

# Một số giải pháp hoàn thiện chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2012 - 2020

TH.S. NGUYỄN THỊ THÚY HỒNG\*

*Thúc đẩy xuất khẩu là một xu hướng chủ đạo trong chiến lược công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu của các quốc gia đang phát triển. Thúc đẩy xuất khẩu góp phần mở rộng quan hệ kinh tế đối ngoại của các nước đang phát triển, đồng thời góp phần quan trọng trong phân bổ và sử dụng có hiệu quả nguồn lực trong phạm vi từng nước, cũng như giữa các quốc gia. Việt Nam cũng không phải là ngoại lệ. Sau gần 30 năm đổi mới, mở cửa và hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu trên các lĩnh vực kinh tế, trong đó có xuất, nhập khẩu, trước hết là xuất nhập khẩu hàng hóa. Song cũng còn nhiều tồn tại và thách thức trong lĩnh vực này. Bài viết phân tích thực trạng, vấn đề và giải pháp hoàn thiện chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa nước ta giai đoạn 2011 - 2020.*

## 1. Thực trạng chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

### 1.1. Một số thành công và hạn chế các hoạt động xuất khẩu hàng hóa

#### - Thành công

Việt Nam đã chuyển hướng từ thay thế nhập khẩu từng bước sang hướng mạnh về xuất khẩu. Thủ tướng Chính phủ đã ra Chỉ thị số 22/2000/CT-TTg ngày 27/10/2000 về Chiến lược Phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2001 - 2010. Nội dung Chỉ thị khẳng định, Chiến lược Phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2001 - 2010, nhất là xuất khẩu, phải là chiến lược tăng tốc toàn diện trên nhiều lĩnh vực, phải có những khâu đột phá với bước đi vững chắc. Mục tiêu hành

động của thời kỳ này là tiếp tục chủ trương dành ưu tiên cao để xuất khẩu; góp phần giải quyết việc làm cho xã hội, tạo nguồn dự trữ ngoại tệ, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa; nhanh chóng thu hẹp khoảng cách phát triển kinh tế giữa Việt Nam và các nước trong khu vực. Mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu bình quân của thời kỳ 2001 - 2010 là 15% trở lên, nhập khẩu duy trì ở mức 14%/năm. Để đạt được mục tiêu nêu trên, Chính phủ và các bộ/ngành có liên quan đã xây dựng các chính sách phát triển xuất nhập khẩu cho thời kỳ 5 năm (thay cho cơ chế điều hành xuất nhập khẩu hàng năm). Đồng thời, Chính phủ cũng đã yêu cầu các bộ/ngành và các địa phương phải xây dựng các chương trình mục tiêu để phát triển xuất khẩu, mở rộng nội hàm của các chính sách hỗ trợ phát triển xuất nhập khẩu tới các chính sách đầu tư, xây dựng và phát triển thương hiệu...

\* Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa đã tiếp cận dần và từng bước dựa theo các tiêu chuẩn và nguyên tắc quốc tế, nhất là các quy định của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Có lộ trình cắt giảm thuế quan và dỡ bỏ hàng rào phi thuế quan theo cam kết gia nhập WTO và các tổ chức quốc tế khác.

Các công cụ của chính sách thúc đẩy xuất khẩu được hoàn thiện một cách cơ bản dựa theo Chiến lược Phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa 2001 - 2010 với các công cụ phòng vệ và tự vệ đặc biệt để đối phó với các diễn biến bất thường của thị trường thế giới.

**Bảng 1: Xuất nhập khẩu, cán cân thương mại (CCTM) của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2010**

Năm	Kim ngạch XK (Triệu USD)	Tốc độ tăng XK (%)	Kim ngạch NK (Triệu USD)	Tốc độ tăng NK (%)	CCTM (Triệu USD)	Tỷ lệ nhập siêu/XK (%)
2001	15.029	3,78	16.217	3,72	-1.188	7,90
2002	16.706	11,16	19.745	21,75	-3.039	18,19
2003	20.149	20,61	25.256	27,91	-5.107	25,35
2004	26.504	31,54	31.954	26,52	-5.450	20,56
2005	32.447	22,42	36.761	15,04	-4.314	13,30
2006	39.826	22,74	44.891	22,12	-5.065	12,72
2007	48.561	21,93	62.764	39,81	-14.203	29,25
2008	62.685	29,09	80.713	28,60	-18.028	28,76
2009	57.096	-8,92	69.948	-13,34	-12.852	22,51
2010	72.192	26,44	84.801	21,23	-12.609	17,47
2011	96.000	32,98	106.100	25,12	-10.100	10,52

*Nguồn: Tác giả tổng hợp từ nguồn của Tổng cục Thống kê và Bộ Công thương.*

Thời kỳ 2001 – 2010, tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa bình quân 17,3%/năm, nhanh hơn tốc độ tăng trưởng GDP trên 2,4 lần (GDP tăng bình quân 7,21 %/năm) vượt mục tiêu của Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2001 – 2010 (tăng trưởng xuất khẩu nhanh gấp 2 lần nhịp độ tăng trưởng GDP) và vượt chỉ tiêu tăng trưởng xuất khẩu hàng hoá đã đề ra trong chiến lược phát triển XNK thời kỳ 2001 – 2010 (tăng trưởng bình quân 15%/năm).

Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao thể hiện mức độ hội nhập ngày càng sâu của Việt Nam vào nền kinh tế thế giới. Năm 2007, Việt Nam được đánh giá là quốc gia có độ mở đứng thứ tư

trong khu vực Đông Nam Á, vượt xa so với tỷ lệ trung bình 22% của thế giới.

Thị trường hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam ngày càng được mở rộng tới hầu hết các quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Đặc biệt, hàng hoá Việt Nam đã thâm nhập được vào những thị trường lớn và khó tính như Nhật Bản, Mỹ, EU... với kim ngạch xuất khẩu ngày càng tăng và đang dần có được chỗ đứng trên các thị trường này.

