

Xuất khẩu của Việt Nam trước tác động của khủng hoảng kinh tế toàn cầu

THS. TRƯƠNG TIẾN SĨ

Xuất khẩu là một trong những lĩnh vực then chốt góp phần quan trọng vào tăng trưởng và phát triển kinh tế. Thực tiễn sinh động từ thành công của các nước Đông Á với chính sách công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu trong những thập niên qua là một minh chứng thuyết phục cho vai trò của xuất khẩu như là một động lực của tăng trưởng và phát triển kinh tế.

Trong nhiều năm qua, Việt Nam cũng đã xem xuất khẩu như là một khâu đột phá nhằm thực hiện công

cuộc đổi mới đất nước. Hoạt động xuất khẩu được xem như động lực để khuyến khích kêu gọi đầu tư trong và ngoài nước, mở rộng sản xuất, xác định lợi thế cạnh tranh quốc gia, tăng thêm công ăn việc làm, nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống nhân dân; từng bước nâng cấp cơ sở hạ tầng; đồng thời là lĩnh vực mang lại nguồn ngoại tệ chủ yếu nhằm cân bằng cán cân thanh toán của quốc gia. Khủng hoảng kinh tế toàn cầu đang có những tác động tiêu cực đến hoạt động xuất khẩu của nước ta.

Cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu đang đặt ra nhiều thách thức cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam tại thời điểm hiện nay cũng như trong những thời gian tới. Bài viết đưa ra một số phân tích làm rõ tác động của nó, nguyên nhân cũng như nêu lên một số giải pháp kiến nghị nhằm duy trì tăng trưởng xuất khẩu, vượt qua khó khăn.

Tổng quan xuất khẩu của Việt Nam trong những năm gần đây

Về giá trị và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu

☞ giá đúng chất lượng hoạt động và thực trạng nợ xấu của các TCTD.

- Ban hành các quy định về kiểm soát rủi ro hệ thống, giám sát rủi ro trong hoạt động ngân hàng, có khả năng cảnh báo sớm đối với các TCTD, đặc biệt đối với thị trường ngoại hối và hệ thống thanh toán quốc gia.

- Củng cố hệ thống thanh tra, kiểm tra của NHNN; bảo đảm để mọi tổ chức, cá nhân tuân thủ đúng các quy định của pháp luật về tín dụng; đồng thời có biện pháp cụ thể kiểm soát tăng trưởng tài sản có rủi ro của các NHTM, ngăn chặn xu hướng gia tăng nợ xấu. Thực hiện kiểm toán các NHTM theo chuẩn mực quốc tế.

- Sửa đổi, bổ sung hệ thống kế toán ngân hàng cùng với các quy định về phân loại nợ, xử lý rủi ro trong hoạt động ngân hàng phù hợp với chuẩn mực quốc tế, bảo đảm việc đánh giá đúng chất lượng hoạt động và thực trạng nợ xấu của các TCTD. Đẩy nhanh quá trình cơ cấu lại hệ thống ngân hàng; Rà soát kỹ và

chặt chẽ việc cho vay tín dụng đối với chứng khoán và cho vay kinh doanh bất động sản.

- Bên cạnh cải cách căn bản và đổi mới triệt để các NHTM theo hướng phát triển toàn diện, đa năng, hiện đại và đáp ứng các chuẩn mực và đòi hỏi theo thông lệ quốc tế, bảo đảm từng bước đưa các NHTM phát triển ngang tầm với các NHTM ở các nước trong khu vực và thế giới, thì nâng cao kiểm tra và giám sát các hoạt động của các tổ chức này.

- Đẩy mạnh thị trường dịch vụ ngân hàng, bảo đảm dịch vụ ngân hàng ngày một phong phú, đa dạng với chất lượng phục vụ cao.

