

Tái cấu trúc xuất khẩu thời kỳ hậu khủng hoảng

GS.TS. ĐOÀN THỊ HỒNG VÂN
Đại học Kinh tế TP.HCM

1. Đặt vấn đề

Ngày 6/11/2009, kỳ họp thứ 6 Quốc hội khóa XII đã thông qua Nghị quyết về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2010, trong đó có các chỉ tiêu chủ yếu: GDP tăng 6,5%, tổng kim ngạch xuất khẩu (XK) tăng hơn 6%. Xung quanh chỉ tiêu về kim ngạch XK, có nhiều ý kiến luận bàn, Ủy ban Kinh tế của Quốc hội đề nghị điều chỉnh chỉ tiêu này lên 8 – 10%. Vậy kim ngạch XK năm 2010 sẽ tăng 6, 8 hay 10% so với năm 2009? Trả lời câu hỏi này thật sự không đơn giản. Bởi xây dựng được chỉ tiêu có căn cứ khoa học và tính khả thi đã khó, biến nó thành hiện thực còn khó hơn rất nhiều! Hơn thế nữa, chúng ta không cần tăng trưởng bằng mọi giá, mà cần tăng trưởng bền vững và hiệu quả. Được biết, tổng kim ngạch XK năm 2009 ban đầu được Chính phủ đề xuất tăng 13% so với năm 2008, sau đó đã được điều chỉnh xuống còn 3% và được thông qua tại kỳ họp thứ 5 Quốc hội khóa XII. Hết tháng 10/2009, Chính phủ đưa ra dự báo: tốc độ tăng trưởng kim ngạch XK năm 2009 có thể là



Kinh tế thế giới phục hồi sẽ mở ra cho Việt Nam, nói chung, XK của Việt Nam, nói riêng, nhiều cơ hội, nhưng cũng đặt chúng ta trước vô vàn thách thức mới.

âm 9,9%.

Ngày 22/11/2009, IMF đưa ra nhận định: kinh tế thế giới đã vượt qua giai đoạn khủng hoảng tồi tệ nhất và bắt đầu bước vào thời kỳ phục hồi, tuy nhiên sự phục hồi vẫn còn mong manh. Hàng loạt thách thức vẫn đang nảy sinh ở tất cả các nền kinh tế lớn. WB và trang web uy tín về phân tích kinh tế Oxford Analytica cũng vừa đưa ra nhận định, năm 2010 tăng trưởng của các nền kinh tế phát triển có khả năng vẫn ở mức thấp, với tốc độ tăng trưởng của Mỹ vào khoảng 2 – 2,5%, EU khoảng 1 – 1,5%, nhưng kinh tế các nước đang phát triển sẽ tăng từ 5 – 5,5%, dẫn đến kinh tế toàn cầu sẽ tăng trưởng 2 – 3%.

Kinh tế thế giới phục hồi sẽ mở ra cho Việt Nam, nói chung, XK của Việt Nam, nói riêng, nhiều cơ hội, nhưng cũng đặt chúng ta trước vô vàn thách thức mới. Để có thể nắm bắt được các cơ hội, thậm chí biến thách thức thành cơ hội,

trước hết cần nhận diện chính xác được chúng, trên cơ sở đó sẽ tìm ra những giải pháp để đón đầu cơ hội sau khủng hoảng. Trong khuôn khổ có hạn của bài viết này, tác giả tập trung đánh giá hoạt động XK của Việt Nam, ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế đến hoạt động XK và đề xuất giải pháp gia tăng tính bền vững và hiệu quả của hoạt động XK hàng hóa thời kỳ hậu khủng hoảng.

