

XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH MỚI VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

LÊ THỊ THANH

Trong thời kỳ 2011-2020, Việt Nam đặt mục tiêu tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa bình quân đạt khoảng 11-12%/năm, trong đó, giai đoạn 2016-2020 phấn đấu tăng trưởng bình quân đạt 11%/năm và duy trì tốc độ tăng trưởng khoảng 10% thời kỳ 2021-2030. Riêng năm 2019, mục tiêu kim ngạch xuất khẩu đặt ra đạt khoảng 258 tỷ USD, tăng 8% so với năm 2017. Tuy nhiên, trong bối cảnh mới, bên cạnh những cơ hội, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam cũng phải đối diện với không ít thách thức, tác động đến việc hoàn thành các mục tiêu đề ra trong Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030.

Từ khóa: Xuất nhập khẩu, tăng trưởng, hàng hóa, kim ngạch, ngoại thương

EXPORT OF VIETNAMESE GOODS IN THE NEW CONTEXT AND SOME ISSUES

Le Thi Thanh

In the period 2011-2020, Vietnam aims to achieve an average export growth rate of about 11-12% per year, in which the period 2016-2020 strives to achieve 11% per year and maintains the growth rate of about 10% during the period of 2021-2030. Particularly in 2019, the export turnover target achieved about USD 258 billion, up by 8% compared to 2017. However, in the new context, besides the export opportunities, Vietnam must also face with many challenges, affecting the objective completion in the Strategy on exports and imports for 2011-2020, with visions to 2030.

Keywords: Import and export, growth, goods, turnover, foreign trade

Ngày nhận bài: 15/5/2019

Ngày hoàn thiện biên tập: 7/6/2019

Ngày duyệt đăng: 13/6/2019

Thực trạng xuất khẩu hàng hóa

Theo Bộ Công Thương, 2011-2018 là giai đoạn tăng trưởng vượt bậc về kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam; trong đó, tăng trưởng xuất khẩu vượt mục tiêu đề ra, góp phần quan trọng vào thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Xuất khẩu

trong 8 năm tăng gấp 2,51 lần (từ 96,91 tỷ USD năm 2011 lên 243,48 tỷ USD vào năm 2018). Việt Nam đã nhanh chóng cải thiện vị thế trên bản đồ xuất nhập khẩu thế giới. Theo thống kê của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), nếu như năm 2007, Việt Nam đứng thứ 50 thì đến năm 2017, đã vươn lên vị trí thứ 27 về xuất khẩu. Với kết quả ấn tượng của xuất nhập khẩu trong năm 2018, thứ hạng xuất khẩu, nhập khẩu của Việt Nam tiếp tục được cải thiện trên bảng xếp hạng, giữ vững vị trí trong số những quốc gia có tổng kim ngạch xuất nhập khẩu lớn nhất. Xét về quy mô thị trường xuất khẩu, nếu năm 2011, Việt Nam chỉ có 24 thị trường xuất khẩu, đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD (trong đó có 3 thị trường trên 10 tỷ USD) thì đến năm 2018, có 31 thị trường xuất khẩu đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD (trong đó, 4 thị trường đạt kim ngạch trên 10 tỷ USD, 7 thị trường trên 5 tỷ USD).

Trong giai đoạn 2011-2018, không ít doanh nghiệp Việt Nam đã tiếp tục đẩy mạnh khai thác các thị trường truyền thống và mở rộng tìm kiếm, phát triển thêm nhiều thị trường mới. Tính đến nay, hàng hóa của Việt Nam đã có mặt trên 200 quốc gia và vùng lãnh thổ. Kim ngạch xuất khẩu sang các thị trường quan trọng của Việt Nam là Hoa Kỳ, Liên minh châu Âu (EU), các quốc gia Đông Nam Á, Nhật Bản và Hàn Quốc đều tăng trưởng cao trong giai đoạn 2011-2018 (Bảng 2). Trong đó, Trung Quốc và Hàn Quốc là hai thị trường có tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất, với tốc độ tăng trưởng lần lượt là 21,7% và 21,5%.

