

Nhìn lại xuất khẩu của Việt Nam sau 12 năm gia nhập WTO

Bành Thị Vũ Hằng

Trường Đại học Kinh tế Nghệ An

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam được minh chứng thông qua việc Việt Nam trở thành thành viên của các tổ chức ASEAN, APEC, ASEM... Và đặc biệt việc Việt Nam trở thành thành viên thứ 150 của WTO — Tổ chức thương mại thế giới - Một tổ chức hàng đầu trong lĩnh vực thương mại hiện nay vào ngày 11/1/2007, đã giúp Việt Nam có sự phát triển về mọi mặt của đời sống xã hội, đồng thời khẳng định, nâng cao được vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Đóng góp vào những thành công đó, không thể không nhắc đến vai trò của hoạt động xuất khẩu trong thời gian qua.

1. Cơ hội, thách thức của việc gia nhập WTO với xuất khẩu của Việt Nam

Gia nhập WTO là tham gia vào vào “sân chơi lớn” được điều tiết bằng những luật chơi rõ ràng, những định mức, tiêu chuẩn khắt khe, được tiếp cận với các thị trường rộng mở của 150 nước, chiếm phần lớn thương mại về hàng hóa và dịch vụ trên hành tinh này, xuất khẩu của Việt Nam có những cơ hội:

Thứ nhất, mở rộng thị trường xuất khẩu. Theo nguyên tắc hoạt động, khi gia nhập WTO, tất cả các hàng hoá và dịch vụ của các nước đang phát triển sẽ được đối xử bình đẳng, không phân biệt đối với hàng hoá và dịch vụ của các nước phát triển. Vì vậy, hàng hoá của Việt Nam sẽ có cơ hội lớn hơn và bình đẳng hơn trong việc thâm nhập và mở rộng thị trường quốc tế.

Thứ hai, nâng cao tính hiệu quả và sức cạnh tranh của hoạt động xuất khẩu. Theo quy định của WTO, các quốc gia thành viên sẽ giảm thuế, tiến tới cắt giảm hàng rào phi thuế quan, mở cửa thị trường sẽ khiến môi trường kinh doanh ở các nước ngày càng trở nên gay gắt hơn. Vì vậy, các doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu của các nước đang phát triển buộc phải cải tiến, tự vươn lên để hoàn thiện mình, tiếp cận được các thành tựu khoa học kỹ thuật tiên tiến, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực hiện có, thu hút thêm nguồn lực mới để có đủ năng lực cạnh tranh với nước ngoài.

Thứ ba, được đối xử công bằng. Theo nguyên tắc hoạt động, WTO sẽ thiết lập môi trường cạnh tranh bình đẳng cho thương mại giữa các nước thành viên.

Bên cạnh những cơ hội, việc Việt Nam xâm nhập thị trường thế giới muộn đã tạo ra không ít những thách thức cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Thứ nhất, ưu đãi xuất khẩu bị hạn chế. Theo quy định của WTO, mọi thành viên đều được đối xử như nhau, đều được hưởng mọi đãi ngộ tối đa (MFN) và đối xử quốc gia (NT), các hàng rào thuế quan và phi thuế quan của các nước đều được giảm dần.

Thứ hai, cạnh tranh gay gắt hơn trong hoạt động xuất khẩu. Các doanh nghiệp Việt thường có kỹ thuật sản xuất lạc hậu, giá thành cao, chất lượng thấp, hệ thống phân phối kém, thiếu hiểu biết về hệ thống pháp luật. Mặt khác, tính tự chủ của doanh nghiệp xuất khẩu không cao, thiếu kinh nghiệm, khả năng vận hành và tính thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh còn hạn chế.

2. Đánh giá hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sau 12 năm gia nhập WTO

Đứng trước những cơ hội và đối mặt với những thách thức của việc gia nhập WTO, trong 12 năm qua hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đã có những dấu ấn như sau:

Xét về quy mô và cơ cấu xuất khẩu: Bước vào năm đầu trở thành thành viên chính thức của WTO, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam mới chỉ ở con số khiêm tốn 48,6 tỷ USD. Thì 4 năm sau (năm 2011) kim ngạch xuất khẩu đã tăng gấp đôi đạt con số 96,9 tỷ USD. Với khoảng thời gian cũng sau 4 năm (năm 2015) thì kim ngạch xuất khẩu đã tăng lên thành 162 tỷ USD, tức là tăng 65,1 tỷ USD. Và chỉ cần 3 năm sau (năm 2018) kim ngạch xuất khẩu đã đạt 243,5 tỷ USD, tăng 81,5 tỷ USD so với năm 2015. Như vậy, sau 12 năm trở thành thành viên WTO, giá trị kim ngạch xuất khẩu đã tăng lên gần 6 lần. Đây là những kết quả quan trọng, khẳng định xuất khẩu của Việt Nam đã có sự chuyển mình mạnh mẽ sau khi gia nhập WTO. Với kết quả ấn tượng trong 12 năm qua, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đã được WTO ghi nhận với xếp hạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam có vị trí thứ 27 trên thế giới.

