

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ Ở VIỆT NAM TRONG HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

ThS. NGUYỄN THỊ TÌNH
Học viện Hành chính

Xuất khẩu (XK) và đẩy mạnh XK hàng hoá được coi là vấn đề có ý nghĩa chiến lược để phát triển kinh tế - xã hội và thực hiện công nghiệp hoá đất nước tại Việt Nam. Trong những năm qua, hoạt động XK của Việt Nam đã tăng không ngừng, trở thành động lực chính của tăng trưởng GDP và góp phần không nhỏ vào quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Tuy nhiên, chúng ta vẫn chưa thực sự phát huy hết tiềm năng của XK và phải làm gì để đẩy mạnh hoạt động này là vấn đề cần phải đi sâu nghiên cứu.

Những cái được và chưa được

Trong 12 năm qua (1998-2009), tổng kim ngạch XK hàng hoá của Việt Nam đạt 353,8 tỷ USD, trung bình tăng 18%/năm. Từ tháng 1/2007, khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) thì khả năng tiếp cận thị trường của chúng ta được mở rộng do được hưởng quy chế tối huệ quốc thường xuyên và vô điều kiện trong việc XK hàng hoá sang thị trường các nước thành viên của WTO. Kim ngạch XK năm 2007 đạt 48,56 tỷ USD, năm 2008 đạt 62,68 tỷ USD. Đây là mốc tăng trưởng cao nhất trong nhiều năm trở lại đây, đặc biệt là lần đầu tiên tốc độ tăng trưởng XK cao hơn tốc độ tăng trưởng nhập khẩu (29,1% so

với 27,5%), tạo thuận lợi cho mục tiêu hướng tới ổn định cán cân thương mại. Tuy nhiên, do cuộc khủng hoảng suy thoái kinh tế toàn cầu diễn ra từ cuối năm 2008 đã khiến kim ngạch XK của Việt Nam trong năm 2009 giảm, ước tính đạt 56,6 tỷ USD, giảm 9,7% so với năm 2008 và bằng 87,6% kế hoạch. Trong 4 tháng đầu năm 2010, kim ngạch XK đạt khoảng 20,2 tỷ USD, tăng 8,9% so với cùng kỳ năm trước. Đây là một tín hiệu đáng mừng báo hiệu mức hoàn thành kế hoạch mà Quốc hội đề ra đối với công tác XK hàng hoá trong năm 2010 là tăng trên 6% (tức trên 60 tỷ USD) so với năm 2009.

Thị trường XK hàng hoá của Việt Nam càng ngày càng mở rộng và đã có sự thay đổi về cơ cấu thị trường, định hình rõ thị trường trọng điểm.

Hiện nay thị trường khu vực Châu Á - Thái Bình Dương chiếm đến khoảng hơn 80% tổng kim ngạch XK, trong số đó thì thị trường Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc đóng vai trò to lớn. Hiện nay nhiều thị trường XK mới đã được khai thông và mở rộng đó là thị trường các nước Châu Phi và Trung cận đông.

Cơ cấu các mặt hàng XK đã có sự thay đổi tích cực, được cải thiện theo chiều hướng đa dạng hoá, giảm tỷ trọng hàng nông, lâm, hải sản và giảm tỷ trọng loại hàng hoá chưa qua chế biến. Nếu như năm 1998 mới chỉ có 4 mặt hàng có giá trị XK trên 1 tỷ USD thì đến nay chúng ta đã có 10 mặt hàng vượt qua ngưỡng 1 tỷ USD đó là: dầu thô, cao su, hàng dệt may, giày dép, hàng điện tử máy tính và linh kiện, cà phê, gạo, gỗ và sản phẩm gỗ, hàng thủy



sản và dây- cáp điện.

Nhìn chung những năm qua (1998-2009) hoạt động XK của Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu to lớn, về cơ bản đã thực hiện được những chủ trương của Đảng và Nhà nước, góp phần đáng kể vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, thúc đẩy sản xuất, tạo thêm nhiều công ăn việc làm, thu ngoại tệ về cho đất nước để trang trải nhu cầu nhập khẩu và tích lũy.