Việt Nam có vị thế ngày càng lớn trong xuất khẩu hàng hoá toàn cầu. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá thế giới đã tăng

từ 0,24% năm 2001 lên 0,46% năm 2010. Đến nay, nhóm hàng chế biến xuất khẩu của Việt Nam đã chiếm trên 0,28 % thị phần toàn cầu, nhóm hàng thô và sơ chế chiếm trên 0,72% (riêng điều nhân chiếm khoảng 50%, hồ tiêu chiếm khoảng 45 %, cà phê chiếm 16 -18%, cao su thiên nhiên 8 – 10%, chè uống chiếm 5 – 6%, thủy sản chiếm 5 – 6%, đồ gỗ chiếm 2 – 3%, gạo chiếm 12 – 18%).

Xuất khẩu hàng hoá góp phần chính yếu vào tăng trưởng GDP, trở thành động lực chủ yếu thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trong 10 năm qua. Trong phần tổng cầu đóng góp cho tăng trưởng GDP, trước năm 2005, mức đóng góp của xuất khẩu hàng hoá là một số âm (năm 2005 là - 58,1%), trong giai đoạn 2006 – 2008 đóng góp của xuất khẩu hàng hoá luôn là một số dương (năm 2006 là + 99,9%, năm 2007 là + 68,7%, năm 2008 là + 50,2%).

Xuất khẩu là một động lực tăng trưởng của khu vực kinh tế nông nghiệp nông thôn, góp phần tích cực chuyển dịch cơ cấu kinh tế của khu vực này theo hướng công nghiệp hóa (CNH), hiện đại hóa (HDH) và hướng về xuất khẩu. Năm 2005, kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản đạt 8,5% tỷ USD, gấp 2,1 lần năm 2001 (4,0 tỷ USD), đến năm 2010, ước đạt trên 16 tỷ USD (mục tiêu chiến lược là 9 – 10 tỷ USD).

Xuất khẩu cũng là động lực của khu vực công nghiệp, góp phần chuyển dịch cơ cấu các ngành công nghiệp hướng về xuất khẩu. Tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất công nghiệp thời kỳ 2001 – 2010 bình quân đạt 15%/năm, giá trị gia tăng công nghiệp luôn tăng nhanh hơn tốc độ tăng GDP khoảng 1,4 lần, đạt nhịp độ tăng trưởng 11%/năm (mục tiêu chiến lược là 10 – 10,5%/năm). Tỷ trọng hàng công nghiệp trong tổng kim ngạch xuất khẩu đã tăng từ 71% trong năm 2000 lên 76,3% trong năm 2007 và chiếm gần 80% trong năm 2010 (mục tiêu chiến lược là 70 – 75%).

Trong điều kiện mô hình tăng trưởng kinh tế chủ yếu dựa vào tăng trưởng đầu tư, xuất khẩu hàng hoá trở thành kênh quan trọng thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, thúc đẩy hội nhập kinh tế quốc tế. Khoảng 55% tổng số dự án và trên 50% tổng số vốn FDI đã được thu hút vào các ngành công nghiệp chế biến chế tạo xuất khẩu. Số doanh nghiệp FDI trực tiếp tham gia xuất khẩu tăng nhanh tới 1.854 doanh nghiệp trong năm 2010, chiếm gần 20% tổng số doanh nghiệp cả nước. Tỷ trọng của khu vực FDI trong tổng kim ngạch xuất khẩu đã tăng từ 45,2% trong năm 2001 lên 57,5% trong năm 2007 và khoảng 45,2% trong năm 2010.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá bình quân đầu người đã tăng từ mức 175 USD trong năm 2000 lên 750 USD trong năm 2010, rút ngắn dần khoảng cách chênh lệch so với một số nước trong khu vực. Tăng trưởng xuất khẩu đã góp phần tạo việc làm và thu nhập cho hàng triệu lao động, nâng cao đời sống của nhân dân. Trong điều kiện xuất khẩu dịch vụ chưa phát triển nhiều, xuất khẩu hàng hoá là thành phần đóng góp chính tạo lập và hạn chế thâm hụt cán cân thanh toán vãng lai của nền kinh tế.

*Một trong những thành tựu nổi bật của xuất khẩu hàng hóa nước ta trong thời gian qua là cơ cấu xuất khẩu đã có xu hướng chuyển dịch tích cực, gắn chuyển dịch cơ cấu mặt hàng với cơ cấu thị trường xuất khẩu, xây dựng được nhóm hàng xuất khẩu chủ lực và gặt hái được thành công ở một số khâu đột phá tăng trưởng xuất khẩu.*

Tỷ trọng của nhóm hàng chế biến, chế tạo đã tăng được 8,3 điểm phần trăm trong 10 năm qua, từ 46,7% trong năm 2001 lên 55% trong năm 2010, tỷ trọng của nhóm hàng thô và sơ chế đã giảm từ 58,3% xuống còn 45% trong thời gian tương ứng; riêng tỷ trọng của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản đã giảm từ 29,5% xuống 22,5%. Năm 2001, có 4 mặt hàng xuất khẩu chủ lực đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD (gồm dầu thô, dệt may, giấy dếp, thủy sản), với tổng giá trị 8,4

tỷ USD, chiếm 56% kim ngạch xuất khẩu. Đến năm 2010, đã có 17 mặt hàng và nhóm mặt hàng xuất khẩu chủ lực (thủy sản, gạo, cà phê, cao su, sản phẩm gỗ, than đá, dầu thô, xăng dầu, sắt thép và sản phẩm thép, dệt may, giày dép, đá quý và kim loại quý, máy vi tính và linh kiện, máy móc thiết bị, dây điện và cáp điện, phương tiện vận tải), với tổng giá trị khoảng 45 tỷ USD, chiếm 63% kim ngạch xuất khẩu.

Tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2011 đạt 96 tỷ USD, mức cao nhất từ trước tới nay, vượt xa so với kế hoạch (80 tỷ USD) và tăng 23,808 tỷ USD (32,98%) so với năm 2010... nâng kim ngạch xuất khẩu bình quân đầu người cả năm vượt qua mốc 1.083 USD, cao hơn nhiều so với mức 831 USD năm 2010. Tỷ lệ xuất khẩu/GDP vượt qua mốc 80%, cao hơn tỷ lệ đã đạt được năm 2010 (70,9%). Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu đạt 32,98%, có ý nghĩa quan trọng xét về 3 mặt: cao nhất tính từ năm 1997 đến nay, cao gấp trên 3 lần tốc độ tăng theo chỉ tiêu kế hoạch đề ra (10%), đã trở thành động lực và là điểm sáng thứ hai sau nông nghiệp của tăng trưởng kinh tế năm 2011. Đã có 20 mặt hàng đạt kim ngạch từ 1 tỷ USD trở lên, tăng 4 mặt hàng so với năm 2010; trong đó có 12 mặt hàng đạt trên 2 tỷ USD, có 8 mặt hàng đạt trên 3 tỷ USD (đứng đầu là dệt may, tiếp đến là dầu thô, giày dép, thủy sản, điện tử, máy tính, máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng, gỗ và sản phẩm gỗ, gạo). Theo Tổng cục Hải quan, ngoài các mặt hàng trên còn có 2 mặt hàng khác nằm trong “Câu lạc bộ” 1 tỷ USD trở lên là điện thoại các loại và linh kiện, tơ sợi dệt các loại.

Cơ cấu thị trường đã có sự chuyển dịch đáng kể, về cơ bản phù hợp với định hướng điều chỉnh chiến lược thị trường, hình thành cơ cấu hợp lý. Tỷ trọng của thị trường châu Á trong tổng kim ngạch xuất khẩu đã giảm từ 60,6% trong năm 2001 xuống 50% trong năm 2005 và duy trì ở mức 45,5% - 48% trong giai đoạn 2006 - 2010, cơ bản phù hợp với mục tiêu đề

ra là 45%. Riêng tỷ trọng của Nhật Bản đã giảm dần từ 16,7% trong năm 2001 xuống 13,3% trong năm 2005 và khoảng 10% trong năm 2010 (chiến lược là 17 - 18%); tỷ trọng của thị trường Trung Quốc, Đài Loan và Hồng Kông giảm từ 15,8% xuống 13,9% và còn khoảng 12% trong thời gian tương ứng (chiến lược là 14 - 16%); tỷ trọng của thị trường ASEAN tương đối ổn định ở mức 17 - 18% (chiến lược là 15 - 16%); tỷ trọng của thị trường châu Mỹ trong tổng kim ngạch xuất khẩu đã tăng nhanh trong giai đoạn 2001 - 2005 từ 9,3% năm 2001 lên 22% trong năm 2005 và tương đối ổn định ở mức 22,5% - 23% trong giai đoạn 2006 - 2010. Thực hiện thành công khâu đột phá về thị trường xuất khẩu là tăng nhanh tỷ trọng của thị trường Mỹ từ 7,1% trong năm 2001 lên 18,2% trong năm 2005 và duy trì ở mức 19 - 20% trong giai đoạn 2006 - 2010 (chiến lược là 15 - 20%).

*Xuất khẩu hàng hoá đã từng bước gắn kết với xuất khẩu dịch vụ. Xuất khẩu tại chỗ bước đầu đã thu được ngoại tệ đáng kể, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại.*

Xuất khẩu dịch vụ thời kỳ 2001 - 2010 tăng trưởng bình quân 10%/năm. Trong cơ cấu xuất khẩu dịch vụ năm 2008, dịch vụ du lịch và xuất khẩu lao động chiếm 56%, dịch vụ hàng không chiếm 19%, dịch vụ hàng hải chiếm 15%. Trong 10 năm qua, xuất khẩu dịch vụ theo phương thức tiêu dùng ở nước ngoài là chủ yếu, chiếm khoảng 56% kim ngạch xuất khẩu dịch vụ, xuất khẩu theo phương thức cung cấp qua biên giới chiếm khoảng 39%, xuất khẩu theo phương thức hiện diện thương mại và di chuyển thể nhân chiếm khoảng 5%. Sự phát triển dịch vụ đã tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy xuất khẩu tại chỗ hàng hoá Việt Nam thông qua du lịch. Giá trị xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ tại chỗ tăng liên tục từ 215 triệu USD năm 2001 lên 500 triệu USD năm 2010.

*Nhập khẩu hàng hoá tập trung vào nguyên nhiên vật liệu, máy móc thiết bị và công nghệ phục vụ sản xuất trong nước, đáp ứng nhu cầu tăng trưởng dựa vào đầu tư và xuất khẩu, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng CNH, HĐH.*

Phần chủ yếu trong tổng giá trị nhập khẩu hàng năm là các nhóm hàng nguyên, nhiên vật liệu, máy móc thiết bị và công nghệ cho các dự án đầu tư phát triển sản xuất, tạo nguồn hàng cho xuất khẩu, đóng góp cho tăng trưởng kinh tế. Trong giai đoạn 2001 – 2005, tỷ trọng của nhóm hàng này chiếm khoảng 50% tổng kim ngạch nhập khẩu và bằng khoảng 40% GDP; trong giai đoạn 2006 – 2010 chiếm khoảng 70% tổng kim ngạch nhập khẩu và bằng khoảng 60% GDP (riêng năm 2008, các chỉ số tương ứng là 74,7% và 65,1%). Tỷ trọng của nhóm hàng tiêu dùng cần kiểm soát và hạn chế nhập khẩu tuy tăng mạnh từ 22,8% trong năm 2005 lên 26,7% trong năm 2008 nhưng sau đó đã giảm dần còn khoảng 18 – 19% trong 2 năm 2009 – 2010. Năm 2008 – 2010, tỷ trọng của nhóm hàng thô và sơ chế chiếm khoảng 25 – 26%, tỷ trọng nhóm hàng chế biến và tinh chế chiếm khoảng 74 – 75% trong tổng kim ngạch nhập khẩu.

Nhập siêu tuy tăng cao trong các năm 2006 – 2008, nhưng sau đó đã được kiềm chế, tỷ lệ giá trị nhập siêu so với kim ngạch xuất khẩu đã giảm từ 29,1% trong năm 2008 xuống còn 22,5% trong năm 2009 và 15% trong năm 2010. Phần chủ yếu trong cơ cấu nhập siêu mang tính tích cực, tạo nền tảng cho phát triển sản xuất, tăng nguồn hàng xuất khẩu giúp giảm bớt giá trị nhập siêu trong thời gian tới.

#### *- Những hạn chế*

Quy mô xuất khẩu còn nhỏ, phát triển xuất khẩu vẫn chủ yếu theo chiều rộng, chất lượng tăng trưởng thấp, chi phí xuất khẩu cao, hoạt

động xuất khẩu phản ứng chậm so với các biến động của thị trường thế giới, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chậm chuyển dịch theo hướng hiệu quả, hiện đại.

