đạt được những kết quả đáng ghi nhận thể hiện ở sự gia tăng ở khối lượng và kim ngạch xuất khẩu qua các năm.

**Bảng 1.2. Khối lượng xuất khẩu một số loại nông sản chủ yếu  
giai đoạn 2005 – 2009**

Đơn vị: 1.000 tấn

Tên hàng	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
Cà phê	829	981	1.213	1.060	1.150
Hạt tiêu	109	118	86	90	130
Hạt điều	109	127	148	165	175
Chè	88	106	81	104	133
Gạo	5.250	4.643	3.335	4.742	5.600
Cao su	587	708	706	658	720
Sắn và các sản phẩm từ sắn	....	...	...	4.200	4.600

*Nguồn: Tổng hợp từ tổng cục thống kê*

Qua bảng 1.2 cho thấy, năm 2007, Việt Nam đã xuất khẩu 1,2 triệu tấn cà phê, tăng 22,3% về lượng so với năm 2006. Với mức tăng này cà phê đang là mặt hàng dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu trong nhóm hàng nông là một trong 10 mặt có kim ngạch xuất khẩu đạt trên 1 tỷ USD. Tuy nhiên sản lượng xuất khẩu mặt hàng chủ lực của nước ta giảm xuống còn 1.060 nghìn tấn do nhu cầu hạn chế tiêu dùng ở một số thị trường lớn như Mỹ khiến lượng xuất khẩu giảm đáng kể. Trong vòng hai năm 2005 - 2005, xuất khẩu hạt tiêu Việt Nam liên tục đạt mức ổn định trên 100.000 tấn/năm, đặc biệt năm 2006 là năm đạt mức tăng kỷ lục gần 119.000 tấn. và đứng ở vị trí nhà xuất khẩu hàng đầu thế giới, chiếm 50% thị trường trên toàn cầu. Từ năm 2007 tuy sản lượng có sụt giảm vì thời tiết bất lợi và lượng dự trữ giảm

đi kèm với những biến động về cuộc khủng hoảng tài chính nhưng với tình hình sản xuất và giá hạt tiêu tại Việt Nam hiện có tác động khá lớn đến giá cả mặt hàng này trên toàn thế giới. Qua bảng thống kê chúng ta cũng nhận thấy, sản lượng xuất khẩu sụt giảm của một số mặt hàng khác trong giai đoạn từ 2007 – 2008 như mặt hàng gạo giảm mạnh từ 5.250 nghìn tấn xuất khẩu của năm 2005 chỉ còn 3.335 nghìn tấn mức giảm gần 36%, chè giảm từ 106 nghìn tấn xuống còn 81 nghìn tấn và đến năm 2008 sản lượng có tăng hơn nhưng cũng chưa trở lại mức tương đương của năm 2006, cao su cũng sụt giảm từ 708 nghìn tấn xuống 706 nghìn tấn vào năm 2007 và năm 2008 chỉ còn 658 nghìn tấn. Mặt hàng cao su chịu ảnh hưởng lớn từ cuộc khủng hoảng kinh tế do một số ngành công nghiệp chế biến cao su giảm mạnh về cầu như sản xuất lốp xe ô tô. Đến năm 2009, giai đoạn cuối năm rơi vào niên vụ xuất khẩu từ tháng 7 trở đi cũng là thời điểm nền kinh tế thế giới có dấu hiệu tích cực, sản lượng xuất khẩu các mặt hàng cũng có sự gia tăng. Mức gia tăng đột biến và đạt kỷ lục là mặt hàng gạo đạt tới 5,6 triệu tấn và cà phê 1.150 nghìn tấn tính đến cuối năm 2009. Mặt hàng chè tăng đạt mức 133 nghìn tấn và mặt hàng cao su lượng xuất khẩu là 720 nghìn tấn vào cuối năm 2009, mức cao nhất trong cả giai đoạn từ năm 2005 – 2009. Mặt hàng sản lát cũng có sự gia tăng từ đột biến 4.600 nghìn tấn tính đến cuối năm 2006 do nhu cầu tăng cao đặc biệt là Trung Quốc.

Trong giai đoạn 2005- 2009, kim ngạch xuất khẩu nông sản cũng có những biến động do ảnh hưởng của nhiều yếu tố trong đó phải kể đến tác động mạnh mẽ của cuộc khủng hoảng kinh tế. Quan sát bảng kim ngạch xuất khẩu dưới đây (bảng 1.2) đã phản ánh phần nào những biến động qua các năm.

**Bảng 1.3. Kim ngạch xuất khẩu nông sản trong tổng kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2005 – 2009**

Đơn vị: triệu USD

Tên hàng	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
Kim ngạch xuất khẩu nông sản	4.467,4	6.266,1	6.085	6.600	8.200
Kim ngạch xuất khẩu	32.447,1	39.826,2	44.345	62.900	56.799
Tỷ trọng (%)	13,77	15,73	13,72	10,49	14,44

*Nguồn: Tổng hợp từ tổng cục thống kê*

Năm 2006 kim ngạch xuất khẩu có tốc độ tăng trưởng cao nhất hơn 40% so với năm 2005 tỷ trọng chiếm 17,73% trong khi năm 2007 mức tăng so với năm 2005 chỉ còn 36% khiến cho tỷ trọng cũng giảm theo. Từ 2007 nước ta trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) đã tạo thêm cơ hội để nền kinh tế nước ta hội nhập sâu hơn và rộng hơn vào kinh tế thế giới. Tuy nhiên, những tháng cuối năm 2007 lại xuất hiện một số khó khăn không lường trước được như bão, lũ; dịch tiêu chảy cấp; dịch tai xanh ở lợn; dịch cúm gia cầm tái bùng phát ở một số nơi ảnh hưởng tới kết quả xuất khẩu nông sản chỉ còn 6085 triệu đô giảm 181 triệu đô so với năm 2006 và tỉ trọng cũng giảm còn 13,75%.

Năm 2008, kim ngạch hàng hoá xuất khẩu ước tính đạt 62,9 tỷ USD, tăng 29,5% so với năm 2007. Trong tổng kim ngạch hàng hoá xuất khẩu năm 2008, nhóm hàng nông sản chỉ chiếm tỷ trọng 10,49%. Kim ngạch xuất khẩu năm 2008 của các loại hàng hoá đều tăng so với năm 2007, chủ yếu do giá trên thị trường thế giới tăng nguyên nhân chủ yếu là giá dầu thô và giá nhiều loại nguyên liệu, hàng hoá khác trên thị trường thế giới tăng mạnh trong những tháng giữa năm kéo theo sự tăng giá ở mức cao của hầu hết các mặt hàng trong nước; lạm phát xảy ra tại nhiều nước trên thế giới; khủng hoảng tài chính toàn cầu dẫn đến một số nền kinh tế lớn suy thoái, kinh tế thế giới suy giảm; thiên tai, dịch bệnh đối với cây trồng xảy ra liên tiếp trên địa bàn cả nước.

Trong khó khăn chồng chất của năm 2009, một số mặt hàng nông sản chủ lực của Việt Nam lại có kim ngạch xuất khẩu cao hơn so với năm 2008 như hạt điều đạt kim ngạch 850 triệu USD, chè đạt 180 triệu USD, đáng chú ý là mặt hàng sản xuất khẩu đạt kỷ lục với giá trị kim ngạch đạt 800 triệu USD. Tỷ trọng cũng tăng cao so với các năm trước đó lên mức 14,4%. Tuy nhiên, xuất khẩu nông sản năm 2009 được đánh giá là tăng mạnh về lượng, nhưng giá trị kim ngạch tăng không tương xứng nguyên nhân chính khiến giá nông sản trên thị trường giảm sút là do cuộc khủng hoảng tài chính nặng nề tại các thị trường chủ chốt như Mỹ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản... chính là nguyên nhân khiến sức cầu sụt giảm. Rắc rối của hệ thống ngân hàng tại những thị trường lớn làm hạn chế khả năng thanh khoản của các doanh nghiệp nhập khẩu hàng từ Việt Nam. Bên cạnh đó, nhiều quỹ đầu tư đồng loạt rút vốn ra khỏi hoạt động đầu tư nông sản dẫn tới sự giảm cầu trên các thị trường kỳ hạn, làm giá nông sản giảm đột ngột. Việc nhiều quốc gia tăng trợ cấp nông nghiệp để đảm bảo an ninh lương thực cũng khiến nông sản mất giá, điển hình như cà phê giảm 32%, cao su giảm 50%.

Nhìn chung, cuộc khủng hoảng tài chính bắt đầu tác động đến nông sản xuất khẩu từ tháng 9/2008 đã tác động sâu sắc tới hoạt động xuất khẩu nông nghiệp dẫn tới sự tăng giảm cả về khối lượng và kim ngạch xuất khẩu của một số mặt hàng nông sản tiêu biểu. Dù phải đối mặt với nhiều khó khăn nhưng sản lượng và kim ngạch qua các năm vẫn duy trì ở mức tương đối ổn định cho thấy sự nhanh nhạy, nỗ lực của cả nhà nước và các doanh nghiệp trong việc chủ động ứng phó với những biến động của nền kinh tế thế giới.

### **1.3.2. Thị trường xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong giai đoạn khủng hoảng**

Bên cạnh việc nâng cao chất lượng và khối lượng nông sản xuất khẩu, thị trường xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong những năm qua đã được mở rộng đáng kể. Ngoài các thị trường truyền thống như Trung Quốc, ASEAN, Nga, các nước Đông Âu, hàng hóa nông sản Việt Nam bước đầu đã thâm nhập vào những thị trường đầy tiềm năng và cũng rất khó tính như EU, Mỹ... Một số loại nông sản xuất

khẩu chủ lực như: gạo, cà phê, hạt điều, hạt tiêu, cao su, chè,... đang dần củng cố vị trí vững chắc và có khả năng chi phối giá trên thị trường. Các thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam theo thứ tự là: Mỹ, EU, ASEAN, Nhật Bản, Trung Quốc, Australia. Trong giai đoạn 2001-2007, kim ngạch xuất khẩu vào tất cả các thị trường trọng điểm đều tăng trưởng ấn tượng: xuất khẩu vào EU tăng 2,8 lần, vào Nhật tăng 2,3 lần và vào ASEAN tăng 2,8 lần. Đáng chú ý nhất là việc gia tăng xuất khẩu vào thị trường Mỹ. Nếu như năm 2001, giá trị xuất khẩu sang thị trường lớn nhất thế giới này chỉ là 1065,3 triệu USD, thì đến năm 2007, kim ngạch xuất khẩu đạt 10,54 tỷ USD, xấp xỉ 10 lần năm 2001. Kết quả này có được là nhờ Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ kí kết vào năm 2000 và có hiệu lực vào cuối năm 2001. Do đó, số lượng thị trường xuất khẩu nông sản của Việt Nam không ngừng được mở rộng, cơ cấu thị trường cũng ngày càng đa dạng và đồng đều hơn, giảm tình trạng quá phụ thuộc vào một hoặc một số thị trường. Vì vậy những rủi ro trong hoạt động xuất khẩu nông sản của nước ta đã được giảm thiểu đáng kể.

Tuy nhiên, bên cạnh việc mở rộng thị trường, thâm nhập được vào các thị trường mới, Việt Nam cũng để mất nhiều thị trường cũ. Có nhiều nguyên nhân giải thích cho hiện tượng trên trong đó có nguyên nhân cơ bản nhất là mặt hàng nông sản xuất khẩu của nước ta chưa có được uy tín và thương hiệu mạnh trên thị trường thế giới. Hơn nữa, chất lượng mặt hàng nông sản của ta không ổn định do chưa tổ chức được liên kết vùng dẫn đến nhiều vùng, nhiều địa phương cùng trồng một loại nông sản nhưng chưa có sự quản lý chặt chẽ các khâu từ sản xuất, tiêu thụ, giám sát chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm. Bên cạnh nguyên nhân do khủng hoảng kinh tế khiến thị trường tiêu thụ bị thu hẹp còn do sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp Việt Nam, bằng cách bán phá giá đã làm cho việc xuất khẩu mặt hàng nông sản của Việt Nam gặp khó khăn trên thị trường thế giới.

### **1.3.3. Vai trò của hoạt động xuất khẩu hàng nông sản đối với nền kinh tế Việt Nam trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu**

Kể từ khi đổi mới, tăng trưởng nông nghiệp và xuất khẩu nông sản có một vị trí quan trọng trong việc tăng trưởng của toàn bộ nền kinh tế Việt Nam.

Nhìn lại những cột mốc quan trọng nhất trong tiến trình đổi mới và hội nhập của Việt Nam như khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997 hay cuộc khủng hoảng kinh tế hiện nay mới thấy hết vai trò “trụ đỡ” của ngành nông nghiệp và xuất khẩu nông sản. Quy mô thương mại nông - lâm - thủy sản ngày càng được mở rộng cả về thị trường và ngành hàng. Thương mại nông - lâm - thủy sản đạt mức tăng trưởng cao và liên tục xuất siêu, tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn 2001-2008 đạt khoảng 25,5%/năm trong khi kim ngạch xuất khẩu hàng hóa nói chung chỉ tăng khoảng 20,5%/năm.[33]

Năm 2008, nền kinh tế toàn cầu lún sâu vào khủng hoảng, thương mại suy giảm nghiêm trọng, song thương mại nông sản của Việt Nam vẫn tăng mạnh so với các giai đoạn trước đó. Tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản năm 2008 ước đạt hơn 16 tỉ đô la Mỹ, tăng 28,4% so với năm 2007. Nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực giảm về số lượng nhưng kim ngạch vẫn tăng so với năm 2007 như cao su, cà phê, chè, gạo...

Nông sản cũng chiếm tỷ lệ quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam. Tuy đối mặt với nhiều khó khăn, nhưng xuất khẩu nông sản, nhất là gạo, thủy sản, cà phê... vẫn đóng vai trò đáng kể trong tổng kim ngạch xuất khẩu mà Việt Nam đạt được từ đầu năm 2009 đến nay. Cùng với các ngành hàng xuất khẩu quan trọng khác như may mặc và giày da, nông sản là một trong những ngành hàng sử dụng nhiều nguồn lực lao động tại chỗ hơn là nguồn vốn đầu tư nước ngoài, do đó sẽ bị tác động ít hơn so với hai lĩnh vực tài chính và bất động sản. Nông sản xuất khẩu còn có vai trò quan trọng trong nền kinh tế Việt nam vì liên quan đến hơn 70% dân số, là một thị trường lớn cho các ngành hàng sản xuất khác. Với khả năng tạo ra nhiều công ăn việc làm, thu nhập cho số đông dân cư đặc biệt là những lao động bị



thất nghiệp thì đây là lĩnh vực giải quyết công ăn việc làm, tạo thu nhập cho lao động bị thất nghiệp do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế..

Khi xuất khẩu nông sản được giữ ổn định và tăng trưởng, cả nền kinh tế có nhiều cơ hội hơn để phát triển và cũng là yếu tố quan trọng giúp nền kinh tế sớm ra khỏi ảnh hưởng tiêu cực của khủng hoảng kinh tế toàn cầu.

## **Chương 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA CÔNG TY INTIMEX TRONG BỐI CẢNH KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU**

### **2.1. Khái quát về công ty Intimex**

#### **2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty Intimex**

Công ty Xuất nhập khẩu Intimex tiền thân là Công ty Xuất nhập khẩu nội thương và hợp tác xã được thành lập theo quyết định số 58NT/QĐ ngày 10 tháng 8 năm 1979 của Bộ Nội thương nay là Bộ Công Thương. Nhiệm vụ ban đầu của công ty là trao đổi hàng hoá nội thương và hợp tác xã với các XHCN nhằm bổ sung cho nguồn hàng xuất khẩu chính ngạch tăng thêm mặt hàng lưu động trong nước, phục vụ tốt hơn cho sản xuất đời sống nhân dân.

Từ khi thành lập đến năm 1985 là giai đoạn xây dựng và trưởng thành, công ty kết hợp với ngành ngoại thương thực hiện giao hàng xuất khẩu từ 1 triệu rúp chuyển nhượng vào năm 1980 đến năm 1985 đạt con số là 11 triệu rúp và đô la. Từ chỗ chỉ quan hệ với hai hay ba bạn hàng nước ngoài, tổng công ty đã trở thành bạn hàng tin cậy của nhiều công ty hàng đầu của các nước thuộc khối Liên Xô cũ, Đông Âu và một số nước trong khu vực châu Á, đồng thời công ty đã thực sự trở thành trung tâm xuất nhập khẩu của ngành nội thương và hợp tác xã Việt Nam

Sau nghị quyết của hội nghị trung ương 6 của trung ương năm 1986 về việc mở cửa thị trường, Công ty đã cho chuyển đổi kinh doanh theo cơ chế khoán đến các đơn vị, phòng kinh doanh. Cùng với việc điều chỉnh tổ chức, sát nhập công ty Hữu Nghị (một công ty lâu đời của ngành nội thương vào tổng công ty Intimex) tổng công ty đã đạt tốc độ phát triển có thể nói là phi mã trong tất cả các lĩnh vực xuất khẩu đạt tới 33 triệu rúp và đôla trong năm 1990, tăng 300 % so với năm 1985. Diêm INTIMEX, bột giặt xà phòng kem INTIMEX và những sản phẩm chất lượng cao đầu tiên của phía Bắc được khách hàng tiêu dùng ưa chuộng. Tổng công ty Intimex trở thành Tổng công ty mạnh và có uy tín trong và ngoài nước.

Đầu thập kỷ 90 trong bối cảnh thị trường lớn truyền thống là Liên Xô cũ và Đông Âu gần như không còn, nền kinh tế trong nước thực sự bước vào cơ chế thị

trường có sự điều tiết của Nhà nước, bản thân Tổng công ty trong vòng một thời gian ngắn cũng bị thay đổi tổ chức. Năm 1993 tách ra thành hai công ty Intimex Hà Nội, Intimex thành phố Hồ Chí Minh: vốn, cơ sở vật chất và cả thị trường bị phân cách. Năm 1995 hợp nhất Intimex Hà Nội với công ty Gesevina, công ty Intimex đứng trước những thách thức mới. Tuy vậy với nỗ lực chung năm 1995 công ty vẫn đạt những kết quả đáng khích lệ với kim ngạch xuất khẩu ước đạt 17,5 triệu USD, kinh doanh nội địa tương đương 250 tỷ USD. Thời kỳ sau năm 1998, Intimex bước sang trang mới với mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu nông sản tập trung xuất khẩu cà phê, hạt tiêu...Intimex đã tạo ra đột biến về kim ngạch xuất khẩu. Sau 10 năm Intimex đã trở thành nhà xuất khẩu cà phê, hạt tiêu hàng đầu cả nước mỗi năm xuất khẩu từ 150.000-200.000 tấn cà phê, từ 10.000-15.000 tấn tiêu, chiếm 20% xuất khẩu cà phê ở Việt Nam và 15% tiêu của cả nước trở thành doanh nghiệp xuất khẩu nổi tiếng trong ngành thương mại cũng như trong và ngoài nước.

Từ 2000 đến nay, Intimex lại bước sang một giai đoạn mới. Công ty tiến hành đầu tư các nhà máy chế biến nông sản như: Nhà máy tiêu sạch tại Bình Dương năm 2002 đầu tư 20 tỷ, nhà máy tinh bột sắn xây dựng năm 2003 ở Thanh Chương, Nghệ An hàng năm xuất khẩu trên 20.000 tấn từ năm 2007 trở thành nhà máy lớn nhất miền Bắc hiện nay. Hiện Intimex đang đầu tư 2 nhà máy chế biến cà phê chất lượng cao tại Bình Dương và Buôn Ma Thuột với công suất mỗi nhà máy 20.000 tấn/năm. Ngoài ra Intimex còn đầu tư vào nuôi trồng chế biến thủy sản tại Diễn Kim - Nghệ An, Đồng Ghép - Thanh Hoá với diện tích gần 100 ha.

Để mở rộng địa bàn hoạt động, Intimex đã thành lập thêm các chi nhánh, xí nghiệp tại Tây Ninh, Bình Dương, Nghệ An, Đắk Lắk. Ngoài ra đơn vị còn sát nhập thêm các đơn vị khác có nhiều khó khăn, thua lỗ như: Công ty nông sản 3 (Bộ Thương mại), xí nghiệp nuôi tôm Sầm Sơn, nhà máy thủy sản Hoàng Trường (Tỉnh Thanh Hoá)...nhờ đó mà Intimex đã phát triển mở rộng thị trường kinh doanh, sản xuất cả về lượng và chất.

Năm 2001 công ty lần đầu tiên xây dựng siêu thị đầu tiên của ngành thương mại tại Hà Nội nói riêng và Miền Bắc nói chung. Việc đi tiên phong về phát triển

siêu thị của một doanh nghiệp Nhà nước của ngành thương mại đã thành công và đến nay Công ty đã có 14 siêu thị và trung tâm thương mại tại Hà Nội, Hưng Yên, Hải Dương, Hòa Bình, Hải Phòng, Nghệ An, Đà Nẵng, Buôn Ma Thuột. Năm 2008 được người tiêu dùng bình chọn là siêu thị nổi tiếng.

Trong sự phát triển đổi mới hoạt động kinh doanh thì Intimex cũng là đơn vị tiên phong của ngành thương mại trong công tác cổ phần hoá, trở thành các công ty mẹ - con. Năm 2006 có 3 đơn vị của Intimex cổ phần hoá thành công và phát triển mạnh trở thành doanh nghiệp có doanh thu lớn thứ 5 trong 500 doanh nghiệp tư nhân lớn nhất Việt năm 2008.

Intimex không chỉ phát triển trong kinh doanh, sản xuất đứng hàng đầu trong ngành và trong cả nước về một số ngành nghề sản xuất kinh doanh mà còn là nơi cung cấp nhiều cán bộ lãnh đạo các cấp cho Bộ Công thương, cho tham tán thương mại các nước, cho các doanh nghiệp khác và cho lãnh đạo các Hiệp hội ngành hàng.