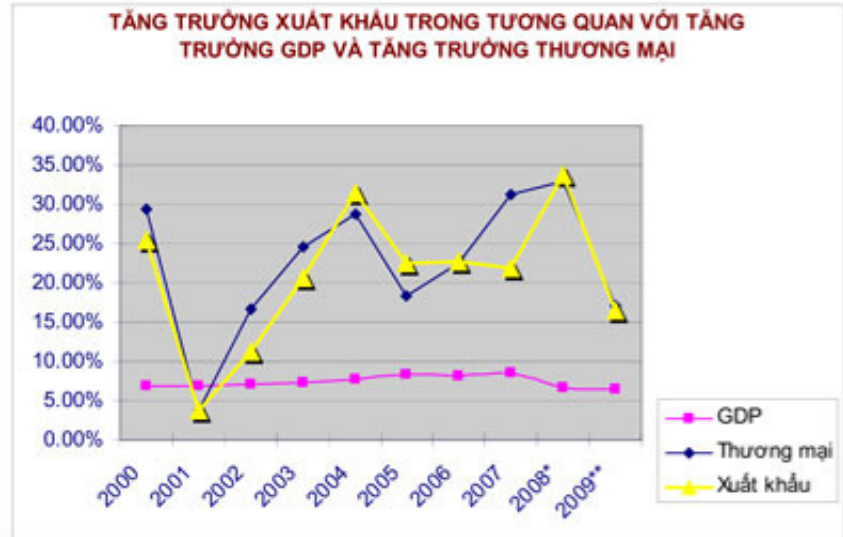
Kết luận

Hoạch định các CSTT đòi hỏi luôn đặt trong mối tương quan gắn kết với hoạt động của các NHTM. Những CSTT tốt sẽ giúp các NHTM làm ăn có lãi nếu chính sách bất cập các ngân hàng này sẽ gặp khó khăn. Do vậy trong quá trình hoạch định CSTT cần thận trọng và có bước đi thích hợp, nhịp nhàng không gây sốc■

Xuất khẩu của nước ta từ năm 2000 đến nay đạt được nhiều thành tích rất ấn tượng. Ngoại trừ năm 2001 và 2002, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu chỉ đạt 3,8% và 11,2%, các năm còn lại đều đạt mức tăng trưởng rất cao bình quân trên 20%/năm. Mức tăng này là cao gấp 3 lần mức tăng trưởng GDP bình quân cùng thời kỳ. Như vậy, sau 9 năm tính từ năm 2000, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa đã tăng gấp 4,5 lần, từ 14,5 tỷ USD lên 65 tỷ USD năm 2008 (số ước tính).

Ở một vài thị trường cụ thể, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu là rất cao. Chẳng hạn: thị trường Campuchia (tăng bình quân 32,86%/năm tính từ năm 2000 đến nay, kim ngạch xuất khẩu năm 2007 tăng gấp 7 lần so với năm 2000 từ 141,6 triệu USD lên đến 990,8 triệu USD, Campuchia trở thành thị trường xuất khẩu lớn thứ 5 ở ASEAN, thứ 9 ở khu vực Châu Á và 14 trên thế giới của Việt Nam), Các tiểu vương quốc Ả rập Thống nhất (năm 2000 chỉ 23,8 triệu USD nhưng đến năm 2007 đã là 234,7 triệu USD (tăng gần 10 lần) với tốc độ tăng bình quân 39,6%/năm), Thổ Nhĩ Kỳ (có mức tăng bình quân lên đến 52%/năm, từ 15,7 triệu USD năm 2000 tăng lên tới 201,8 triệu USD năm 2007, tăng 12,85 lần chỉ sau 8 năm). Tại thị trường Châu Âu, thị trường Tây Ban Nha có tốc độ tăng nhanh nhất bình quân 28%/năm từ 137,3 triệu USD năm 2000 lên đến 759,6 triệu USD năm 2007 (tăng 5,5 lần). Nổi bật nhất có lẽ phải nói đến thị trường Hoa Kỳ. Sau khi Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ được ký kết và có hiệu lực từ năm 2001, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này không ngừng tăng lên với tốc độ tăng bình quân khoảng 30%/năm, từ mức 732,8 triệu USD năm 2000 đã lên đến 10,1 tỷ USD

Bảng biểu 1: TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU TRONG TƯƠNG QUAN VỚI CÁC LĨNH VỰC KHÁC QUA CÁC NĂM



Nguồn: Tổng cục thống kê, Bộ Công Thương, Tổng cục Hải quan và tổng hợp của tác giả. (*): số liệu ước tính; (**): số liệu theo mục tiêu, kế hoạch của Bộ Công Thương.

vào năm 2007 (tăng gần 14 lần), từ thị trường xuất khẩu lớn thứ 6 trở thành thị trường xuất khẩu số 1 của Việt Nam hiện nay.

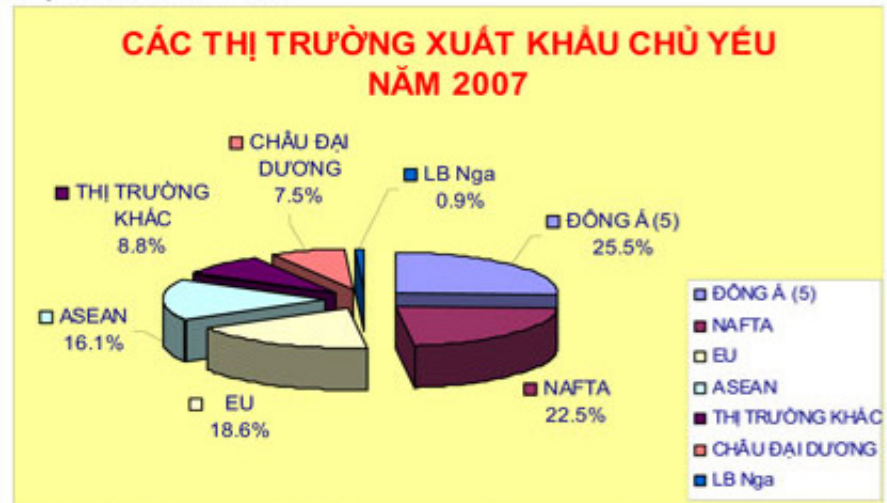
VỀ THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

Nếu chia theo khu vực, Đông Á⁵ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam hiện nay với tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa năm 2007 là 12,4 tỷ USD, chiếm 25,5% giá trị xuất khẩu¹. Kế đến là Bắc Mỹ - NAFTA, chiếm 22,5% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, Liên minh Châu Âu (EU)² xếp thứ ba với

kim ngạch xuất khẩu lên đến 9 tỷ USD trong năm 2007, chiếm 18,6%.