Nhập khẩu hàng hoá và nhập siêu tăng cao tác động bất lợi đến các cân đối kinh tế vĩ mô, chưa hướng mạnh vào phần cốt lõi của CNH, HĐH, chưa cải thiện được nhiều tình trạng lạc hậu về công nghệ ở một số ngành, ít tiếp cận được với công nghệ nguồn.

Sự phát triển thị trường ngoài nước chủ yếu theo chiều rộng, chưa hướng mạnh vào phát triển theo chiều sâu, chất lượng thông tin dự báo chiến lược thị trường quốc tế còn yếu kém, chưa thực hiện thành công một số bước điều chỉnh chiến lược thị trường xuất nhập khẩu (XNK).

Hội nhập các FTA chưa có một chiến lược tổng thể và lộ trình thống nhất, đồng bộ với chiến lược phát triển XNK, chưa tận dụng hiệu quả cơ hội và điều kiện thuận lợi của hội nhập quốc tế để đẩy mạnh xuất khẩu.

Mục tiêu giảm nhập siêu và tiến tới cân bằng cán cân thương mại vào năm 2010 đã không những không đạt được mà còn trầm trọng hơn. Năm 2001, tỷ lệ nhập siêu chiếm 7,9% so với kim ngạch xuất khẩu thì đến năm 2010, tỷ lệ này đã là 17,4%. Đặc biệt, sau khi Việt Nam gia nhập WTO, tỷ lệ nhập siêu tăng lên rõ rệt, nhất là các năm 2007 và 2008, tỷ lệ nhập siêu lên đến gần 30%.

Chưa định hướng rõ vai trò của các trụ cột cho tăng trưởng xuất khẩu dựa vào doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài hay doanh nghiệp tư nhân. Chính sách xuất khẩu mở rộng cho tất cả các doanh nghiệp mà không gắn với các điều kiện cụ thể. Điều đó làm nảy sinh tình trạng cạnh tranh không lành mạnh, gây tổn hại đến lợi ích chung.

Chính sách xuất khẩu còn quá chú trọng đến phát triển nhanh và mở theo chiều rộng, chất lượng tăng trưởng thấp, xuất khẩu chủ yếu dựa vào lợi thế tài nguyên và nhân công giá rẻ, nhập khẩu công nghệ lạc hậu gây ô nhiễm môi trường và không tạo được đột phá về tăng năng suất lao động, nhập siêu lớn và kéo dài...

Quản lý nhà nước đối với hoạt động xuất nhập khẩu còn phân tán và thiếu đồng bộ, thủ tục hành chính còn phức tạp gây ách tắc và làm tăng chi phí của doanh nghiệp.

Quá chú ý đến các biện pháp hành chính kinh tế và ít chú ý đến các biện pháp kỹ thuật, việc xây dựng các quy định tiêu chuẩn kỹ thuật để đảm bảo vệ sinh an toàn cho con người và môi trường chưa được chú ý đúng mức, thiếu các biện pháp phòng ngừa trước, kiểm tra theo quy trình đối với hàng hoá xuất khẩu, nên đã xảy ra tình trạng hàng hoá xuất khẩu không đảm bảo theo yêu cầu quy định của nước nhập khẩu.

### 1.2. Chính sách hỗ trợ sản xuất và thúc đẩy xuất khẩu

Khi Việt Nam thực hiện chính sách “mở cửa kinh tế”, thị trường thế giới hầu như đã ổn định. Vì vậy thị trường cho hàng xuất khẩu của Việt Nam luôn khó khăn. Làm thế nào để hàng hóa Việt Nam thâm nhập vào thị trường thế giới là điều không dễ dàng. Bởi vậy, trong thời gian qua, Việt Nam dành nhiều chính sách hỗ trợ sản xuất và thúc đẩy xuất khẩu.

#### - Chính sách ưu đãi qua thuế:

Biện pháp khuyến khích xuất khẩu thông qua thuế thường được thực hiện dưới hai hình thức: trực tiếp và gián tiếp. Các chế độ ưu đãi trực tiếp cho hoạt động xuất khẩu bao gồm: Thuế xuất khẩu và các loại phí, lệ phí liên quan tới xuất khẩu. Các ưu đãi gián tiếp gồm thuế nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế tiêu thụ đặc biệt (TTĐB), riêng thuế giá trị gia tăng (GTGT) vừa ưu đãi trực tiếp vừa ưu đãi gián tiếp.

Từ năm 1995 trở lại đây, hệ thống thuế Việt Nam liên tục được sửa đổi, bổ sung, ngày càng tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu và khuyến khích hơn nữa các doanh nghiệp này trong việc xuất khẩu hàng ra nước ngoài.

+ *Thuế xuất khẩu*: Biểu thuế xuất khẩu hiện ban hành theo Quyết định 45/QĐ/BTC có 45 dòng hàng chịu thuế với 10 mức thuế từ 1 – 45% (1, 2, 3, 4, 5, 10, 15, 35, 40%). Trong đó, chủ yếu là các mặt hàng xuất khẩu có mức thuế dưới 5%. Thuế suất hàng xuất khẩu ở mức cao hơn bình thường dành cho các mặt hàng không khuyến khích xuất khẩu nhằm bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và một số mặt hàng chiến lược. Mức thuế suất cao nhất 45% dành cho phế liệu kim loại xuất khẩu, điều đó chứng tỏ Nhà nước đã tạo ra một ưu đãi lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam trong việc xuất khẩu nhằm khuyến khích các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài.

+ *Thuế nhập khẩu*: Theo Điều 15 Luật Thuế xuất khẩu hiện hành thì đối với hàng hóa nhập khẩu là vật tư, nguyên liệu để sản xuất hàng xuất khẩu thì thời hạn nộp thuế là 275 ngày, kể từ ngày đối tượng nộp thuế đăng ký tờ khai hải quan, thời hạn này có thể kéo dài hơn nếu xét thấy phù hợp với chu kỳ sản xuất, dự trữ vật tư, nguyên liệu cho doanh nghiệp. Theo Điều 19, hàng hóa là nguyên liệu, vật tư nhập khẩu đã nộp thuế nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu sẽ được hoàn lại thuế nhập khẩu đã nộp. Đây là biện pháp khuyến khích xuất khẩu đối với doanh nghiệp làm hàng gia công cho nước ngoài, doanh nghiệp nhập khẩu nguyên vật liệu để làm hàng xuất khẩu.