Đặc biệt, 2018 là năm đạt nhiều kỷ lục về xuất khẩu hàng hóa. Số liệu của Tổng cục Hải quan

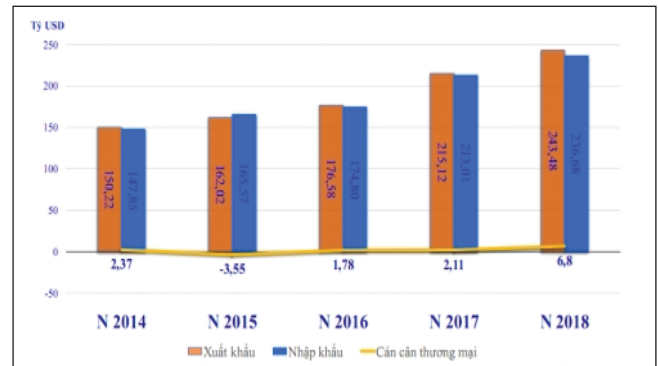


cho thấy tổng trị giá hàng hóa xuất nhập khẩu của cả nước, đạt 480,17 tỷ USD, tăng hơn 52 tỷ USD so với kết quả thực hiện của năm 2017. Trong đó, xuất khẩu thiết lập những kỷ lục mới với kim ngạch đạt gần 243,5 tỷ USD, tăng 13,2% so với năm 2017, vượt xa chỉ tiêu kế hoạch được Quốc hội và Chính phủ giao (chỉ tiêu Quốc hội giao tăng 7-8%; chỉ tiêu Chính phủ giao tăng 8-10%). Nếu tính theo giá trị tuyệt đối, xuất khẩu năm 2018 tăng thêm 28,36 tỷ USD so với năm trước. Nhóm mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của nước ta trong năm 2018 là điện thoại và linh kiện các loại với trị giá ghi nhận lên đến 49,1 tỷ USD, chiếm 1/5 tổng trị giá hàng xuất khẩu.

2018 cũng là năm thứ 3 liên tiếp xuất siêu của Việt Nam, khi mức thặng dư kỷ lục lên gần 6,8 tỷ USD (cao hơn rất nhiều so với năm 2016 là 1,78 tỷ USD và năm 2017 là 2,11 tỷ USD). Trong năm 2018, Việt Nam có thặng dư cán cân thương mại với 150 nước, vùng lãnh thổ và có thâm hụt với 85 nước, vùng lãnh thổ. Về việc duy trì xuất siêu, Việt Nam đã đạt xuất siêu trong 6 năm kể từ năm 2012 đến nay, chỉ duy nhất năm 2015 có cán cân thương mại thâm hụt. Kết quả này đã góp phần cân bằng cán cân thanh toán và ổn định các chỉ số kinh tế vĩ mô của nền kinh tế.

Điểm sáng khác trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua là DN ngày càng chủ động tham gia tìm kiếm thị trường, tích cực hội nhập, qua đó khẳng định chủ trương đúng đắn trong việc mở

HÌNH 1: XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA VÀ CÁN CÂN THƯƠNG MẠI CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2014-2018



Nguồn: Tổng cục Hải quan

cửa hội nhập kinh tế quốc tế của Đảng và Nhà nước. Theo Tổng cục Hải quan, năm 2018 có 85,6 nghìn DN có hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa, trong khi năm 2017 mới chỉ có 79,8 nghìn DN. Ước tính đến năm 2020, Việt Nam sẽ có 100 nghìn DN xuất nhập khẩu hàng hóa...

Không chỉ chủ động tham gia các hoạt động ngoại thương, các DN cũng tận dụng tốt hơn cơ hội từ hội nhập. Theo đó, ở tất cả các thị trường mà Việt Nam có ký kết hiệp định thương mại tự do (FTA) đều ghi nhận sự tăng trưởng vượt trội, thị phần xuất khẩu tại các thị trường trọng điểm được khẳng định. Tăng trưởng xuất khẩu trên nhiều thị trường, đạt mức hai con số như: Xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 41,2 tỷ USD, tăng 16,6% so với năm 2017; Xuất khẩu sang thị trường ASEAN đạt 24,74 tỷ USD, tăng 13,9%; Xuất khẩu sang Nhật Bản đạt 18,85 tỷ USD, tăng 11,8%, xuất khẩu sang Hàn Quốc đạt 18,2 tỷ USD, tăng 22,8%. Nhiều mặt hàng xuất đã khẩu tận dụng tốt cơ hội từ cắt giảm thuế quan tại các thị trường có FTA để tăng trưởng. Sau khi Hiệp định AANZFTA có hiệu lực, với mức thuế suất thuế nhập khẩu về 0%, xuất khẩu điều

sang Australia tăng trưởng bình quân đạt 12,9%/năm; Thủy sản đạt 6,9%/năm; Hồ tiêu xuất khẩu sang Nhật Bản tăng trưởng đạt 12,8%/năm; Cà