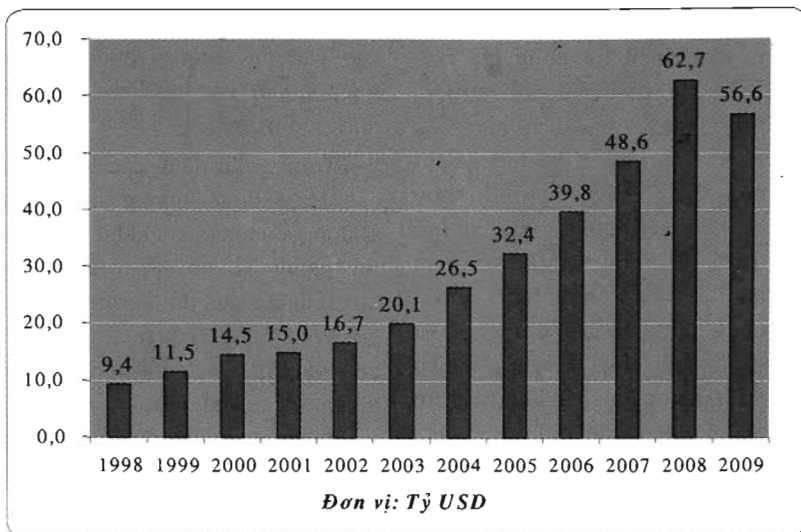
Tuy nhiên, cùng với những thành tựu đạt được, trong quá trình triển khai thực hiện, hoạt động XK còn bộc lộ một số hạn chế nhất định như:

Cơ cấu thị trường XK vẫn còn sự bất hợp lý, mang nặng tính tình thế, đối phó, nhất là thị trường XK nông sản, các bạn hàng lớn còn ít và không ổn định.

Chiến lược phát triển và mở rộng thị trường chưa được xây dựng trên thế chủ động từ các yếu tố lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh của các mặt hàng. Dự báo dài hạn thiếu cơ sở khoa học đã dẫn tới sự tự phát trong phát triển thị trường. Bên cạnh đó khả năng chủ động nắm bắt những cơ hội thuận lợi để thâm nhập và khai thác các thị trường XK còn nhiều hạn chế. Chưa tận dụng triệt để lợi ích từ các hiệp định thương mại song phương, đa phương và khu vực đã ký kết giữa Việt Nam và các đối tác để khai thác hết tiềm năng của các thị trường lớn như Hoa Kỳ, Trung Quốc.

Cơ cấu mặt hàng XK vẫn còn lạc hậu, tỷ trọng hàng thô và hàng sơ chế vẫn còn cao. Trong tổng số sản phẩm công nghiệp chế tạo, hàng gia công còn chiếm tỷ trọng lớn, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và nhất là trí tuệ cao còn rất nhỏ bé; XK dịch vụ đi kèm còn thấp xa so với tiềm năng; đặc biệt khả năng cạnh tranh của phần lớn hàng hoá còn thấp do giá thành cao, chất

TỔNG KIM NGẠCH XK HÀNG HOÁ TỪ NĂM 1998 ĐẾN 2009



Nguồn: Tổng cục Thống kê

lượng thấp, mẫu mã bao bì còn đơn giản, nghèo nàn hoặc không phù hợp với đòi hỏi của thị trường. XK nông sản chủ yếu vẫn ở dạng thô, chất lượng và vệ sinh an toàn sản phẩm chưa có sự cải thiện rõ rệt và toàn diện; đầu tư trực tiếp của nước ngoài vào nông nghiệp vẫn ở mức thấp. Hiện tại, việc chuyển dịch cơ cấu hàng XK mới chỉ mang ý nghĩa tích cực trong việc tạo ra công ăn việc làm, chưa thay đổi được về căn bản hiện trạng công nghiệp XK của Việt Nam, chưa tạo được những ngành công nghiệp gắn kết với nhau để cùng hướng về XK và tạo ra giá trị gia tăng ngày càng lớn.