+ *Thuế TTĐB*: cũng quy định hàng hóa do các cơ sở sản xuất, gia công trực tiếp xuất khẩu ra nước ngoài không phải là đối tượng chịu thuế TTĐB.

+ *Thuế GTGT*: Luật Thuế GTGT áp dụng thuế suất 0% đối với hàng hóa, dịch vụ xuất

khẩu. Toàn bộ thuế GTGT đầu vào doanh nghiệp đã nộp khi mua hàng hóa, nguyên liệu... để sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ xuất khẩu sẽ được hoàn lại toàn bộ.

Như vậy, chính sách ưu đãi về thuế nói trên đã góp phần tạo điều kiện để các doanh nghiệp hạ giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh về giá của hàng xuất khẩu Việt Nam trên thị trường thế giới, khuyến khích đầu tư vào sản xuất chế biến hàng xuất khẩu.

*- Hỗ trợ tín dụng hàng xuất khẩu:*

Hiện nay, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam là doanh nghiệp nhỏ và vừa, số vốn tự có của họ là quá nhỏ nên không thể tự đầu tư đổi mới công nghệ, không đáp ứng được các yêu cầu sản xuất hàng hóa xuất khẩu. Vì vậy, chính sách tín dụng xuất khẩu sẽ hỗ trợ vốn cố định và vốn lưu động cho các doanh nghiệp thực hiện các khâu sản xuất, chế biến, thu mua, vận chuyển và thanh toán hàng xuất khẩu. Các tổ chức tín dụng đã cho vay vốn đối với mọi khách hàng thuộc mọi thành phần kinh tế.

Để tạo thuận lợi hơn nữa trong việc cấp tín dụng xuất khẩu, đồng thời phù hợp với nguyên tắc của WTO, Ngân hàng Phát triển Việt Nam đã được thành lập (trên cơ sở quỹ hỗ trợ xuất khẩu), với chức năng thực hiện chính sách hỗ trợ tín dụng xuất khẩu theo quy định của Chính phủ.

*- Hỗ trợ xúc tiến thương mại:*

Xúc tiến thương mại là những hoạt động hỗ trợ kinh doanh, tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến quá trình sản xuất và lưu thông hàng hóa, cung ứng dịch vụ. Hỗ trợ xúc tiến thương mại có vai trò đặc biệt quan trọng đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong việc tìm kiếm thị trường, tìm kiếm khách hàng.

Chính phủ đã giao Bộ Tài chính phối hợp với Bộ Công thương và các bộ liên quan nghiên cứu, cải tiến chế độ chi hỗ trợ phát triển thị trường và xúc tiến thương mại cho các chương trình trọng điểm, nhất là những chương trình

khuyến khích trương mặt hàng xuất khẩu mới hoặc thâm nhập thị trường mới. Đây là chủ trương đúng đắn bởi nguồn kinh phí dành cho hoạt động này của chúng ta còn rất nhỏ, nếu rải đều cho các doanh nghiệp thì hiệu quả không lớn.

Cục Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa (thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư) đã giới thiệu Chương trình Hỗ trợ phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa. Theo đó, tất cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa thuộc mọi thành phần kinh tế sẽ được hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu, trong đó 70% kinh phí được lấy từ Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu của Nhà nước và 30% còn lại do doanh nghiệp đóng góp. Chương trình này được thực hiện với 3 nội dung: i) Tổ chức cho các doanh nghiệp đi khảo sát, học tập, trao đổi và tham dự hội chợ, triển lãm giới thiệu sản phẩm ở nước ngoài; ii) Xây dựng một số chính sách tạo điều kiện cho doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia các chương trình xuất khẩu của Nhà nước; iii) Tổ chức hội thảo, triển lãm giới thiệu sản phẩm ở trong nước cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, có sự tham gia của các đối tượng nước ngoài.

**1.3. Đánh giá thực trạng việc hoàn thiện chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam**

*- Thành công*

Sau gần 30 năm đổi mới, chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam đã có những bước tiến dài trong tự do hóa thương mại và đã đạt được những thành tựu đáng kể:

*Thứ nhất, chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá ngày càng hoàn thiện, đáp ứng được yêu cầu phát triển kinh tế của đất nước và phù hợp với thông lệ quốc tế.*

Trong thời gian qua, Việt Nam đã tích cực rà soát lại toàn bộ hệ thống văn bản pháp luật. Xóa bỏ những văn bản cũ đã trở nên lạc hậu, thay vào đó là một hành lang pháp lý ngày càng hoàn thiện, như: Luật Thương mại, Luật Hải quan, Luật Thuế xuất khẩu, nhập khẩu, Luật

Cạnh tranh, Luật Môi trường... Các văn bản luật trên được sửa đổi và xây dựng theo hướng tự do hóa hơn, tạo mọi điều kiện thuận lợi cho sản xuất, kinh doanh và cũng là để thực hiện các cam kết quốc tế. Bên cạnh đó, Pháp lệnh Tự vệ (số 42/2002/PL-UBTVQH10); Pháp lệnh này đã tạo ra một hành lang pháp lý để bảo vệ sản xuất trong nước những vẫn phù hợp với chuẩn mực và quy định của WTO.

Thông qua các văn bản pháp lý đó, sự quản lý của Nhà nước đối với hoạt động ngoại thương đã linh hoạt hơn, mềm dẻo hơn và đạt hiệu quả cao hơn: Đến nay, tất cả các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế đều được tự do kinh doanh XNK các mặt hàng (trừ danh mục các mặt hàng cấm xuất khẩu, nhập khẩu và một số mặt hàng xuất khẩu có điều kiện); Quản lý Nhà nước đối với hoạt động XNK ngày càng đơn giản, thuận lợi cho các doanh nghiệp khi làm thủ tục XNK như xóa bỏ việc cấp giấy phép xuất khẩu, nhập khẩu cho những mặt hàng thông thường; công tác hải quan cũng ngày càng hoàn thiện theo hướng hiện đại, áp dụng công nghệ thông tin vào công tác khai báo hải quan; Việc xây dựng chính sách mặt hàng sử dụng tốt nguồn lực trong nước, có khả năng cạnh tranh và xuất khẩu có hiệu quả được hưởng nhiều chính sách ưu đãi, hỗ trợ của Nhà nước nên xuất hiện nhiều mặt hàng xuất khẩu mới (điện tử và phần mềm, sản phẩm gỗ, dây cáp điện...), tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nhiều mặt hàng cao (thủy sản, cà phê, cao su, sản phẩm dây cáp điện...), tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nhiều mặt hàng chiếm vị trí cao trong thương mại quốc tế (gạo, hạt tiêu, cà phê, hạt điều...).