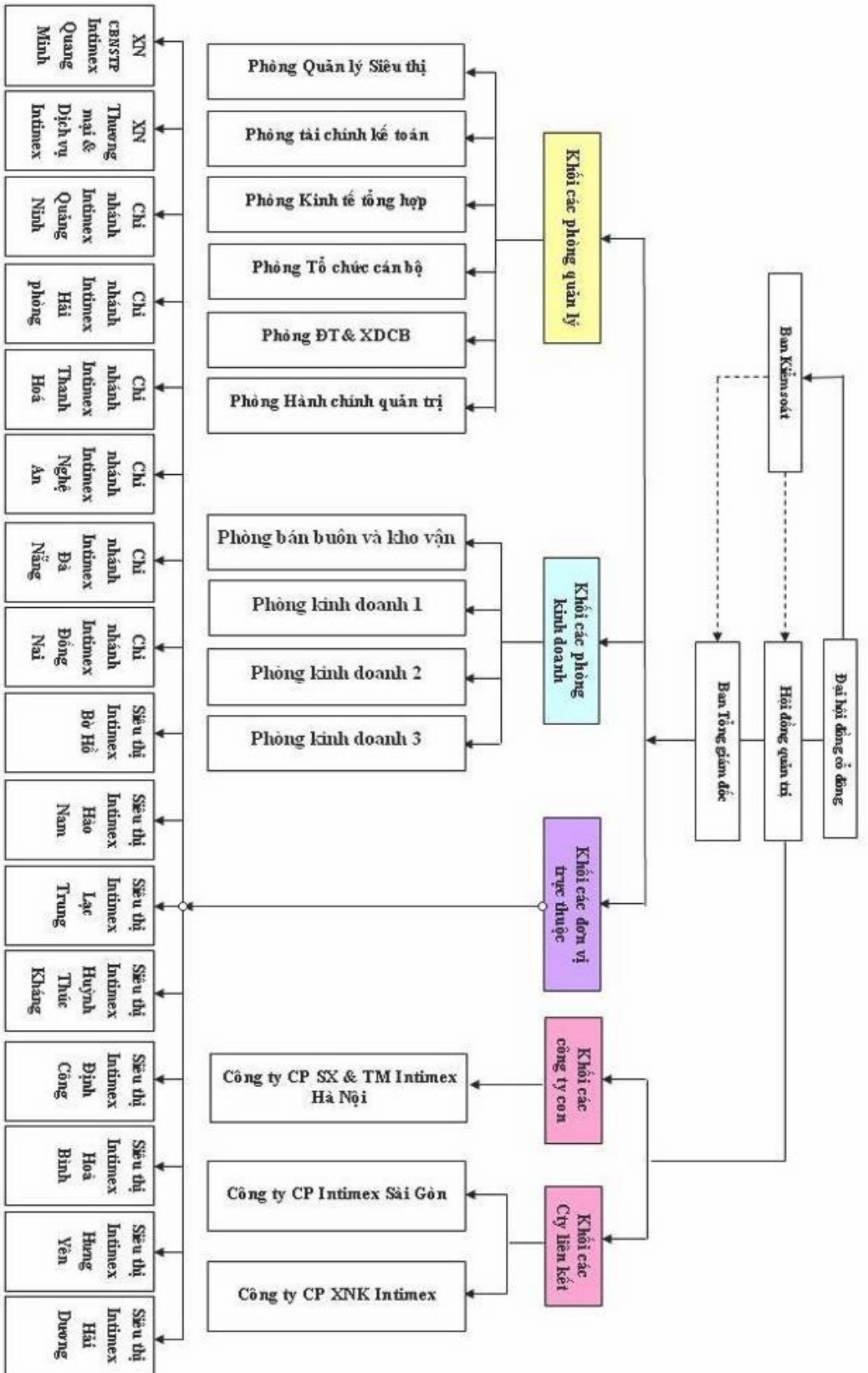
Trải qua ba mươi năm hoạt động đến nay, công ty đã cung cấp công an việc làm cho trên 2000 cán bộ công nhân viên, địa bàn trải đều trên các vùng kinh tế trọng điểm của cả nước. Năm 2008 với kim ngạch xuất nhập khẩu trên 400 triệu USD, doanh thu trên 9.000 tỷ nộp ngân sách trên 300 tỷ Công ty xuất nhập khẩu Intimex được xếp hạng 49/500 doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam.

Đến năm 2009, công ty Intimex đã hoàn thành các thủ tục cổ phần hoá và đang tiếp tục phát triển với mô hình mới **Công ty cổ phần Intimex Việt Nam**.

### **2.1.2. Cơ cấu tổ chức và quản lý của công ty Intimex**

#### *Mô hình tổ chức của công ty cổ phần Intimex Việt Nam*

Củng cố bộ máy và tổ chức mô hình hoạt động là một trong các vấn đề quan trọng sau khi cổ phần hoá. Hiện nay, mô hình tổ chức của công ty đã được xây dựng như sau:



Nguồn: <http://www.intimexco.com/?act=content&pid=2&cid=8>  
**Sơ đồ 2.1 - Tổ chức bộ máy công ty cổ phần Intimex Việt Nam**

### *Chức năng nhiệm vụ của các đơn vị, phòng ban của công ty cổ phần*

Khối phòng quản lý: bao gồm 5 phòng ban trong đó có phòng tài chính kế toán; phòng kinh tế tổng hợp, phòng tổ chức cán bộ, phòng đầu tư xây dựng cơ bản, phòng hành chính quản trị.

Khối các phòng kinh doanh: Với đội ngũ nhân sự bao gồm 26 người để thực hiện hoạt động kinh doanh theo định hướng và ngành nghề trong giấy phép kinh doanh của Công ty như kinh doanh thương mại, dịch vụ, sản xuất. Phần lớn cán bộ nhân viên trong khối phòng này đã tốt nghiệp các chuyên ngành phù hợp với yêu cầu nghiệp vụ. Họ đã có quá trình lâu dài tiếp cận với thực tiễn kinh doanh đặc biệt kinh doanh xuất khẩu như khai thác thị trường, giao nhận, nghiệp vụ chứng từ. Đây là phòng đem lại nguồn lợi lớn cho công ty.

Khối các đơn vị trực thuộc: Thực hiện các hoạt động sản xuất kinh doanh theo định hướng và ngành nghề trong giấy phép kinh doanh của Công ty.

Khối các công ty con: Hoạt động theo ngành nghề kinh doanh của Công ty con. Triển khai thực hiện các định hướng chiến lược sản xuất kinh doanh của Công ty mẹ.

### **2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của công ty Intimex**

Để đảm bảo việc hoạt động có hiệu quả, công ty Intimex cũng xác định vai trò, chức năng của mình bao gồm

Thứ nhất là xây dựng và thực hiện kế hoạch dài hạn, ngắn hạn về sản xuất kinh doanh thương mại, dịch vụ thương mại, kinh doanh khách sạn du lịch liên doanh đầu tư trong và ngoài nước, phục vụ người Việt Nam định cư ở nước ngoài, kinh doanh dịch vụ ăn uống... theo đúng pháp luật hiện hành của Nhà nước và hướng dẫn của Bộ thương mại. Ngoài ra, việc xây dựng các phương án kinh doanh sản xuất dịch vụ phát triển theo kế hoạch và mục tiêu chiến lược của công ty là hết sức cần thiết. Bên cạnh đó, cũng chú trọng tới việc tổ chức nghiên cứu, nâng cao năng suất lao động, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật cải tiến công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm phù hợp thị hiếu khách hàng. Một chức năng khác nữa đó là việc chấp hành phát triển vốn, thực hiện nghĩa vụ đối với Nhà nước.

Căn cứ chức năng, ngành nghề được phép kinh doanh cũng như định hướng phát triển, công ty Intimex cũng đặt ra cho mình những nhiệm vụ cụ thể để có thể đạt được những mục tiêu chiến lược kinh doanh.

Đầu tiên phải kể đến là nhiệm vụ phát triển hoạt động kinh doanh, phát huy các hoạt động thế mạnh hiện tại. Công ty đẩy mạnh nhập khẩu trực tiếp và nhận uỷ thác nhập khẩu các mặt hàng vật tư nguyên liệu tiêu dùng, phương tiện vận tải và cả chuyên khẩu, tạm nhập tái xuất. Song song với hoạt động nhập khẩu, công ty cũng quan tâm phát triển xuất khẩu trực tiếp và nhận uỷ thác xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, hải sản, thực phẩm chế biến, tạp phẩm, thủ công mỹ nghệ và các mặt hàng khác do công ty sản xuất, gia công, chế biến hoặc liên doanh liên kết tạo ra. Công ty cũng chú trọng tới tổ chức sản xuất, lắp ráp, gia công, liên doanh liên kết, hợp tác đầu tư với các tổ chức trong và ngoài nước để sản xuất hàng xuất khẩu tiêu dùng. Ngoài ra, công ty còn mở rộng dịch vụ phục vụ người Việt Nam định cư ở nước ngoài (chi trả kiều hối), kinh doanh nhà hàng, khách sạn và du lịch, bán buôn và bán lẻ các mặt hàng thuộc phạm vi công ty kinh doanh, gia công, lắp ráp.

Nhiệm vụ khác của công ty cũng được đặt ra là quan tâm, chú ý phát triển yếu tố con người. Theo đó, công ty chú trọng tới việc quản lý toàn diện, đào tạo và phát triển đội ngũ công nhân viên chức theo pháp luật, chính sách của Nhà nước và sự quản lý phân cấp của Bộ để thực hiện theo nhiệm vụ sản xuất kinh doanh của công ty.

Nhiệm vụ liên quan đến việc thực hiện xã hội cũng đã và đang ngày càng được quan tâm đặc biệt trong bối cảnh kinh tế - xã hội có nhiều biến động như hiện nay. Công ty luôn chú ý thực hiện mọi cam kết trong hợp đồng kinh tế đã ký kết với các tổ chức trong và ngoài nước. Ngoài ra những hoạt động như bảo vệ doanh nghiệp, bảo vệ môi trường, giữ gìn an ninh chính trị trật tự an toàn xã hội theo quy định của pháp luật cũng là được coi là nhiệm vụ xuyên suốt trong quá trình hoạt động của công ty.

Đó là chức năng, nhiệm vụ cơ bản mà công ty Intimex đặt ra nhằm xây dựng kế hoạch, định hướng rõ ràng phục vụ cho hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả cao.

#### 2.1.4. Hoạt động kinh doanh của công ty trong những năm gần đây

Công ty Intimex luôn hướng tới mục tiêu là công ty thương mại hàng đầu Việt Nam, hoạt động năng động, sản phẩm phong phú, kênh phân phối đa dạng, công nghệ hiện đại, kinh doanh an toàn hiệu quả, tăng trưởng bền vững, đội ngũ nhân viên có đạo đức nghề nghiệp và chuyên môn cao.

Tình hình hoạt động sản xuất và kinh doanh của công ty được phản ánh qua bảng dưới đây

**Bảng 2.1. Tình hình tài chính và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty Intimex giai đoạn 2005 - 2008**

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2005	2006	2007	2008
Tổng doanh thu	Tỷ đồng	3.617	4.489	7.435	9.437
Kim ngạch XNK	Triệu USD	194,15	238,78	400,74	405,75
Nộp ngân sách	Tỷ đồng	265,19	289,70	289,58	344,12
Vốn kinh doanh	Tỷ đồng	45,98	53,168	211,97	521,68
Thu nhập	1000đồng/người/tháng	1.034	1.403	1.992	2.574

*Nguồn: Tạp chí Intimex 30 năm đột phá và phát triển*

Về doanh thu: Nhìn vào bảng trên ta thấy doanh thu của công ty tăng trưởng đều qua các năm từ 2005 – 2009 với tốc độ tăng trưởng khá cao. Năm 2005 doanh thu của công ty đạt 3.617 tỷ đồng thì đến năm 2006 tăng 24 % đạt 4.489 tỷ đồng. Đặc biệt năm 2007 tốc độ tăng vượt bậc tăng 66% so với năm 2006 và tăng gấp 2 lần so với năm 2005. Nguyên nhân chủ yếu là do kim ngạch xuất nhập khẩu của doanh nghiệp tăng vọt so với 2 năm trước đó từ 194,15 triệu USD lên 400,74 USD khiến doanh thu từ xuất khẩu tăng mạnh dẫn đến tổng doanh thu tăng lên. Năm 2009 doanh thu của công ty vẫn duy trì tăng trưởng mặc dù mức độ tăng so với năm 2007 chỉ là 27%. Sự sụt giảm này một phần là do kim ngạch xuất nhập khẩu là một



trong những thế mạnh của công ty gần như không tăng nhẹ chỉ tăng 1% so với năm 2008 trong khi năm 2007 kim ngạch xuất nhập khẩu tăng tới 67% so với năm 2006. Năm 2008 cũng chính là thời điểm mà cuộc khủng hoảng tài chính bùng phát mạnh mẽ và Việt Nam cũng không ngoại lệ. Theo đó, với công ty xuất khẩu lớn như Intimex cũng không tránh khỏi những tác động đó mà dấu hiệu rõ rệt là kim ngạch xuất nhập khẩu của công ty trong năm đó gần như không tăng. Điều này càng khẳng định vai trò của hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu của công ty cũng như tầm quan trọng của việc xuất khẩu các mặt hàng chủ lực sẽ đem lại nhiều lợi ích cho công ty.

Thu nhập của cán bộ công nhân viên: kết quả kinh doanh của công ty ngày một tăng, doanh thu tăng lên làm cho thu nhập của người lao động cũng được ổn định. Nếu năm 2005 thu nhập của người lao động chỉ là 1.034.000 đồng/tháng thì đến năm 2006 đã tăng lên 1.403.000 đồng/tháng và đến năm 2007 đã tăng 1.403.000/người/ tháng. Hiện nay với tổng số 1.310 cán bộ công nhân viên của công ty. Hàng năm công ty đã dành một quỹ lương không nhỏ để chi trả lương cũng như các chế độ và quyền lợi khác cho cán bộ nhân viên.

Trong những năm vừa qua, công ty Xuất nhập khẩu Intimex đã lấy việc tăng trưởng xuất khẩu làm nhiệm vụ chính của hoạt động kinh doanh. Chính vì vậy mà mặc dù xuất khẩu nông sản những năm qua gặp nhiều khó khăn và biến động phức tạp của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu nhưng kim ngạch xuất khẩu của Công ty vẫn phát triển vượt bậc với tốc độ cao và vững chắc, năm sau cao hơn năm trước và đạt mức tăng trưởng là 10 – 12%. Trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, nông sản tiếp tục giữ vị trí chủ đạo trong hoạt động xuất khẩu của Công ty với các mặt hàng chủ lực là cà phê, hạt tiêu, sắn, cơm dừa. Đây là các mặt hàng xuất khẩu truyền thống chiếm đến 70% tổng kim ngạch xuất khẩu của công ty, góp phần đưa Công ty lên là một trong những doanh nghiệp Việt Nam hàng đầu trong lĩnh vực xuất khẩu hạt tiêu, cà phê, sắn với các thị trường chủ yếu như Mỹ, Pháp, Hà Lan, Nhật, Tây Ban Nha, Trung Quốc, Đông Âu, ASEAN,... Cụ thể năm 2006, kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 200 triệu USD, doanh số đạt hơn 3.500 tỷ đồng và nộp ngân sách hơn 200

tỷ đồng. Với những thành tích đạt được nói trên, công ty được xếp hạng thứ 34 trong hơn 500 doanh nghiệp hàng đầu của Việt Nam năm 2007.

Công ty bắt đầu chương trình mở rộng hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh nội địa, đặc biệt là việc xây dựng hệ thống phân phối bán buôn và bán lẻ với chuỗi siêu thị mang thương hiệu Intimex. Tổng số siêu thị hiện có của công ty Intimex là 10 siêu thị trong đó có 02 siêu thị tại Hải Phòng, 01 siêu thị tại Hải Dương, 05 siêu thị tại Hà Nội, 01 siêu thị tại Nghệ An, 01 siêu thị tại Đà Nẵng và được lựa chọn vào topten của ngành dịch vụ thương mại. Năm 2009, công ty triển khai giai đoạn 2 trung tâm phân phối tại khu công nghiệp Quang Minh, thị trấn Quang Minh, huyện Mê Linh, thành phố Hà Nội.

Cùng với sự phát triển của ngành công nghiệp xe gắn máy Việt Nam, xí nghiệp xe máy Intimex đã chuyển từ việc đơn thuần lắp ráp sang đầu tư sản xuất xe gắn máy chiều sâu. Để đẩy mạnh và phát triển hơn nữa các hoạt động kinh doanh, Công ty Xuất nhập Intimex đã và đang quan tâm phát triển mạng lưới kinh doanh các dịch vụ viễn thông, thành lập các Trung tâm Dịch vụ Viễn thông Intimex. Công ty Intimex còn phát triển các dịch vụ khác như: nhận đặt hàng và phát phiếu mua hàng đến gia đình thân nhân tại Việt Nam. Ngoài các hoạt động đầu tư trên, công ty sẽ từng bước hình thành phát triển loại hình kinh doanh khác như: Đầu tư kinh doanh tài chính, ngoại hối, đầu tư chứng khoán, trái phiếu... Đẩy mạnh phát triển một số loại hình thương mại hiện đại gắn với hoạt động kinh doanh siêu thị và phân phối như nhượng quyền thương mại, thương mại điện tử...

## **2.2. Thực trạng hoạt động xuất khẩu của Công ty Intimex trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu**

### **2.2.1. Thực trạng hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty**

Trong những năm qua, hoạt động xuất khẩu là nhiệm vụ chính của hoạt động kinh doanh của công ty. Tuy nhiên, khủng hoảng kinh tế và bối cảnh cổ phần hoá hiện tại của công ty đã ảnh hưởng không nhỏ tới các hoạt động xuất khẩu của công ty đặc biệt là hoạt động xuất khẩu nông sản. Kết quả của những tác động khách

quan đó được phản ánh trong bảng kim ngạch xuất khẩu nông sản của công ty trong giai đoạn từ năm 2005 đến 2009

**Bảng 2.2. Kim ngạch xuất khẩu nông sản của công ty Intimex  
giai đoạn 2005 - 2009**

<b>Năm</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Giá trị (1000 USD)	147.19	206.78	306.24	361.75	371.03
Tốc độ tăng trưởng so với năm trước đó		40%	48%	18%	3%
Tỷ lệ tăng trưởng so với năm 2005	100%	40%	108%	146%	152%

*Nguồn: Tạp chí Intimex 30 năm đột phá và phát triển*

Qua bảng số liệu trên ta thấy, tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản có sự thay đổi từ trước và sau năm 2007. Giai đoạn từ năm 2005 đến năm 2007, kim ngạch xuất khẩu nông sản có xu hướng tăng mạnh trên 40%. Giá trị xuất khẩu hàng hoá năm 2007 tăng gần gấp đôi so với năm 2005 là 306.24 nghìn USD làm cho tốc độ tăng trưởng của năm này cao hơn hẳn tăng 48% so với năm 2006. Đây là tốc độ tăng khá cao cho thấy cho tiềm năng xuất khẩu cũng như vai trò chính yếu của xuất khẩu nông sản đối với hoạt động xuất khẩu nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung của công ty.

Tuy nhiên đến năm 2008 tổng kim ngạch xuất khẩu có tăng nhưng tốc độ giảm so với những năm trước. Nếu năm 2008 mức tăng so với năm 2007 là 18% thì đến năm 2009 mức tăng chỉ còn ở mức 3% so với năm 2008. Việc giảm sút này bắt nguồn từ cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ nổ ra ở Mỹ và là rộng ra toàn cầu và trong đó bao gồm phần lớn các thị trường xuất khẩu của công ty. Sức mua của các thị trường như Mỹ, EU, ASEAN suy giảm nghiêm trọng, nên sản phẩm nông sản xuất khẩu chủ lực của công ty là cà phê, hạt tiêu, cơm dừa tiêu thụ cũng hạn chế. Thêm vào đó cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ cũng làm cho đồng tiền của các nước trong khu vực mất giá một cách tương đối so với đồng Việt Nam nên sức cạnh tranh về giá cả của sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực lớn hơn của

công ty, đặc biệt là cà phê và hạt tiêu của Indonesia. Sau cuộc khủng hoảng tiền tệ ở các nước ASEAN vào những năm 1997-1998, lại một lần nữa công ty phải đối mặt với khó khăn tương tự nhưng với quy mô rộng hơn và có sự ảnh hưởng mạnh mẽ hơn không chỉ đến một nhóm thị trường mà hàng loạt các thị trường lớn và tiềm năng của công ty. Hơn nữa, năm 2008 cũng là giai đoạn công ty tiến hành các hoạt động cổ phần hoá nên cũng ảnh hưởng đến tình hình hoạt động chung của công ty. Thậm chí, việc cổ phần hoá không thành công trong năm 2008 khiến cho công ty phải chủ động tập trung nhiều nguồn lực cho công tác nay khiến việc điều hành quản lý hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động xuất khẩu nói riêng chưa được xét sao nên phần nào ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản. Đến giai đoạn giữa năm 2009, nhiều chuyên gia kinh tế cho rằng, nền kinh tế thế giới có dấu hiệu phục hồi, nhu cầu về hàng nông sản bắt đầu tăng, giá cả trên thị trường có chuyển biến tích cực có lợi đối với nhà xuất khẩu nhưng hoạt động nông sản của công ty vẫn chưa có những chuyển biến mạnh mẽ. Hầu hết sản lượng xuất khẩu các mặt hàng nông sản đều giảm điển hình là mặt hàng cà phê giảm 41%, hạt tiêu giảm 30% về lượng.

Kết quả xuất khẩu trên cho thấy, trong thời gian ngắn từ năm 2005 – 2009 công ty đã trải qua nhiều biến động. Công ty đã tận dụng và phát huy những thế mạnh tích cực để đạt được kết quả tốt trong hoạt động xuất nhập khẩu nhưng cũng phải đối mặt với những khó khăn do những lý do khách quan và chủ quan đem lại trong đó có tác động từ cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu.

### **2.2.2 Thực trạng xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ yếu của công ty**

Kinh doanh xuất nhập khẩu là một trong những hoạt động chủ yếu của công ty. Công ty có truyền thống và uy tín trong lĩnh vực xuất khẩu các mặt hàng nông sản trên thị trường. Nhìn chung các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là cà phê, hạt tiêu, cao su, lạc, cơm dừa, sắn. Tuy nhiên, các mặt hàng được coi là mặt chủ lực và được chú trọng nhiều trong giai đoạn hiện nay là cà phê, hạt tiêu, cơm dừa.

