

Để nâng cao năng lực xuất khẩu của hàng hóa Việt Nam

ĐÀO THANH HƯƠNG*

Phát triển xuất khẩu sẽ tác động tích cực đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo ra nhiều việc làm mới, nguồn thu ngoại tệ ổn định đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế của Việt Nam. Xuất khẩu cũng là thước đo về độ mở của nền kinh tế, là chỉ số phản ánh năng lực cạnh tranh và mức độ hội nhập của Việt Nam vào kinh tế thế giới và khu vực. Dù xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua đã có nhiều tiến bộ, song cũng còn không ít những hạn chế, do vậy, cần phải có nhiều giải pháp mạnh mẽ để xuất khẩu phát huy vai trò đó.

XUẤT KHẨU ĐANG CÓ THAY ĐỔI TÍCH CỰC

Xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian vừa qua đã có sự tăng trưởng tốt. Báo cáo sơ bộ tình hình triển khai Chiến lược Xuất - Nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030, Bộ Công Thương cho biết trong giai đoạn 2011-2016, kim ngạch xuất khẩu đã tăng bình quân 12,8%/năm, cao hơn chỉ tiêu Chiến lược đề ra là 12%/năm (Bộ Công Thương, 2017).

Quy mô xuất khẩu cũng ngày càng tăng. Năm 2012 ghi nhận kim ngạch xuất khẩu hàng hóa lần đầu tiên đạt ngưỡng trên 100 tỷ USD, đưa cán cân thương mại của Việt Nam lần đầu tiên đạt thặng dư kể từ khi gia nhập WTO (Dương Thị Thanh Mai, 2015). Thống kê số liệu của năm 2016, Bộ Công Thương cho biết kim ngạch xuất khẩu đạt 176,6 tỷ USD.

Tăng trưởng xuất khẩu thời gian qua đã thể hiện sự phục hồi của sản xuất trong nước, góp phần vào tăng trưởng GDP, tạo công ăn việc làm, tiêu thụ hàng hóa cho nông dân. Đồng thời, tăng trưởng xuất khẩu cũng đóng góp quan trọng vào việc cải thiện cán cân thương mại các năm 2013, 2014 và 2016. Xuất khẩu đã thực sự trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế Việt Nam thời gian qua khi tốc độ tăng trưởng xuất khẩu luôn

cao gấp từ 2 đến 3 lần tốc độ tăng trưởng GDP trong giai đoạn 2011-2015.

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu đã có những chuyển biến tích cực theo hướng giảm hàm lượng xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp, phù hợp với lộ trình thực hiện mục tiêu của Chiến lược Xuất - Nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030. Cụ thể năm 2016, nhóm hàng công nghiệp chế biến chiếm tỷ trọng cao nhất là 80,3% (tăng 19% so với năm 2011), tỷ trọng xuất khẩu nông sản, thủy sản giảm còn 12,6% (giảm 7,8% so với năm 2011) và nhiên liệu khoáng sản giảm mạnh chỉ còn chiếm tỷ trọng khoảng 2% (giảm 9,6% so với năm 2011) (Bộ Công Thương, 2017).

Hoạt động sản xuất cũng đang chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Các mặt hàng chủ lực có quy mô xuất khẩu lớn, như: dệt may, giày dép, sản phẩm gỗ, máy móc thiết bị phụ tùng tiếp tục duy trì được mức tăng trưởng ổn định, đồng thời đã phát triển thêm nhiều mặt hàng xuất khẩu mới thuộc nhóm công nghệ, như: điện thoại di động, máy vi tính, thiết bị điện tử. Những mặt hàng này có kim ngạch xuất khẩu cao và duy trì mức tăng trưởng cao, đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu.

Quy mô các mặt hàng xuất khẩu được mở rộng. Số mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu từ 1 tỷ USD trở lên đã tăng qua các năm, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Tính đến năm 2016, đã có tới 24 mặt hàng với tỷ trọng chiếm khoảng 88% tổng kim ngạch xuất khẩu, trong đó dẫn đầu là xuất khẩu điện thoại di động (34,3 tỷ USD năm 2016).