Chưa khai thác hết được tiềm năng XK của khu vực ngoài Nhà nước. Mặc dù trong thời gian qua XK của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tăng mạnh song chưa đạt được tỷ trọng XK theo đúng như giấy phép đăng ký đầu tư. Khu vực doanh nghiệp tư nhân được khuyến khích XK nhưng tỷ trọng còn thấp và chưa phát huy được vị thế của mình.

Một số mặt hàng đã tạo được chỗ đứng trên thị trường thế giới nhưng nhìn chung sức cạnh tranh của hàng hoá còn rất yếu, chất

lượng sản phẩm còn có những hạn chế, xây dựng thương hiệu hàng hoá và xúc tiến thương mại quốc tế còn kém. Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam đang theo đuổi một chiến lược cạnh tranh thụ động là dựa vào các "lợi thế trời cho": các yếu tố như lao động rẻ, tài nguyên thiên nhiên, trợ cấp, lãi suất ưu đãi... mà chưa theo đuổi một chiến lược chủ động mà điểm cốt lõi của nó là tạo ra một vị thế cạnh tranh khác biệt mang tính dài hạn.

Nguyên nhân của tình trạng trên có nhiều nhưng có thể khái quát như sau:

Quy hoạch khoanh vùng để sản xuất, chế biến hàng XK còn chưa rõ rệt và chưa được đầu tư thích đáng từ phía Nhà nước cũng như từ phía doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp chưa thực sự chú trọng đầu tư cho việc nghiên cứu, đổi mới công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã sản phẩm cũng như việc áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng và quản lý môi trường còn chưa phổ biến ở các doanh nghiệp.

Công tác xúc tiến và thông tin thương mại, dự báo thị trường nhìn chung chưa đáp ứng được đòi hỏi

của công tác quản lý nhà nước đối với XK cũng như hỗ trợ doanh nghiệp XK. Các cơ quan nhà nước chưa thực hiện tốt công tác phổ biến, hướng dẫn các doanh nghiệp, các địa phương chuẩn bị các điều kiện để đón những cơ hội về thị trường XK do các hiệp định, thoả thuận hợp tác thương mại đem lại. Sự phối kết hợp giữa các cơ quan thống kê- thông tin dự báo với các tổ chức thông tin báo chí trong và ngoài ngành chưa kết nối, khiến cho thông tin dự báo đưa ra vụn vặt, thiếu trọng tâm.

Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu

Trong thời gian tới để đẩy mạnh XK hàng hoá, chúng ta cần phải thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất, chuyển dịch cơ cấu XK theo hướng đẩy mạnh các mặt hàng có trị giá tăng cao, có kim ngạch lớn, có khả năng tăng trưởng cao, những mặt hàng có đóng góp quan trọng cho việc thực hiện kế hoạch XK cũng như giải quyết nhiều lao động như các sản phẩm chế biến, công nghiệp chế biến: dệt may, giày dép, đồ gỗ, linh kiện điện tử, sản phẩm nhựa, dây cáp điện... Phát triển XK các mặt hàng mới như sản phẩm cơ khí, thực phẩm chế biến, hoá phẩm tiêu dùng... Đẩy mạnh các sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao như các sản phẩm phần mềm, hàng điện tử và tin học. Chú trọng đổi mới công nghệ, thiết bị, cải tiến mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm để đáp ứng mọi nhu cầu

Thứ hai, nâng cao hiệu quả công tác xúc tiến thương mại vào các thị trường chủ lực như thị trường châu Á (Nhật Bản, ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan), thị trường Châu Âu (chủ yếu là EU), thị trường Bắc Mỹ (Hoa Kỳ, Canada). Chủ động tìm kiếm và mở rộng hơn nữa các thị trường mới, đối tác mới như Trung đông, Mỹ Latinh, thị trường Châu Phi. Tận dụng mọi khả năng để tăng

mức XK trên tất cả các thị trường có sức mua lớn nhưng hiện còn chiếm tỷ trọng thấp, tìm cơ hội XK vào các thị trường mới có tiềm năng nhằm hạn chế rủi ro biến động thị trường.