**Bảng 2.3. Một số mặt hàng xuất khẩu chính của công ty Intimex  
giai đoạn 2005 - 2009**

Năm	Cà phê		Hạt tiêu		Cơm dừa		Tổng kim ngạch xuất khẩu (1000 USD)
	Giá trị (1000 USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (1000 USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (1000 USD)	Tỷ trọng (%)	
Năm 2005	98.617,3	67	44.157	30	898	0,61	147.190
Năm 2006	135.000	65	66.196,6	32	1230	0,59	206.780
Năm 2007	238.867	78	55.123,2	18	1783	0,58	306.240
Năm 2008	231.520	64	47.027,5	13	4744,22	1,31	361.750
Năm 2009	278.272,5	75	33.392,7	9	2392	0,64	371.030

*Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo xuất khẩu các năm 2005 – 2009*

Qua bảng số liệu trên ta thấy giá trị xuất khẩu của các mặt hàng nông sản chính có nhiều biến động. Cà phê là mặt hàng có tỷ trọng cao nhất năm 2007 tăng đến mức kỷ lục trong cả giai đoạn, chiếm 78%. Mặt hàng hạt tiêu cũng chiếm tỷ trọng khá cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản nhưng có xu hướng giảm dần. Năm 2006 là 32 % đến năm 2007 chỉ còn 18% đến năm 2009 thì giảm hẳn còn 9%. Mặt hàng cơm dừa là mặt hàng mới trong danh mục xuất khẩu của công ty từ năm 2004. Tuy nhiên, tỷ trọng mặt hàng cơm dừa có xu hướng tăng lên so với những năm trước từ 0,61% năm 2005 lên đến 1,31% trong năm 2008. Trong giai đoạn từ 2005 – 2009 hầu như các mặt hàng xuất khẩu nông sản chính đều có sự biến động nhưng rõ rệt nhất là năm 2008. Trong năm này, cà phê là mặt hàng luôn dẫn đầu trong các mặt hàng xuất khẩu của công ty giảm đáng kể 14%, hạt tiêu giảm 5%, mặt hàng mới là cơm dừa năm 2007 nhẹ so với năm 2006. Cuộc khủng hoảng tới hoạt động xuất khẩu nông sản từ giữa năm 2008 nhưng với tỷ trọng phản ánh trong

số liệu thống kê của công ty cho thấy tỷ trọng các mặt hàng trong năm 2008 so với các năm tuy có giảm nhưng vẫn duy trì ở mức cao thậm chí mặt hàng cơm dừa còn tăng cao nhất. Điều này cho thấy cuộc khủng hoảng phần nào có ảnh hưởng tích cực tới hoạt động kinh doanh xuất khẩu của công ty. Tỷ trọng giảm một phần là do khối lượng xuất khẩu giảm do nhu cầu sụt giảm của một số thị trường chính như Mỹ, EU,...

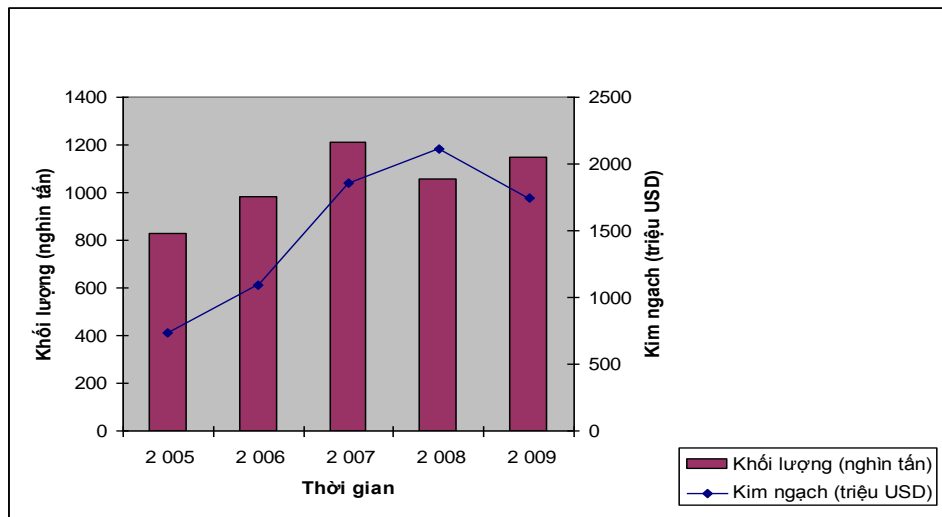
Ngoài ra công ty cũng mở rộng xuất khẩu các mặt hàng khác như chè, quế, hồi, tinh bột sắn và các sản phẩm từ sắn. Các mặt hàng này cũng đang dần được công ty chú trọng để tăng khối lượng và giá trị xuất khẩu.

### **2.2.2.1. Mặt hàng cà phê**

#### *a. Tình hình xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong điều kiện khủng hoảng toàn cầu*

Nước ta có điều kiện thuận lợi về đất đai và khí hậu để phát triển trồng cà phê. Những năm qua, sản lượng và diện tích trồng cà phê không ngừng tăng lên tạo điều kiện cho Việt Nam nâng cao khối lượng và kim ngạch xuất khẩu. Cà phê hiện vẫn được coi là một trong những cây trồng chiến lược trong quá trình phát triển nền nông nghiệp hàng hoá ở Việt Nam, xoá đói giảm nghèo và làm giàu cho người nông dân. Cà phê hiện là một trong hai mặt hàng nông sản xuất khẩu mũi nhọn của Việt Nam.

Về khối lượng và kim ngạch: Nhìn chung khối lượng và kim ngạch xuất khẩu cà phê trong giai đoạn 2005 – 2009 không ổn định.



*Nguồn: Tổng hợp từ tổng cục thống kê*

### **Biểu đồ 2.1. Tình hình xuất khẩu cà phê Việt Nam giai đoạn 2005 – 2009**

Qua đồ thị trên cho thấy năm 2005 – 2007 khối lượng kim ngạch cà phê xuất khẩu có xu hướng tăng từ trên 800 triệu tấn vào năm 2005 lên 1,2 triệu tấn vào năm 2007. Khối lượng cà phê xuất khẩu tăng cao là do diện tích trồng cà phê được mở rộng. Cả nước hiện có gần 550.000 ha tập trung chủ yếu ở các tỉnh Tây Nguyên và Đông Nam Bộ, sản lượng trung bình năm thu hoạch 834 nghìn tấn cà phê nhân. Năm 2007, lần đầu tiên Việt Nam xuất khẩu được trên 1 triệu tấn cà phê, khẳng định vị trí nước xuất khẩu cà phê lớn thứ 2 thế giới sau Brazil. Theo đó kim ngạch cà phê xuất khẩu cũng tăng tương ứng, năm 2006 kim ngạch xuất khẩu vượt ngưỡng 1 tỷ USD. Đà tăng kim ngạch vẫn tiếp diễn trong năm 2007 với mức tăng 68,4% so với năm 2006, đạt mức kỷ lục 1,854 tỷ USD. Với mức 1,854 tỷ USD thu được từ xuất khẩu cà phê, đây cũng là năm đầu tiên kim ngạch xuất khẩu cà phê vượt kim ngạch xuất khẩu gạo với mức 13%. Năm 2008, kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam đạt khoảng 2,2 tỉ USD với khối lượng xuất khẩu 1 triệu tấn. Con số này đã giảm 18,6% về lượng, nhưng lại được tăng 7,2% về trị giá. Mặt khác, sự sụt giảm sản lượng cà phê xuất khẩu này một phần là do hiện nay tỷ lệ cây cà phê già cỗi chiếm đến gần 20% khiến năng suất giảm. Bên cạnh đó, khủng hoảng kinh tế làm người nông dân gặp nhiều khó khăn về vốn. Việc hạn chế tiếp cận vốn vay

cũng như các chi phí đầu vào cho việc trồng trọt tăng cao khiến công tác chăm sóc cây cà phê kém hơn vụ trước. Điều này cũng tác động khá lớn đến sản lượng cà phê của các niên vụ sau. Năm 2009, khối lượng xuất khẩu cà phê lên đến hơn 1 triệu tấn nhưng do giá giảm tới 400-500 USD/tấn so với năm 2008 nên kim ngạch có thể chỉ đạt 1,8 tỷ USD. Sự lên xuống thất thường của giá cà phê qua các năm, phần nào làm ảnh hưởng tới giá trị xuất khẩu giảm xuống. Nguyên nhân giá cà phê xuống thấp trong năm 2009 chỉ còn 1360USD/tấn ngoài do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, yếu tố đầu cơ của các quỹ đầu tư còn do ngay từ đầu năm các doanh nghiệp ồ ạt mua của nông dân rồi xuất khẩu nhiều nên không giữ được giá.

Về thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam: Hiện nay, cà phê Việt Nam xuất khẩu tại trên 50 quốc gia trên thế giới chiếm khoảng 13% tổng giá trị xuất khẩu nông sản Việt Nam và chiếm tới 43% thị phần cà phê toàn cầu. Năm 2007, theo Hiệp hội Cà phê-Ca cao Việt Nam, hiện mười nước nhập khẩu hàng đầu cà phê của Việt Nam là Đức, Hoa Kỳ, Tây Ban Nha, Ý, Bỉ, Ba Lan, Pháp, Hàn Quốc, Anh, Nhật Bản, chiếm tới 75% khối lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam; trong đó Đức tiếp tục giữ vị trí số 1 về nhập khẩu cà phê của Việt Nam với thị phần khoảng 14%. Hoa Kỳ nhập khẩu 135 nghìn tấn vào năm 2007 và lượng cầu sụt giảm xuống còn 97.477 tấn vào năm 2009 nhưng vẫn đứng ở vị trí thứ hai trong số những nước nhập khẩu cà phê lớn của Việt Nam. Ngoài các thị trường trên, Việt Nam còn mở rộng thị trường xuất khẩu cà phê sang một số thị trường khác như vùng Trung Cận Đông, châu Phi, một số nước ASEAN và vùng Trung Mỹ.

*b. Tình hình xuất khẩu cà phê của công ty Intimex trong điều kiện khủng hoảng toàn cầu*

*- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của công ty*

Mặt hàng cà phê là mặt hàng có nhiều biến động nhất trong thời gian gần đây. Tuy vậy, trong vòng 5 năm qua công ty đã trở thành một trong những đơn vị hàng đầu của Bộ Công Thương về xuất khẩu cà phê, đứng thứ 2 trong các công ty



xuất khẩu cà phê của Việt Nam. Giá trị xuất khẩu cà phê của công ty luôn dẫn đầu trong các mặt hàng xuất khẩu, đặc biệt sản lượng xuất khẩu tăng với tốc độ cao.

**Bảng 2.4. Tình hình xuất khẩu cà phê của công ty Intimex  
giai đoạn 2005 - 2009**

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Năm 2005</b>	<b>Năm 2006</b>	<b>Năm 2007</b>	<b>Năm 2008</b>	<b>Năm 2009</b>
Giá trị (USD)	100633	135000	238867	231520	278272,5
Sản lượng (Tấn)	123022	120321	153810	113268	206128
Giá bình quân xuất khẩu (USD/tấn)	818	1122	1553	2044	1306

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo kinh doanh của công ty 2005 – 2009

Tổng kim ngạch cà phê tăng liên tục từ năm 2005 đến năm 2009 từ 100.633 USD lên 278272,5 USD trong năm 2009. Trong năm 2008 sản lượng giảm so với năm 2007 nhưng giá trị lại không giảm. Theo ông Chiến, trưởng phòng kinh doanh cho biết, hoạt động xuất khẩu mặt hàng này của công ty có thêm lợi thế từ chênh lệch tỷ giá, có thời điểm tháng 6 năm 2008, tỷ giá 1 USD tương đương 18.000 VND – 19.000VND. Tuy nhiên, năm 2009 lượng cà phê xuất khẩu đạt mức cao nhất trong giai đoạn này tuy nhiên giá cà phê có sự sụt giảm mạnh nên dù lượng xuất nhiều hơn so với năm 2008 nhưng giá trị không tăng cao trong khi lượng xuất khẩu tăng tới hơn 80% nhưng giá trị chỉ tăng 20%. Lượng cà phê xuất khẩu tăng mạnh đúng niên vụ cuối năm từ tháng 10 hàng năm làm cho cà phê xuất khẩu của công ty tăng cao cả về lượng và giá trị. Mặt khác, giá cà phê trên thị trường thế giới liên tục biến động ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động xuất khẩu của công ty. Niên vụ 2008 – 2009, được nhiều người cho rằng đây là vụ “được mùa mất giá” do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu. Vì giá cà phê trong nước gần như liên thông với giá cà phê thế giới nên sau khi giá thế giới 11/11/09 giảm gần 100 đô la Mỹ/tấn trong một đêm từ 1400 USD/tấn xuống còn 1300USD/tấn tương ứng với giá

trong nước từ 24.000 đồng/kg cũng giảm xuống còn 22.700 đồng/kg, đây được xem là mức giảm mạnh nhất trong năm nhưng chỉ vài ngày sau đó ở phiên giao dịch ngày 17/11/2009 giá đã tăng lên 33 USD/tấn. Nhìn chung sự biến động về giá gây ảnh hưởng lớn đến hoạt động xuất khẩu của công ty vì đây là mặt hàng xuất khẩu số một của công ty.

Ngoài ra, tác động của khủng hoảng còn thể hiện ở việc gia tăng chi phí phát sinh cho hoạt động xuất khẩu mặt hàng này. Trong thời gian tháng 11/2008, hàng bị tồn đọng ở các hải cảng của Mỹ và một số nước do đối tác không mở được LC làm tăng chi phí lưu kho bãi và bảo quản hàng hoá. Mặt khác, công tác phục vụ việc thu mua cung ứng của công ty vẫn duy trì để đảm bảo nguồn hàng cho xuất khẩu trong khi lượng cầu thế giới sụt giảm làm gia tăng lượng hàng tồn. Hệ quả là làm tăng các chi phí về vốn đầu tư cũng như chi phí kho bãi, bảo quản đặc biệt khi cà phê xuất khẩu của công ty chủ yếu ở dạng sơ chế với các sản phẩm là cà phê Robusta và Arabica. Do đó, công ty đang hướng tới gia tăng giá trị trên một đơn vị sản phẩm xuất khẩu để có thể tăng giá trị xuất khẩu chung của mặt hàng này.

*- Thị trường xuất khẩu cà phê của công ty*

Trong những năm qua, công ty chú trọng tìm kiếm và mở rộng quan hệ đối tác xây dựng thị trường mới cho mặt hàng này. Cơ cấu một số thị trường xuất khẩu chính qua các năm được nêu qua bảng dưới đây:

**Bảng 2.5. Một số thị trường chính xuất khẩu cà phê của công ty Intimex giai đoạn 2007-2009**

Đơn vị tính USD

Thị trường	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
Mỹ	5.814.924	1.244.395	3.131.685
Thụy Sĩ	18.251.382	3.836.326	2.135.609
Singgapo	3.062.301	856.670	1.546.126
Anh	6.902.453	1.156.714	1.182.476
Đức	1.903.781	1.945.006	1.107.472
Bỉ	344.845	197.809	246.435
Giocgia	120.416	163.584	97.152
Nga	79.014		117.899
Modoval	...		420.395
Pháp			216.701
Italia			92.050
Arập			65.998
UAE			59.904

*Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo xuất khẩu công ty Intimex năm 2007 - 2009*

Bảng thống kê cho thấy một số thị trường mới được mở rộng trong năm 2009 đặc biệt Modoval với giá trị xuất khẩu khá cao 420.395 USD. Bên cạnh đó lượng cà phê xuất khẩu của công ty có khả năng cao hơn nữa nếu không bị ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu. Lượng cầu sụt giảm của một số thị trường chủ chốt như Mỹ, Thụy Sĩ, Singgapo, Anh, Đức. Thị trường Mỹ với lượng giá trị xuất khẩu lớn nhất 5.814.924 vào năm 2007, đến năm 2008 cũng là thời điểm khủng hoảng bùng phát, nhu cầu giảm sút mạnh mẽ giá trị xuất khẩu giảm đột biến chỉ còn 1.244.395 USD, giảm tới 78%. Đối với thị trường Thụy Sĩ cũng cho thấy sự sụt giảm nghiêm trọng, nếu năm 2007 thì đây là bạn hàng lớn của công ty với giá trị

xuất cao nhất 18.251.382 USD thì năm 2008 giảm xuống chỉ còn 3.836.326, sang năm 2009 chỉ duy trì ở mức 2.135.609 USD. Thị trường Singapo cũng cho thấy sự giảm sút qua từng năm nếu giá trị xuất khẩu giá trị đạt 3.062.301 vào năm 2007, sụt giảm vào năm 2008 còn 856.670 USD và năm 2009 là 1.546.126 USD. Qua đó cho thấy, cuộc khủng hoảng toàn cầu gây tác động lớn đến nhu cầu nhập khẩu cũng như giá trị xuất khẩu của mặt hàng này.

Bên cạnh đó, do khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu, cũng như hoạt động của một số ngân hàng cũng phần nào ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu của công ty. Trong thời gian tháng 11/2008, một số nước do đối tác không mở được L/C khiến chu kỳ thanh toán của mỗi đơn hàng bị kéo dài hơn từ 5-10 ngày. Nguyên nhân của sự chậm chễ này là do phải dành nhiều thời gian hơn cho bạn hàng hoàn tất các thủ tục thanh toán cũng như linh hoạt xử lý lại các điều kiện giao hàng, thanh toán cho phù hợp với tình hình hiện tại. Ví dụ như từ hình thức thanh toán chủ yếu L/C được xử lý chuyển sang hình thức thanh toán T/T hoặc đề xuất phương án hàng đổi hàng. Tuy nhiên phương thức hàng đổi hàng mới chỉ được đề xuất và chưa được thực hiện trên thực tế. Theo ông Chiến cho biết, khủng hoảng cũng không làm tăng các khoản nợ hoặc nợ xấu từ phía bạn hàng nhưng sự chậm chễ trong việc thanh toán cũng phần nào ảnh hưởng hiệu quả dòng vốn đầu tư cho hoạt động kinh doanh xuất khẩu này.

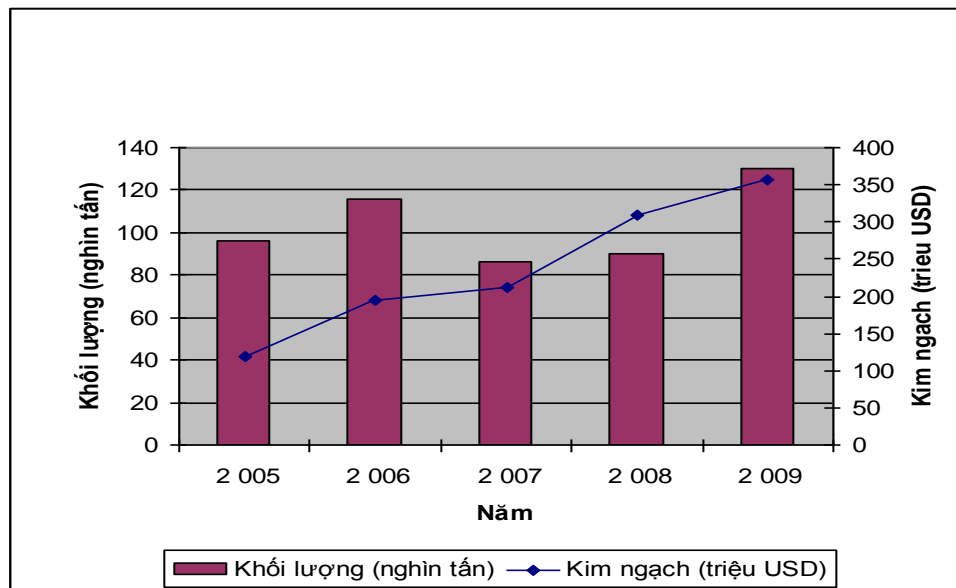
Qua tình hình xuất khẩu cà phê trong giai đoạn 2005 – 2009 và diễn biến thực tế nêu trên cho thấy, mặt hàng cà phê xuất khẩu của công ty chịu nhiều tác động từ cuộc khủng hoảng toàn cầu. Một mặt, cà phê xuất khẩu của công ty được hưởng lợi thế về tỷ giá đem lại lợi ích cho công ty. Mặt khác, nó phải chịu những tác động không nhỏ như biến động về giá cũng như sụt giảm nhu cầu tiêu thụ của một số nước trong đó Mỹ là một điển hình. Tuy vậy, công ty luôn xác định cà phê vẫn sẽ là mặt hàng chiến lược của công ty trong thời gian tới.

### 2.2.2.2. Mặt hàng hạt tiêu

a. Tình hình xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam trong điều kiện khủng hoảng toàn cầu

- Khối lượng và kim ngạch xuất khẩu

Mặt hàng hạt tiêu hiện nay là được coi là một trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Trong suốt 8 năm liên tiếp từ năm 2001 đến năm 2008 xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam luôn dẫn đầu thế giới và có khả năng chi phối thị trường thế giới.



Nguồn: [http://www.peppervietnam.com/data/Upload\\_file/All/Bao%20cao%20chinh%20thuc.doc](http://www.peppervietnam.com/data/Upload_file/All/Bao%20cao%20chinh%20thuc.doc)

**Biểu đồ 2.2. Tình hình xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam giai đoạn 2005 – 2009**

Nhìn vào biểu đồ ta thấy khối lượng lớn hạt tiêu xuất khẩu đạt mức trên 100.000 tấn vào các năm 2006 và 2009. Mặc dù cuộc khủng hoảng tài chính bắt đầu tác động đến xuất khẩu nông sản từ tháng 9/2008 nhưng sản lượng xuất khẩu hạt tiêu tương đối ổn định trong năm 2007 và 2008. Thực tế cho thấy, hạt tiêu đã và đang trở thành một phần không thể thiếu trong thực phẩm của thế giới, do đó nhu cầu tiêu dùng hạt tiêu sẽ không sụt giảm mạnh dù kinh tế suy thoái, nguồn cung hạt

tiêu vẫn bị giới hạn và thiếu hụt về cung xảy ra sẽ thúc đẩy giá tiêu tăng lên theo đúng quy luật cung-cầu. Hệ quả là năm 2008 cả nước xuất khẩu 89.705 tấn hạt tiêu, thu 309 triệu USD, tăng 7,6% về lượng và 12,4% về trị giá so với năm 2007.