BẢNG 1: KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM SANG CÁC KHU VỰC GIAI ĐOẠN 2011-2018 (Tỷ USD)

Khu vực	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Tốc độ tăng trưởng bình quân (%)
Châu Á	50,1	61,3	68,3	72,7	78,3	84,1	112,8	130,3	15,39
Châu Âu	19,3	22,7	26,9	31,8	34,2	37,8	40,9	44,8	12,87
Châu Mỹ	20,0	23,3	28,6	34,6	40,8	46,3	51,3	56,9	16,47
Châu Đại dương	2,8	3,5	3,8	4,3	3,2	3,2	3,7	4,5	-2,36
Châu Phi	3,5	2,5	2,8	3,1	2,39	2,2	2,1	2,3	8,97

Nguồn: Tổng cục Hải quan

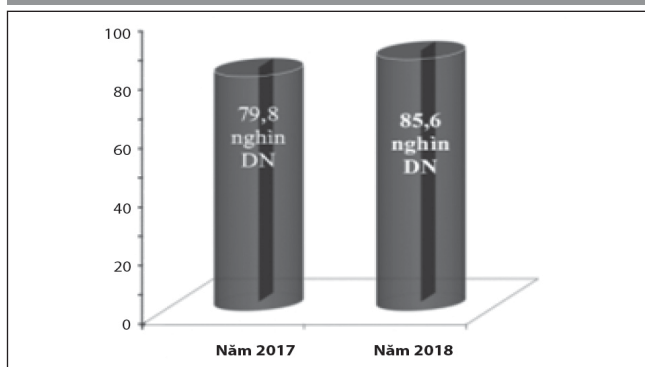
BẢNG 2: MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU QUAN TRỌNG GIAI ĐOẠN 2011-2018 (Tỷ USD)

Thị trường	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Tốc độ tăng trưởng bình quân (%)
Hoa Kỳ	16,93	19,67	23,84	28,64	33,47	38,45	41,59	47,53	16,6
EU	16,53	20,27	24,31	27,91	30,94	33,86	38,18	41,79	14,3
Trung Quốc	11,12	12,39	13,23	14,93	17,11	21,96	35,40	41,27	21,7
ASEAN	13,60	17,35	18,46	19,11	18,25	17,45	21,72	24,74	10,3
Nhật Bản	10,78	13,06	13,63	14,69	14,13	14,67	16,86	18,85	8,6
Hàn Quốc	4,72	5,58	6,62	7,14	8,92	11,41	14,82	18,20	21,5

Nguồn: Tổng cục Hải quan



HÌNH 2: SỐ LƯỢNG DN THAM GIA HOẠT ĐỘNG XUẤT NHẬP KHẨU GIAI ĐOẠN 2017-2018



Nguồn: Tổng cục Hải quan

phê đạt 8,0%/năm sau khi Hiệp định VJFTA có hiệu lực; hay hồ tiêu xuất khẩu sang Ấn Độ tăng trưởng đạt 14,3%/năm, thủy sản đạt 12,3% năm sau khi Hiệp định AIFTA có hiệu lực; sau khi Hiệp định Việt Nam - EAEU có hiệu lực, hạt điều xuất khẩu sang Liên bang Nga tăng 59,6%, rau quả tăng 19,9%, dệt may tăng 53,5%...

Bước vào năm 2019, trước diễn biến tình hình chiến tranh thương mại Mỹ - Trung ngày càng căng thẳng, song hoạt động xuất khẩu của Việt Nam tương đối khả quan. Báo cáo kinh tế - xã hội do Tổng cục Thống kê công bố, tính chung 5 tháng đầu năm 2019, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam ước đạt 100,74 tỷ USD, tăng 6,7% so với cùng kỳ năm 2018, trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 30,33 tỷ USD, tăng 11,6%, chiếm 30,1% tổng kim ngạch xuất khẩu; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 70,41 tỷ USD, tăng 4,7%, chiếm 69,9% (tỷ trọng giảm 1,3 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm trước). Trong 5 tháng, có 19 mặt hàng đạt giá trị xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 84,4% tổng kim ngạch xuất khẩu, trong đó: Điện thoại và linh kiện có giá trị xuất khẩu lớn nhất đạt 19,9 tỷ USD, chiếm 19,7% tổng kim ngạch hàng hóa xuất khẩu, tăng 3% so với cùng kỳ năm trước; điện tử, máy tính và linh kiện đạt 12,3 tỷ USD, tăng 11,1%; hàng dệt may đạt 12,1 tỷ USD, tăng 10,3%; giày dép đạt 7,1 tỷ USD, tăng 14,3%...