Với vị trí địa lý rất thuận lợi, ASEAN/AFTA đang dần trở thành thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Đây là thị trường lớn thứ 4 với kim ngạch xuất khẩu năm 2007 vào khu vực này là 7,8 tỷ USD, chiếm 16,1% thị trường xuất khẩu. Châu Đại Dương cũng là thị trường rất quan trọng. Trong năm 2007, Việt Nam đã xuất khẩu sang thị trường này 3,62 tỷ USD (riêng Australia là 3,56 tỷ USD), chiếm 7,5% kim ngạch xuất khẩu.

Bảng biểu 2: THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM NĂM 2007



Nguồn: Niên giám thống kê, Bộ công thương và tính toán của tác giả. Đông Á (5) bao gồm: Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Hong Kong và Đài Loan.

¹ Trong đó: giá trị hàng xuất khẩu sang Nhật là 6,1 tỷ USD (chiếm gần 50% của khu vực này), Trung Quốc là 3,4 tỷ USD, Hàn Quốc gần 1,3 tỷ USD, Đài Loan là 1,1 tỷ USD và Hongkong là gần 600 triệu USD.
² Trong đó, Đức là thị trường lớn nhất tại khu vực này của Việt Nam, năm 2007 nhập khẩu 1,86 tỷ USD hàng hóa của Việt Nam, và lần lượt là Anh 1,43 tỷ USD, Hà Lan 1,18 tỷ USD; Pháp, Bỉ, Ý và Tây Ban Nha mỗi nước khoảng 800 triệu USD.

Bảng biểu 3: NHỮNG THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU LỚN NHẤT CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY
Đơn vị tính: triệu USD

| Stt | Quốc gia | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|-----|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 1 | Hoa Kỳ | 732.8 | 1065.3 | 2452.8 | 3938.6 | 5024.8 | 5924.0 | 7845.1 | 10089.1 |
| 2 | Nhật Bản | 2575.2 | 2509.8 | 2437.0 | 2908.6 | 3542.1 | 4340.3 | 5240.1 | 6069.8 |
| 3 | Australia | 1272.5 | 1041.8 | 1328.3 | 1420.9 | 1884.7 | 2722.8 | 3744.7 | 3556.9 |
| 4 | Trung Quốc | 1536.4 | 1417.4 | 1518.3 | 1883.1 | 2899.1 | 3228.1 | 3242.8 | 3356.7 |
| 5 | Singapore | 885.9 | 1043.7 | 961.1 | 1024.7 | 1485.3 | 1917.0 | 1811.7 | 2202.0 |
| 6 | Đức | 730.3 | 721.8 | 729.0 | 854.7 | 1064.7 | 1085.5 | 1445.3 | 1855.1 |
| 7 | Anh | 479.4 | 511.6 | 571.6 | 754.8 | 1010.3 | 1015.8 | 1179.7 | 1431.4 |
| 8 | Malaysia | 413.9 | 337.2 | 347.8 | 453.8 | 624.3 | 1028.3 | 1254.0 | 1390.0 |
| 9 | Hàn Quốc | 352.6 | 406.1 | 468.7 | 492.1 | 608.1 | 663.6 | 842.9 | 1252.7 |
| 10 | Hà Lan | 391.0 | 364.5 | 404.3 | 493.0 | 581.9 | 659.2 | 857.4 | 1182.1 |

Nguồn: Niên giám thống kê

Nếu xét thị trường xuất khẩu theo quốc gia và lãnh thổ thì Hoa Kỳ là thị trường lớn nhất với giá trị xuất khẩu đạt hơn 10 tỷ USD trong năm 2007, chiếm 20,8% thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Kế đến là Nhật Bản với 6,07 tỷ USD (chiếm 12,5%), Australia là thị trường xuất khẩu lớn thứ 3 với 3,56 tỷ USD (chiếm 7,3%), Trung Quốc là 3,36 tỷ USD (chiếm 6,9%) và Singapore là thị trường xuất khẩu lớn thứ 5 với 2,2 tỷ USD (chiếm 4,5%)

Về cơ cấu và mặt hàng xuất khẩu

Nếu như trước đây, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là nông sản, thủy sản, dệt may, da giày thì đến nay cơ cấu mặt hàng xuất khẩu trở nên đa dạng và phong phú hơn. Tỷ trọng hàng công nghiệp và chế biến ngày càng tăng trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Năm 1995, các mặt hàng thô, sơ chế chiếm tới 67,24% tổng kim ngạch xuất khẩu đến năm 2000 giảm xuống còn 55,78% và đến năm 2007 chỉ còn chiếm khoảng 48%.