Lượng xuất khẩu 90.250 tấn, kim ngạch 310 triệu USD của năm 2009 đạt mức kỷ lục cả về khối lượng và kim ngạch trong giai đoạn 2005 – 2009. Năm 2009, có mức tăng đột biến là do sản lượng hạt tiêu sản xuất trong nước đạt khoảng 100.000 tấn, cùng với lượng hạt tiêu của năm 2008 chuyển sang là 20.000 tấn và khoảng 10.000 tấn tạm nhập, tái xuất, nâng tổng nguồn cung lên 130.000 tấn. Tuy nhiên trong năm 2009, mức giá xuất khẩu giảm thấp so với năm 2008 dưới mức 3000 USD/tấn nên lượng xuất khẩu tăng nhưng trị giá giảm so với năm 2008. Bên cạnh đó, theo Hiệp hội hồ tiêu xuất khẩu nhận định rằng nhu cầu tiêu thụ trên thế giới chưa có dấu hiệu giảm, trong khi sản lượng tiêu của các nước xuất khẩu lớn như Ấn Độ, Indonesia dự báo sẽ giảm mạnh trong năm tới do thời tiết và sâu bệnh. Để có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng này, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn khuyến cáo bà con nông dân không mở rộng diện tích, canh tác ổn định ở mức 50.000 ha như hiện nay, phấn đấu sản lượng 100.000 tấn/năm, cung cấp 90.000 – 95.000 ngàn tấn cho xuất khẩu mỗi năm. Tăng sản lượng bằng cách cải tạo, thâm canh vườn tiêu hiện có. Sản xuất tiêu sạch, bảo đảm vệ sinh an toàn sản phẩm, chất lượng cao, gia tăng giá trị hàng hóa. Hiện Việt Nam có hơn 10 nhà máy chế biến hạt tiêu đạt tiêu chuẩn thị trường Mỹ (ASTA), tiêu chuẩn thị trường Châu Âu (ESA). Đồng thời nhanh chóng xây dựng thương hiệu cho hạt tiêu. Đến nay, vùng sản xuất hạt tiêu lớn nhất Việt Nam hiện nay là Chư Sê đã có thương hiệu : “Hồ tiêu Chư Sê, hồ tiêu Việt Nam”, nhờ ưu thế vượt trội về chất lượng, thương hiệu “Hồ tiêu Chư Sê” đã có mặt ở những thị trường khó tính nhất trên thế giới và có tác động tích cực đến những vùng trồng hạt tiêu khác trên cả nước. Hiện các vùng trồng hạt tiêu Bà Rịa-Vũng Tàu, Bình Phước, Phú Quốc...đang trong quá trình xây dựng thương hiệu.

*- Thị trường tiêu thụ*

Hiện nay, hạt tiêu Việt Nam đang chiếm 40% sản lượng thế giới và chiếm 50% thị phần thương mại thế giới. Hồ tiêu của ta đã có mặt trên 80 quốc gia và vùng lãnh thổ. Sản lượng hạt tiêu cũng khá lớn so với thế giới, bình quân đạt 90.000 tấn/năm, trong năm 2008 sản lượng chiếm trên 35 % hồ tiêu thế giới. Năm 2009, Việt nam đã vượt qua Ấn Độ trở thành nước sản xuất hạt tiêu lớn nhất thế giới.

Hầu hết các nước nằm trong nhóm 15 thị trường nhập khẩu hạt tiêu lớn của Việt Nam đều là những bạn hàng truyền thống trong những năm trước đây. Năm 2008, kim ngạch nhập khẩu hạt tiêu từ Việt Nam của 15 thị trường lớn nhất đạt 226,04 triệu USD, chiếm 72,91% tổng kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu của cả nước. Mỹ đã trở thành thị trường nhập khẩu hạt tiêu lớn nhất từ Việt Nam, kim ngạch đạt 46,75 triệu USD trong năm 2008, tăng 130,3% so với năm 2007, nhanh chóng vươn từ vị trí thứ ba lên vị trí thứ nhất hiện nay và chiếm 15,08% tổng kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam. Bulgaria là thị trường có mức tăng nhập khẩu hạt tiêu lớn thứ 2 từ Việt Nam năm 2008 với mức 509,8%. Nước này đã nhập khẩu 1.176 tấn hạt tiêu của Việt Nam, đạt kim ngạch 4 triệu USD. Tăng trưởng kinh tế của Bulgaria trong năm nay được dự báo 4,2%, và có thể sẽ tiếp tục trở thành một trong những thị trường có tăng trưởng nhập khẩu hạt tiêu lớn nhất từ Việt Nam. Năm vừa qua, Hà Lan nhập khẩu gần 5.000 tấn hạt tiêu từ Việt Nam với kim ngạch lên tới 18,37 triệu USD, tăng 17,2% so với năm 2007. Xuất khẩu hạt tiêu sang Anh, Tây Ban Nha và Hàn Quốc cũng tăng trưởng khá tốt, trên 45% trong năm vừa qua. Trong khi đó, xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam năm 2008 sang một số thị trường như Đức, các Tiểu vương quốc Ảrập Thống nhất, Pakistan, Ấn Độ và Ukraine lại giảm. Các thị trường Hàn Quốc, Ba Lan, Philippines, Thổ Nhĩ Kỳ... đều có tăng trưởng nhập khẩu hạt tiêu từ Việt Nam vượt trên 100%. Bởi vậy, những thị trường tuy mới mẻ này đang được kỳ vọng sẽ là những thị trường mà các doanh nghiệp xuất khẩu hạt tiêu Việt Nam có thể nhắm tới thay cho những thị trường truyền thống.

Sản lượng của Việt Nam, nước sản xuất hạt tiêu lớn nhất thế giới, dự báo sẽ vào khoảng 90.000 tấn trong năm 2010, so với 100.000 tấn năm 2008. Ngoài xuất khẩu chính ngạch, Việt Nam còn giao dịch hạt tiêu qua biên giới với các nước láng giềng như Trung Quốc và Campuchia.

Năm 2009, trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu suy thoái, những thị trường quan trọng có xu hướng giảm nhập khẩu thì việc khai thác các thị trường mới rất có ý nghĩa đối với ngành hạt tiêu của Việt Nam. Hơn nữa, Hiệp hội hồ tiêu Việt Nam đã chính thức trở thành thành viên của Hiệp hội hồ tiêu quốc tế vào năm 2008, đại hội Hiệp hội hồ tiêu quốc tế sẽ được tổ chức tại Việt Nam cũng sẽ tạo ra nhiều điều kiện thuận lợi cho cho hồ tiêu Việt Nam xuất khẩu.

*b. Tình hình xuất khẩu hạt tiêu của công ty Intimex trong điều kiện khủng hoảng kinh tế toàn cầu*

Hạt tiêu mặt hàng xuất khẩu quan trọng đứng thứ hai sau cà phê của công ty trong những năm gần đây. Hạt tiêu xuất khẩu của công ty chủ yếu là hàng tiêu đen và tiêu trắng. Cùng với cà phê nó cũng có ảnh hưởng quyết định đến tổng kim ngạch xuất khẩu của công ty

**Bảng 2.6. Tình hình xuất khẩu hạt tiêu của công ty Intimex  
giai đoạn 2005 – 2009**

Chỉ tiêu	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
Giá trị (1000 USD)	60.348	80.644,2	55.123,2	47.027,5	33.392,7
Sản lượng (Tấn)	46.709	61.140	18.073	14.404	16.490
Giá bình quân xuất khẩu (USD/tấn)	1.292	1.319	3.050	3.265	2.025

*Nguồn: Báo cáo tổng kết kinh doanh của công ty Intimex 2005 – 2009*

Theo bảng số liệu ta thấy: sản lượng xuất khẩu hạt tiêu của công ty từ năm 2007 có xu hướng giảm cả về kim ngạch và khối lượng. Từ năm 2005 đến năm



2009 khối lượng xuất khẩu giảm 4 lần từ 46.709 tấn xuống còn 16.490 tấn kéo theo sự sụt giảm về kim ngạch từ 60.348 nghìn USD của năm 2005 xuống còn 33.392,7 nghìn USD vào năm 2009. Năm 2006 hạt tiêu xuất khẩu đạt mức cao nhất cả về lượng và giá trị. Trong năm 2008 lượng hạt tiêu xuất khẩu thấp nhất trong cả giai đoạn nhưng giá trị đạt ở mức 47.027,5 nghìn USD là do giá hạt tiêu của năm đó đạt mức cao nhất. Theo tình hình chung cho thấy, nhu cầu tiêu dùng hạt tiêu sẽ không sụt giảm mạnh dù kinh tế suy thoái, nguồn cung hạt tiêu vẫn bị giới hạn và thiếu hụt về cung xảy ra sẽ thúc đẩy giá tiêu tăng lên theo đúng quy luật cung-cầu. Ví dụ như sản lượng hạt tiêu của Ấn Độ mấy năm gần đây giảm mạnh, từ mức 75.000 tấn – 100.000 tấn/năm trước đây, do sâu bệnh và năng suất giảm và có xu hướng chuyển từ một trong số quốc gia xuất khẩu lớn thành nước nhập khẩu mặt hàng này. Ấn Độ có thể sẽ trở thành nước tiêu thụ hạt tiêu lớn nhất thế giới với mức khoảng 40.000 – 45.000 tấn mỗi năm. Bên cạnh đó, nhà nước cũng đề ra các biện pháp khuyến cáo bà con nông dân không nên mở rộng sản xuất, trồng trọt để có thể giữ sản lượng để tránh tình trạng ép giá đồng thời có khả năng chi phối được giá trên thị trường thế giới. Qua đó cho thấy, mặt hàng chịu tác động mạnh mẽ do quan hệ cung cầu trên thị trường thế giới nhiều hơn do tác động từ khủng hoảng toàn cầu. Thậm chí, giống mặt hàng cà phê, hoạt động xuất khẩu mặt hàng này cũng có thêm lợi thế từ tỷ giá, giá. Ngoài ra, doanh nghiệp còn trực tiếp hưởng chính sách hỗ trợ 4% lãi suất vay kinh tế theo quyết định 131 của Thủ tướng Chính phủ công bố tháng 5/2009.

**Bảng 2.7. Thị trường xuất khẩu hạt tiêu của công ty Intimex  
giai đoạn 2007 - 2009**

<b>Thị trường</b>	<b>Năm 2007</b>	<b>Năm 2008</b>	<b>Năm 2009</b>
Nga	2.797.106	800.315	2.289.913
Đức	351.206	89.235	31.650
Thổ Nhĩ Kỳ	646.013	106.650	317.000
Singapo	48.400	50.355	53.730
Aicập	563.355	511.812	392.364
Ấn Độ	240.630	43.065	209.000
Giocgia	17.000	194.000	11.408
Hà Lan	1.981.639	91.665	
Ba Lan	292.825	48.300	
Algeria	31.860	223.789	
Hàn Quốc	135.120	53.850	
Sudan	570.198		59.469
Yemen		194.000	503.132
Arập		33.448	259.085
Marocco		324.356	70.922
UAE		72.500	59.310
Nam Phi			64.200
Iran			125.677
Tunisie			97.785

*Nguồn: Báo cáo tổng kết kinh doanh của công ty 2007 – 2009*

Bảng thống kê cho thấy thị trường xuất khẩu hạt tiêu trong ba năm trở lại đây cũng có nhiều thay đổi, một số thị trường được mở rộng nhưng một số thị trường bị thu hẹp. Các thị trường truyền thống như Nga, Đức, Thổ Nhĩ Kỳ, Singapo giá trị xuất khẩu có xu hướng tăng. Trong đó Nga là thị trường tiêu thụ hạt tiêu lớn nhất của công ty với giá trị xuất khẩu năm 2.289.913 USD tăng gần gấp đôi so với năm 2008. Đặc biệt Ấn Độ cũng là một trong thị trường xuất khẩu lớn khối lượng nhập khẩu hạt tiêu của công ty từ 40.065 USD trong năm 2008 tăng lên 209.000 USD trong năm 2009 do sản lượng của Ấn Độ mấy năm gần đây giảm mạnh, từ mức 75.000 tấn – 100.000 tấn/năm trước đây. Ấn Độ có thể sẽ trở thành nước tiêu thụ hạt tiêu lớn nhất thế giới với mức khoảng 40.000 – 45.000 tấn mỗi năm. Đây cũng vẫn là thị trường xuất khẩu tiềm năng của công ty với khối lượng xuất khẩu gia tăng. Trong khi đó, xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam sang một số thị trường như Đức, các Tiểu vương quốc Ảrập Thống nhất, Giogia và Ukraine lại giảm. Bên cạnh các thị trường truyền thống đó, công ty cũng mở rộng thị trường sang một số nước khác với giá trị xuất khẩu tương đối cao ví dụ như Yemen, Ảrập, Iran với giá trị xuất khẩu trên 100.000 USD trong 2009 tương ứng là 503.132 USD, 259.085 USD và 125.677 USD. Các thị trường Hàn Quốc, Ba Lan, Philippines đều có tăng trưởng nhập khẩu hạt tiêu từ Việt Nam vượt trên 100%. Bởi vậy, những thị trường tuy này cũng sẽ hứa hẹn tiềm năng đối với xuất khẩu hạt tiêu mà công ty có thể nhắm tới thay cho những thị trường truyền thống. Mặt khác, những thị trường tiêu thụ hạt tiêu lớn của Việt Nam như Mỹ, Bungari, Anh như đề cập ở phần trên (các thị trường xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam) chưa thấy có mặt trong danh sách bạn hàng hiện tại của công ty.

Tóm lại sự biến động của xuất khẩu hạt tiêu có xu hướng tích cực đối với hoạt động xuất khẩu tuy sản lượng xuất khẩu có chiều hướng giảm song do cung thị trường thế giới giảm mạnh so với cầu, cũng như những thay đổi về tỉ giá có chiều hướng làm tăng giá mặt hàng này. Năm 2009, trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu suy thoái, những thị trường quan trọng có xu hướng giảm nhập khẩu thì việc khai thác các thị trường mới rất có ý nghĩa đối với công ty.

### **2.2.2.3. Mặt hàng cơm dừa**

#### *a. Tình hình xuất khẩu cơm dừa của Việt Nam*

Việt Nam là một trong những quốc gia có diện tích sản xuất lớn dừa trong khu vực. Dừa Việt Nam là người nổi tiếng với chất lượng cao. Đặc biệt, sản phẩm Cơm Dừa của Việt Nam là nổi tiếng ở trên thế giới.

Lượng sản xuất cơm dừa ngày nay thường phụ thuộc vào các đồn điền canh tác. Đây cũng là nơi tiến hành công đoạn nạo lấy cơm và sấy cho khô. Trung bình mỗi năm 20 nhà máy chế biến dừa, chủ yếu ở ĐBSCL, cần tới 315 triệu quả dừa để sản xuất cơm dừa nạo sấy xuất khẩu. Với diện tích khoảng 100.000 ha dừa, ĐBSCL đáp ứng đủ nhu cầu dừa nguyên liệu cho ngành công nghiệp này. Nhưng nhiều nhà máy chế biến lại đòi nguyên liệu vì phần lớn dừa đã được xuất thô cho Thái Lan, Trung Quốc. Nếu các nhà máy sản xuất cơm dừa nạo sấy tại nội địa mua dừa giá 1.500- 1.600 đ/ trái như hiện nay nhưng do các doanh nghiệp Thái Lan và Trung Quốc đã đầu tư để sản xuất những sản phẩm có giá trị cao từ dừa nên họ sẵn sàng nhích giá mua nguyên liệu lên 1.700- 1.800 đ/ trái. Bên cạnh đó, theo khảo sát của các doanh nghiệp chế biến dừa Việt Nam, Trung Quốc đánh thuế cơm dừa nạo sấy nhập khẩu với mức thuế lên đến 40% và khuyến khích nhập khẩu dừa nguyên liệu để đáp ứng tiêu dùng trong nước. Ước tính mỗi ngày có trên 500.000 quả dừa “chảy” lên tàu của thương lái nước ngoài. Thời gian tháng 10/2007 có đến hơn 20 doanh nghiệp, nhà máy, cơ sở chuyên sản xuất sản phẩm cơm dừa nạo sấy ở Bến Tre đã phải ngừng hoạt động do giá nguyên liệu bị đẩy lên cao. Sản phẩm cơm dừa sấy lát tại Thái Lan có giá 17 baht/gói 40gam, tương đương 10.700 USD/tấn. Trong khi đó, giá sản phẩm này tại Việt Nam chỉ hơn 1.000 USD/tấn. Mặc dù có thể đầu tư sản xuất những sản phẩm cao cấp nhưng các doanh nghiệp trong nước lại cho rằng vì thiếu nguyên liệu nên họ ngại đầu tư.

Hiện nay dù diện tích và sản lượng dừa dần khôi phục nhưng vẫn không đủ nguyên liệu cho các cơ sở chế biến cơm dừa nạo sấy. Tỉnh Bến Tre đã đưa ra chủ trương miễn thuế đối với hoạt động chế biến cơm dừa tươi nhằm khuyến khích các cơ sở sơ chế dừa tại chỗ cung cấp cho các nhà máy cơm dừa nạo sấy xuất khẩu

trong năm 2006. Năm 2007, Bến Tre đã có thêm gần 4.000 ha đất trồng dừa hứa hẹn nguồn nguyên liệu dồi dào phục vụ cho công nghiệp chế biến. Đến nay đã có ý tưởng thành lập câu lạc bộ quy tụ các doanh nghiệp, nông dân, thương lái liên quan đến ngành chế biến dừa trong cả nước để điều chỉnh lại cách thức và mạng lưới thu mua dừa từ nhà vườn đến nhà máy. Bên cạnh đó, câu lạc bộ cũng sẽ hỗ trợ nông dân phát triển diện tích dừa và ứng dụng khoa học kỹ thuật để tăng năng suất. Với các giải pháp này có thể hạn chế tình trạng khan hiếm nguyên liệu phục vụ cho công tác chế biến và xuất khẩu mặt hàng này.

Theo Trung tâm Thông tin công nghiệp và thương mại, kim ngạch xuất khẩu dừa và các sản phẩm từ dừa tháng 8/2009 đạt gần 4,5 triệu USD, tăng 88% so với cùng kỳ năm 2008. Tính chung 8 tháng đầu năm 2009, kim ngạch xuất khẩu dừa đạt hơn 33 triệu USD, tăng 46,3% so với cùng kỳ 8 tháng năm 2008. Trong 7 tháng đầu năm 2009, có 74 thị trường nhập khẩu dừa và các loại chế phẩm từ dừa của Việt Nam, tăng thêm 5 thị trường so với cùng kỳ năm 2008. Như vậy, cả kim ngạch và quy mô thị trường đều tăng so với cùng kỳ năm 2008. Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm dừa liên tục ở mức cao kể từ tháng 2 đến nay, tăng mạnh ở những mặt hàng truyền thống như cơm dừa.

Về thị trường xuất khẩu cơm dừa của Việt Nam: Nhu cầu nhập khẩu cơm dừa nạo sấy của Mỹ trong năm 2008 khoảng 31.009 tấn giảm 20% so với nhu cầu nhập khẩu 2007. Quý 1/2009 Mỹ có nhu cầu nhập khẩu 4.688 tấn, giảm 32,9% so với nhập khẩu cùng kỳ năm trước. Cơm dừa nạo sấy được nhập khẩu chủ yếu từ Philippines chiếm khoảng 92%, ngoài ra Mỹ còn nhập khẩu cơm dừa nạo sấy từ Việt Nam, Indonesia, Sri Lanka, Ấn Độ, Mexico, Cộng hoà Dominica.

Bên cạnh thị trường Mỹ, EU cũng là thị trường lớn nhập khẩu cơm dừa nạo sấy. Năm 2008, EU nhập khẩu 113.800 tấn giảm 11,4% so với nhập khẩu trong năm 2007. Quý 1/2009, EU nhập khẩu 17.350 tấn, giảm 64,2% so với nhập khẩu cùng kỳ năm trước. EU nhập khẩu cơm dừa nạo sấy chủ yếu từ Philippines, kế đến là Indonesia, Sri Lanka, Việt Nam. Các nước nhập khẩu nhiều cơm dừa nạo sấy là Anh, Bỉ, Hà Lan.

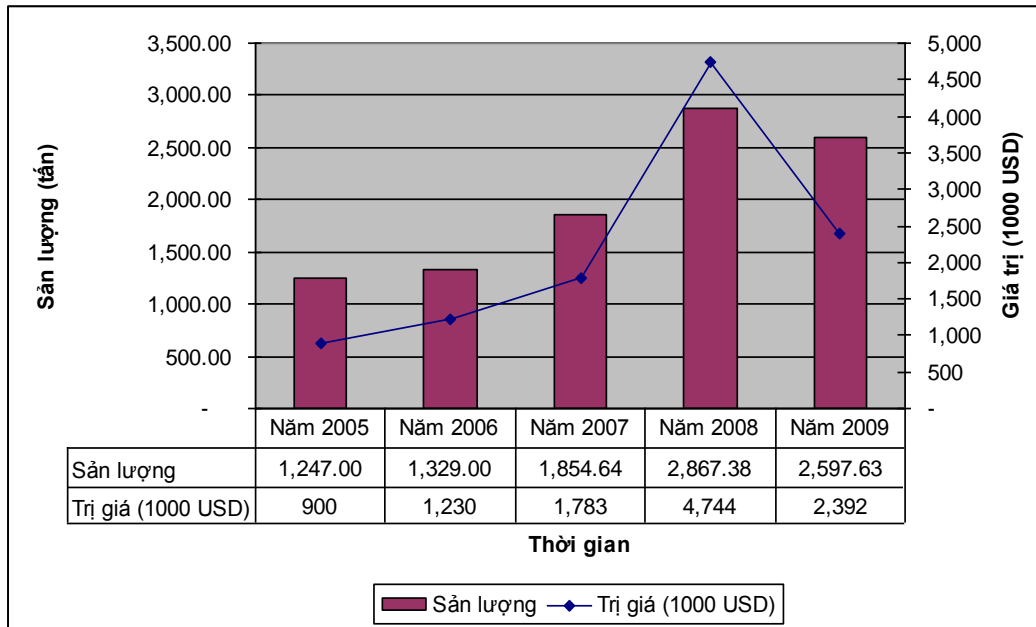
Tại thị trường Châu Á, nhu cầu nhập khẩu cơm dừa nạo sấy của Trung Quốc năm 2008 là 2.482 tấn tăng 10,3% so với nhu cầu nhập khẩu năm 2007. Quý 1/2009, Trung Quốc nhập khẩu 667 tấn cơm dừa nạo sấy tăng 7,5% so với nhập khẩu quý 1/2008.