Về thị trường hàng hóa xuất khẩu, trong 5 tháng đầu năm 2019, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 22,6 tỷ USD, tăng 28% so với cùng kỳ năm trước, trong đó điện thoại và linh kiện tăng 109,2%; điện tử, máy tính và linh kiện tăng 58,4%; hàng dệt may tăng 9,8%. Tiếp đến là thị trường EU đạt 17,3 tỷ USD, tăng 1,9%, trong đó máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng tăng 21,1%; giày dép tăng 7,1%; điện tử, máy tính và linh kiện tăng 3,2%. Trung Quốc đạt 13,4 tỷ USD, giảm 2,6%, trong đó thủy sản giảm 11,8%; điện thoại và

linh kiện giảm 56,6%; gạo giảm 78,7%. Thị trường ASEAN đạt 10,6 tỷ USD, tăng 5,2%, trong đó hàng dệt may tăng 31,6%; sắt thép tăng 19,4%; máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng tăng 12,8%... Đây là kết quả khá ấn tượng trong bối cảnh chiến tranh thương mại Mỹ - Trung ngày càng leo thang, cùng với những động thái giữa Mỹ - Ấn cho thấy, Việt Nam có thể đạt được mục tiêu xuất khẩu đề ra cho cả năm 2019.

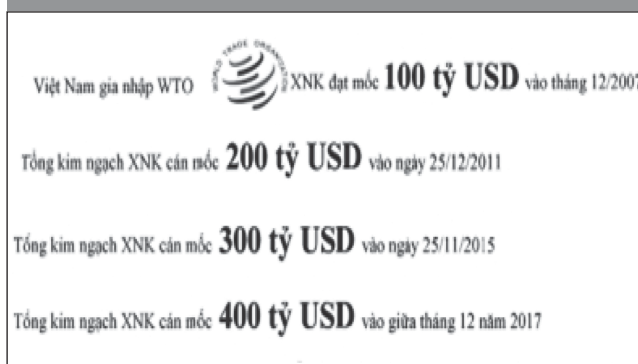
Chuyển biến tích cực trong hoạt động xuất khẩu

Với độ mở và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng lớn, trong bối cảnh tình hình quốc tế và khu vực diễn biến hết sức phức tạp, khó đoán định, đặc biệt là những diễn biến của cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, xu thế bảo hộ mậu dịch gia tăng... song hoạt động xuất khẩu của Việt Nam vẫn có những chuyển biến tích cực. Cụ thể:

Một là, cơ cấu hàng hóa xuất khẩu tiếp tục cải thiện theo hướng tích cực, với quy mô các mặt hàng xuất khẩu tiếp tục được mở rộng.

Theo Bộ Công Thương, trong năm 2018, cơ cấu hàng hóa xuất khẩu tiếp tục đảm bảo định hướng được đề ra tại Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030. Chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu vẫn là nhóm hàng công nghiệp với tỷ trọng 82,8% (tăng 1,7% so với năm 2017), tiếp đến là nhóm hàng nông sản, thủy sản chiếm 10,9% (giảm 1,2% so với năm 2017) và nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản chỉ còn chiếm 1,9% tổng kim ngạch xuất khẩu (giảm 0,3% so với năm 2017). Số mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu từ 1 tỷ USD trở lên tăng qua các năm, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Nếu như năm 2011, có 21 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 81% tổng kim ngạch xuất khẩu thì đến năm 2018 có 29 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD (trong đó, nhóm nông sản, thủy

HÌNH 3: CÁC MỐC XUẤT NHẬP KHẨU CỦA VIỆT NAM QUA CÁC NĂM



Nguồn: Tổng cục Hải quan



sản đóng góp 6 mặt hàng, nhóm hàng công nghiệp đóng góp 21 mặt hàng và nhóm nhiên liệu, khoáng sản đóng góp 2 mặt hàng).