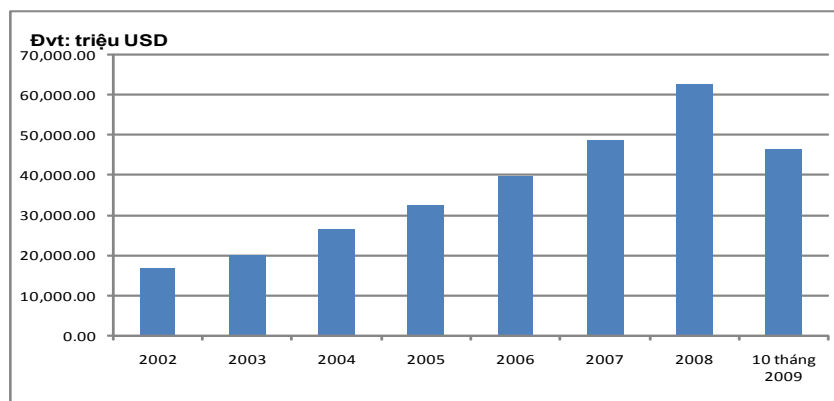
2. Tác động của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu

2.1. Tác động đến toàn bộ hoạt động xuất khẩu hàng hóa

Là một bộ phận của nền kinh tế thế giới, thành viên của WTO, so với nhiều nước trong khu vực và trên thế giới, nền kinh tế Việt Nam có thực lực yếu hơn nhưng “độ mở” lại lớn hơn, do đó không thể tránh khỏi những tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu lần này. Cuộc khủng hoảng đã tác động tiêu cực về nhiều mặt đến nền kinh tế nước



Hình 1: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam từ 2002 đến tháng 10/2009



Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu (triệu USD)

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	10 tháng 2009
16.706,1	20.149,3	26.485	32.447,1	39.826,2	48.561,4	62.685,1	46.336

Nguồn: Tổng cục Thống kê

nhà, trong đó lớn nhất, trực tiếp nhất và có sức lan tỏa mạnh nhất là XK.

Hình 1 cho thấy, kim ngạch XK tăng dần đều từ năm 2002 đến năm 2007. Năm 2008, với những nỗ lực to lớn Việt Nam đã XK được gần 62,9 tỷ USD, tăng 29,5% so với năm 2007. Nhưng như vậy không có nghĩa là cuộc khủng hoảng không ảnh hưởng tiêu cực đến XK Việt Nam. Đi sâu phân tích kim ngạch XK hàng tháng, phân tích theo mặt hàng và thị trường ta sẽ thấy dấu hiệu của sự tăng trưởng không bền vững và báo trước những khó khăn trong tương lai. Sang năm 2009 tình hình xấu đi rất nhiều, nếu quý I xuất hiện tín hiệu khả quan khi kim ngạch XK tăng, thì tháng 4 giảm nhanh trở lại và từ thời điểm đó trở đi kim ngạch XK trong các tháng năm 2009 luôn nhỏ hơn các tháng tương ứng năm 2008. Theo Báo cáo của Chính phủ trình Quốc

hội tại kỳ họp thứ 6, XK là một trong bảy chỉ tiêu trong tổng số 22 chỉ tiêu của năm 2009 không đạt kế hoạch đề ra, XK còn là chỉ tiêu giảm sâu nhất (-9,9%) và đây là năm đầu tiên kể từ 1992 kim ngạch XK bị sụt giảm. Mặc dù kim ngạch XK tháng 10 cao hơn tháng 9, nhưng vẫn giảm so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 10 tháng, tổng kim ngạch XK mới chỉ đạt 46.336 triệu USD, giảm 13,8% so với cùng kỳ năm trước. Trong 24 mặt hàng XK chủ yếu được thống kê, chỉ có 5 mặt hàng có kim ngạch tăng so với cùng kỳ năm trước và xuất hiện thêm một mặt hàng đáng lưu ý là đá quý, kim loại quý. 19 mặt hàng chủ lực còn lại đều bị giảm so với cùng kỳ năm ngoái, trong đó có những mặt hàng giảm rất sâu, như: dầu thô giảm 43%, cao su - 41,2%, gốm sứ - 26%, dây điện và cáp điện - 24,8%, cà phê - 17,8%...Ngôi vị trong “câu lạc bộ” các mặt hàng có kim ngạch XK từ 1 tỷ USD trở lên cũng có