*Thứ hai, biện pháp thuế quan được điều chỉnh từng bước, đảm bảo thực hiện các cam kết quốc tế và phù hợp với chuẩn mực quốc tế.* Danh mục hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu được xây dựng theo nguyên tắc phân loại HS của Tổ chức Hải quan thế giới đã tạo thuận lợi cho Việt Nam trong đàm phán gia nhập WTO; Thuế suất đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu giảm

dần theo đúng cam kết quốc tế; Giá tính thuế đã được áp dụng theo đúng nguyên tắc Hiệp định về xác định trị giá tính thuế hải quan của GATT. Như vậy, quy định về Bảng giá tối thiểu đã bị bãi bỏ theo Thông tư 87/2004/TT-BTC ngày 31/6/2004; Chính sách thuế quan ngày càng rõ ràng, minh bạch, việc thay đổi mức thuế suất được công bố rộng rãi với thời hạn hiệu lực so với ngày công bố đã tính đến đặc thù của từng mặt hàng nên đã hạn chế tổn thất cho các doanh nghiệp.

*Thứ ba, các biện pháp phi thuế quan ngày càng minh bạch và phù hợp với quy định của WTO.*

- Có thể đánh giá một cách khách quan rằng, các hàng rào phi thuế quan mà Việt Nam áp dụng theo Nghị định 46/2001/NĐ-TTg và Nghị định 12/2006/NĐ-TTg về cơ bản phù hợp với các quy định của WTO và các cam kết quốc tế của Việt Nam. Biện pháp hạn chế định lượng trước đây phổ biến, nay đã giảm xuống và chuyển sang hình thức hạn ngạch thuế quan.

- Một cải cách quan trọng khác là thời hạn hiệu lực của Danh mục mặt hàng cấm XNK, mặt hàng phải quản lý bằng giấy phép trước đây quy định từng năm một, từ năm 2001 thời hạn hiệu lực đã dài hơn (thời hạn hiệu lực 5 năm: 2001 – 2005; từ năm 2006 được kéo dài không thời hạn) đã nâng cao được tính ổn định, minh bạch trong các biện pháp phi thuế quan, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp chủ động trong việc lên kế hoạch sản xuất, kinh doanh XNK của mình.

- Việt Nam đã xây dựng được những rào cản kỹ thuật, như các quy định về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường sinh thái, bảo vệ an ninh quốc gia, chống gian lận thương mại... (Pháp lệnh về tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa số 18/1999/PL-UBTVQH 10 ngày 24/12/1999; Pháp lệnh Bảo vệ và kiểm dịch thực vật ngày 25/7/2001; Pháp lệnh Vệ sinh an toàn thực phẩm số 12/2003/PL-UBTVQH 10 ngày 26/7/2003...). Nội dung



các pháp lệnh trên đều phù hợp với các quy định của WTO và các công ước quốc tế mà Việt Nam đã cam kết.

*- Một số hạn chế*

*Thứ nhất, chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vẫn chưa ổn định, tính rõ ràng, minh bạch không cao.* Chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vẫn đang trong quá trình hoàn thiện nên việc điều chỉnh chính sách là điều tất yếu. Tuy nhiên, những điều chỉnh đó trong nhiều trường hợp không được công bố rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng nên các doanh nghiệp khó tiếp cận được đầy đủ với pháp luật.

*Thứ hai, vẫn còn sự phân biệt giữa doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp tư nhân.* Cho đến nay, doanh nghiệp nhà nước vẫn được hưởng nhiều ưu đãi hơn so với doanh nghiệp tư nhân về nhiều mặt, như: đất đai, tín dụng và đầu mối XNK. Một số lĩnh vực quan trọng vẫn do doanh nghiệp nhà nước nắm giữ (như xăng dầu, điện, nước...), Việc duy trì quá lâu tình trạng độc quyền trong một số ngành hàng làm cho chất lượng hàng hóa giảm, giá cả cao đã hạn chế sức cạnh tranh của sản phẩm và doanh nghiệp. Điều này thể hiện tư tưởng bao cấp vẫn còn khá nặng nề trong việc xây dựng chính sách.

*Thứ ba, chính sách mặt hàng xuất khẩu, nhập khẩu chưa gắn kết với nhau.* Để thực hiện chiến lược sản xuất hướng về xuất khẩu, chính sách mặt hàng nhập khẩu cần hướng tới phục vụ cho sản xuất hàng xuất khẩu. Nhưng thực tế trong những năm qua, chính sách mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam chưa gắn với mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu. Những ưu đãi qua thuế, ưu đãi đầu tư đã giành nhiều cho sản xuất thay thế nhập khẩu hơn là sản xuất hướng về xuất khẩu. Các nhà hoạch định khi xây dựng chính sách mặt hàng xuất khẩu, nhập khẩu chưa căn cứ vào tín hiệu của nền kinh tế thị trường, chưa đánh giá đúng tiềm năng cũng như mức độ cạnh

tranh của từng sản phẩm mà lại dựa vào ý muốn chủ quan, những mong muốn cá nhân của người lãnh đạo từ cấp chính phủ đến cấp ngành, thậm chí đến cả mong muốn của một số doanh nghiệp riêng lẻ.

**2. Định hướng và một số giải pháp chủ yếu nhằm hoàn thiện chính sách thúc đẩy hàng hoá của Việt Nam**

*- Định hướng*

Chiến lược Phát triển xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2012 - 2020 đề ra mục tiêu: “Nỗ lực gia tăng tốc độ tăng trưởng xuất khẩu, góp phần đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá, tạo công ăn việc làm, thu ngoại tệ; chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, gia tăng sản phẩm chế biến và chế tạo, các loại sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ; mở rộng và đa dạng hoá thị trường và phương thức kinh doanh; hội nhập thắng lợi vào kinh tế khu vực và thế giới”.