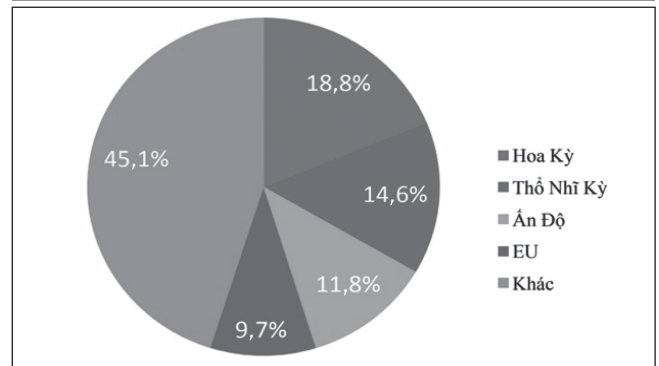
Hai là, thị trường xuất khẩu được mở rộng, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã vươn tới hầu hết các thị trường trên thế giới. Ở tất cả các thị trường mà Việt Nam có ký kết hiệp định thương mại tự do (FTA) đều ghi nhận mức tăng trưởng tốt. Tăng trưởng xuất khẩu trên nhiều thị trường đạt mức hai con số như xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 41,2 tỷ USD, tăng 16,6% so với năm 2017; xuất khẩu sang thị trường ASEAN đạt 24,74 tỷ USD, tăng 13,9%; xuất khẩu sang Nhật Bản đạt 18,85 tỷ USD, tăng 11,8%; xuất khẩu sang Hàn Quốc đạt 18,2 tỷ USD, tăng 22,8%...

Ba là, việc tham gia các FTA nói chung và CPTPP nói riêng có tác động tích cực đối với việc nâng cao năng lực cạnh tranh và công tác phát triển thị trường xuất khẩu.

Thống kê cho thấy, tính đến tháng 5/2019, Việt Nam đã có quan hệ thương mại với 55 đối tác thương mại thông qua việc ký kết 13 FTA và đang đàm phán 03 FTA khác. Hiện nay, DN Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa sang thị trường các nước thành viên tham gia FTA đều có cơ hội hưởng lợi ích. Chẳng hạn, đối với CPTPP, DN xuất khẩu Việt Nam được hưởng những cam kết cắt giảm thuế quan ở mức cao, cụ thể như: Với Australia là trên 93% số dòng thuế (tương đương 95,8% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này); cam kết cắt giảm thuế của Canada lên đến 94,9% số dòng thuế (tương đương 77,9% kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam); với Nhật Bản, cam kết cắt giảm thuế tốt hơn nhiều so với trong Hiệp định FTA song phương giữa 2 nước (như cam kết xóa bỏ ngay 86% số dòng thuế, tương đương 93,6% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản và gần 90% số dòng thuế sau 5 năm)...

CPTPP mở ra cơ hội để một số nhóm hàng phát triển bởi những cam kết rất "mở", tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu ở cả nhóm hàng nông, lâm thủy sản và nhóm hàng công nghiệp. Các ngành dự kiến có mức tăng trưởng lớn sẽ là thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, dệt may, hóa chất, sản phẩm nhựa và đồ da, trang thiết bị vận tải, máy móc và các trang thiết bị khác. Bên cạnh đó, CPTPP tạo điều kiện để cơ cấu lại thị trường xuất khẩu, nhập khẩu, bởi hiện nay, hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam chủ yếu với khu vực châu Á (chiếm khoảng 80% kim ngạch nhập khẩu và 50% kim ngạch xuất khẩu). Các FTA mới sẽ giúp DN có điều kiện thâm nhập, khai thác các thị trường mới, thị trường còn nhiều tiềm năng cho xuất khẩu của Việt Nam.

HÌNH 4: CƠ CẤU QUỐC GIA KHỞI XƯƠNG ĐIỀU TRA, ÁP DỤNG BIỆN PHÁP PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI ĐỐI VỚI HÀNG HÓA XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM



Nguồn: Cục Phòng vệ Thương mại

Thách thức đặt ra

Một là, sự cạnh tranh trong hoạt động xuất khẩu ngày càng lớn.

Bộ Công Thương đã đưa ra hàng loạt cảnh báo về việc nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu Việt Nam để tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. Nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, trong đó có gạo, hiện giá trị rất thấp và có nguy cơ mất giấy phép xuất khẩu. Đặc biệt, sức ép cạnh tranh ngày càng lớn khi, xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản đã gặp khá nhiều khó khăn, kể cả về giá bán ngay trong những tháng đầu năm 2019. Xuất khẩu gạo dự báo sẽ đối mặt với cạnh tranh lớn khi nhu cầu nhập khẩu giảm ở một số thị trường lớn là Indonesia, Bangladesh và Trung Quốc giảm. Trong khi đó, đối thủ cạnh tranh chủ yếu của Việt Nam tại các thị trường châu Âu, Hoa Kỳ có ưu thế hơn hẳn về giá cả, điển hình như Trung Quốc chiếm lĩnh thị phần lớn trong ngành hàng tiêu dùng tại Hoa Kỳ, với sự cạnh tranh khốc liệt về giá bán...