Đáng chú ý, mặc dù Việt Nam mới xuất khẩu dừa và các sản phẩm từ dừa sang thị trường Angieri kể từ đầu năm 2009 đến nay nhưng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này cũng đạt khá cao với gần 2,3 triệu USD. Ngoài ra, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Achentina cũng tăng rất mạnh, đạt 413 nghìn USD, tăng 18,6 lần so với cùng thời điểm năm 2008

Với mặt hàng cơm dừa nạo sấy-một mặt hàng đang mở rộng được nhiều thị trường trên thế giới- giá cả tùy thuộc vào thị trường thế giới. Giá xuất khẩu sản phẩm cơm dừa nạo sấy tháng 12 năm 2006 là 730 USD/tấn trong khi tại tháng 10 năm 2007 từ 950 USD đến 1.000 USD/1 tấn. Giá cơm dừa nạo sấy có chiều hướng giảm trong quý 1/2009, so với giá bình quân quý 1/2008, giá cơm dừa nạo sấy bình quân trong quý 1/2009 tại Philippines khoảng 1.210 USD/tấn giảm 19,1%, tại Sri Lanka giá cơm dừa nạo sấy bình quân khoảng 1.042 USD/tấn giảm 28,5%, tại Indonesia giá cơm dừa nạo sấy bình quân 967 USD/tấn giảm 45,8%. Trong tháng 9/2009, giá cơm dừa thô tại Indonesia dao động từ 387 USD – 402 USD/tấn, tương đối thấp so với giá trung bình của tháng 8/2009 (bình quân 450USD/tấn), so với cùng kỳ năm trước giảm 28,6%. Nguyên nhân chủ yếu tác động làm giá cơm dừa nạo sấy sụt giảm là do ảnh hưởng tình hình suy thoái kinh tế toàn cầu nên nhu cầu nhập khẩu cơm dừa nạo sấy trên thị trường thế giới cũng thu hẹp. Trong 3 tháng đầu năm 2009, mặc dù các nước Philippines, Indonesia, Sri Lanka cắt giảm bớt sản lượng xuất khẩu nhưng cũng không cải thiện được giá xuất khẩu cơm dừa nạo sấy trên thị trường thế giới. Mặc dù giá xuất khẩu cơm dừa nạo sấy trên thị trường thế giới ở mức thấp nhưng cũng đảm bảo cho các doanh nghiệp thu được lợi nhuận do giá nguyên liệu dừa trái cũng giảm mạnh và đồng nội tệ tại các nước xuất khẩu dừa cũng suy yếu so với đô la Mỹ.

b. *Tình hình xuất khẩu com dừa Intimex trong điều kiện khủng hoảng kinh tế toàn cầu*

Từ năm 2004 công ty mở thêm một hướng xuất khẩu mới là com dừa. Trong những năm gần đây, mặt hàng này luôn được chú trọng ưu tiên xuất khẩu



*Nguồn: Báo cáo tổng kết kinh doanh của công ty 20057 – 2009*

**Biểu đồ: 2.3. Tình hình xuất khẩu com dừa của Việt Nam giai đoạn 2005 – 2009**

Biểu đồ trên cho thấy dù đây là mặt hàng mới nhưng sản lượng xuất khẩu tăng đều qua các năm. Đường biểu diễn kim ngạch cũng cho thấy giá trị xuất khẩu cũng tăng tương ứng từ 900 nghìn USD của năm 2005 đến năm 2009 đã tăng gần gấp 4 lần đạt 3.320 nghìn USD. Hệ quả là kim ngạch tăng vọt so với các năm làm cho đường biểu diễn kim ngạch đi lên và có độ dốc cao. Theo ông Chiến cho biết, thời kỳ đầu năm 2008, công ty đã nắm bắt được thời cơ và tăng lượng xuất khẩu vào thời điểm giá mặt hàng này tăng cao nhất, có lúc đạt tới gần 1.500USD/tấn nên bù lại được sự suy giảm xuất khẩu trong cuối năm 2008. Đó là nguyên nhân làm cho khối lượng và giá trị tăng cao trong năm 2008. Tuy vậy, đến năm 2009 thì giá giảm mạnh chỉ còn khoảng 921 USD/tấn làm cho đường biểu diễn dốc đi xuống đồng thời cột thể hiện sản lượng xuất khẩu cũng thấp hơn. Nguyên nhân chủ yếu tác động

làm giá cơm dừa nạo sấy sụt giảm là do ảnh hưởng tình hình suy thoái kinh tế toàn cầu nên nhu cầu nhập khẩu cơm dừa nạo sấy trên thị trường thế giới cũng thu hẹp. Diễn hình của sự suy giảm cầu này là thị trường Mỹ năm 2008 nhu cầu về mặt hàng này giảm giảm 20% so năm 2007, quý 1/2009 Mỹ giảm 32,9% so với nhập khẩu cùng kỳ năm trước; thị trường EU năm 2008 nhập khẩu 113.800 tấn giảm 11,4% so với nhập khẩu trong năm 2007, quý 1/2009, EU nhập khẩu 17.350 tấn, giảm 64,2% so với nhập khẩu cùng kỳ năm trước. Trong 3 tháng đầu năm 2009, mặc dù các nước Philippines, Indonesia, Sri Lanka cắt giảm bớt sản lượng xuất khẩu nhưng cũng không cải thiện được giá xuất khẩu cơm dừa nạo sấy trên thị trường thế giới. Điều này cho thấy, giá cả của mặt hàng này phụ thuộc rất lớn vào thị trường thế giới.



**Bảng 2.8. Một số thị trường xuất khẩu com dừa của công ty Intimex  
giai đoạn 2007 – 2009**

Đơn vị: USD

<b>Thị trường</b>	<b>Năm 2007</b>	<b>Năm 2008</b>	<b>Năm 2009</b>
Đức			951875
Nga	1513888	249933	2104748
UAE		125723	649960
Syria		171457	49693
Hà Lan	194255		184054
Trung Quốc		18675	
Uruguay		294492	
Malaysia	40585	20476	
Hồng Kông		90565	
Israel		46930	
Ai cập		475.661	1.003.430
Marocco		189280	180.795
Serbiz		76275	
Yemen	33540	11902	
Nam Phi		10800	26000
Nepal		171571	24425
Iran		11378	10700
Romania		50050	29750
Costaria		101920	
Saudi Arabia		71491	98700
British Vigin			104040
Lithuaria			68900

*Nguồn: Báo cáo tổng kết kinh doanh của công ty 2007 – 2009*

Qua bảng thống kê trên cho thấy, mặt hàng này dù mới nhưng số lượng thị trường mới gia tăng đáng kể. Nếu từ năm 2007 mới có mặt ở 4 thị trường thì đến năm 2008 đã có mặt ở 26 quốc gia khác, đến năm 2009 đã lên tới 32 thị trường xuất khẩu. Trong số đó thị trường Nga là thị trường truyền thống nhập khẩu cà phê và hạt tiêu thì cũng dẫn đầu trong số thị trường xuất khẩu com dừa với giá trị xuất khẩu lên tới 249.933 USD vào năm 2008 và 2.104.748 USD vào năm 2009. Như vậy chỉ sau 1 năm kim ngạch com dừa xuất khẩu đã tăng tới hơn 8 lần cho thấy cầu của thị trường này rất lớn và công ty vẫn nên tiếp tục khai thác. Tiếp sau là thị trường Ai Cập với giá trị xuất khẩu đạt mức 1.003.430 USD trong năm 2009 hơn 2 lần so với năm 2008. Sang năm 2009 số lượng thị trường tăng lên và đã có mặt ở những thị trường khó tính như Đức với giá trị xuất khẩu là 951.875 USD. Ngoài ra, một số các thị trường tiềm năng khác mà công ty có thể khai thác như thị trường Trung Quốc, Nhật Bản, Mỹ, Ấn Độ vì cầu về com dừa ở các nước này còn đang rất hứa hẹn.

Nhìn chung, cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu không gây ảnh hưởng lớn tới hoạt động xuất khẩu com dừa của công ty. Nguyên nhân chính là cuộc khủng hoảng làm thu hẹp nhu cầu tiêu dùng mặt hàng này tập trung chủ yếu ở thị trường Mỹ và EU trong khi đây chưa phải là thị trường xuất khẩu chủ yếu trong thời gian vừa qua của công ty. Thị trường xuất khẩu chủ yếu hiện tại của công ty là các nước Trung Đông, nơi ít chịu tác động của cuộc khủng hoảng.

Như vậy, trong bối cảnh khủng hoảng mặt hàng com dừa cũng phải trải qua những tác động về biến động giá cả và suy giảm nhu cầu. Tuy nhiên, với thế mạnh khai thác các thị trường mới cũng như tận dụng được cơ hội về giá cả và thời điểm đã giúp công ty không những duy trì mà còn tăng cường xuất khẩu bất kể trong điều kiện khó khăn chung của tình hình thế giới.

### 2.3. Đánh giá tình hình xuất khẩu nông sản của công ty trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu

#### 2.3.1 Những thành tựu đạt được

Hoạt động xuất nhập khẩu nông sản là hoạt động kinh doanh đem lại doanh thu lớn nhất cho doanh nghiệp trong các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

**Bảng 2.9. Doanh thu xuất khẩu giai đoạn 2005 – 9/2008**

ST T	Sản phẩm	2005	2006	2007	9 tháng 2008
1	Cà phê	122.902.635	180.780.504	50.106.985	23.212.708
2	Hạt tiêu	18.524.444	18.601.250	9.040.163	3.680.937
3	Cơm dừa	1.228.117	922.114	2.689.982	4.146.699
4	Thủy sản	552.347	591.381		375.786
5	Hàng tiêu dùng	761.716	3.071.257	4.359.146	3.249.208
6	Thiết bị máy móc	13.947		87.94	33.299
7	Nguyên liệu SX	298.446	16.15	1.137.993	-

*Nguồn: Bản công bố thông tin công ty xuất nhập khẩu Intimex*

Nhìn vào bảng doanh thu trên cho thấy trong các mặt hàng xuất khẩu của doanh nghiệp thì cà phê luôn chiếm vị trí hàng đầu. Doanh thu từ xuất khẩu cà phê luôn cao hơn so với các mặt hàng khác như năm 2006 doanh thu là 180.780.504 nghìn đồng cao gấp 6 lần so với doanh thu xuất khẩu các mặt hàng tiêu dùng khác như quần áo, mũ len,... Đến năm 2007 doanh thu có xu hướng giảm, nguyên nhân là thời kỳ công ty chuyển đổi mô hình, thực hiện cổ phần hoá 3 đơn vị trực thuộc thành ba công ty con. Tuy nhiên, doanh thu mặt hàng cà phê vẫn không thay đổi vị thế và được coi là mặt hàng chủ lực của doanh nghiệp. Doanh thu từ xuất khẩu mặt

hàng này luôn chiếm 1/3 tổng doanh thu. Con số này đã khẳng định rõ vị trí quan trọng của hoạt động xuất khẩu đối với doanh nghiệp.

Tiếp theo cà phê, hạt tiêu cũng giữ một vai trò quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của công ty. Mặc dù mấy năm trở lại đây doanh thu hạt tiêu không đạt cao như trước nhưng đây vẫn được coi là một trong số những mặt hàng chủ lực. Hiện nay doanh thu của nó chiếm khoảng 10% tổng doanh thu và vẫn là mặt hàng đem lại doanh thu lớn thứ hai cho doanh nghiệp. Hơn nữa trong điều kiện khủng hoảng hiện nay, khi xu hướng cầu của mặt hàng số một là cà phê cũng có bị tác động thì nhu cầu của mặt hàng hạt tiêu cũng bị tác động nhưng không mạnh mẽ như cà phê. Nguyên nhân là do, nhu cầu tiêu dùng hạt tiêu sẽ không sụt giảm mạnh dù kinh tế suy thoái trong khi nguồn cung hạt tiêu vẫn bị giới hạn và thiếu hụt. Ví dụ như sản lượng hạt tiêu của Ấn Độ mấy năm gần đây giảm mạnh, từ mức 75.000 tấn – 100.000 tấn/năm trước đây, do sâu bệnh và năng suất giảm và có xu hướng. Đây cũng có thể là điều kiện để công ty chú trọng và tăng cường xuất khẩu mặt hàng này.

Ngoài ra mặt hàng cơm dừa cũng đang được công ty quan tâm đẩy mạnh xuất khẩu. Dù là mặt hàng mới nhưng cũng là mặt hàng hứa hẹn đem lại doanh thu cho công ty. Tuy nhiên trong điều kiện khủng hoảng kinh tế thì mặt hàng chế biến này có xu hướng giảm. Tuy nhiên, với dự báo lạc quan về khả năng phục hồi nền kinh tế sau khủng hoảng khả năng xuất khẩu mặt hàng sang các thị trường hiện hữu cũng như thị trường mới sẽ rất tiềm năng. Đặc biệt hiện nay, mặt hàng này của công ty chưa chiếm lĩnh được thị trường Mỹ và Trung Quốc trong khi những thị trường này lại có nhu cầu rất lớn và đang là nhà nhập khẩu chủ yếu cơm dừa của Srilanka. Với sản phẩm chế biến này giúp công ty không những đa dạng hoá sản phẩm xuất khẩu mà còn phù hợp với chiến lược kinh doanh gia tăng giá trị mặt hàng xuất khẩu.

Công ty đạt được những thành công trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu các mặt hàng trên như vậy chủ yếu giúp là do:

Thứ nhất là, công ty đã có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực xuất khẩu những mặt hàng chủ chốt là hàng nông sản như cà phê, hạt tiêu, cơm dừa, ...Đặc

biệt, với quy mô và tiềm lực hiện tại cũng như những kinh nghiệm đã có được từ cuộc khủng hoảng châu Á năm 1997 càng giúp công ty đứng vững và khẳng định vị thế trên thị trường thế giới. Nhất là trong điều kiện khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu hiện nay, kết quả hoạt động kinh doanh như nêu ở trên càng khẳng định lợi thế vượt trội so với các nhà kinh doanh xuất khẩu khác.

Thứ hai, công ty đã thiết lập và duy trì được mối quan hệ thương mại tại nhiều quốc gia trong đó có những bạn hàng truyền thống trong và ngoài nước. Công ty cũng đã có nhiều kinh nghiệm để thâm nhập các thị trường mới và tăng cường khả năng xuất khẩu. Trong bối cảnh khủng hoảng hiện nay, nhu cầu của một số thị trường lớn bị thu hẹp, việc mở rộng sang các thị trường khác là hết sức cần thiết để công ty có thể duy trì và phát huy thế mạnh kinh doanh xuất khẩu mà điển hình là mở rộng quy mô thị trường của mặt hàng cơm dừa trong thời gian qua.

Thứ ba, công ty cũng là một trong số doanh nghiệp sớm hưởng lợi từ các nhóm giải pháp của chính phủ trong khủng hoảng, trong đó có nhóm giải pháp chủ yếu là thúc đẩy sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu. Trong gói kích cầu giá trị 17.000 tỷ đồng được công bố tháng 5/2009, công ty được hỗ trợ lãi suất vay vốn tín dụng 4%. Trong khi nhiều doanh nghiệp phải mất nhiều thời gian hoàn tất thủ tục thì công ty nhanh chóng được nhận những ưu đãi từ gói hỗ trợ này chỉ ngay sau khi việc thẩm tra của ngân hàng. Với nguồn vốn ưu đãi đặc biệt này làm cho chi phí xuất khẩu giảm và tăng doanh thu cho hoạt động xuất khẩu. Đây là một trong những động lực quan trọng cho công ty đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu của mình.

Bên cạnh đó, thương hiệu của công ty cũng là một thế mạnh của công ty ngay cả trong điều kiện khủng hoảng như hiện nay. Trải qua 30 năm hoạt động kinh doanh là thời gian không phải ngắn đối với một doanh nghiệp. Với thời gian hoạt động kinh doanh lâu năm trong lĩnh vực kinh doanh xuất nhập khẩu và kinh doanh nội địa, thương hiệu Intimex đã có uy tín lớn trên thị trường trong nước và quốc tế. Đây là một trong những thuận lợi cơ bản mà không phải công ty nào cũng dễ dàng có được.

Ngoài ra vấn đề con người cũng là một ưu thế. Với đội ngũ cán bộ công nhân viên có kinh nghiệm, trình độ và kỹ thuật chuyên môn cao, được đào tạo cơ bản, cam kết với công việc đảm bảo sự ổn định và duy trì hoạt động lâu dài của công ty.

Tóm lại cuộc khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu đã ảnh hưởng trực tiếp tới các hoạt động kinh doanh xuất khẩu của công ty. Tuy nhiên, mức độ ảnh hưởng vẫn trong tầm kiểm soát và hoạt động kinh doanh vẫn đạt những hiệu quả nhất định không bị đình trệ.

### **2.3.2 Những khó khăn và tồn tại**

Cuộc khủng hoảng có tác động mạnh mẽ tới hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam nói chung và của công ty Intimex nói riêng bắt đầu từ tháng 10 năm 2008. Việc kinh doanh xuất khẩu các mặt hàng nông sản chủ lực của công ty cũng phải đối mặt với những khó khăn và thách thức do cuộc khủng hoảng toàn cầu gây ra.

Bất lợi đầu tiên phải kể đến là những rủi ro trong vấn đề giao dịch, thanh toán. Mặt hàng kinh doanh nông sản xuất khẩu chủ yếu là nông sản trong đó cà phê, hạt tiêu, cơm dừa chiếm đến hơn 70% tỷ trọng. Việc kinh doanh các mặt hàng này nói chung và cà phê nói riêng luôn tiềm ẩn nhiều rủi ro. Bất lợi đối với công ty trong bối cảnh này chính là tỷ giá hối đoái so với các nhà xuất khẩu nông sản khác. Đồng USD tăng giá mạnh so với đồng Euro gây ra sức ép lên giá nông sản trên thế giới. Rắc rối của các hệ thống ngân hàng tại những thị trường lớn làm hạn chế khả năng thanh toán của các doanh nghiệp nhập khẩu. Mặc dù không phát sinh các khoản nợ xấu nhưng chu kỳ thanh toán kéo dài hơn so với thông lệ không chỉ làm phát sinh các chi phí bảo quản kho bãi mà còn ảnh hưởng đến hiệu quả vốn vay. Mặc dù có thương thuyết đàm phán các điều kiện giao hàng và thanh toán nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng nhằm thu hút và duy trì quan hệ với bạn hàng nhưng điều đó cũng tác động phần nào tới hiệu quả kinh doanh nói chung.

Hơn nữa, cũng chính trong thời điểm khủng hoảng là thời điểm công ty chuẩn bị cho công tác cổ phần hoá, điều này cũng phần nào hạn chế lợi thế của công ty. Trong năm 2008 cổ phần hoá lần 1 không thành công, công ty lại phải tiếp tục

nỗ lực chuẩn bị cho công tác cổ phần lại lần 2. Do đó, việc mức độ quản lý, điều hành kinh doanh nhìn chung chưa thật sự sát sao nên cũng phần nào tác động tới doanh số xuất khẩu nói riêng. Bên cạnh đó, do yêu cầu của việc đánh giá tài sản cũng như các rủi ro khác trong công tác nên công ty cũng bị hạn chế các nguồn vốn vay. Công tác này chỉ thực sự hoàn thiện vào tháng 8/2009. Vì vậy, mặc dù công ty là một trong những doanh nghiệp sớm được hưởng lợi từ gói kích thích 17.000 tỷ với mức tín dụng ưu đãi 4% được chính phủ công bố tháng 5/2009 nhưng chưa thực sự hoàn toàn tận dụng được những ưu đãi.

Ngoài ra, nguồn cung hàng hoá cũng là một trong những trở ngại đối với hoạt động kinh doanh xuất khẩu. Cùng với thiên tai, dịch bệnh, công tác chỉ đạo điều hành yếu kém, khủng hoảng kinh tế làm người nông dân gặp nhiều khó khăn về vốn. Việc hạn chế tiếp cận vốn vay, lãi suất cao dẫn tới chi phí đầu vào cho việc trồng trọt tăng cao làm giảm động lực cho công tác chăm sóc cây trồng của các nhà vườn. Điều này ảnh hưởng trực tiếp tới sản lượng cung ứng cho các doanh nghiệp kinh doanh mà Intimex không phải là ngoại lệ. Nếu đối với hạt tiêu, nhà nước khuyến cáo không mở rộng diện tích trồng trọt, mà doanh nghiệp chú trọng gia tăng giá trị sản phẩm để tạo sức ép về giá thì đối với mặt hàng cà phê và cơm dừa lại không có những thuận lợi như vậy. Đối với chế biến cơm dừa, đôi lúc xảy ra tình trạng thiếu nguyên liệu vì phần lớn dừa đã được xuất thô cho Thái Lan, Trung Quốc. Mặt khác, sự sụt giảm sản lượng cà phê xuất khẩu này một phần là do hiện nay tỷ lệ cây cà phê già cỗi chiếm đến gần 20% khiến năng suất giảm. Điều này không chỉ đặt ra vấn đề đối với nguồn cung hàng hoá thường xuyên mà còn là nguồn dự trữ để phòng rủi ro phục vụ cho xuất khẩu.

Thêm vào đó, khủng hoảng kinh tế làm cho nhu cầu tiêu dùng các mặt hàng giảm mạnh đặc biệt là cơm dừa. Điều này ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động kinh doanh, không chỉ làm giảm sản lượng xuất khẩu các mặt hàng này của Việt Nam nói chung mà còn của công ty Intimex nói riêng. Tuy nhiên theo các chuyên gia kinh tế và ngành nông nghiệp dự báo lạc quan trên cơ sở kinh tế thế giới đang dần

hồi phục, nhu cầu của các nước đang tăng cao, kỳ vọng xuất khẩu các mặt hàng nông sản như cà phê, hạt tiêu, cơm dừa của công ty sẽ tăng khá về lượng.