Thứ ba, tận dụng các lợi thế từ các Hiệp định thương mại song phương, đa phương và khu vực; gắn thị trường XK với thị trường nhập khẩu, thông qua đó đẩy mạnh XK, giảm nhập siêu ở các thị trường hiện có mức nhập siêu lớn nhằm giảm nhập siêu của cả nước.

Thứ tư, cần có biện pháp phổ biến rộng rãi (có thể thông qua các tổ chức Hiệp hội ngành hàng, qua các trang Web....) các văn bản pháp luật và các chính sách, thể chế cho tất cả các tổ chức và cá nhân hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu (XNK) hàng hoá. Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm thị trường XK thông qua việc đẩy mạnh cung cấp thông tin về thị trường XK trên các cổng thông tin thị trường.

Thứ năm, xây dựng hệ thống tiêu chuẩn hàng hoá- dịch vụ XNK cho phù hợp với đòi hỏi của thị trường. Nhà nước cần có những phương thức phổ biến rộng rãi và khuyến khích đối với các doanh nghiệp nhanh chóng áp dụng tiêu chuẩn quốc tế như ISO 9000, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm như hệ thống phân tích mối nguy và xác định điểm kiểm soát trọng yếu (HACCP) để từng bước nâng cao chất lượng sản phẩm hàng hoá XK của Việt Nam.

Thứ sáu, tập trung đầu tư nâng cao công tác dự báo về sản xuất, thị trường và các điều kiện thương mại làm cơ sở cho việc chỉ đạo phát triển sản xuất, XK; nghiên cứu đánh giá khó khăn của từng mặt hàng, từng thị trường để có biện pháp hợp lý tháo gỡ khó khăn cho từng đối tượng.

Thứ bảy, phối hợp với các Bộ,

Hiệp hội ngành hàng tổ chức các hội nghị chuyên đề về ngành hàng, mặt hàng XK. rà soát cơ chế, chính sách khuyến khích XK, lưu thông hàng hoá XNK; kịp thời tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp; tạo điều kiện ưu đãi và hỗ trợ cần thiết để giúp doanh nghiệp ổn định sản xuất, tăng sản lượng, đặc biệt chú trọng hỗ trợ các dự án đầu tư sản xuất hàng XK, sản xuất hàng hoá thay thế nhập khẩu để sớm đi vào sản xuất và đưa sản phẩm ra thị trường

Ở Việt Nam hiện nay, các mặt hàng nông sản vẫn chiếm một tỷ trọng nhất định trong tổng kim ngạch XK, do vậy Nhà nước vẫn nên quan tâm để đẩy mạnh tiêu thụ nông sản và nâng cao thu nhập cho nông dân. Các biện pháp có thể là: 1) Khuyến khích doanh nghiệp XK ký hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với nông dân; 2) Hỗ trợ vốn với lãi suất ưu đãi để thu mua tồn trữ các mặt hàng nông sản XK (cà phê, hạt điều, hạt tiêu) đang bắt đầu vào vụ thu hoạch để giữ giá, tránh thiệt hại cho người nông dân và tránh bị khách nước ngoài ép giá; 3) Đầu tư mạnh cho công tác giống để cải thiện một cách căn bản năng suất và chất lượng, đáp ứng nhu cầu của thị trường ngoài nước; 4) Ưu tiên bố trí kinh phí cho công tác khuyến nông, khuyến lâm, khuyến ngư và nhanh chóng hình thành mạng lưới khuyến nông- lâm- ngư từ tỉnh đến cơ sở, giúp bà con nông dân tiếp cận công nghệ sản xuất mới và chủ động phòng ngừa dịch bệnh.

Hy vọng với kinh nghiệm quản lý của Nhà nước trong thời gian qua, với những đổi mới về nội dung, phương thức và biện pháp quản lý trong thời gian tới cùng với những nỗ lực cố gắng từ các doanh nghiệp, hoạt động XK hàng hoá của Việt Nam trong thời gian tới sẽ đạt được những kết quả to lớn và góp phần vào sự phát triển, phồn thịnh của đất nước. □