Hai là, khả năng thâm nhập các thị trường mới

Thực tế cho thấy, mức độ đa dạng hóa thị trường của một số mặt hàng thuộc nhóm nông sản, thủy sản của Việt Nam chưa cao, cụ thể là còn phụ thuộc nhiều vào khu vực châu Á (chiếm tới 54%), đặc biệt là Trung Quốc. Đáng chú ý, một số mặt hàng phụ thuộc vào một thị trường (sắn, cao su, thanh long...). Các mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu còn gặp nhiều khó khăn trong tiếp cận những thị trường có yêu cầu cao về chất lượng và an toàn thực phẩm. Thậm chí, ngay cả Trung Quốc - Thị trường xuất khẩu trái cây, rau quả lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch xuất khẩu trái cây, rau quả năm 2018 đạt 2,78 tỷ USD, chiếm trên 70% tỷ trọng xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam thì xuất khẩu nông sản sang thị trường này vẫn chưa bền vững, còn phụ thuộc khá nhiều vào đường tiểu ngạch, quy mô nhỏ lẻ. Trung Quốc cũng không còn là thị trường dễ tính,



yêu cầu của người tiêu dùng với trái cây, rau quả nhập khẩu tại thị trường này ngày một khắt khe. Đặc biệt, chính sách của Trung Quốc đã có nhiều thay đổi. Từ ngày 1/1/2019 trái cây, rau quả xuất khẩu sang thị trường này bắt buộc phải có truy xuất nguồn gốc rõ ràng, có giấy chứng nhận kiểm dịch động thực vật.

Ba là, những biến động khó lường trên thị trường thương mại toàn cầu.

Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung nổ ra từ tháng 7/2018 với việc Mỹ áp thuế nhập khẩu lên 34 tỷ USD hàng Trung Quốc. Qua nhiều vòng, Mỹ tiếp tục áp thuế lên tổng cộng 250 tỷ USD hàng Trung Quốc và Trung Quốc trả đũa với 110 tỷ USD. Đến đầu tháng 5/2019, Mỹ tiếp tục công bố "sốc" khi nâng thuế 200 tỷ USD đối với các mặt hàng của Trung Quốc, vì cho rằng Bắc Kinh đã thay đổi các cam kết. Sau đó, Trung Quốc trả đũa bằng việc nâng thuế với phần lớn trong nhóm 60 tỷ USD hàng Mỹ đã chịu thuế từ năm 2018. Theo Bùi Nguyên Khoa (2019), khi chiến tranh thương mại leo thang, dòng chảy thương mại bị gián đoạn, ảnh hưởng tới động lực tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Với một nền kinh tế có độ mở lớn như Việt Nam, lợi ích ngắn hạn từ một số ngành hàng được hưởng lợi chưa chắc đã bù lại được tác động trong dài hạn.

Với những dự báo tăng trưởng toàn cầu, quy mô thị trường và nhu cầu hàng hóa giảm, hoạt động xuất nhập khẩu của nước ta sẽ bị ảnh hưởng. Mới đây, Trung tâm Thông tin và dự báo kinh tế xã hội (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) đưa ra ước tính, chiến tranh thương mại Mỹ - Trung sẽ làm GDP Việt Nam giảm 0,09% vào 2019 và đạt đỉnh điểm sụt 0,12% vào 2020-2021. Tuy nhiên, ước tính này đưa ra giữa năm 2018, với kịch bản Mỹ áp thuế 25% cho 34 tỷ USD hàng nhập từ Trung Quốc, trong khi quy mô cuộc chiến thương mại hiện nay đã tăng hơn so với trước. Lúc đó, cùng với xu thế bảo hộ mậu dịch gia tăng, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam chắc chắn sẽ đối mặt với nhiều thách thức lớn hơn.

Bốn là, các hoạt động hỗ trợ xuất khẩu chưa phát huy tối đa hiệu quả.

Trong những năm qua, mặc dù đã có nhiều nỗ lực, song hoạt động xúc tiến thương mại chưa được đồng đều và đồng bộ từ khâu sản xuất đến khâu tiếp thị và thâm nhập thị trường. Việc tiếp cận thị trường để tìm kiếm khách hàng mới và giới thiệu sản phẩm thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại còn hạn chế. Thực trạng này khiến cho các hoạt động hỗ trợ xuất khẩu chưa phát huy tối đa hiệu quả, chưa đạt được như kỳ vọng đề ra.