sự thay đổi, theo thứ tự sau: dệt may, dầu thô, thủy sản, giày dép, đá quý - kim loại quý, gạo, điện tử - máy tính, gỗ và sản phẩm gỗ, thiết bị, dụng cụ phụ tùng, cà phê, than đá. Cơ cấu các mặt hàng XK cũng thay đổi theo hướng: tỷ trọng các mặt hàng nông, lâm, thủy sản tăng, hàng công nghiệp nặng và khoáng sản, hàng công nghiệp nhẹ, tiểu thủ công nghiệp giảm. Theo tin mới nhận từ Bộ Công Thương, kim ngạch XK tháng 11 đạt khoảng 4,8 tỷ USD, đưa tổng kim ngạch XK 11 tháng

lên 51,4 tỷ USD, vẫn giảm 11,4% so với cùng kỳ năm ngoái. Nhìn chung, khủng hoảng đã tác động

tiêu cực đến toàn bộ hoạt động XK của Việt Nam, nhưng mức độ tác động đến từng mặt hàng cụ thể là khác nhau, dưới đây sẽ xem xét ảnh hưởng của khủng hoảng đến một số mặt hàng XK chủ lực.

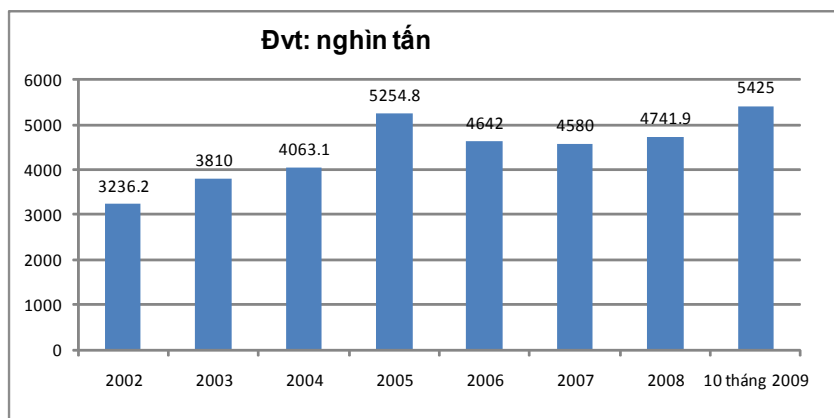
1.2. Tác động đến các mặt hàng chủ lực

Gạo: là mặt hàng lương thực thiết yếu, nên hoạt động XK gạo ít chịu ảnh hưởng trực tiếp từ khủng hoảng. Tuy nhiên, do khủng hoảng các nước cắt giảm tài trợ, làm cho một số nước nghèo thiếu gạo, nhưng không có tiền để mua, thị trường gạo ba quý đầu năm 2009 rơi vào tình trạng trầm lắng, giá giảm, tác động không nhỏ đến XK gạo Việt Nam.

Là nước có diện tích trồng lúa đứng hàng thứ 5 và XK gạo đứng hàng thứ 2 trên thế giới, từ năm 2002 đến nay, mỗi năm Việt Nam XK từ 3 đến 6 triệu tấn gạo (xem hình 2). Cho đến nay, Việt Nam đã XK gạo sang 120 quốc gia và vùng



Hình 2: Lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam từ 2002 đến tháng 10 năm 2009



Nguồn: Tổng cục Thống kê

lãnh thổ, chiếm 15% thị phần gạo toàn cầu. Riêng 10 tháng đầu năm 2009, lượng gạo đã xuất 5,425 triệu tấn, trị giá 2,42 tỷ USD (giá CIF). Số lượng gạo theo hợp đồng đã ký lên đến 6,453 triệu tấn (trong đó có 350 nghìn tấn sẽ giao vào năm 2010). So với cùng kỳ năm ngoái số lượng gạo XK được ký theo hợp đồng tăng 55,26%. Theo Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), dự kiến năm 2009 sẽ XK 6 – 6,2 triệu tấn gạo, đạt mức kỷ lục trong lịch sử XK gạo của Việt Nam.