Trong năm 2007, Việt Nam đã có 10 mặt hàng xuất khẩu đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD. 10 mặt hàng này đạt 34,3 tỷ USD, chiếm 70,9% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Cụ thể: **Dầu thô** là mặt hàng mang về nhiều tỷ USD nhất ước đạt 8,59 tỷ USD³; kế đến là **dệt may** với

7,78 tỷ USD, tăng 33% so với năm 2006; **Giày dép** là 3,99 tỷ USD; **thủy sản** với 3,79 tỷ USD; xuất khẩu **gạo** đạt 4,56 triệu tấn (khoảng 2,6 tỷ USD); **gỗ và sản phẩm gỗ** là 2,37 tỷ

USD; **cà phê** là 1,23 triệu tấn (khoảng 2,1 tỷ USD)⁴; **cao su** là 715 nghìn tấn (1,44 tỷ USD); **điện tử và máy tính** là 2,18 tỷ USD; và **than đá** là 1 tỷ USD.

Bảng biểu 4: GIÁ TRỊ XUẤT KHẨU CHIA THEO KHU VỰC KINH TẾ VÀ NHÓM HÀNG
(Đơn vị tính: triệu USD)

| TIÊU CHÍ | 1995 | 2000 | 2005 | 2007 |
|---|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Phân theo khu vực kinh tế | | | | |
| Khu vực kinh tế trong nước | 3975.8 | 7672.4 | 13893.4 | 20785.7 |
| Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài ^(*) | 1473.1 | 6810.3 | 18553.7 | 27775.7 |
| Phân theo nhóm hàng | | | | |
| Hàng công nghiệp nặng và khoáng sản | 1377.7 | 5382.1 | 11701.4 | 16000.0 |
| Hàng CN nhẹ và TTCN | 1549.8 | 4903.1 | 13293.4 | 21598.0 |
| Hàng nông, lâm sản | 1899.7 | 2719.0 | 4719.9 | 7200.0 |
| Hàng thủy sản | 621.4 | 1478.5 | 2732.5 | 3763.4 |
| TỔNG SỐ | 5448.9 | 14482.7 | 32447.1 | 48561.4 |

(*) Bao gồm xuất khẩu dầu thô



Nguồn: Niên giám thống kê, Bộ công thương và tính toán của tác giả

Bảng biểu 5: MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM

| Mặt hàng | 2000 | 2005 | 2007 | | Thị trường xuất khẩu chủ yếu |
|-------------------------------|--------|--------|-----------|----------------------------|--|
| | | | Kim ngạch | (triệu USD) ^(*) | |
| Dầu thô (nghìn tấn) | 15.424 | 17.967 | 15.081 | 8.590 | Australia (5,18 triệu tấn), Singapore (2,92 triệu tấn), Nhật Bản (1,71 triệu tấn) |
| Gạo (nghìn tấn) | 3.477 | 5.250 | 4.500 | 2.600 | Philippin (1,46 triệu tấn), Indonesia (1,17 triệu tấn),... |
| Dệt may (triệu USD) | 1.892 | 4.838 | 7.784 | | Hoa Kỳ (\$4,47 tỷ), EU (\$1,498 tỷ), Nhật (\$705 triệu) |
| Giày dép (triệu USD) | 1.472 | 3.040 | 3.963 | | EU (\$2,184 tỷ), Hoa Kỳ (\$0,885 tỷ) |
| Thủy sản (triệu USD) | 1.579 | 2.739 | 3.792 | | EU (\$920 triệu), Nhật (\$754 triệu), Hoa Kỳ (\$729 triệu), Hàn Quốc (\$275 triệu) |
| Cà phê (nghìn tấn) | 734 | 892 | 1.194 | 2.100 | EU (\$879 triệu), Hoa Kỳ (\$230 triệu) |
| Điện tử, máy tính (triệu USD) | 789 | 1.427 | 2.178 | | Thái Lan (\$370 triệu), Hoa Kỳ (\$273 triệu), Nhật (\$269 triệu), Philipin (\$173 triệu) |
| Gỗ và sp gỗ (triệu USD) | 294 | 1.563 | 2.364 | | Hoa Kỳ (\$948 triệu), EU (\$600 triệu), Nhật (\$307 triệu) |
| Cao su (nghìn tấn) | 273 | 587 | 719 | 1.440 | Trung Quốc (gần 428 nghìn tấn), Hàn Quốc (37 nghìn tấn), Malaysia (gần 35 nghìn tấn), Đài Loan (33 nghìn tấn) |
| Than đá (nghìn tấn) | 3.251 | 17.987 | 32.535 | 1.000 | Trung Quốc (26,4 triệu tấn), Nhật (2,07 triệu tấn), Hàn Quốc (775 nghìn tấn), Braxin (417 nghìn tấn), Philipin (402 nghìn tấn) |