Năm là, thách thức từ các biện pháp phòng vệ thương mại của các quốc gia nhập khẩu.

Mặc dù, Việt Nam đã, đang rất tích cực, chủ động xử lý có hiệu quả các vấn đề trong tranh chấp thương mại, xử lý các biện pháp phòng vệ thương mại, vượt qua các rào cản thương mại của các thị trường nhập khẩu, nhưng tình hình thế giới đang có những diễn biến hết sức phức tạp, khó lường, các nước phát triển ngày càng gia tăng các biện pháp hạn chế thương mại, bảo hộ sản xuất trong nước. Theo thống kê của Bộ Công Thương, tính hết năm 2018, đã có 144 vụ việc phòng vệ thương mại do nước ngoài khởi xướng điều tra, áp dụng đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (trong đó, năm 2018 có 19 vụ việc mới được khởi xướng). Hiện nay, Hoa Kỳ vẫn là quốc gia điều tra phòng vệ thương mại nhiều nhất với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (27 vụ việc), tiếp đến là Thổ Nhĩ Kỳ (21 vụ việc), Ấn Độ (17 vụ việc) và EU (14 vụ việc).

Trong số 144 vụ việc điều tra phòng vệ thương mại, có 81 vụ việc về chống bán phá giá, 30 vụ việc tự vệ có liên quan đến hàng hóa Việt Nam, 14 vụ việc trợ cấp và 19 vụ việc chống lẫn tránh thuế. Như vậy, nếu như năm 2017 chỉ có 13 vụ việc phòng vệ thương mại được khởi xướng, thì năm 2018 đã tăng lên 19 vụ việc (trong đó có 6 vụ việc chống bán phá giá, 7 vụ việc tự vệ, 4 vụ việc chống trợ cấp và 2 vụ việc chống lẫn tránh thuế), tăng thêm xấp xỉ 50%.

Bên cạnh các biện pháp phòng vệ thương mại, nhiều quốc gia cũng đang có xu hướng gia tăng bảo hộ sản xuất trong nước một cách khắt khe. Đơn cử như: Trung Quốc liên tiếp thực hiện nghiêm các quy định, siết chặt nhập khẩu nông sản. Thời gian tới, các DN xuất khẩu của Việt Nam tiếp tục đối diện với khó khăn về xu hướng bảo hộ, quy định tiêu chuẩn cao tại các thị trường nhập khẩu như: Các quy định kỹ thuật khá khắt khe với mục đích là bảo vệ sức khỏe con người, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững; chính sách bảo hộ cao đối với sản xuất nông nghiệp nội địa của nhiều nước; các quy định mới về kiểm nghiệm kiểm dịch và thực hiện kiểm tra chặt chẽ về vệ sinh an toàn thực phẩm, yêu cầu nghiêm ngặt và phức tạp về bao bì đóng gói, ký mã hiệu, ngôn ngữ ghi trên bao bì...

Năm là, năng lực tham gia thương mại quốc tế của DN Việt Nam còn hạn chế.

Mặc dù, có nhiều nỗ lực nhưng do khả năng về tài chính nên các DN Việt Nam ít có điều kiện tham gia vào các hội chợ, triển lãm chuyên ngành tại các nước phát triển châu Âu, châu Mỹ. Việc khảo sát và



xây dựng chiến lược tiếp cận thị trường cần có đầu tư về kinh phí, trong khi các DN của Việt Nam đa phần là DN vừa và nhỏ. Hơn nữa, trong quá trình khảo sát thị trường mới, việc tìm hiểu và nắm bắt đầy đủ các quy định của các nước nhập khẩu thì không phải DN nào của Việt Nam cũng chủ động thực hiện được khi kinh phí luôn là bài toán khó đối với DN. Chẳng hạn, đối với Canada: Hệ thống Luật Thương mại tương đối phức tạp. Hàng nhập khẩu vào Canada phải chịu sự điều tiết của Luật Liên bang và Luật Nội bang.

Một số khuyến nghị

Nhằm tiếp tục thúc đẩy hoạt động xuất khẩu, hoàn thành các mục tiêu đề ra trong Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa giai đoạn 2011-2020, định hướng đến năm 2030, trong thời gian tới, cần chú trọng một số giải pháp sau:

Một là, tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu. Việc mở rộng thị trường xuất khẩu được coi là một chiến lược dài hạn nhằm giúp DN Việt Nam tham gia sâu vào chuỗi giá trị khu vực, nâng cao năng lực sản xuất xuất khẩu và cạnh tranh. Đồng thời, giúp DN Việt Nam cọ xát với thế giới bên ngoài, có điều kiện để phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh và khẳng định vị thế mới của mình trên trường quốc tế.