Công ty cũng chưa chú trọng khai thác thị trường một cách sâu rộng. Đối với cả ba mặt hàng xuất khẩu chủ lực này, thị trường chính vẫn là các nước Trung Đông. Trong khi mặt hàng cà phê lượng xuất khẩu đáng kể sang thị trường Mỹ, EU nhưng cơm dừa lại chưa thâm nhập vào thị trường rất tiềm năng này. Theo ông Chiến, trưởng phòng xuất nhập khẩu cho biết, nguyên nhân là chưa có đội ngũ chuyên nghiên cứu, phân tích tìm hiểu thị trường mà chủ yếu thâm nhập thị trường trên cơ sở kinh nghiệm, cảm quan là chủ yếu. Bên cạnh đó, do vẫn ảnh hưởng kinh doanh theo cơ chế nhà nước, chưa có chính sách khuyến khích nhân viên cụ thể nên chưa phát huy được hết tiềm năng của họ ngay trong bối cảnh khủng hoảng hiện tại điều kiện đòi hỏi sự tìm tòi, học hỏi, sáng tạo, nhạy bén để có thể phát hiện, tận dụng những cơ hội trong khó khăn.

Công ty cũng trải qua những áp lực của lạm phát và khan hiếm tín dụng vào thời điểm cuối năm 2007 đầu năm 2008. Nguyên nhân là nguồn vốn kinh doanh của Công ty cơ bản là vốn vay nên phần nào còn hạn chế, còn thiếu chưa đáp ứng được yêu cầu sản xuất kinh doanh. Nhất là trong thời gian đó, các ngân hàng ngày càng thắt chặt cơ chế cho vay và tăng lãi suất tiền vay điều đó càng gây khó khăn cho công ty.

Những khó khăn, thách thức càng trở lên rõ rệt hơn bao giờ hết và cũng có tác động không nhỏ tới hoạt động xuất khẩu của các mặt hàng nông sản của công ty.



### **Chương 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA CÔNG TY INTIMEX NHẪM VƯỢT QUA KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU**

#### **3.1. Dự báo về tình hình kinh tế thế giới và thị trường nông sản trong thời gian tới**

##### **3.1.1. Dự báo về tình hình kinh tế thế giới trong thời gian tới**

*- Đối với nền kinh tế toàn thế giới*

Hiện nay đã có nhiều tín hiệu cho thấy kinh tế toàn cầu đang thoát dần khỏi cuộc suy thoái, song tiến trình hồi phục vẫn chứa đựng nhiều yếu tố rủi ro.

Các số liệu khả quan hơn về tình hình kinh tế thế giới, cùng với hy vọng các gói kích thích tài chính và tiền tệ khổng lồ của các quốc gia bắt đầu phát huy tác dụng, đã góp phần phục hồi thị trường chứng khoán thế giới. Giá tài sản cao hơn giúp các công ty và các hộ gia đình duy trì khả năng thanh toán và cũng tăng thêm hiệu quả của các chính sách kích thích kinh tế.

Tuy nhiên, mức cầu trên thế giới yếu, tỷ lệ thất nghiệp tăng nhanh và sự không rõ ràng về khả năng thanh khoản của các ngân hàng ở nhiều quốc gia vẫn là những vấn đề nghiêm trọng. Sự mất cân bằng hình thành trong những năm bùng nổ vẫn cần được giải quyết và nhiều lĩnh vực vẫn chưa có dấu hiệu phục hồi.

Tình trạng kinh tế rối loạn ở các nước Đông Âu và nguy cơ bùng phát dịch cúm A (H1N1) vẫn là những mối đe dọa, trong khi sự mất cân đối về tài chính đang lan rộng ở nhiều nước làm gia tăng lo ngại về khả năng phục hồi của nền kinh tế toàn cầu.

Theo mạng tin phân tích và tư vấn kinh tế (EIU) dự báo tăng trưởng của một số nền kinh tế chủ chốt. Theo đó, kinh tế Mỹ năm 2012 dự báo sẽ tăng 1%. Sự cải thiện này có được nhờ các gói kích thích tài chính và tiền tệ lớn. Việc Chính phủ Mỹ áp dụng các gói kích thích tài chính một cách nhanh chóng và hiệu quả có thể giúp nền kinh tế nước này tăng trưởng cao hơn mức dự báo. Tuy nhiên, khả năng tăng tốc nhanh trong khoảng thời gian ngắn như vậy có thể dẫn đến việc kinh tế Mỹ tăng trưởng chậm lại, thậm chí tái xuất hiện tình trạng tăng trưởng âm vào năm

2011. Kinh tế Nhật Bản có thể tăng trưởng 0,8% trong năm 2010 (dự báo trước đây là 0,3%), nhờ gói kích thích tài chính sắp tới của Chính phủ trị giá 15,4 nghìn tỷ yên (160 tỷ USD), tương đương 3% Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của nước này.

Các gói kích thích tài chính cùng với những thay đổi về chính sách sẽ giúp kinh tế Trung Quốc tăng trưởng cao hơn dự kiến là 7,3% trong năm 2010 (dự báo trước là 7%). Kinh tế châu Âu ít sáng sủa hơn năm 2010 sẽ là âm 0,6% (mức dự báo trước đây là âm 0,3%). Các Chính phủ EU quá thận trọng trong việc hoạch định chính sách nên các gói kích thích kinh tế vĩ mô của khu vực này ít phát huy tác dụng [37].

*- Đối với nền kinh tế Việt Nam*

Nền kinh tế nước ta thời gian gần đây đã phục hồi, thể hiện khá rõ qua các chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế và sự điều hành chính sách của Chính phủ đã linh hoạt và mang tính hệ thống, bài bản. Tại Việt Nam cuộc suy thoái đã khiến tăng trưởng kinh tế giảm tốc nhanh chóng, từ mức trung bình 7-8% ở những năm trước xuống còn khoảng 5,32% năm 2009. Tuy nhiên, liên tục từ quý I/2009 (khoảng thời gian được coi là đáy của khủng hoảng), GDP Việt Nam đã tăng dần đạt 5,32% năm theo chỉ tiêu Quốc hội đề ra. Hơn nữa, năm 2010 dự báo đà tăng này tiếp tục được duy trì bởi những dấu hiệu lạc quan ở hầu hết các ngành kinh tế. Mặt khác, sự phục hồi nền kinh tế thế giới, đặc biệt là Mỹ với mức tăng GDP quý III/2009 lên tới 3,5% cũng sẽ tác động rất lớn đến nền kinh tế mở như Việt Nam. Vì vậy, việc kinh tế Việt Nam dần trở lại với quỹ đạo tăng trưởng nhanh. Trong dài hạn, tăng trưởng GDP Việt Nam sẽ trở lại mức 8% vào năm 2013 khi ảnh hưởng của suy thoái kinh tế toàn cầu năm 2009 dịu bớt.

Tuy nhiên, để dự báo về triển vọng kinh tế Việt Nam năm 2010 và xa hơn, cũng như xác định khả năng phản ứng chính sách của Chính phủ vẫn đang trong tình trạng bất ổn, nhiều rủi ro và khó dự báo. Đến nay định hướng triển khai tiếp số lượng còn lại của gói kích cầu 8 tỷ USD vẫn chưa xác định được cụ thể. Theo logic, chắc chắn triển vọng tăng trưởng và ổn định kinh tế vĩ mô (nhất là triển vọng ổn

định) của năm 2010 và cả những năm sau đó tùy thuộc rất lớn vào việc triển khai thực hiện gói kích cầu này.

Năm 2010, Chính phủ vẫn phải tiếp tục thực hiện chính sách kích thích nền kinh tế, tuy không mạnh như năm 2009. Điều đó có ý nghĩa, vẫn sẽ tiếp tục có một lượng vốn ưu đãi nhất định được tung ra. Mặt khác, những yếu tố như việc tăng lương, tăng tốc độ đầu tư và sự phục hồi của sức cầu sau giai đoạn suy giảm kinh tế sẽ gây áp lực đáng kể với CPI.

Trong việc dự báo nền kinh tế, CPI là chỉ số rất khó đoán định. Đơn cử, năm 2008 mục tiêu được ấn định là CPI thấp hơn tốc độ tăng trưởng kinh tế (8,5-9%) nhưng thực tế bất ngờ CPI tăng kỷ lục 19,89%. Năm 2009, khi CPI được ấn định dưới 15% và phần đầu để năm 2010 đạt dưới hai chữ số thì lại dừng ở dưới 7%. Do đó năm 2010, chỉ tiêu CPI vẫn là một ẩn số.

### **3.1.2. Dự báo về tình hình thị trường nông sản trong thời gian tới**

Theo Tổng cục Thống kê, tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2009 đạt 56,6 tỷ USD, giảm khoảng 9,7% so với năm 2008. Bộ Công thương nhận định, do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế toàn cầu nên kim ngạch xuất khẩu 10 tháng đầu năm 2009 đã giảm mạnh. Tuy vậy, triển vọng phục hồi kinh tế thế giới trong năm 2010 sẽ giúp xuất khẩu của Việt Nam tăng hơn so với năm 2009. Hiện nay chỉ có khoảng 20% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của nước ta vào thị trường EU, mục tiêu đặt ra là phải đạt đến 30% vào năm 2010. Trong số các mặt hàng xuất khẩu, năm 2010 giá trị xuất khẩu một số mặt hàng khác như thủy sản, gạo, cà phê, cao su, rau quả... dự báo cũng sẽ gia tăng tương đối mạnh.

Bên cạnh đó, VJEPA là hiệp định về thành lập Khu mậu dịch tự do (FTA) song phương đầu tiên của Việt Nam có hiệu lực từ tháng 10/2009. Hiệp định này nằm trong một chuỗi các Hiệp định FTA song phương của Nhật Bản với các nước ASEAN; góp phần thành lập Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản (AJCEP) (có hiệu lực từ 1/12/2008), tuy nhiên VJEPA cam kết sâu hơn AJCEP. Theo nội dung VJEPA 92% các mặt hàng xuất nhập khẩu giữa hai nước sẽ được miễn thuế. Cụ thể là 86% hàng nông lâm thủy sản và 97% hàng công nghiệp

của Việt Nam xuất sang Nhật sẽ được hưởng ưu đãi thuế. Cụ thể, theo các cam kết của VJEPA, Nhật Bản đã cam kết giảm thuế đối với các mặt hàng tương đương với gần 84% giá trị nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Trong đó, ngay khi VJEPA có hiệu lực, trong số 2.020 dòng thuế nông sản, Nhật Bản đã xoá bỏ ngay đối với 784 dòng, chiếm 36% tổng số dòng thuế nông sản và chiếm 67,6% giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam.

Ngoài ra, nhiều dự báo trong và ngoài nước cho rằng, giá cả thế giới chắc chắn sẽ tăng trong năm 2010. Trong khi đó, dù năm 2009 giá trị tăng trưởng xuất khẩu mang dấu âm nhưng sản lượng xuất khẩu lại tăng. Do đó, khi giá cả thế giới tăng, nếu Việt Nam tiếp tục duy trì được lượng hàng hóa xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu sẽ tăng đáng kể. Đặc biệt, đối với lĩnh vực xuất khẩu nông sản, nếu giữ được ở mức giá cao của năm 2009 thì có thể sẽ vượt mức 6%. Bên cạnh đó, trong cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu vừa qua đã giúp các ngành, địa phương nhìn rõ những bất cập trong xuất khẩu do vậy từ đó sẽ có thêm nhiều giải pháp khắc phục, tạo đà phát triển cho năm 2010 [14].

#### *Dự báo về thị trường cà phê*

Sản lượng cà phê của các nước có những diễn biến tăng giảm, trái ngược nhau. Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) cho rằng sản lượng cà phê thế giới niên vụ 2009/2010 sẽ đạt 127 triệu bao loại 60 kg, thấp hơn so với 127,288 triệu bao của niên vụ 2008/2009. Theo Hiệp hội những nhà xuất khẩu cà phê Indônêxia (AEKI), sản lượng cà phê của nước này niên vụ 2009/2010 có thể sẽ giảm năm thứ 4 liên tiếp do các nguyên nhân: sự hạn chế nguồn tín dụng làm cho người nông dân sẽ giảm các chi phí cho phân bón và thuốc trừ sâu. Hạn chế thuê nhân công thời vụ để chăm sóc các đồn điền cà phê và mưa liên tiếp cũng ảnh hưởng đến mùa vụ. Tình hình khác với Colombia, giá dầu và phân bón thế giới giảm đã hỗ trợ nông dân giảm chi phí sản xuất. Theo Fedecafe, sản lượng cà phê vụ 2009/2010 vào khoảng 11,8 - 12,1 triệu bao, tăng từ mức 11,5 triệu bao của vụ 2008/2009. Mặc dù chương trình thay thế cà phê già cỗi của nước này chưa phát huy kết quả trong 1-2 năm tới nhưng dự kiến sẽ đạt 17 triệu bao vào năm 2014. Bộ Nông nghiệp Mỹ dự đoán sản lượng

cà phê của Honduras sẽ đạt 4 triệu bao trong niên vụ 2009/2010, giảm nhẹ so với 4,1 triệu bao của vụ trước. Các kho dự trữ hàng cà phê thế giới cũng đã đung ở mức thấp nhất và sản lượng của Brazil dự báo sẽ giảm thấp so với năm 2009 mà nguyên nhân chính là do thời tiết.

Nhu cầu cà phê trên thị trường thế giới đã không bị ảnh hưởng bởi suy thoái kinh tế toàn cầu, và trong thời gian tới tiêu thụ loại đồ uống này cũng sẽ không chịu tác động nhiều từ sự hồi phục của nền kinh tế.

Giá cà phê thời gian tới sẽ được hỗ trợ tốt nhờ dự báo về sản lượng sụt giảm, bên cạnh triển vọng khả quan về nhu cầu và dự trữ thấp. Với Việt Nam, xuất phát từ thị trường cà phê trên thế giới và dự đoán sản lượng trong thời gian tới, các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê phối hợp với Ngân hàng nhà nước, đặc biệt là Chính phủ với gói kinh tế kích cầu chính thức được thực thi. Với hơn 70% sản lượng niên vụ 2008-09 đã được kí hợp đồng bán và việc mở rộng các điều khoản tín dụng đang giúp người dân tuy mất mùa cà phê nhưng họ không bị nợ nần, thua lỗ, yên tâm lao động sản xuất. Tất cả những chính sách trên đã giúp đỡ người dân trong việc dự trữ cà phê đợi giá tăng.

#### *Dự báo về thị trường hạt tiêu*

Về cung của mặt hàng này, Ủy ban Hạt tiêu Thế giới (IPC) dự báo sản lượng hạt tiêu toàn cầu sẽ tăng 3% trong năm 2010, đạt 290.742 tấn, so với 281.974 tấn năm trước. Mặc dù sản lượng tăng, nhưng xuất khẩu hạt tiêu thế giới năm nay dự báo sẽ giảm khoảng 11% do lượng dự trữ gói vụ giảm mạnh. Mậu dịch hạt tiêu thế giới năm 2010 dự báo đạt 218.074 tấn, giảm so với 243.800 tấn năm 2009. Nguyên nhân do khủng hoảng kinh tế khiến nhiều khách hàng lớn phải cắt giảm lượng dự trữ và giảm mua những hợp đồng dài hạn. Năm 2008, do giá cao nên các nhà nhập khẩu chỉ mua đủ dùng. Kết quả là dự trữ trong năm 2009 không còn nhiều và tình trạng vào đầu năm 2010 cũng tương tự. Dự trữ hạt tiêu thế giới được IPC dự báo là sẽ giảm 32% trong năm 2010, xuống 79.124 tấn, so với 116.325 tấn năm 2009. Năm 2009, do sản lượng hạt tiêu ở Ấn Độ, Indonexia và Braxin giảm bởi thời tiết xấu nên thị trường hạt tiêu thế giới năm 2009 luôn trong tình trạng thiếu cung, mặc dù

sản lượng tăng ở Việt Nam. Sản lượng hạt tiêu Ấn Độ năm 2009 giảm xuống khoảng 50.000 tấn, trong khi tiêu thụ nội địa lên tới 50.000 tấn. Do vậy, Ấn Độ phải nhập khẩu thêm hạt tiêu để đáp ứng đủ nhu cầu cho cả ngành chế biến. Hầu hết hạt tiêu nhập khẩu vào Ấn Độ được sử dụng để chiết xuất thành dầu gia vị và được tái xuất khẩu bởi ngành sản xuất nhựa dầu. Ấn Độ là nước xuất khẩu hạt tiêu lớn thứ 2 thế giới, sau Việt Nam. Ấn Độ chiếm khoảng 45% tổng xuất khẩu gia vị toàn cầu. Tới cuối tháng 10/2009, Indonexia cũng không còn nhiều hạt tiêu để bán. Theo đánh giá của Hiệp hội hồ tiêu Việt Nam, sản lượng hồ tiêu năm 2010 của cả nước không tăng so với năm 2009, thậm chí có thể giảm 5% - 10% do ảnh hưởng của thiên tai, hạn hán, sâu bệnh.

Về nhu cầu của mặt hàng hạt tiêu không bị ảnh hưởng nhiều do khủng hoảng. Nhập khẩu vào Mỹ đã tăng 5,46% mỗi năm trong thập kỷ qua. Tuy nhiên trong năm 2010, do kinh tế suy thoái, nhu cầu hạt tiêu thế giới dự báo giảm xuống. Tuy nhiên, mức giảm sẽ không nhiều, bởi hạt tiêu đã trở thành thứ gia vị không thể thiếu ở bếp ăn của mỗi gia đình. Dầu hạt tiêu cũng được sử dụng rộng rãi không chỉ trong ngành thực phẩm mà trong cả các lĩnh vực khác như mỹ phẩm, nước hoa, các sản phẩm vệ sinh cá nhân, như kem đánh răng, nước súc miệng... Ấn Độ là nước xuất khẩu dầu gia vị lớn nhất sang Tây Âu, Mỹ và Trung Đông. Tây Á và Đông Âu cũng là những thị trường lớn tiêu thụ hạt tiêu. Bên cạnh đó, tình trạng cạnh hàng từ Việt Nam và Indônêxia hiện nay có thể sẽ khiến các nhà nhập khẩu phải tìm đến tiêu Ấn Độ dù giá cao. Đồng Rupia của Ấn Độ tăng giá mạnh so với Đôla Mỹ khiến cho hạt tiêu Brazil trở nên cao giá hơn so với nhiều xuất xứ khác. Việc giá hạt tiêu Ấn Độ cao hơn giá ở Brazil có thể sẽ khiến cho dòng chảy hạt tiêu Brazil đổ vào Ấn Độ, bởi các nhà chế biến hạt tiêu Ấn Độ cần phải nhập khẩu thêm hạt tiêu nguyên liệu về chế biến và tái xuất khẩu. Sri Lanka đang đề nghị Ấn Độ xoá bỏ hạn ngạch nhập khẩu 2.500 tấn hạt tiêu từ Sri Lanka. Nếu đề nghị này được chấp thuận, nhập khẩu tiêu vào Ấn Độ sẽ còn mạnh hơn nữa.

Khan hiếm nguồn cung và nhu cầu mạnh sẽ đẩy giá hạt tiêu tăng lên. Theo IPC dự báo do năm vừa qua giá đã tăng ở mức cao nên năm 2010 có thể giá sẽ

không thuận lợi như năm 2009. Tuy nhiên thị trường có thể có những diễn biến bất ngờ nếu cung cầu trên thế giới mất cân đối lớn. Giá hạt tiêu thế giới chịu tác động lớn từ tình hình sản xuất của ba nước là Việt Nam, Ấn Độ và Brazil.

Định hướng xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam là đa phương hóa và đa dạng hóa thị trường. Các thị trường chủ lực của ta trong năm tới vẫn là thị trường châu Á (Nhật Bản, ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông), châu Âu (chủ yếu là EU), Bắc Mỹ (Hoa Kỳ, Canada) và châu Đại dương (Australia). Tiếp tục khai thác và thâm nhập một số thị trường truyền thống như Nga, Đông Âu hoặc thị trường mới như Trung Đông, Mỹ La tinh, châu Phi. Các thị trường lớn như châu Á, châu Âu, châu Mỹ cần phần đầu tăng trưởng cao hơn mức tăng bình quân chung là 13%.

#### *Dự báo về thị trường com dừa*

Do khủng hoảng kinh tế nên thời điểm 2008-2009, nhiều nhà sản xuất cần trọng hơn trong việc sản xuất mặt hàng này để duy trì lượng tồn kho ở mức tối thiểu. Theo dự báo Catz International B.V, sau khi nền kinh tế phục hồi cung mặt hàng này không theo kịp nhu cầu của thế giới. Nguyên nhân là do sản lượng giảm và phải chia sẻ nguyên liệu cho việc sản xuất dầu thực vật. Năm 2010 Srilanka có nhu cầu 3.000.000 tấn trong khi sản lượng hiện nay đứng ở khoảng 2.700.000 triệu. Indonexia lượng dừa thô cũng sụt giảm mạnh do điều kiện thời tiết không thuận lợi. Thông thường khoảng 200 ngày mưa/năm trong năm 2009 giảm chỉ còn 70 ngày/năm, do đó ảnh hưởng tới năng suất và sản lượng. Tình hình trong năm 2010 cũng không có dấu hiệu khả quan hơn. Đồng thời, nhu cầu về dầu thực vật trên thế giới có xu hướng tăng mạnh trong năm tới, nên nguồn cung cho chế biến mặt hàng này càng trở khó khăn hơn. Điều này càng làm quan hệ cung cầu xa nhau hơn. Khi đó thị trường sẽ phụ thuộc chính vào khả năng cung ứng của Philippin trong trường hợp Indônêxia không được mùa dừa do thời tiết bất lợi [20].

Hiện nay, Việt Nam xuất mặt hàng này chủ yếu sang thị trường Srilanka. Tuy nhiên việc xuất khẩu vào thị trường này khó duy trì vì chính phủ Srilanka đánh thuế cao đối với mặt hàng này để giữ giá dừa trong nước, chi phối cạnh tranh trên thị

trường thế giới. Hơn nữa, việc Trung Quốc đẩy mạnh thu mua dừa Việt Nam bằng nhiều cách thức cũng có tác động đến nguồn cung ứng cho hoạt động sản xuất kinh doanh mặt hàng này.