Nguồn: Tổng cục thống kê, Tổng cục hải quan, Bộ Công thương; () số liệu ước tính*

³ Sản lượng dầu thô năm 2007 đạt 15,3 triệu tấn, giảm 8,3% so với năm 2006 nhưng tăng về giá trị.
⁴ EU chiếm gần 50% kim ngạch xuất khẩu cà phê của VN với giá trị 879 triệu USD, Hoa Kỳ xếp thứ 2 với 135 nghìn tấn (khoảng 230 triệu USD)

Khủng hoảng kinh tế toàn cầu và hoạt động xuất khẩu của Việt Nam

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê, kim ngạch của hầu hết các mặt hàng xuất khẩu trong 11 tháng năm 2008 đều tăng so với cùng kỳ năm trước, trong đó 10 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD vẫn duy trì mức tăng cao: Dầu thô đạt 9,9 tỷ USD, tăng 30,9% so với cùng kỳ năm trước; hàng dệt may đạt 8,4 tỷ USD, tăng 19,1%; thủy sản đạt 4,3 tỷ USD, tăng 24,8%; giày dép đạt 4,2 tỷ USD, tăng 18,3%; gạo đạt 2,7 tỷ USD, tăng 89,1%; điện tử, máy tính đạt 2,5 tỷ USD, tăng 29,5%; cà phê đạt khoảng 1,8 tỷ USD, tăng 9,5%; cao su đạt 1,5 tỷ USD, tăng 26%; than đá đạt 1,4 tỷ USD, tăng 50,5%.

Trong 10 tháng đầu năm 2008, các thị trường chủ lực vẫn tăng tốt so với cùng kỳ năm trước. Cụ thể thị trường Hoa Kỳ, trong 10 tháng năm nay kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đạt 9,8 tỷ USD, tăng 18,4% với các mặt hàng chính như: hàng dệt may đạt 4,4 tỷ USD, giày dép 850 triệu USD, gỗ và sản phẩm gỗ 860 triệu USD, dầu thô 790 triệu USD. Các thị trường còn lại: ASEAN đạt 9,2 tỷ USD, tăng 41,7% so với cùng kỳ năm trước; thị

trường EU đạt 8,5 tỷ USD, tăng 19%; Ô-x-trây-li-a đạt 3,9 tỷ USD, tăng 54%; Trung Quốc đạt 3,8 tỷ USD, tăng 48%.

Nhưng nếu phân tích theo từng tháng, tổng kim ngạch xuất khẩu của 4 tháng 8, 9, 10 và 11 bắt đầu có sự sụt giảm so với tháng trước đó. Cụ thể: xuất khẩu trong tháng 11/2008 tiếp tục giảm mạnh so với tháng trước khi chỉ đạt khoảng 4,8 tỷ USD (giảm 4,76% so với tháng 10 và chỉ tăng 6,67% so với cùng kỳ năm 2007), tháng 10 là 5,1 tỷ USD, thấp hơn con số 5,27 tỷ USD thực hiện được trong tháng 9, trong khi tháng 8 là 6,1 tỷ USD và tháng 7-2008 là 6,54 tỷ USD.

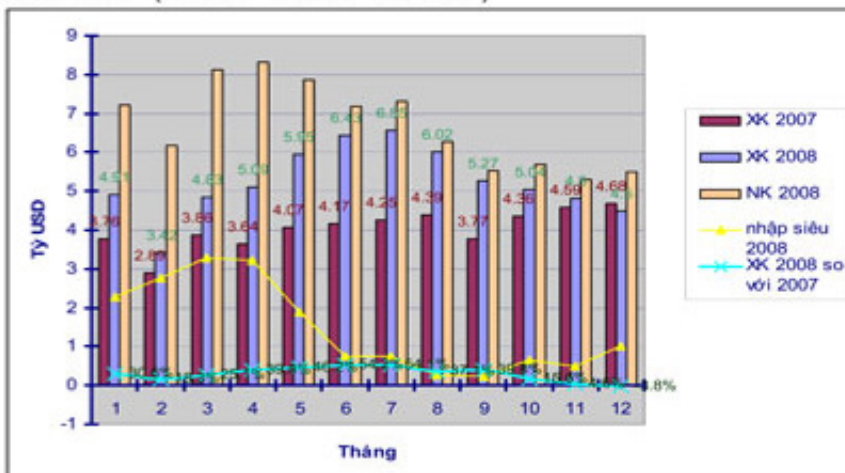
Theo nhận định của Tổng cục Thống kê, nguyên nhân khiến kim ngạch xuất khẩu giảm liên tục trong 4 tháng qua là do giá một số mặt hàng xuất khẩu giảm đặc biệt là các mặt hàng chủ lực như giá dầu thô giảm 29% so với tháng 9 và 10, giá gạo tiếp tục giảm 10%, giá than đá giảm 7%. Trong tháng 10 năm 2008, kim ngạch xuất khẩu dầu thô chỉ đạt 700 triệu so với 808 triệu; gạo đạt 165 triệu so với 260 triệu, cà phê chỉ đạt 88 triệu so với 101 triệu USD tháng liền trước.