Thị trường xuất khẩu không ngừng được mở rộng, phát triển mạnh theo hướng đa dạng hóa, đa phương

* ThS., Bộ Kế hoạch và Đầu tư | Email: daothanhhuong@mpi.gov.vn

hóa. Đến nay, Việt Nam đã có quan hệ thương mại với hơn 200 nước và vùng lãnh thổ. Nếu năm 2011 có 24 thị trường đạt trên 1 tỷ USD, thì đến năm 2016 tăng lên 28 thị trường. Tính trong giai đoạn 2011-2016, xuất khẩu sang Hoa Kỳ tăng trưởng bình quân 17,8%/năm, sang EU tăng bình quân 15,5%, Nhật Bản tăng bình quân 6,4%, Trung Quốc tăng bình quân 14,6%, thị trường ASEAN tăng bình quân 5,2% (Bộ Công Thương, 2017).

Vẫn có những vấn đề phải tháo gỡ

Bên cạnh những thành tựu đạt được, hoạt động xuất khẩu thời gian qua cũng vẫn còn một số tồn tại cần được giải quyết một cách đồng bộ và có hiệu quả để thúc đẩy xuất khẩu.

Một là, mặc dù tỷ lệ hàng xuất khẩu qua chế biến đã bước đầu được cải thiện, tuy nhiên, đa số các mặt hàng nông sản, khoáng sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vẫn còn xuất khẩu dưới dạng thô hoặc sơ chế, cho giá trị gia tăng thấp. Nhiều ngành hàng xuất khẩu chủ lực vẫn còn mang tính gia công và còn phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu (như đối với dệt may).

Hai là, chất lượng sản phẩm xuất khẩu của một số mặt hàng, nhất là nông sản còn chưa đồng đều, chủng loại còn đơn điệu. Một trong những nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là do nhiều mặt hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu được sản xuất bởi các hộ gia đình phân tán, quy mô nhỏ lẻ, vì thế khó kiểm soát chất lượng đầu vào và đầu ra của hoạt động sản xuất. Công nghiệp chế biến các mặt hàng nông sản, thủy sản chưa được tập trung đầu tư, phát triển theo kịp với nhu cầu của thị trường thế giới, mới tập trung phát triển theo chiều rộng, mà chưa phát triển theo chiều sâu. Cũng vì công nghệ thấp, nên tình trạng xuất khẩu nhiều, nhưng giá trị thấp xảy ra phổ biến. Điển hình trường hợp hạt tiêu, hạt điều ở Việt Nam luôn đứng số 1, số 2 thế giới, nhưng giá trị lại đứng thứ 6 và 10 trên thế giới.

Ba là, xuất khẩu tăng trưởng nhanh, nhưng dễ bị tổn thương trước biến động từ bên ngoài, như: giá cả thị trường thế giới, sự xuất hiện rào cản thương mại mới, việc áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại của các nước nhập khẩu. Trong khi đó, năng lực dự báo, nhận biết các chính sách, những thay đổi trên thị trường thế giới của Việt Nam còn hạn chế, khả năng thích ứng với bối cảnh mới và ứng phó với các rào cản thương mại của doanh nghiệp còn yếu.

Bốn là, công nghiệp hỗ trợ còn chậm phát triển nên chưa sản xuất được các sản phẩm đủ về chất lượng, quy mô để có thể tham gia được vào chuỗi cung ứng sản phẩm, linh kiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Cũng do công nghiệp hỗ trợ kém, nên tỷ lệ nhập khẩu nguyên phụ liệu lớn, gây bất lợi mỗi khi giá cả thế giới biến động tăng, làm tăng chi phí sản xuất trong nước, giảm khả năng cạnh tranh của hàng hóa. Mặc dù chúng ta đã phát triển được một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực có kim ngạch trên 1 tỷ USD/năm, nhưng phần lớn các mặt hàng này còn phụ thuộc nhiều vào nguyên vật liệu, phụ liệu, máy móc, thiết bị và công nghệ của nước ngoài, tỷ

lệ nội địa hóa còn thấp. Để đạt được mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu và chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu trong điều kiện công nghiệp hỗ trợ chưa phát triển đã buộc phải gia tăng nhập khẩu các mặt hàng vật liệu và sản phẩm trung gian, một số máy móc thiết bị... là những mặt hàng có chỉ số lan tỏa nhập khẩu gây nên bởi xuất khẩu cao. Trong khi đó, các mặt hàng nông, lâm, thủy sản có chỉ số lan tỏa nhập khẩu gây nên bởi xuất khẩu thấp lại chưa được chú ý phát triển, nhất là chưa tập trung vào nâng cao chất lượng và cấp độ chế biến để tăng giá trị kim ngạch xuất khẩu.