Mặt khác, với quy mô xuất khẩu đạt được không ngừng tăng lên qua các năm, đã làm cho tốc độ tăng trưởng của hoạt động xuất khẩu cũng vì thế mà tăng lên nhanh chóng.

Bên cạnh đó, với kim ngạch xuất khẩu không ngừng

Bảng 1: Giá trị và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam, 2007-2018

Năm	Giá trị kim ngạch xuất khẩu (Tỷ USD)	Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu (%)
2007	48,6	22,1
2008	62,7	29
2009	57,1	-8,9
2010	72,2	26,4
2011	96,9	34,2
2012	114,5	18,1
2013	132	15,2
2014	150,2	13,8
2015	162	7,9
2016	176,6	9
2017	215,1	21,8
2018	243,5	13,2

Nguồn: Tổng cục Hải quan 2007-2018

tăng lên qua các năm, đã làm cho tốc độ tăng trưởng của hoạt động xuất khẩu cũng tăng lên nhanh chóng. Mặc dù, cuộc khủng hoảng tài chính thế giới từ giữa năm 2009 đã làm suy thoái kinh tế toàn cầu dẫn đến nhu cầu tiêu dùng của thế giới sụt giảm hệ quả là kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng trưởng âm (-8,9%). Nhưng trong khoảng thời gian còn lại từ 2010 đến 2018, thì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu luôn cao, và tính chung cho cả giai đoạn từ 2007-2018, thì tốc độ tăng trưởng là 16,8 % thấp hơn nhĩptăng trung bình 15,1% của giai đoạn trước khi gia nhập WTO cũng như vượt mục tiêu 11-12% đề ra trong Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ trong thời kỳ 2010 -2020.

Mặt khác, vai trò của xuất khẩu đối với sự tăng trưởng của nền kinh tế ngày càng rõ nét. Với tỷ trọng xuất khẩu/ GDP năm 2007 là 69,7%, thì đến năm 2018 con số tương ứng là 100%.

Xét về cơ cấu hàng hóa xuất khẩu, sau 3 năm kể từ khi trở thành thành viên của WTO, tức là khi cuộc khủng hoảng tài chính năm 2009 ảnh hưởng đến nền kinh tế thế giới, cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam có sự thay đổi, cụ thể: kim ngạch và tỷ trọng xuất khẩu của hàng hóa thô hoặc mới sơ chế có xu hướng tăng, trong khi tỷ trọng xuất khẩu của hàng hóa chế biến hoặc đã tinh chế lại có xu hướng giảm. Điều này có thể lý giải là do Việt Nam mới gia nhập WTO khả năng cạnh tranh còn hạn chế, nên chỉ tập trung vào khai thác những hàng hóa có thế mạnh xuất khẩu trước đó như than đá hay dầu thô. Mặt khác, do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính nên thu nhập của các quốc gia trên thế giới bị giảm sút nghiêm trọng, dẫn đến các quốc gia giảm nhập khẩu hàng hóa chế biến.

Bảng 2: Giá trị và cơ cấu xuất khẩu hàng hóa phân loại tiêu chuẩn ngoại thương

Năm	Hàng thô hoặc mới sơ chế		Hàng chế biến hoặc đã tinh chế	
	Kim ngạch (tỷ USD)	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch (tỷ USD)	Tỷ trọng (%)
2007	22,8	47	25,8	53
2008	26,3	42	33,9	54
2009	32,6	57,1	24,3	42,6
2010	25,19	34,9	47	65,1
2011	33,74	34,8	63,1	65,1
2012	35,2	30,7	79,2	69,2
2013	33,7	25,5	98,2	74,4
2014	35,7	23,8	114,5	76,2
2015	30,3	18,7	131,71	81,3
2016	30,47	17,3	146,1	82,7
2017	29,5	13,7	185,4	86,2
2018	25,5	10,9	214,5	88,1

Nguồn: Tình hình kinh tế xã hội 2007 - 2018

Từ sau năm 2009 cho đến nay, kim ngạch và tỷ

trọng của hàng chế biến xuất khẩu có xu hướng tăng tương ứng từ 24,3 tỷ USD và 42,6% (năm 2009) lên 214,5 tỷ USD và 88,1% (năm 2018). Trong khi, kim ngạch và tỷ trọng của hàng thô xuất khẩu lại có xu hướng giảm tương ứng từ 32,6 tỷ USD và 57,1% (năm 2009) xuống còn 25,5 tỷ USD và 10,9% (năm 2018). Như vậy, có thể thấy chiến lược phát triển xuất khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020 là “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...” đã được Việt Nam thực hiện thành công.