Mặt hàng cao su cũng có sự biến động tương đối lớn. Tháng 10/2008 cả nước xuất

khẩu được 66,7 ngàn tấn cao su các loại với trị giá trên 153 triệu USD, giảm 5% về lượng và 21% về trị giá so với tháng trước. So với cùng kỳ năm 2007, giảm 7% về lượng song tăng 7% về trị giá. Tổng lượng cao su xuất khẩu 10 tháng năm 2008 đạt 516 nghìn tấn, giảm 9,6% so với cùng kỳ năm trước.

Nhưng nguyên nhân chính của sự sụt giảm kim ngạch xuất khẩu trong thời gian qua và có thể tác động tiêu cực đến tình hình xuất khẩu nước ta trong 2 năm tới đó chính là khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Hoa Kỳ, Liên minh Châu Âu, Nhật Bản và một số nền kinh tế khác đã chính thức bước vào giai đoạn suy thoái sau khi tăng trưởng GDP trong 2 quý II và III là những con số âm. Đây là những thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam như Mỹ chiếm tới 20,8% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, EU (chiếm 18,6%), Nhật Bản (chiếm 12,5%). Ngay cả những nền kinh tế trong khu vực như Singapore (chiếm 4,5% kim ngạch xuất khẩu) cũng tuyên bố đã rơi vào tình trạng suy thoái. Ngân hàng thế giới (WB) và Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) dự báo trong năm 2009, Hoa Kỳ là nền kinh tế suy thoái nặng nề nhất với tăng trưởng GDP âm (-) 0,7%, kế tiếp là khu vực 15 nước sử dụng đồng EURO với âm (-) 0,5% và Nhật Bản là âm (-) 0,2%.

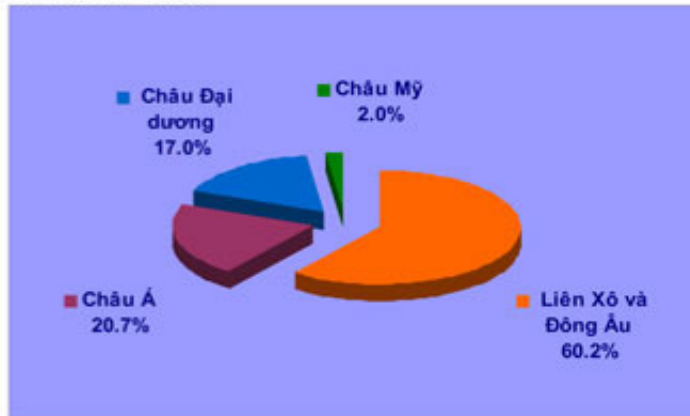
Bảng biểu 6: TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU NĂM 2008 SO VỚI NĂM 2007 (THEO TỪNG THÁNG)



(*): Số liệu tháng 12/2008 là ước tính của tác giả.

Như vậy, cầu thị trường thế giới về hàng hóa sẽ giảm sút rất mạnh trong thời gian tới, đặc biệt là các thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU, Nhật, đã làm cho số lượt đơn đặt hàng nhanh chóng giảm đi cả về số lượng, giá trị lẫn giá cả. Chẳng hạn: mặt hàng cao su với 60% sản lượng cao su Việt Nam hiện xuất sang Trung Quốc, còn lại là các thị trường Hàn Quốc, Đài Loan, Malaysia... Các nước này lại nhập cao su chủ yếu để sản xuất lốp xe bán cho Hoa Kỳ, châu Âu nên giá cao su sẽ còn tiếp tục giảm nữa.

Bảng biểu 7: CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM NĂM 1985



Nguồn: Tổng cục thống kê, Bộ thương mại và tính toán của tác giả

Có một nguyên nhân mang tính chủ quan cần phải nhắc đến đó là sự lệ thuộc quá mức vào một số thị trường xuất khẩu nhất định. Trong một thời gian dài, xuất khẩu dựa chủ yếu vào một số thị trường Châu Á, EU và Hoa Kỳ (chiếm khoảng 80% kim ngạch xuất khẩu của cả nước năm 2007) với mức độ phụ thuộc còn lớn hơn cả mức đã phụ thuộc vào Liên Xô và Đông Âu trước đây [xem bảng biểu 2 và 7]. Nhiều thị trường mới giàu tiềm năng chưa được quan tâm khai thác đúng mức và đúng lúc (Châu Phi, Trung Đông, Mỹ Latin); và sau khi chiến tranh lạnh kết thúc, Việt Nam mất luôn cả những thị trường truyền thống (các nước thuộc Liên Xô cũ và Đông Âu).