Trên cơ sở mục tiêu định hướng chung nêu trên, một số định hướng cụ thể phát triển xuất khẩu trong giai đoạn 2012 - 2020 là:

Xác định phát triển xuất khẩu các mặt hàng mới phù hợp với xu hướng biến đổi của thị trường thế giới và lợi thế của Việt Nam là khâu đột phá trong phát triển xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2012 - 2020. Các mặt hàng mới là các mặt hàng chế tạo công nghệ trung bình và công nghệ cao.

Giai đoạn 2012 - 2015, tập trung phát triển các mặt hàng có lợi thế tự nhiên và lao động rẻ như thủy sản, nông sản, dệt may, điện tử, các sản phẩm chế tác công nghệ trung bình... Tuy nhiên, cần chuẩn bị điều kiện để gia tăng tỷ trọng xuất khẩu hàng chế biến.

Giai đoạn 2016 - 2020, tập trung phát triển các mặt hàng công nghiệp mới có giá trị gia tăng cao, hàm lượng công nghệ và chất xám

cao, trên cơ sở thu hút mạnh đầu tư trong nước và nước ngoài vào các ngành sản xuất định hướng xuất khẩu, những ngành chế tạo công nghệ trung bình và công nghệ cao.

Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng giảm xuất khẩu hàng thô, nông sản, thủy sản, tăng tỷ trọng hàng công nghiệp, đặc biệt là hàng công nghiệp chế tạo như điện tử, viễn thông, vật liệu xây dựng, đồ gỗ...

Không khuyến khích phát triển sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng thu hút nhiều lao động rẻ, ô nhiễm môi trường, giá trị gia tăng thấp. Chú trọng phát triển các mặt hàng xuất khẩu thân thiện môi trường, hạn chế sử dụng năng lượng và tài nguyên.

Tập trung phát triển thị trường cho các sản phẩm có sức cạnh tranh lớn, có giá trị gia tăng cao hoặc các nhóm sản phẩm có tỷ trọng kim ngạch lớn. Trước hết là khai thác cơ hội mở cửa thị trường từ các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế để đẩy mạnh xuất khẩu và các thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN... Khai thác các thị trường tiềm năng như: Nga, Đông Âu, châu Phi và châu Mỹ Latinh.

#### **- Giải pháp**

*Thứ nhất, trên cơ sở tiếp tục đổi mới tư duy và nhận thức, đẩy mạnh cải cách theo hướng tự do hóa, tích cực hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực, coi đó là giải pháp cơ bản và hiệu quả nhất để thúc đẩy xuất khẩu.*

Đẩy mạnh hội nhập sẽ giúp Việt Nam đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, đồng thời cùng với việc giảm dần các rào cản đối với thương mại và đầu tư, mở cửa thị trường trong nước, cải cách hệ thống pháp luật theo hướng ngày càng tự do và minh bạch, môi trường kinh doanh ở Việt Nam ngày càng trở nên thông thoáng và mang tính cạnh tranh cao hơn. Đẩy mạnh hội nhập, mở rộng cửa thị trường để thu

hút đầu tư và công nghệ cao của các công ty, tập đoàn xuyên quốc gia từ những nước lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản, từ đó giúp Việt Nam gia tăng năng lực cạnh tranh, tạo thế cân bằng hơn trong quan hệ kinh tế – thương mại với các quốc gia. Ngoài ra, việc đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực (như quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn sản phẩm, vệ sinh dịch tễ...) phù hợp với luật pháp và thông lệ quốc tế để ngăn chặn những mặt hàng kém chất lượng của nước ngoài, thâm nhập vào thị trường trong nước.

*Thứ hai, cần chuyển mạnh cơ cấu xuất khẩu theo hướng khai thác lợi thế cạnh tranh của đất nước, phù hợp với biến động nhu cầu trên thị trường thế giới.*

Việt Nam cần tích cực chuyển sang phát triển các mặt hàng mới có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao hơn và phù hợp với tiềm năng của Việt Nam. Để đạt được các mục tiêu nói trên, Việt Nam cần sử dụng có hiệu quả các công cụ chính sách khuyến khích tài chính để thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng chế tạo, trong đó ưu tiên cho xuất khẩu các mặt hàng công nghệ mới – công nghệ cao. Bên cạnh đó, Việt Nam đẩy mạnh thu hút FDI và tận dụng vai trò của FDI để mở rộng xuất khẩu nói chung và xuất khẩu các mặt hàng công nghệ cao nói riêng. Ngoài ra, Việt Nam cần phải thực hiện các chính sách thích hợp nhằm khai thác vai trò của khoa học – công nghệ, phục vụ cho hoạt động sản xuất và xuất khẩu.

*Thứ ba, phát huy vai trò hỗ trợ thích hợp của Nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu.*

Việt Nam đã và đang áp dụng nhiều chính sách hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy hiệu quả của những chính sách này còn hạn chế, và sự hỗ trợ mà Việt Nam dành cho những người xuất khẩu còn khiêm tốn hơn so với thông lệ và tập quán quốc

tế. Việt Nam cần chủ động sử dụng và khai thác triệt để chính sách khuyến khích này nhằm hỗ trợ có hiệu quả hoạt động xuất khẩu.

Chính phủ cần tạo điều kiện *bảo hiểm tín dụng xuất khẩu* cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu – đây là một hình thức được sử dụng rất phổ biến và có hiệu quả ở nhiều nước trên thế giới. Trong bối cảnh quy mô thương mại của Việt Nam ngày càng tăng, nguy cơ xảy ra các rủi ro, thương mại, tỷ giá, và thay đổi chính sách ngày càng lớn. Dịch vụ bảo hiểm tín dụng xuất khẩu sẽ giúp hạn chế và ngăn ngừa được những rủi ro đó, đảm bảo an toàn trong kinh doanh đối với những người xuất khẩu Việt Nam.