Năm là, chưa khai thác tốt các cơ hội và còn thiếu chủ động trong việc hạn chế các thách thức do hội nhập quốc tế và tham gia các hiệp định thương mại tự do (FTA). Trong công tác triển khai thực hiện, một số địa phương và doanh nghiệp chưa nhận thức đầy đủ về các cơ hội do hội nhập mang lại, nên chưa tận dụng và khai thác được cơ hội và điều kiện thuận lợi của WTO và các FTA để đẩy mạnh xuất khẩu. Trong khi đó, các nước ký kết tham FTA khu vực với Việt Nam lại đang tận dụng được cơ hội này để đẩy mạnh xuất khẩu sang Việt Nam. Chẳng hạn như trong quan hệ FTA với Trung Quốc, chúng ta chưa có đối sách phù hợp để tận dụng cơ hội và hạn chế thách thức khi thực hiện cam kết hội nhập, nên đã bị bất lợi cả chiều xuất và nhập khẩu. Bên cạnh đó, việc xây dựng và sử dụng các biện pháp kỹ thuật để hạn chế những tác động bất lợi của các FTA đã ký kết còn chậm và chưa có hiệu quả cao.

Sáu là, trong chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu, tỷ trọng xuất khẩu sang các thị trường mới còn nhiều tiềm năng, như: châu Phi, Trung Đông, Mỹ La tinh và Nam Mỹ... còn tăng chậm. Năm 2010, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường châu Phi trong tổng kim ngạch xuất khẩu chiếm 2,5% (tăng 1 điểm phần trăm so với năm 2001). Còn theo số liệu ước tính năm 2016, kim ngạch xuất khẩu vào thị trường châu Á chiếm khoảng 50%, thị trường châu Âu khoảng 20% và thị trường châu Mỹ trên 25%. Như vậy, thị trường châu Phi còn tiềm năng chỉ chiếm dưới 5% năm 2016, tăng không đáng kể so với năm 2010.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP

Để nâng cao hiệu quả xuất khẩu trong thời gian tới, cần tập trung vào một số nhóm giải pháp sau đây:

Thứ nhất, đẩy mạnh vào phát triển hàng xuất khẩu có hàm lượng công nghệ và chất xám cao để nâng cao giá trị, chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu hướng mạnh vào chế biến sâu, phát triển sản phẩm xuất khẩu có ứng dụng công nghệ tiên tiến. Nghiên cứu, phát hiện các nhóm hàng mới, tuy có kim ngạch còn thấp, nhưng có tiềm năng tăng trưởng cao trong thời gian tới để có các chính sách khuyến khích phát triển, tạo đột phá trong hoạt động xuất khẩu.

Thứ hai, theo dõi sát tình hình xuất khẩu, kịp thời có giải pháp tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp. Bộ Công Thương cần phối hợp với các bộ, ngành, làm việc với các hiệp hội ngành hàng xuất khẩu, các doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất - nhập khẩu nhằm xác định những khó khăn, vướng mắc trong sản xuất và xuất khẩu; kịp thời ghi nhận, xử lý các kiến nghị của các hiệp hội, doanh nghiệp. Rà soát các mặt hàng cụ thể cần ưu tiên tháo gỡ khó khăn, trong đó, đặc biệt chú trọng việc đẩy nhanh các thủ tục pháp lý của nước nhập khẩu để các sản phẩm Việt Nam chính thức được xuất khẩu một cách thuận lợi nhất.