Hai là, tiếp tục chuyển dịch cơ cấu sản phẩm xuất khẩu theo hướng nâng cao tỷ trọng sản phẩm có giá trị gia tăng cao. Trong đó, đối với nông sản xuất khẩu: Chuyển từ xuất khẩu nguyên liệu thô sang sản phẩm đã chế biến, từ sản phẩm chế biến đơn giản sang sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng cao. Đối với hàng công nghiệp xuất khẩu: Chuyển từ sản phẩm giá trị gia tăng thấp sang sản phẩm giá trị gia tăng cao.

Ba là, nâng cao chất lượng đối với sản phẩm xuất khẩu: Đẩy nhanh việc xây dựng và áp dụng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực, tiêu chuẩn nước ngoài đối với hàng hóa xuất khẩu, bao gồm tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn môi trường. Xây dựng năng lực của tổ chức thử nghiệm, tổ chức chứng nhận, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế để phục vụ việc đánh giá sự phù hợp các tiêu chuẩn quốc gia, tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực, tiêu chuẩn nước ngoài và tiêu chuẩn riêng đối với hàng hóa xuất khẩu.

Bốn là, nâng cao hiệu quả và đổi mới phương thức xúc tiến thương mại, tập trung vào các hàng hóa có lợi thế xuất khẩu, các thị trường tiềm năng và các thị trường ngách để mở ra các thị trường mới nhằm đa

dạng hóa thị trường xuất khẩu. Tiếp tục đàm phán, ký kết và triển khai các hiệp định thương mại song phương và đa phương theo hướng tạo thuận lợi và nâng cao lợi thế cạnh tranh cho hàng xuất khẩu Việt Nam trên thị trường thế giới...

Năm là, tăng cường xây dựng thương hiệu quốc gia, thương hiệu sản phẩm xuất khẩu và thương hiệu DN Xây dựng thương hiệu quốc gia chung Việt Nam tại các thị trường xuất khẩu. Bên cạnh đó, khuyến khích, hỗ trợ DN xây dựng sản phẩm xuất khẩu đạt thương hiệu quốc gia và xây dựng thương hiệu DN. Hoàn thiện chính sách hỗ trợ DN trong việc xác lập, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của DN ở thị trường trong nước và tại các thị trường xuất khẩu.

Sáu là, tăng cường công tác theo dõi, nghiên cứu diễn biến chính sách và phân tích tác động tới Việt Nam: Trong bối cảnh xu thế bảo hộ gia tăng, đặc biệt là các diễn biến nhanh, khó lường của tranh chấp thương mại giữa Hoa Kỳ và Trung Quốc, các cơ quan quản lý, hiệp hội ngành hàng, DN cần tăng cường công tác nghiên cứu, cập nhật các thay đổi về chính sách thương mại, quy định của các nước, đặc biệt tại các thị trường xuất khẩu lớn; phân tích tác động của các thay đổi này tới sản xuất, xuất khẩu của Việt Nam để có sự điều chỉnh, ứng phó thích hợp. Đẩy mạnh công tác cảnh báo sớm để có biện pháp cần thiết, hạn chế thiệt hại từ các vụ kiện phòng vệ thương mại của các nước nhập khẩu. Phổ biến, tư vấn, đào tạo DN sản xuất xuất khẩu về áp dụng tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa của các thị trường nước ngoài. Khuyến khích, hỗ trợ DN phát triển các sản phẩm xuất khẩu đạt giải thưởng chất lượng quốc gia và giải thưởng chất lượng quốc tế...

Tài liệu tham khảo:

1. Quốc hội (2017), Luật Quản lý ngoại thương số 05/2017/QH14;
2. Thủ tướng Chính phủ (2011), Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28/12/2011 ban hành Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030;
3. Bộ Công Thương (2019), Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2018;
4. Cục Xuất nhập khẩu (2019), Tận dụng cơ hội thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường các nước CPTPP, Cổng thông tin điện tử Bộ Công Thương;
5. M.T (2019), Xuất nhập khẩu năm 2018 qua những con số, Thời báo Ngân hàng điện tử;
6. Minh Sơn (2019), Việt Nam ảnh hưởng thế nào khi cuộc chiến thương mại leo thang, Vnexpress.net.

Thông tin tác giả:

ThS. Lê Thị Thanh - Đại học Tài chính - Quản trị Kinh doanh
Email: thanhkieu279@gmail.com