Một số giải pháp, kiến nghị

Để giảm thiểu những tác động tiêu cực của cuộc khủng hoảng, duy trì được tốc độ tăng trưởng xuất khẩu 13 - 16% trong năm 2009 như mục tiêu Chính phủ đã đề ra và những năm tiếp theo thì cần có những nỗ lực rất lớn từ nhiều phía. Một số kiến nghị và giải pháp trước mắt cần thực hiện mạnh mẽ là:

- Rà soát các cơ chế, chính sách về xuất khẩu theo hướng tạo thuận lợi tối đa cho xuất khẩu, phù hợp với các cam kết của WTO, của các hiệp định thương mại song phương, đa phương khác. Cải cách thủ tục hành chính cùng với việc hiện

đại hóa hoạt động hải quan (ứng dụng các phương thức thương mại hiện đại, thương mại điện tử, công nghệ thông tin trong hoạt động thương mại) nhằm tạo thuận lợi cho hàng hóa lưu thông, giảm chi phí, thời gian của doanh nghiệp. Miễn giảm thuế nguyên vật liệu nhập khẩu là đầu vào sản xuất phục vụ xuất khẩu.

- Chính sách lãi suất và tỷ giá của Ngân hàng Nhà nước phải được điều chỉnh theo hướng linh hoạt nhằm giúp doanh nghiệp trong nước tiếp cận dễ dàng với nguồn vốn vay hơn; cắt giảm lãi suất cho những doanh nghiệp vay phục vụ sản xuất - xuất khẩu; đồng thời tiếp tục tăng tỷ giá USD để tăng tính cạnh tranh cho hàng hóa Việt Nam khi mà đồng USD đã tăng giá 20 - 30% so với nhiều đồng tiền khác.

- Tiếp tục cải tiến việc xây dựng và triển khai thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, phát triển các chiến lược thị trường, mặt hàng xuất khẩu hiệu quả và mang tính thực tiễn, khả thi cao. Tiếp tục phát huy vai trò và trách nhiệm của các cơ quan ngoại giao và các tham tán thương mại Việt Nam ở nước ngoài trong việc xúc tiến, quảng bá về thương hiệu sản phẩm Việt Nam, con người Việt Nam; cung cấp thông tin và hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường, đặc biệt là các thị trường mới, tiềm năng.

- Nâng cao hiệu quả sản xuất trong nước theo hướng đa dạng hóa sản phẩm và giảm giá thành nhằm tăng tính cạnh tranh trên các thị trường quốc tế. Chú trọng xây dựng, quảng bá thương hiệu sản phẩm nông, lâm, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam; bảo đảm chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm theo yêu cầu nghiêm ngặt của từng thị trường quốc tế.

- Tiếp tục chính sách trợ cấp xuất khẩu nhằm đẩy mạnh các hoạt động thuận lợi hóa và hỗ trợ việc gia nhập thị trường mới. Khuyến khích, hỗ trợ xuất khẩu cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp và người nông dân tiếp cận các nguồn vốn hỗ trợ một cách có hiệu quả. Chính sách trợ cấp xuất khẩu này phải phù hợp với các cam kết của Việt Nam với WTO và các định chế kinh tế - tài chính quốc tế.

- Chú trọng xây dựng và tăng cường năng lực ứng phó với các vụ kiện chống phá giá, các rào cản kỹ thuật thương mại mới... thông qua việc nâng cao hiệu quả hoạt động của các Hiệp hội ngành nghề. Theo Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), kim ngạch xuất khẩu của các hội viên chiếm tỷ trọng lớn, tới trên 90% trong tổng kim ngạch của cả ngành. Hiện có trên 30 Hiệp hội doanh nghiệp ngành hàng, trong đó hầu hết các ngành hàng xuất khẩu quan trọng đều đã hình thành được các hiệp hội. Tuy nhiên, đến nay các hiệp hội này vẫn tồn tại nhiều vấn đề, cơ sở vật chất và tài chính của các hội còn nghèo.

- Cần tiếp tục đẩy mạnh việc xúc tiến thương mại sang các thị trường mới ở Trung Đông, Châu Phi và Châu Mỹ Latin. Một số những thị trường

Nhu cầu và khả năng phát triển thị trường dịch vụ tài chính trên địa bàn TP.HCM

TS. VŨ THỊ MINH HẰNG
DH Kinh tế TP.HCM

Thành phố Hồ Chí Minh là một địa bàn có nhiều tiềm năng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp cung cấp DVTC khai thác nhằm phát triển thị phần. Sau đây tôi xin đề cập một số vấn đề chủ yếu hình thành nên nhu cầu và khả năng phát triển thị trường DVTC tại TP.HCM

- **Thứ nhất** TP.HCM chiếm 0,6% diện tích và 6,6% dân số cả nước, tỉ trọng GDP của thành phố chiếm 1/5 tổng sản phẩm quốc nội, 1/3 sản lượng công nghiệp, 40-50% kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Trong giai đoạn từ 2000 đến nay thành phố luôn giữ vững nhịp độ tăng trưởng kinh tế cao với tốc độ tăng trưởng bình quân trên 10%/năm, đặc biệt trong năm 2007 đạt 12,6% là mức tăng trưởng cao nhất trong vòng 10 năm qua. Là một trung tâm kinh tế lớn của cả nước, nơi đây tập trung các doanh nghiệp thuộc các ngành các lĩnh vực, thành phố có 7 tổng công ty nhà nước do thành phố quản lý, chiếm 25% tổng vốn kinh doanh, thành phố còn là địa phương dẫn đầu cả nước với 12 khu công nghiệp và khu chế xuất cùng hàng chục ngàn cơ sở kinh doanh khác... Tình hình đó đã tạo ra nhu cầu giao dịch, tư vấn, quản lý tài chính rất lớn.