Biến động về giá cơm dừa nạo sấy có liên quan đến biến động giá dầu dừa trên thị trường thế giới, giữa giá cơm dừa nạo sấy và giá dầu dừa có mối liên quan chặt chẽ với nhau, khoảng 70% nguyên nhân biến động giá cơm dừa nạo sấy được giải thích là do biến động của giá dầu dừa. Các nhà phân tích đã phân tích sự biến động giá hàng tháng của cơm dừa nạo sấy và dầu dừa trong thời gian 5 năm cho thấy, biên độ biến động giữa giá dầu dừa và cơm dừa nạo sấy khoảng 0,958, có nghĩa là khi giá dầu dừa tăng lên khoảng 10 USD/tấn thì giá cơm dừa nạo sấy tăng lên khoảng 6,6 USD/tấn. Theo dự báo của Catz International B.V, giai đoạn 2010 – 2011, giá mặt hàng này sẽ dần cải thiện. Nguyên nhân là do khủng hoảng kinh tế có tín hiệu tích cực làm tăng nhu cầu mặt hàng này và cả mặt hàng dầu thực vật làm trong khi khan hiếm nguồn cung trầm trọng.

### **3.2. Định hướng xuất khẩu nông sản của công ty Intimex trong thời gian tới**

#### **3.2.1. Định hướng xuất khẩu nông sản của công ty Intimex trong thời gian tới**

Đảm bảo sự phát triển ổn định lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu vì đây vốn là thế mạnh truyền thống của công ty, nâng cao toàn diện chất lượng hoạt động xuất khẩu, đặc biệt nâng cao tính chuyên nghiệp trong kinh doanh hàng nông sản. Chú trọng nâng cao hơn nữa hiệu quả các hoạt động kinh doanh xuất khẩu bằng cách đổi mới phương thức kinh doanh, cơ chế điều hành kinh doanh cho phù hợp với tình hình phát triển của thị trường.

Đa dạng hoá thị trường và mặt hàng xuất khẩu, tăng cường xuất khẩu các mặt hàng có hàm lượng giá trị gia tăng đồng thời tập trung xây dựng thêm các mặt hàng chủ lực mới. Dưới đây là kế hoạch của công ty trong lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu:



**Bảng 3.1 - Dự kiến xuất khẩu của công ty năm 2010 -2011**

Chỉ tiêu	Năm 2010			Năm 2011		
	Sản lượng (Tấn)	Giá trị (triệu USD)	Doanh thu Giá trị (Tỷ đồng)	Sản lượng (Tấn)	Giá trị (triệu USD)	Doanh thu Giá trị (Tỷ đồng)
Tổng Kim ngạch xuất khẩu		110	2.345		121	2.42
Mặt hàng cà phê	38500	77	1740	42350	85000	2020
Mặt hàng hạt tiêu	30800	11	200	3388	12	232
Cơm dừa		5.5	100		6	116

*Nguồn: Phương án cổ phần hóa của INTIMEX*

### 3.2.2. Cơ hội và thách thức đối với công ty trong thời gian tới

Trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế, cùng những dự báo về tình hình kinh tế thế giới và xu hướng thị trường các mặt hàng cà phê, hạt tiêu, cơm dừa đã hé mở các cơ hội đồng thời cũng bao hàm cả những thách thức đối với công ty.

#### *Cơ hội*

Dấu hiệu kinh tế phục hồi cũng hứa hẹn cầu hàng hoá các mặt hàng tăng lên. Nếu nhu cầu mặt hàng hạt tiêu không bị tác động nhiều từ khủng hoảng kinh tế thì mặt hàng cơm dừa lại có tín hiệu tăng trong thời gian tới. Hơn nữa, cũng chính trong thời điểm khủng hoảng cao điểm năm 2009, trong chuyến tháp tùng Đoàn đại biểu Chính phủ Việt Nam do Phó Thủ tướng Hoàng Trung Hải sang thăm chính thức Vương quốc Anh và Bắc Ireland vừa qua, ông Đỗ Hà Nam, Tổng giám đốc Công ty cổ phần Xuất nhập khẩu Intimex đã ký hợp đồng ghi nhớ xuất khẩu 200.000 tấn cà phê nhân với hai công ty kinh doanh cà phê hàng đầu nước Anh. Đó là công ty Louis Dreyfus và Armajaro Trading, mỗi công ty sẽ mua 100.000 tấn cà phê của Việt Nam với giá trị khoảng 280 triệu USD. Giá cả cụ thể sẽ được các bên thống nhất trong từng hợp đồng mua bán ký kết sau thỏa thuận này. Thời hạn giao

hàng từ tháng 11/2009 đến tháng 10/2010. Theo đánh giá của nhiều doanh nghiệp thì đây là lần đầu tiên, Công ty cổ phần Xuất nhập khẩu Intimex ký được hợp đồng ghi nhớ xuất khẩu cà phê với số lượng lớn như vậy sang thị trường London, bởi trong năm 2008, Công ty này xuất khẩu được gần 120.000 tấn cà phê. Việc ký kết được hợp đồng này sẽ tạo điều kiện rất lớn cho công tác xuất khẩu cà phê trong niên vụ tới của Việt Nam vì tổng khối lượng của hợp đồng đã chiếm hơn 1/5 sản lượng cà phê của cả nước. Hiện tại, Công ty cổ phần Xuất nhập khẩu Intimex đã mở chi nhánh ở Đắk Lắk và một số lượng lớn cà phê của Tây Nguyên sẽ được tiêu thụ thông qua hợp đồng này. Qua đó cho thấy, qua khủng hoảng công ty cũng có thể tìm kiếm các cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu.

Hiện nay, Việt Nam đã và đang là một trong nước xuất khẩu cà phê, hạt tiêu đứng đầu thế giới và có khả năng chi phối thị trường. Trong thời gian tới, khi nền kinh tế phục hồi, nhu cầu tăng cao trong khi khan hiếm cung đẩy giá tăng cao. Điều đó không chỉ giúp cho công ty có lợi từ giá hàng xuất khẩu mà còn có thêm cơ hội học hỏi, tìm kiếm, nghiên cứu đa dạng hoá sản phẩm, tăng giá trị hàng xuất khẩu theo như định hướng chiến lược của công ty. Với thương hiệu sẵn có trên thị trường như vậy, công ty cũng có thể tận dụng lợi thế này để thâm nhập thị trường mới ngay trong điều kiện nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ khác còn đang lo ứng phó với những khó khăn từ khủng hoảng gây ra.

Hơn nữa, trong xu thế hội nhập hiện nay, đặc biệt việc giảm thuế mạnh mẽ các mặt hàng nông sản xuất khẩu vào Nhật đã mở ra cho các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và công ty Intimex nói riêng những cơ hội tăng năng lực cạnh tranh. Cụ thể, theo các cam kết của VJEPA, Nhật Bản đã cam kết giảm thuế đối với các mặt hàng tương đương với gần 84% giá trị nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Trong đó, ngay khi VJEPA có hiệu lực, trong số 2.020 dòng thuế nông sản, Nhật Bản đã xoá bỏ ngay đối với 784 dòng, chiếm 36% tổng số dòng thuế nông sản và chiếm 67,6% giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam. Lợi thế này cũng tạo điều kiện thuận lợi để công ty có thể tìm hiểu và khai thác sâu thị trường Nhật Bản trong thời gian tới.

### *Thách thức*

Một thách thức lớn đặt ra trong thời gian tới với công ty là duy trì, đảm bảo nguồn hàng đủ cung ứng cho xuất khẩu. Đối với cả ba mặt hàng cà phê, cơm dừa cung hàng khan hiếm đang trở thành vấn đề cần hết sức lưu ý.

Bên cạnh đó, theo dự báo sự không rõ ràng về khả năng thanh khoản của các ngân hàng ở nhiều quốc gia vẫn sẽ ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động xuất khẩu. Nó ảnh hưởng trực tiếp tới khả năng thanh toán cũng như các khó khăn mà công ty trải qua như kéo dài chu kỳ thanh toán không được hạn chế.

Triển vọng kinh tế Việt Nam năm 2010 và xa hơn, cũng như xác định khả năng phản ứng chính sách của Chính phủ vẫn đang trong tình trạng bất ổn. Trong khi dịch cúm H1N1 bùng phát làm giảm lòng tin về khả năng phục hồi nền kinh tế, thì gói kích thích tiếp theo của chính phủ trong năm 2010 không mạnh mẽ như năm 2009, đồng nghĩa với việc doanh nghiệp phải chủ động hơn trong việc ứng phó với mọi biến động khác như tỷ giá, vốn vay, lãi suất trong điều hành sản xuất kinh doanh.

Nhìn nhận được những cơ hội và thách thức giúp cho doanh nghiệp dễ dàng hơn trong quá trình xây dựng và phát triển kế hoạch kinh doanh những mặt hàng chiến lược này

### **3.3. Một số giải pháp đề xuất và kiến nghị nhằm phát triển hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty**

#### **3.3.1. Đề xuất giải pháp đối với công ty**

##### **3.3.1.1. Tạo nguồn vốn thường xuyên hiệu quả**

Nguồn vốn sẽ giúp công ty giải quyết rất nhiều trong vấn đề mở rộng hoạt động xuất khẩu.

Do đặc thù kinh doanh của công ty là kinh doanh xuất nhập khẩu, với kim ngạch xuất nhập khẩu 200 triệu USD, công ty cần một lượng vốn lớn cho hoạt động kinh doanh này. Công ty đã sớm nắm bắt cơ hội hưởng ưu đãi từ gói kích cầu của chính phủ với chính sách hỗ trợ 4% lãi suất vay vốn. Với thuận lợi đó, công ty cần chú trọng phát huy hiệu quả vốn vay đầu tư có trọng điểm, chú trọng phát triển sản

xuất, tăng giá trị sản phẩm là tăng giá trị xuất khẩu. Mặt khác, gói kích thích của chính phủ lần 1 kết thúc vào quý 1/2010 và gói kích thích lần 2 còn đang trong quá trình xem xét, những ưu đãi này chỉ là sự hỗ trợ trước mắt. Do đó, công ty cần nghiên cứu những hình thức huy động vốn mới song song duy trì phương thức huy động vốn truyền thống để đảm bảo nguồn lực phục vụ hoạt động kinh doanh. Một trong những giải pháp cơ bản là liên doanh, liên kết, hợp đồng hợp tác liên doanh và sẽ mở rộng đối tác ra cả trong và ngoài nước.

Nguồn vốn bên ngoài được huy động từ các ngân hàng, các tổ chức tín dụng trong nước và quốc tế. Muốn huy động được nguồn vốn bên ngoài, doanh nghiệp cần kinh doanh có hiệu quả. Đây là căn cứ để các ngân hàng, các tổ chức tín dụng đánh giá được khả năng hoàn trả vốn. Kinh doanh hiệu quả sẽ tạo nên uy tín cho doanh nghiệp, tạo niềm tin cho các nhà đầu tư vốn khi xuất vốn cho công ty vay. Việc vay vốn cũng sẽ dễ dàng hơn khi công ty vừa xây dựng mối quan hệ làm ăn lâu dài với một số ngân hàng, tổ chức tín dụng vừa mở rộng mối quan hệ với các ngân hàng, tổ chức tín dụng khác. Với các mối quan hệ này công ty có thể huy động vốn nhanh nhất khi cần.

### ***3.3.1.2. Đẩy mạnh công tác nghiên cứu mở rộng thị trường***

Đây là yếu tố mà Công ty có thể chủ động kiểm soát được. Muốn đẩy mạnh công tác này thì Công ty cần xây dựng kế hoạch nghiên cứu mở rộng thị trường hoàn chỉnh.

Hiện nay Công ty chưa có một phòng chuyên nghiên cứu về thị trường dẫn đến bỏ lỡ nhiều cơ hội kinh doanh hấp dẫn. Việc nghiên cứu thị trường mới chỉ dừng lại ở hoạt động tìm kiếm thông tin một cách gián tiếp qua các phương tiện thông tin đại chúng, qua các nguồn cung từ các tổ chức kinh tế mà chưa có sự tiếp xúc trực tiếp với thị trường để tìm hiểu nhu cầu, thị yếu của người dân, cách thức bán hàng, chiến lược tiếp thị quảng cáo nào thì phù hợp, hoạt động của các đối thủ cạnh tranh. Đặc biệt đối với mặt hàng cơm dừa, việc thâm nhập thị trường mới hiện nay chủ yếu dựa trên kinh nghiệm và cảm quan thực tế mà chưa khai thác được các nguồn thông tin từ các hiệp hội ngành hàng hoặc từ các nguồn tin chính thống khác.

Vì vậy, công ty cần thành lập bộ phận chuyên trách việc thu thập và xử lý thông tin thị trường.

Công ty cần tận dụng lợi thế là Tổng công ty lớn có uy tín trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản trong và ngoài nước cũng như sự hỗ trợ tích cực từ phía nhà nước. Từ đó thu thập các thông tin về nhu cầu, thị trường từ các tham tán thương mại tại các nước, các công ty tư vấn luật, phòng Thương Mại, Hiệp hội Cà phê, Hồ tiêu, Dừa Việt Nam và quốc tế các hãng vận tải quốc tế, môi giới vận tải, môi giới hải quan, các ấn phẩm quốc tế và qua mạng để đưa ra các phán đoán chính xác vị thế cạnh tranh, xu hướng thị trường, đánh giá được toàn diện các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh xuất khẩu của công ty trên thị trường.

Đồng thời, tạo điều kiện để các cán bộ làm công tác thị trường tiếp xúc với thực tiễn bằng cách cử cán bộ sang nghiên cứu các thị trường tiềm năng nhằm nâng cao khả năng phân tích, phán đoán, xử lý thông tin và đưa ra các giải pháp phù hợp có tính khả thi nhằm ứng phó linh hoạt trước những biến động của thị trường.

Mặt khác, chi phí tìm hiểu thị trường này rất tốn kém nên Công ty cần kết hợp công tác nghiên cứu thị trường với công tác xúc tiến, quảng bá sản phẩm thông qua việc kết hợp tham gia hội chợ, triển lãm với nắm bắt thông tin về tình hình thực tế của thị trường. Nhiệm vụ của đoàn tham gia hội chợ này là vừa quảng bá sản phẩm, hình ảnh của công ty với khách hàng tại các thị trường mục tiêu vừa phải thu thập thông tin về đối thủ cạnh tranh, giá cả, chất lượng, xu hướng tiêu dùng sản phẩm để đánh giá được vị trí cạnh tranh của Công ty trên thị trường này.

Bên cạnh việc duy trì những mặt hàng, thị trường truyền thống, công ty tiếp tục mở rộng và đẩy mạnh phát triển những mặt hàng mới, thâm nhập thị trường mới như Châu Phi, Châu Mỹ La Tinh,... Đặc biệt khai thác lợi thế và tiềm năng ở các thị trường Mỹ, EU và Nhật Bản. Quan tâm xây dựng, phát triển thị trường và mặt hàng chủ lực. Phát huy hơn nữa thế mạnh trong kinh doanh mặt hàng nông sản, tiến hành mở rộng và đẩy mạnh phát triển các mặt hàng xuất khẩu. Chuyển dần từ xuất khẩu chưa chế biến sang hàng đã qua chế biến có chất lượng và giá trị cao.

### **3.3.1.3. *Đẩy mạnh công tác khai thác nguồn hàng nông sản xuất khẩu***

Mục tiêu chủ yếu của giải pháp này là nhằm tạo ra các cơ sở nguồn hàng nông sản có quy mô lớn đáp ứng đúng nhu cầu, đúng thời gian, đúng giá cả, đảm bảo chất lượng. Chính vì vậy trong thời gian tới để cải thiện công tác thu mua, tạo nguồn hàng nông sản xuất khẩu Công ty nên thực hiện một số công việc sau:

Về mặt chất lượng hàng nông sản: Luôn đảm bảo chất lượng hàng nông sản từ khâu nguyên liệu, sản xuất và phân phối. Do đó, trong khâu thu mua cần công ty cần nghiên cứu kỹ để chọn được những nhà cung cấp hàng có chất lượng tốt, ổn định, phối hợp với nhà cung cấp kiểm tra chất lượng ngay từ khâu sản xuất.

Về mặt số lượng hàng nông sản: Công ty có thể mạnh về vốn và quy mô khá lớn, phải huy động hết thế mạnh này để có thể đáp ứng mọi yêu cầu của nhà nhập khẩu cho kịp thời hạn. Công ty cần có một danh mục các nhà cung cấp, thường xuyên trao đổi thông tin cập nhật để biết được khả năng cung cấp hàng nông sản của họ. Trên cơ sở nghiên cứu kỹ nhu cầu và xu hướng biến động của thị trường cũng như các bạn hàng Công ty nên chuẩn bị trước cho các thương vụ tương lai bằng cách đặt hàng trước hay nhập dự trữ. Điều này công ty cần chú trọng đối với mặt hàng cà phê, tránh tình trạng bán ồ ạt dẫn tới bị ép giá. Bên cạnh đó, công ty cần đa dạng hoá các hình thức thu mua bên cạnh hình thức chủ yếu hiện tại là mua hàng từ các đầu mối khác nhau ở các địa phương hoặc mua tập trung qua các trung gian. Việc đa dạng hoá có thể thông qua việc tổ chức mạng lưới mua hàng nông sản, giảm bớt hình thức mua qua trung gian làm tăng giá, vừa khó kiểm soát chất lượng hay mở rộng phạm vi mua nguyên liệu, thiết lập thêm các đại lý mua ở các tỉnh, các địa bản có khả năng cung ứng cao.

### **3.3.1.4. *Tăng cường đầu tư vào công tác dự trữ, bảo quản***

Dự trữ và bảo quản hàng hoá có ảnh hưởng rất lớn tới chất lượng hàng xuất khẩu. Hàng nông sản là hàng có tính thời vụ, ảnh hưởng vào điều kiện khí hậu, thời tiết và thường khó bảo quản. Đối với Việt Nam có khí hậu nóng ẩm thì nông sản dễ bị ẩm mốc, mối mọt. Vì vậy, công tác dự trữ, bảo quản, chế biến là đặc biệt quan trọng trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu nông sản. Trước khi nông sản được

xuất khẩu thường được đưa vào kho lưu giữ của Công ty để chuẩn bị xuất đi. Nếu khâu bảo quản không tốt nông sản trở nên kém chất lượng, rủi ro sẽ xảy ra đối với Công ty khi hợp đồng không thực hiện được hoặc thực hiện không đúng yêu cầu của khách hàng. Điều này sẽ ảnh hưởng đến quá trình xuất khẩu cũng như hiệu quả kinh doanh của Công ty.

Do đặc tính của hàng nông sản là theo mùa vụ, để có hàng xuất khẩu cả năm Công ty phải có kho dự trữ đủ lớn, đảm bảo để khi giá nông sản lên có hàng để bán ra. Do đó, Công ty phải xây dựng được một kế hoạch dự trữ, thường xuyên trang bị thiết bị bảo quản hiện đại, đảm bảo được chất lượng nông sản. Căn cứ vào lượng hàng xuất khẩu và khả năng xuất khẩu mà lập kế hoạch dự trữ các mặt hàng cụ thể, hợp lý. Để làm được điều đó Công ty phải đào tạo đội ngũ cán bộ công nhân và cán bộ quản lý kho có kinh nghiệm, có tinh thần trách nhiệm cao, có khả năng thực hiện các nghiệp vụ về kho như: xuất, nhập, kiểm tra, kiểm kê, đánh giá chất lượng hàng nông sản một cách thành thạo.

### ***3.3.1.5. Nâng cao năng lực cạnh tranh của nông sản xuất khẩu***

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm Công ty cần chú ý đến việc nâng cao chất lượng sản phẩm và giá cả của sản phẩm.

Giá cả cũng là một yếu tố cạnh tranh của nông sản. Hiện nay giá nông sản xuất khẩu của Công ty có xu hướng thấp hơn giá nông sản xuất khẩu của các nước khác. Vì vậy để nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm, tăng giá xuất khẩu thì yếu tố chất lượng vẫn là yếu tố hàng đầu được chú trọng. Để có chất lượng sản phẩm cao đáp ứng nhu cầu xuất khẩu, công ty không chỉ cần nâng cao hiệu quả của công tác giám định hàng hoá mà cần phải đầu tư vào một số lĩnh vực chế biến hàng nông sản. Tuy nhiên sự đòi hỏi về chất lượng hàng hoá ở mỗi thị trường là khác nhau. Chẳng hạn đối với thị trường EU, Nhật Bản, Mỹ thì yêu cầu về chất lượng hàng hoá đòi hỏi rất cao và nghiêm ngặt. Ngược lại đối với các thị trường như Châu Phi thì yếu tố đáng quan tâm nhất là giá cả. Vì vậy, tùy từng thị trường mà công ty nên có các chính sách cho phù hợp với đặc điểm của thị trường đó để có thể phát huy tối đa lợi thế của công ty.

Với mục tiêu hoạt động xuất khẩu nông sản thường xuyên và mũi nhọn, Công ty nên đầu tư cho sản xuất và ưu tiên cho phát triển công nghệ chế biến. Hiện nay Công ty đã có một số cơ sở chế biến tại các địa phương và nên mở rộng hơn nữa công tác này. Việc xây dựng thêm các xí nghiệp chế biến nông sản này sẽ giúp làm tăng chất lượng, giá trị đồng thời giảm giá thành sản phẩm. Ưu thế của việc này là có những mặt hàng công ty tự sản xuất lại đem về lợi nhuận cao hơn là từ thu mua, đồng thời công ty có thể gia công chế biến hàng nông sản theo đúng mong muốn của các bên đối tác. Song song với đó, công ty có thể chủ động về số lượng, chất lượng, khống chế số lượng hàng sản xuất cho xuất khẩu tránh dư thừa, tồn kho do không kiểm soát được. Bên cạnh đó, công ty có thể sử dụng hình thức liên doanh liên kết với các đơn vị chế biến để có thể tận dụng được nguồn lực về vốn và kỹ thuật công nghệ.

Đồng thời tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm, đa dạng các hình thức phân phối và tiêu thụ sản phẩm. Chú trọng hơn nữa các hoạt động xúc tiến thương mại do Bộ Công Thương và các cơ quan hữu quan tổ chức, tham gia hội chợ, thắt chặt mối quan hệ với các hiệp hội trong và ngoài nước... nhằm tìm kiếm các đối tác kinh doanh cũng như tập hợp và xử lý thông tin phục vụ cho công tác điều hành hoạt động kinh doanh.