Việt Nam nên xem xét khả năng thành lập một tổ chức chuyên trách của Chính phủ để cùng với Ngân hàng Hỗ trợ phát triển và Xuất nhập khẩu cung cấp các dịch vụ bảo hiểm tín dụng xuất khẩu, bảo lãnh dự thầu và bảo lãnh thực hiện hợp đồng trong lĩnh vực xuất khẩu.

*Thứ tư, cải tiến chế độ hoàn thuế GTGT (VAT) theo hướng nâng cao hiệu quả, phục vụ cho việc chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững.*

Việc hoàn thuế VAT đối với xuất khẩu ở Việt Nam chỉ dựa vào giá trị xuất khẩu của doanh nghiệp và được thực hiện khi doanh nghiệp xuất trình đầy đủ chứng từ chứng minh là hàng hóa đã được xuất khẩu. Việt Nam nên thực hiện hoàn thuế VAT ở tất cả các khâu trong quá trình hàng hóa được sản xuất, lưu thông trong nước trước khi được xuất khẩu. Cách làm này có ưu điểm là tạo ra mức độ khuyến khích cao đối với những người xuất khẩu.

Việt Nam nên nghiên cứu việc áp dụng các mức hoàn thuế khác nhau đối với xuất khẩu, và ấn định mức hoàn thuế không chỉ dựa vào mặt hàng xuất khẩu mà phải căn cứ vào mức độ tiêu hao tài nguyên của các mặt hàng đó. Mức hoàn thuế cao có thể được áp dụng đối với những

doanh nghiệp sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên, sản xuất những sản phẩm có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao và ngược lại. Chính sách hoàn thuế như vậy sẽ có tác dụng khuyến khích các doanh nghiệp tăng cường vốn đầu tư ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ, sử dụng có hiệu quả các nguồn lực trong sản xuất các mặt hàng phục vụ xuất khẩu, từ đó góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng bền vững của nền kinh tế nói chung.

*Thứ năm, tăng cường khai thác vai trò của khoa học – công nghệ để hỗ trợ hoạt động xuất khẩu.*

Chính sách phát triển năng lực công nghệ quốc gia có đóng góp hết sức quan trọng đối với xuất khẩu của các quốc gia, đặc biệt là sự chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu sang các mặt hàng công nghệ cao. Việt Nam cần xây dựng định hướng chiến lược rõ ràng trong việc khai thác yếu tố khoa học – công nghệ phục vụ xuất khẩu, xác định những mặt hàng có hàm lượng công nghệ cao phù hợp với lợi thế cạnh tranh của Việt Nam và nhu cầu trên thị trường thế giới, thực hiện liên kết, phối hợp các chủ thể và hoạt động R & D, nguồn nhân lực và các doanh nghiệp trong việc tổ chức nghiên cứu, thiết kế, thử nghiệm, sản xuất và đưa những sản phẩm đó xâm nhập thị trường thế giới.

Cùng với việc hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước trong việc nghiên cứu, thử nghiệm và triển khai sản xuất các mặt hàng có hàm lượng công nghệ cao, Nhà nước cũng cần giúp các doanh nghiệp quảng bá những sản phẩm đó ra thị trường thế giới thông qua việc tổ chức các hội chợ, triển lãm trong nước và quốc tế.

*Thứ sáu, đẩy mạnh thu hút và sử dụng FDI để thúc đẩy xuất khẩu.*

Việt Nam phải cải thiện mạnh mẽ môi trường đầu tư, tăng cường đổi mới hoàn thiện hệ thống luật pháp, nhất là những luật, quy định

liên quan đến FDI cho phù hợp với các quy định TRIMs của WTO. Điều này không chỉ giúp Việt Nam thu hút được nhiều FDI, mà còn tạo điều kiện để FDI phát huy vai trò tích cực đối với xuất khẩu. Thực hiện chính sách khuyến khích đối với hoạt động FDI mang lại giá trị gia tăng cao có khả năng chuyển giao công nghệ hiệu quả. Những biện pháp khuyến khích phải phù hợp với các cam kết và thông lệ quốc tế. Để cải thiện môi trường đầu tư, Việt Nam cần đẩy mạnh những biện pháp cải cách luật pháp, cải cách hành chính nói chung và những cải cách chính sách liên quan đến FDI.

Để khuyến khích dòng vốn FDI và thúc đẩy xuất khẩu, Việt Nam cần đầu tư phát triển, nâng cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật và dịch vụ. Đối với những ngành xuất khẩu sử dụng nhiều lao động, đặc biệt là các ngành gia công xuất khẩu thì việc giảm bớt các chi phí như chi phí vận tải, viễn thông có vai trò hết sức quan trọng. Vì đây là những ngành có suất lợi nhuận biên thấp nên một sự chênh lệch nhỏ về chi phí có thể ảnh hưởng lớn đến hiệu quả xuất khẩu và động cơ đầu

tư của các nhà đầu tư nước ngoài. Việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng ở các địa phương còn giúp khắc phục tình trạng mất cân đối về cơ cấu vùng của FDI, làm tăng sức hút của Việt Nam nói chung và từng địa phương nói riêng đối với FDI.

\*

\*

\*

Để đạt được mục tiêu và định hướng chiến lược thúc đẩy xuất khẩu và hạn chế nhập siêu giai đoạn 2012 - 2020, lĩnh vực XNK cần phải phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững. Phát triển xuất khẩu sao cho cân đối giữa chiều rộng và chiều sâu, hài hoà lợi ích giữa các ngành hướng về xuất khẩu và các ngành thay thế nhập khẩu. Chính sách thúc đẩy xuất khẩu cần được hoàn thiện nhằm tạo điều kiện cho hoạt động xuất khẩu phải được cơ cấu lại một cách thật khoa học để nâng cao chất lượng, hiệu quả, đáp ứng yêu cầu phát triển nhanh và bền vững, góp phần đẩy mạnh CNH, HĐH đất nước♦

#### Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Công thương, (2010): *Chiến lược xuất nhập khẩu Việt Nam thời kỳ 2010 – 2020*.
2. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2010): *Báo cáo tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đối với nền kinh tế sau ba năm gia nhập WTO*.
3. Bộ Thương mại (2002): *Chiến lược xuất nhập khẩu Việt Nam thời kỳ 2001 – 2010*.
4. MUTRAP (2011): *Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011 - 2020*.