Thành phố Hồ Chí Minh (Tp.HCM) vươn lên là một trong những trung tâm tài chính của cả nước. Với môi trường kinh tế năng động, thị trường dịch vụ tài chính (DVTC) trên địa bàn đã và đang có những bước chuyển mình mạnh mẽ để vừa góp phần vào chiến lược phát triển chung của thành phố vừa đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của đời sống kinh tế - xã hội. Trước thực tế đó, bài viết tập trung phân tích những nhu cầu và khả năng phát triển thị trường DVTC tại TP.HCM.

Bảng 1: Một số chỉ tiêu kinh tế của TP.HCM (2000-2007)

| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|
| -Giá trị GDP tính theo giá thực tế (tỷ đồng) | 75.862 | 84.852 | 96.403 | 113.32 | 137.08 | 169.55 | 191.011 | 214.505 |
| % GDP | 9.21 | 9.5 | 10.2 | 11.2 | 11.6 | 12.2 | 11.2 | 12.6 |
| -Cơ cấu GDP theo ngành | | | | | | | | |
| +Công nghiệp | 44.08 | 46.2 | 47.5 | 47.9 | 48.5 | 48.1 | 47.7 | 48.2 |
| +Dịch vụ | 53.73 | 51.9 | 51.3 | 50.5 | 50.1 | 50.7 | 51.1 | 50.1 |

Nguồn: Cục thống kê thành phố

- **Thứ hai**, với tổng dân số thành phố năm 2000 là 5 triệu người, theo dự báo của Viện Kinh tế thành phố năm 2010 thành phố sẽ có số dân trên 7 triệu người. Ngoài ra, sự gia tăng dân số cơ học của một trung tâm vẫn có chiều hướng vượt trội số người xuất cư khỏi thành phố

Bên cạnh đó, với tốc độ tăng trưởng kinh tế cao, GDP bình quân của người dân thành phố cũng cao nhất cả nước. Nếu năm 2000 mức này mới là 1.365 USD thì đến nay đã 2.000 USD và phấn đấu đến năm 2008 là 2.500 USD và đạt 3.000 USD khi đến năm 2010. Khi thu nhập

mới đầy tiềm năng như Thổ Nhĩ Kỳ⁵, Ai Cập⁶, Marocco⁷ cần được quan tâm nhiều hơn để đẩy nhanh kim ngạch xuất khẩu, đồng thời tạo cửa ngõ để xâm nhập mở rộng vào các thị trường khác thuộc khu vực này.

Năm 2008, Chính phủ đã chọn là năm Trung Đông. Việc đầu tư có trọng tâm, trọng điểm này cho thấy mang lại những hiệu quả nhất định. Nên chăng, Bộ Công

Thương và Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) tiếp tục kiến nghị Chính phủ chọn chủ đề "Trung Đông" cho hoạt động xuất khẩu trong năm 2009⁸.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Danh Vĩnh (chủ biên), 20 năm đổi mới cơ chế chính sách thương mại Việt Nam (những thành tựu và bài học kinh nghiệm), NXB Thế giới, Hà Nội 2006

2. Bộ Công Thương, Mục tiêu kế hoạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam năm 2009

3. <http://www.customs.gov.vn/Default.aspx?tabid=396>

4. <http://www.gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=217>

5. <http://vneconomy.vn/PrintPreview.aspx?NewsID=20081126074143106>

6. <http://www.tapchicongnghiep.vn/News/PrintView.aspx?ID=20532>

7. <http://www.vinanet.com.vn/NewsDetail.aspx?NewsID=155567>

⁵ Trong năm 2007, Việt Nam đã xuất khẩu sang Thổ Nhĩ Kỳ đạt giá trị 202 triệu USD, dự kiến trong năm 2008 sẽ tăng lên khoảng 350 triệu USD, tăng 73,27%

⁶ Kim ngạch xuất khẩu sang Ai Cập năm 2007 là 97 triệu USD, tăng gần 100% so với năm 2006

⁷ Xuất khẩu vào thị trường Marocco đạt 46 triệu USD trong năm 2007, tăng 110% so với năm 2006

⁸ Thị trường Trung Đông nổi lên một số thị trường rất tiềm năng như Thổ Nhĩ Kỳ, Arap Saudi. Các tiểu vương quốc Arap Thống nhất... với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu vào các thị trường này là rất cao, trên 100%/năm.