Tuy nhiên, nhiều chuyên gia kinh tế khuyến cáo không nên nhìn vào sự tăng tỷ trọng của ngành hàng chế biến và sự thu hẹp tỷ trọng của nhóm hàng thô mà ngộ nhận đó là kết quả tích cực, bởi đây là sự “thu hẹp ảo”. Bởi lẽ, tỷ trọng hàng thô giảm rất mạnh 74,4%, trong khi kim ngạch chỉ giảm 21,8%. Sở dĩ có điều này là do hàng hóa thô xuất khẩu chủ yếu là các tài nguyên sẵn có và sản phẩm mới sơ chế, nên giá trị mang lại thường rất thấp trong khi khối lượng lại rất lớn. Mặt khác, đây là nhóm hàng Việt Nam có lợi thế do chúng ta có nhiều tài nguyên thiên nhiên, song nguồn cung bị giới hạn. Do đó, kết quả đích thực của việc thu hẹp xuất khẩu hàng thô trước tiên cần hướng tới phát triển bền vững tức là cần căn cứ vào kim ngạch xuất khẩu, chứ không phải ở khía cạnh tỷ trọng.

Mặt khác, sau 12 năm gia nhập WTO, cơ cấu theo trị giá hàng hóa xuất khẩu phân theo khu vực kinh tế có nhiều thay đổi. Cụ thể: cơ cấu xuất khẩu của khu vực kinh tế trong nước đạt giá trị cao nhất vào năm 2009 với 47,5%. Từ đó đến nay, cơ cấu xuất khẩu của khu vực này có xu hướng giảm dần qua các năm tương ứng từ 45,8% (năm 2010) xuống còn 28,3% (năm 2018). Ngược lại, cơ cấu xuất khẩu của khu vực có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài lại có xu hướng tăng dần từ 57,1%(năm 2007) đến nay đã đạt 71,8% (năm 2018). Điều này cho thấy, khu vực có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đang giữ vị trí chủ đạo trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam, hay nói cách khác Việt Nam đang mở cửa và hội nhập kinh tế quốc tế rất tốt. Nhưng bên cạnh đó, nó lại cho thấy sự khu vực kinh tế trong nước chậm phát triển, chưa tận dụng được cơ hội chuyển giao; hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đang lệ thuộc nhiều vào yếu tố nước ngoài.

Xét về thị trường xuất khẩu, hiện nay Việt Nam đang có quan hệ thương mại, trao đổi hàng hóa với 200 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn thế giới. Trong đó, có 5 thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam là Hoa Kỳ, EU, ASEAN, Nhật Bản và Trung Quốc, với tỷ trọng xuất khẩu vào 5 thị trường này từ năm 2007 cho đến nay luôn chiếm trên 70% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

Với 2 thị trường lớn nhất của Việt Nam là Hoa Kỳ và Eu có tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường này năm 2018

tương ứng là 19,5% và 17,5% tổng xuất khẩu của Việt Nam. Với các mặt hàng xuất khẩu chính vào 2 thị trường này là hàng dệt may, giày dép, điện thoại các loại và linh kiện, điện tử, máy tính và linh kiện. Thị trường ASEAN, và thị trường Nhật Bản là thị trường xuất khẩu lớn thứ 3, thứ 4 của Việt Nam. Tuy nhiên, tỷ trọng xuất khẩu vào các thị trường này đang có xu hướng bị thu hẹp vào ASEAN từ 16,5% (năm 2007) giảm chỉ còn 10,1% (năm 2018) và vào Nhật Bản từ 11,3% (năm 2007) giảm chỉ còn 7,8% (năm 2018). Việc giảm tỷ trọng xuất khẩu vào các thị trường “láng giềng gần gũi” của Việt Nam cho thấy quan hệ thương mại của chúng ta và các thị trường đó đang giảm sút. Tuy nhiên, nó lại là dấu hiệu mừng của xuất khẩu Việt Nam, bởi lẽ giảm xuất khẩu vào thị trường tiếp giáp này đồng nghĩa, chúng ta đang hướng đến các thị trường lớn hơn, nó thể hiện việc hội nhập kinh tế quốc tế của chúng ta ngày càng sâu và rộng hơn. Mặt khác, do Việt Nam xuất khẩu sang thị trường ASEAN và Nhật Bản chủ yếu dầu thô, sắt thép, nên điều này cho thấy sự phù hợp trong định hướng giảm xuất khẩu hàng hóa thô của Việt Nam. Hiện nay, thị trường xuất khẩu được xem là tiềm năng của Việt Nam đó là Trung Quốc. Trái qua 12 năm Việt Nam trở thành thành viên WTO, mà Trung Quốc cũng là 1 thành viên lớn trong đó, tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam vào nước này đã tăng từ 6,6% (năm 2007) lên mức 17,2% (năm 2018), với các mặt hàng xuất khẩu chính là rau quả, dệt may, giày dép.

3. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam

Để xuất khẩu tận dụng hết tiềm năng, trở thành động lực của tăng trưởng kinh tế Việt Nam, xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới cần thực hiện các giải pháp cơ bản sau đây:

Thứ nhất, Chính phủ cần nhất quán chính sách xuất khẩu, hoàn thiện hệ thống tiêu chuẩn hàng xuất khẩu của Việt Nam theo hướng tương thích với hệ thống tiêu chuẩn của các nước nhập khẩu. Bên cạnh đó, cần xem xét và xây dựng các tiêu chuẩn mới theo hướng hài hoà với tiêu chuẩn quốc tế hoặc khu vực nhằm thuận lợi hoá thương mại. Ngoài ra, Chính phủ cần tăng cường hỗ trợ về mặt thông tin, luật pháp cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Đồng thời, tăng cường hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu thông qua các chính sách ưu đãi về tín dụng cho đầu tư công nghệ sản xuất, công nghệ xử lý các vấn đề liên quan đến môi trường.

Thứ hai, đổi mới phương thức xuất khẩu. Xu hướng thương mại điện tử xuyên biên giới đang ngày càng trở thành kênh quan trọng cho việc xuất khẩu của các quốc gia. Đồng thời, đây là một phương thức xuất khẩu tất yếu ra đời để thay thế cho phương thức xuất khẩu truyền thống. Do đó, cần đẩy mạnh quảng bá, tổ chức đào tạo và hướng dẫn các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam có thể có đủ điều kiện, năng lực tham

gia bán hàng qua các sàn thương mại điện tử lớn như: Amazon, Alibaba.

Thứ ba, đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu và phục vụ xuất khẩu. Chú trọng trong việc phát triển nguồn hàng xuất khẩu, có biện pháp dài hạn, hiệu quả hỗ trợ doanh nghiệp, nông dân, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong sản xuất, kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm, bảo đảm ổn định, bền vững, nhất là các mặt hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu chủ lực. Áp dụng thành tựu công nghệ 4.0 trong sản xuất, thu hái, bảo quản hàng nông sản và trong đánh bắt, bảo quản cá ngừ đại dương. Bên cạnh đó, phát triển các sản phẩm công nghệ cao trong lĩnh vực điện tử, cơ khí.

Thứ tư, đa dạng hóa thị trường theo hướng “bổ sung vào nhiều giờ”. Có giải pháp hỗ trợ phù hợp đối với các ngành hàng xuất khẩu chủ lực vào các thị trường trọng điểm, thị trường mới có nhiều tiềm năng gắn với nâng cao chất lượng sản phẩm và xây dựng thương hiệu, đồng thời tăng cường và tiếp tục đổi mới các hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến mở rộng thị trường.

Thứ năm, tăng cường công tác dự báo thị trường, bám sát tình hình thị trường. Nâng cao hiệu quả công tác thông tin, dự báo thị trường, cải thiện chất lượng hàng hóa nhằm tránh rủi ro cho doanh nghiệp khi thực hiện các hợp đồng xuất khẩu.

4. Kết luận

Thực tiễn đã cho thấy, sau 12 năm trở thành thành viên của WTO, Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hoá thời kỳ 2011- 2020 và định hướng đến 2030, đang dần trở thành hiện thực với Việt Nam. Tuy nhiên, tham gia vào một sân chơi lớn khi tiềm lực chỉ là một nước nhỏ khiến chúng ta có nguy cơ bị “tụt hậu”. Do đó, trong thời gian tới Việt Nam cần phải có những chính sách đúng đắn, bước đi tích cực nhằm thúc đẩy xuất khẩu phát triển./.

Tài liệu tham khảo

Đào Ngọc Tiến (2011), Đánh giá hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sau khi gia nhập WTO, Tạp chí Kinh tế đối ngoại.
 Hoàng Văn Châu, 2009, Thương mại Việt Nam hậu WTO, NXB Lao động — Xã hội.
 Tổng cục thống kê (Các năm từ 2007 đến 2018), Tình hình kinh tế xã hội
 Trung tâm WTO — VCCI (2014), Bản tin doanh nghiệp và chính sách thương mại quốc tế.
 Cổng thông tin Tổng cục Hải quan, <https://www.customs.gov.vn/Default.aspx>