### **3.3.1.6. Đầu tư vào nguồn nhân lực**

Nhân lực là nguồn lực quan trọng để đẩy mạnh xúc tiến hoạt động kinh doanh xuất khẩu của công ty.

Trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế và trong giai đoạn đầu cổ phần hoá, việc cắt giảm, thanh lọc các đội ngũ cán bộ nhân sự có đủ tâm huyết và năng lực là hết sức cần thiết. Theo đó công ty không những cắt giảm được chí phí tiết kiệm nguồn lực mà còn lựa chọn những người phù hợp cho hoạt động kinh doanh của công ty. Song song với điều đó, công ty cũng cần quan tâm tới việc xây dựng các quy chế, chế độ đãi ngộ tốt và dành cơ hội thăng tiến cho người lao động nhằm thu hút và giữ chân nhân tài. Bên cạnh đó, công ty cần nhanh chóng phát triển và bổ xung đội ngũ nhân lực chuyên nghiên cứu, phân tích, tìm hiểu thị trường để có thể khai thác



một cách toàn diện đặc biệt đối với thị trường cơm dừa trong thời gian tới hứa hẹn tiềm năng tại các thị trường như Mỹ và khu vực thị trường EU.

Trên đây là một số giải pháp và nhóm giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động kinh doanh xuất khẩu nông sản của công ty.

### **3.3.2. Một số kiến nghị đối với nhà nước**

#### **3.2.2.1. Đầu tư cho nguồn hàng nông sản xuất khẩu**

Theo dự báo, áp lực đối với nguồn cung hàng hoá ngày càng cao. Do đó, nhà nước cần có các chính sách khuyến khích người nông dân chuyển đổi những diện tích cà phê già cỗi sang các dòng cà phê có chọn lọc. Ưu đãi về vốn tạo điều kiện cho nhà sản xuất và nhà vườn có thêm động lực chăm sóc, trồng trọt.

Nhà nước cần có chương trình đầu tư về khoa học, công nghệ đủ tầm cho phát triển nông nghiệp. Khoa học, công nghệ phải đi vào giải quyết từ khâu giống có chất lượng, canh tác "sạch", đến khâu chế biến, tiêu thụ nông sản sao cho có giá trị ngày càng cao. Ví dụ như đối với cây cà phê, do chất lượng hiện nay không đồng đều, cần thực hiện chương trình lai ghép cải tạo rộng lớn trong sản xuất, thay thế cơ bản diện tích số cây cho năng suất thấp quả nhỏ, bên cạnh đó nghiên cứu tạo giống cà phê chè và giống lai mới có chất lượng để tăng thêm giá trị và chất lượng cà phê tạo sức cạnh tranh trên thị trường. Đồng thời xây dựng và ban hành quy chuẩn về trồng, chăm sóc, thu hái, chế biến đối với các mặt hàng nông sản phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế. Đây chính là yếu tố đảm bảo cho nỗ lực nâng cao giá trị gia tăng các mặt hàng nông sản. Bên cạnh đó cũng cần tăng đầu tư về tài chính, con người và dành quỹ đất phù hợp giúp nông nghiệp phát triển hiện đại. Sự đầu tư ở đây phải đảm bảo tính đồng bộ, mang lại hiệu quả cụ thể. Ngoài ra nhà nước cần kiểm soát chặt chẽ chất lượng cũng như giá cả đầu vào, tăng cường áp dụng tiến bộ kỹ thuật.

Nhà nước cũng cần có thêm các biện pháp nhằm hạn chế việc buôn bán một số mặt hàng manh mún, nhỏ lẻ sang các nước mà không phát huy được gia tăng giá trị xuất khẩu. Hiện nay, nguồn cung ứ đọng phục vụ cho hoạt động xuất khẩu đang trở nên khan hiếm trong khi lượng lớn dừa của nước ta bị bán rẻ sang Trung Quốc và Thái Lan. Do đó, nhà nước cần có các biện pháp để hạn chế việc các nhà vườn

và thương lái buôn bán ở ạt dừa sang các nước này làm giảm hiệu quả hoạt động xuất khẩu mặt hàng này của các doanh nghiệp trong nước trong đó có công ty Intimex.

### **3.2.2.2. Tăng cường hỗ trợ tín dụng khuyến khích hoạt động xuất khẩu nông sản**

Nhà nước nên sớm có chính sách bảo hiểm tín dụng, bảo lãnh tín dụng đối với doanh nghiệp xuất khẩu nông sản. Nhà nước nên hỗ trợ một phần quỹ bảo hiểm xuất khẩu nông sản, hỗ trợ cho doanh nghiệp khi có rủi ro thị trường, thời tiết. Đồng thời nhà nước cũng nên có chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp thông qua lãi suất vay vốn tín dụng ngay cả khi gói kích thích của chính phủ kết thúc.

Đồng thời, Hiệp hội hồ tiêu Việt Nam cũng đang đề nghị Chính phủ xem xét, tiến đến miễn thuế VAT cho doanh nghiệp vì hiện nay 98% sản lượng hạt tiêu của Việt Nam dành cho xuất khẩu trong khi việc hoàn thuế VAT gặp rất nhiều khó khăn, mất nhiều thời gian của doanh nghiệp. Theo đó, công ty cũng sẽ được hưởng lợi từ những hỗ trợ xuất khẩu trên.

### **3.2.2.3. Đẩy mạnh hỗ trợ thông tin và xúc tiến thương mại**

Đây là những vấn đề liên quan trực tiếp đến chức năng và hoạt động của Bộ công thương, đặc biệt là hệ thống thương vụ tại nước ngoài.

Nhà nước cũng cần nghiên cứu thành lập nhiều hơn các cơ quan cung cấp dịch vụ thông tin, dự báo thị trường về các mặt hàng cho doanh nghiệp. Hiện nay, đối với mặt hàng cà phê hoặc hạt tiêu các doanh nghiệp Việt Nam có thể dễ dàng tìm hiểu qua các phương tin thông tin khác nhau, nhưng mặt hàng cơm dừa Việt Nam chưa có nhiều thông tin phục vụ cho việc nghiên cứu thị trường. Với nguồn thông tin sẵn có, giúp doanh nghiệp có thể chủ động hơn trong quá trình phát triển kinh doanh xuất khẩu nông sản.

Để tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu, Nhà nước cần sớm đàm phán ký kết hiệp định song phương về xuất khẩu dừa với thị trường tiềm năng ở châu Á là Ấn Độ vì “Cơm dừa nạo sấy của Sri Lanka xuất sang Ấn Độ chỉ phải đóng thuế 17%, trong khi sản phẩm của Việt Nam chịu mức thuế lên đến 70%”.

Nhà nước cần đẩy mạnh hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại để có thể khai thác tốt các thị trường có tiềm năng lớn như Trung Quốc, Châu Phi, Tây Á. Với mạng lưới cơ quan ngoại giao của Nhà nước ở các nước mà Việt Nam có quan hệ, vai trò của các tham tán thương mại trong hoạt động xúc tiến thương mại hơn nữa. Hiện nay, công ty chủ yếu xuất khẩu nông sản chủ yếu qua hình thức xuất khẩu trực tiếp chưa phát huy mạnh vai trò của các tham tán thương mại. Nhà nước cũng nên chủ động hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia các cuộc hội chợ, triển lãm, quảng cáo trong và ngoài nước; khảo sát, tìm hiểu thị trường nước ngoài, kho ngoại quan; nâng cao vai trò của đại diện thương mại, đầu tư xây dựng trung tâm giới thiệu sản phẩm giao dịch thương mại ở các thành phố lớn, các trung tâm thương mại ở nước ngoài nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp có đại diện tại thị trường quốc tế.

#### ***3.3.2.4. Tăng cường vai trò hỗ trợ phối hợp của các hiệp hội ngành nghề***

Để có thể giúp đỡ các doanh nghiệp xuất khẩu hiệu quả hơn, nhà nước nên chuyển những hỗ trợ trực tiếp cho các doanh nghiệp sang hỗ trợ gián tiếp thông qua hiệp hội. Việc hỗ trợ cho hiệp hội sẽ đem lại nhiều lợi ích hơn vì khi đó nguồn lực của Nhà nước được đầu tư tập trung thay vì dàn trải như trước đây. Hiệp hội là cơ quan nắm rõ tình hình hoạt động của doanh nghiệp nên sẽ có biện pháp hỗ trợ các doanh nghiệp hiệu quả hơn. Tuy nhiên, cũng cần có cơ chế kiểm soát tình trạng độc quyền của hiệp hội có thể nảy sinh trong thu mua nông sản, gây thiệt hại cho nông dân.

Trên đây là một số giải pháp và kiến nghị nhằm tăng cường hiệu quả hỗ trợ, thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu nông sản nói riêng và tình hình xuất khẩu nông sản nói chung trong bối cảnh Việt Nam hiện nay.

## KẾT LUẬN

Thời kỳ khủng hoảng kinh tế hiện nay được dự đoán kéo dài đến năm 2010 với nhiều thách thức cho xuất khẩu Việt Nam. Khi cuộc khủng hoảng tài chính và kinh tế hiện nay không chỉ giới hạn tại nước Mỹ mà đã lan khắp toàn cầu, các nhà kinh tế và các tổ chức kinh tế trên thế giới đang cùng nhau hợp lực làm giảm tác động của cuộc suy thoái với mong muốn mau chóng phục hồi nền kinh tế không chỉ của Mỹ mà cả thế giới. Khi nền kinh tế phục hồi, được dự báo trong vòng một năm nữa, nếu Việt Nam chủ động giữ được sản lượng và thị trường thì xuất khẩu nông sản nước ta càng có nhiều cơ hội tăng trưởng trong tương lai.

Công ty xuất nhập khẩu Intimex là một trong số các doanh nghiệp tham gia vào lĩnh vực xuất nhập khẩu ngay từ những ngày đầu thành lập. Với 30 năm hoạt động trải qua nhiều biến cố và thăng trầm trong đó cũng từng có thời gian đối mặt với cuộc khủng hoảng tài chính Châu Á năm 1997. Nếu cuộc khủng hoảng năm 1997 không tác động mạnh đến hoạt động thương mại của Việt Nam thì cuộc khủng hoảng năm 2008 lại có ảnh hưởng lớn đối với nước ta và công ty Intimex cũng không là một ngoại lệ. Luận văn nghiên tập trung nghiên cứu tình hình kinh doanh xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ lực của công ty như cà phê, hạt tiêu, cơm dừa. Thông qua tìm hiểu diễn biến và tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu tới hoạt động kinh doanh xuất khẩu nông sản của công ty để có thể hiểu rõ hơn những thành quả và tồn tại cũng như chỉ ra những cơ hội và thách thức đối với công ty trong bối cảnh khủng hoảng. Từ đó đề xuất những giải pháp, kiến nghị phù hợp để phát triển hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty. Trong phạm vi và điều kiện thực hiện luận văn, tác giả mong rằng những giải pháp và kiến nghị của mình sẽ góp phần nhỏ nhằm thúc đẩy phát triển hoạt động kinh doanh xuất khẩu nông sản của công ty trong thời gian tới.

Do hạn chế về thời gian và kiến thức nên luận văn không tránh khỏi có những thiếu sót, tác giả rất mong được sự chỉ bảo và ý kiến đóng góp từ phía các giáo viên, các nhà khoa học, các bạn đọc và những người quan tâm tới luận văn này.

## MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
<b>CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU</b> .....	6
1.1 Tổng quan về hoạt động xuất khẩu và xuất khẩu nông sản của Việt Nam .....	6
1.1.1. Khái niệm xuất khẩu và vai trò của xuất khẩu đối với Việt Nam.....	6
1.1.1.1. <i>Khái niệm xuất khẩu</i> .....	6
1.1.1.2. <i>Vai trò của xuất khẩu đối với Việt Nam</i> .....	6
1.1.2. Các phương thức xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.....	10
1.1.2.1. <i>Xuất khẩu trực tiếp</i> .....	10
1.1.2.2. <i>Xuất khẩu gián tiếp</i> .....	10
1.1.3. Vài nét về xuất khẩu nông sản của Việt Nam.....	11
1.1.3.1. <i>Hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam</i> .....	11
1.1.3.2. <i>Vai trò của xuất khẩu nông sản trong nền kinh tế Việt Nam</i> .....	13
1.1.4. Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu nông sản.....	15
1.1.4.1. <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến cung nông sản xuất khẩu</i> .....	15
1.1.4.2. <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu nông sản nhập khẩu</i> .....	18
1.1.4.3. <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến giá nông sản</i> .....	19
1.2. Khái quát về cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu hiện nay .....	21
1.2 .1. Diễn biến của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu .....	21
1.2.2. Tác động khủng hoảng tài chính đến nền kinh tế toàn cầu.....	23
1.2.3. Tác động của cuộc khủng hoảng đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.....	26
1.3. Xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu .....	28

1.3.1. Khối lượng và kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong giai đoạn khủng hoảng .....	28
1.3.2. Thị trường xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong giai đoạn khủng hoảng.....	32
1.3.3. Vai trò của hoạt động xuất khẩu hàng nông sản đối với nền kinh tế Việt Nam trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu .....	34
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA CÔNG TY INTIMEX TRONG BỐI CẢNH KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU .....</b>	<b>36</b>
2.1. Khái quát về công ty Intimex .....	36
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty Intimex .....	36
2.1.2. Cơ cấu tổ chức và quản lý của công ty Intimex .....	38
2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của công ty Intimex .....	40
2.1.4. Hoạt động kinh doanh của công ty trong những năm gần đây .....	42
2.2. Thực trạng hoạt động xuất khẩu của Công ty Intimex trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu .....	44
2.2.1. Thực trạng hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty .....	44
2.2.2. Thực trạng xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ yếu của công ty .....	46
2.2.2.1. Mặt hàng cà phê.....	48
2.2.2.2. Mặt hàng hạt tiêu .....	55
2.2.2.3. Mặt hàng cơm dừa .....	62
2.3. Đánh giá tình hình xuất khẩu nông sản của công ty trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu .....	69
2.3.1. Những thành tựu đạt được .....	69
2.3.2. Những khó khăn và tồn tại.....	72
<b>CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA CÔNG TY INTIMEX NHẪM VƯỢT QUA KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU .....</b>	<b>75</b>

3.1. Dự báo về tình hình kinh tế thế giới và thị trường nông sản trong thời gian tới .....	75
3.1.1. Dự báo về tình hình kinh tế thế giới trong thời gian tới .....	75
3.1.2. Dự báo về tình hình thị trường nông sản trong thời gian tới .....	77
3.2. Định hướng xuất khẩu nông sản của công ty Intimex trong thời gian tới .....	82
3.2.1. Định hướng xuất khẩu nông sản của công ty Intimex trong thời gian tới .....	82
3.2.2. Cơ hội và thách thức đối với công ty trong thời gian tới .....	83
3.3. Một số giải pháp đề xuất và kiến nghị nhằm phát triển hoạt động xuất khẩu nông sản của công ty .....	85
3.3.1. Đề xuất giải pháp đối với công ty .....	85
3.3.1.1. <i>Tạo nguồn vốn thường xuyên hiệu quả .....</i>	85
3.3.1.2. <i>Đẩy mạnh công tác nghiên cứu mở rộng thị trường.....</i>	86
3.3.1.3. <i>Đẩy mạnh công tác khai thác nguồn hàng nông sản xuất khẩu .....</i>	88
3.3.1.4. <i>Tăng cường đầu tư vào công tác dự trữ, bảo quản .....</i>	88
3.3.1.5. <i>Nâng cao năng lực cạnh tranh của nông sản xuất khẩu.....</i>	89
3.3.1.6. <i>Đầu tư vào nguồn nhân lực .....</i>	90
3.3.2. Một số kiến nghị đối với nhà nước.....	91
3.2.2.1. <i>Đầu tư cho nguồn hàng nông sản xuất khẩu.....</i>	91
3.2.2.2. <i>Tăng cường hỗ trợ tín dụng khuyến khích hoạt động xuất khẩu nông sản.....</i>	92
3.2.2.3. <i>Đẩy mạnh hỗ trợ thông tin và xúc tiến thương mại .....</i>	92
3.3.2.4. <i>Tăng cường vai trò hỗ trợ phối hợp của các hiệp hội ngành nghề .....</i>	93
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>94</b>

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### I. TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

1. R.Altmam (2009), *Đại khủng hoảng tài chính toàn cầu*, Nxb Tri Thức, Hà Nội
2. Ban chấp hành Trung ương Đảng khoá IX, *Báo cáo về các Văn kiện Đại hội X của Đảng*, tr.4
3. Nguyễn Bích (2009), “Xuất khẩu cà phê : Lượng tăng - chất giảm”, *Bản tin xuất khẩu*, Cục xúc tiến thương mại - Bộ công thương (148), tr 14-15
4. George Cooper (2008), *Nguồn gốc khủng hoảng tài chính*, Nxb Lao Động – Xã hội
5. Công ty xuất nhập khẩu Intimex(2007, 2008, 2009), *Báo cáo xuất khẩu năm 2007 – 2009*.
6. Công ty xuất nhập khẩu Intimex (2008), *Phương án cổ phần hoá*
7. Phạm Kim Dung (2005), *Hoạt động xuất khẩu nông sản của tổng công ty Intimex*, Luận văn LV 01225, Đại học Ngoại Thương.
8. Nguyễn Minh Đức, Tô Thị Kim Hồng (2008), “Xuất khẩu nông sản Việt nam trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế toàn cầu hiện nay – Thách thức và cơ hội”, *Toạ đàm ‘Khủng hoảng kinh tế và giải pháp phát triển bền vững thị trường tài chính Việt Nam’*, Vụ Kinh Tế văn phòng TW Đảng
9. Lý Minh Khải (2008), “Tác động của cuộc khủng hoảng tài chính với xuất nhập khẩu nước ta”, *Thương mại*, (39/2008), tr.6
10. Paul Krugman (2009), *Sự trở lại của kinh tế học suy thoái và cuộc khủng hoảng năm 2008*, Nhà xuất bản trẻ - DT Books
11. Bùi Xuân Lưu, Nguyễn Hữu Khải (2007), *Giáo trình kinh tế ngoại thương*, Nxb Lao Động, Hà Nội.
12. Đỗ Hà Nam, Nguyễn Hoàng Linh (2009), “Công ty xuất nhập khẩu Intimex – 30 năm xây dựng và phát triển : giai đoạn 1998 – 2008”, *Intimex – 30 năm đột phá và phát triển*, tr. 94 – 101.



13. Quốc hội (2005), Luật Thương mại số 36/2005/ QH 11 ngày 14 tháng 6 năm 2005, tr9
14. Tạp chí thông tin tài chính, số 22, kỳ 2 tháng 11 năm 2009.
15. Tổ chức tư vấn công ty TNHH chứng khoánVP Bank (2008), *Bản công bố thông tin công ty xuất nhập khẩu Intimex*.
16. Lê Thị Kim Thanh (2009), *Xuất khẩu cà phê của Việt Nam sau khi gia nhập WTO - Thực trạng và giải pháp*, Luận văn thạc sỹ thương mại, Đại học Ngoại Thương, tr.65
17. Bùi Minh Tuấn (2008), *Những diễn biến trên thị trường nông sản thế giới và tác động đến hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam*, Luận văn LV03041, Đại học Ngoại Thương.
18. Vũ Hữu Tửu (2002), *Giáo trình kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương*, Nhà xuất bản Giáo Dục, Hà Nội.
19. Lê Xuân (2009), “Xu hướng thị trường cà phê 2010”, *Bản tin xuất khẩu*, Cục xúc tiến thương mại - Bộ công thương (148), tr.16

## II. TÀI LIỆU TIẾNG ANH

20. Catz International B.V (2009), *Market report desiccated coconut December 2009*, Netherlands
21. Isabelita M. Pabuayon, Simplicio M. Medina, Cynthia M. Medina, Erlene C. Manohar and Jan Irish P. Villegas (2008), *Economic and Environmental Concerns in Philippine Upland Coconut Farms: An Analysis of Policy, Farming Systems and Socio-Economic Issue*, Philippine.
22. Néstor Osorio (2009), “Coffee Market Outlook”, 15th *Asia International Coffee Conference*, Ho Chi Minh City, Vietnam

### III. TÀI LIỆU TỪ INTERNET

23. Báo cáo Đại hội đảng VIII: Chiến lược phát triển tìm tại  
<http://viet.vietnamembassy.us/tintuc/story.php?d=2001020417180>
24. <http://atpvietnam.com/vn/thongtinnganh/21990/index.aspx>
25. <http://haiquan.baria-vungtau.gov.vn/newsdetail.asp?nID=792>
26. [http://pth.hce.edu.vn/forum/viewthread.php?forum\\_id=58&thread\\_id=4572](http://pth.hce.edu.vn/forum/viewthread.php?forum_id=58&thread_id=4572)
27. <http://khuyennonghue.org.vn/Upload/Editor/File/xuat%20khau%20ho%20tieu.pdf>
28. [http://www.congthuongbentre.gov.vn/index.php?mod=tindetail&id=1364&id\\_su\\_b](http://www.congthuongbentre.gov.vn/index.php?mod=tindetail&id=1364&id_su_b)
29. <http://www.dongnai.gov.vn/dong-nai/tin-truyen-hinh/thoi-su/254864.ASX/view>
30. <http://www.gso.gov.vn>
31. <http://www.infotv.vn/xuat-nhap-khau/tin-tuc/40710-nam-2009-xuat-khau-dat-566-ty-usd-nhap-khau-dat-688-ty-usd>
32. <http://www.intimexco.com>
33. [http://www.tapchiconsan.org.vn/details.asp?Object=6&news\\_ID=251154098](http://www.tapchiconsan.org.vn/details.asp?Object=6&news_ID=251154098)
34. <http://www.tienphong.vn/Tianyon/Index.aspx?ArticleID=137180&ChannelID=3>
35. <http://www.taichinhdientu.vn/home/khac-phuc-hau-qua-khung-hoang-tai-chinh-toan-cau-11900-ti-USD/20098/57431.dfis>
36. <http://vnecono.vn/vn/index.php/hng-nghip/2882-th-gii-ang-lam-vao-khng-hong-vic-lam>
37. <http://atpvietnam.com/vn/quocte/30909/index.aspx>