Thứ ba, về phát triển thị trường, các cơ quan chức năng cần đẩy mạnh các hoạt động đàm phán song phương, đa phương nhằm mở rộng thị trường phân phối hàng hóa Việt Nam; rà soát các cơ chế, chính sách và cam kết quốc tế để bảo đảm sự đồng bộ trong quá trình thực hiện các cam kết. Bộ Công Thương đẩy mạnh đàm phán, ký mới và bổ sung các hiệp định đã ký về sự phù hợp và công nhận lẫn nhau về chất lượng sản phẩm, tạo điều kiện lưu thông thuận lợi, ổn định cho hàng hóa xuất khẩu. Các cơ quan quản lý, cụ thể là Bộ Công Thương cần tổ chức hiệu quả, đồng bộ hoạt động thông tin, dự báo tình hình thị trường hàng hóa trong nước và thế giới, luật pháp, chính sách và tập quán buôn bán của các thị trường để giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh, thâm nhập thị trường hiệu quả.

Cùng với đó là đẩy mạnh xây dựng và bảo vệ thương hiệu các mặt hàng, sản phẩm xuất khẩu của nước ta tại các thị trường xuất khẩu, nhất là thị trường trọng điểm.

Thứ tư, có chính sách dành nhiều hơn nguồn vốn tín dụng phát triển cho các lĩnh vực hỗ trợ sản xuất hàng hóa xuất khẩu, công nghiệp phụ trợ, khởi nghiệp các doanh nghiệp nhỏ và vừa, giảm cho vay vốn tín dụng đối với khu vực phi sản xuất. Ban hành chính sách khuyến khích đầu tư vào các lĩnh vực sản xuất các mặt hàng, nguyên vật liệu thay thế hàng nhập khẩu để qua đó hỗ trợ đắc lực cho hàng xuất khẩu, gia tăng hàm lượng tri thức trong các sản phẩm xuất khẩu.

Thứ năm, tăng cường đầu tư phát triển và đổi mới công nghệ. Để biến những sản phẩm xuất khẩu thô thành những sản phẩm xuất khẩu có chứa hàm lượng công nghệ cao, cho giá trị gia tăng lớn đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải trang bị cho mình hệ thống máy móc, dây chuyền công nghệ hiện đại. Có như vậy mới có thể nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu và năng lực cạnh tranh cho các sản phẩm của Việt Nam trên thị trường quốc tế. Nhà nước cũng cần tăng cường thực thi chính sách miễn giảm thuế cho: các doanh nghiệp đầu tư đổi mới công nghệ - thiết bị; phần vốn đầu tư nghiên cứu đổi mới công nghệ; các sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng thay thế hàng nhập khẩu trong một thời gian nhất định (khoảng 5 năm). Điều này rất quan trọng để hỗ trợ đắc lực cho hàng xuất khẩu, gia tăng hàm lượng tri thức trong các sản phẩm xuất khẩu.

Thứ sáu, doanh nghiệp cần mở rộng quy mô sản xuất theo hướng tạo lập một chuỗi liên kết giữa các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu. Các doanh nghiệp xuất khẩu riêng lẻ của Việt Nam hiện nay có quy mô còn nhỏ chưa thể đáp ứng được các yêu cầu về số lượng và chất lượng hàng xuất khẩu của các thị trường. Vì vậy, việc đầu tư và mở rộng quy mô sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng xuất khẩu phải là một giải pháp cấp bách hàng đầu thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, do tiềm năng của các doanh nghiệp còn hạn chế nên đòi hỏi các doanh nghiệp trong cùng nhóm ngành hàng cần phải tự nguyện cùng nhau tạo lập một chuỗi liên kết. Thực tế các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam hiện nay còn đang phụ thuộc nhiều vào nguồn nguyên phụ liệu nhập khẩu, dẫn đến giá trị gia tăng trong hàng xuất khẩu không cao. Do đó, hình thành một chuỗi liên kết, bắt đầu ngay với các doanh nghiệp cung cấp các yếu tố đầu vào cho sản xuất đến các doanh nghiệp thương mại tiêu thụ sản phẩm, giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong hoạt động xuất khẩu. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Thủ tướng Chính phủ (2011). *Quyết định số 2471/QĐ-TTg, ngày 28/12/2011 về việc ban hành Chiến lược Xuất - Nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030*
2. Bộ Công Thương (2017). *Báo cáo Xuất - Nhập khẩu Việt Nam năm 2016*
3. Tổng cục Thống kê (2010-2016). *Niên giám Thống kê các năm từ 2010 đến năm 2016*
4. Dương Thị Thanh Mai (2015). *Đánh giá hoạt động xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2010-2014, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp, số 04/2015*