Thực tế cho thấy, hoàn thành chỉ tiêu về số lượng là trong tầm tay với, nhưng điều đáng băn khoăn là hiệu quả XK gạo của Việt Nam không cao, năm nay thấp hơn năm trước. Nếu năm 2008 XK hơn 4,7 triệu tấn gạo, trị giá CIF hơn 2,9 tỷ USD, thì năm 2009 XK hơn 5,4 triệu tấn gạo, trị giá CIF chỉ đạt hơn 2,4 tỷ USD. Theo ông Huỳnh Minh Huệ, Tổng thư ký VFA, giá gạo Việt Nam hiện nay (tháng 9/2009) thấp nhất thế giới, trước đây chỉ thấp hơn giá gạo của Thái Lan 30 – 40 USD thì nay lên đến gần 100 USD/tấn, thậm chí có lúc giá gạo Việt Nam còn thấp hơn cả giá gạo của Pakistan, vốn được đánh giá là

gạo có chất lượng thấp thua nước ta. Tại Hội thảo “Điều hành XK gạo, thực trạng và giải pháp” do Hội Nông dân Việt Nam tổ chức ngày 3/11/2009, nhiều chuyên gia cho rằng, lâu nay chúng ta mới chỉ quan tâm đến số lượng XK, nhưng lại chưa có tiếng nói trên thị trường XK gạo, vì vậy XK không bền vững và chưa hiệu quả.

Theo chúng tôi, nguyên nhân chủ yếu dẫn đến tình trạng này là do chúng ta thiếu một chiến lược phát triển sản xuất và XK gạo khoa học, thiếu một hệ thống thông tin minh bạch và kịp thời, chưa nhận diện chính xác các cơ hội, nguy cơ, điểm mạnh, điểm yếu trong hoạt động XK gạo, thiếu cơ chế điều hành XK phù hợp, chưa tạo được những chuỗi cung ứng gạo chặt chẽ.

Cà phê: Việt Nam là nước XK cà phê lớn thứ hai trên thế giới (nhưng dẫn đầu về chủng loại Robusta), cho đến nay cà phê Việt Nam đã có mặt ở 88 quốc gia và vùng lãnh thổ. Bắt đầu từ năm 2006 kim ngạch XK cà phê đạt trên 1 tỷ USD, riêng niên vụ 2007- 2008 đạt trên 2 tỷ USD. Bước vào niên vụ 2008-2009 do chịu ảnh hưởng của khủng hoảng, Việt Nam XK trên 1 triệu tấn cà phê, thu gần 1,8 tỷ USD, lượng

cà phê XK tăng, nhưng giá giảm, hiệu quả giảm. Ông Lương Văn Tự, Chủ tịch Vicofa, nhận định: “Phải thẳng thắn nhìn nhận niên vụ 2008-2009 chất lượng cây cà phê có giảm sút, vì 30% trong tổng diện tích 520.000 ha đã già cỗi trên 30 năm chưa được thay thế. Thời tiết, giá cả diễn biến phức tạp tác động đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp. Giá cà phê XK cao ở những tháng đầu v□ và đến cuối quý I, từ quý II giá xuống thấp, trung bình của 11 tháng giá giảm khoảng 350 USD/tấn. Nguyên do vì ngành vẫn chưa có chiến lược chủ động trong khâu tiêu thụ sản phẩm”. Bên cạnh thiếu chiến lược tiêu thụ sản phẩm, cà phê Việt Nam còn có những bất cập trong xác định phương thức bán, giá sản XK, dự trữ, thành lập quỹ cà phê... Đặc biệt, chưa xây dựng được những chuỗi cung ứng cà phê theo hướng sản xuất và kinh doanh bền vững, theo các tiêu chuẩn UTZ (UTZ Kapen có nghĩa là “Cà phê tốt”, theo tiếng Maya, UTZ Certified là chương trình chứng nhận toàn cầu về sản xuất và kinh doanh cà phê có trách nhiệm), 4C (Common Code for the Coffee Community – Nguyên tắc chung cho cộng đồng cà phê, với mục tiêu là củng cố tính bền vững trong chuỗi cà phê nhân và tăng số lượng cà phê đáp ứng các tiêu chuẩn bền vững trên 3 phương diện: môi trường, xã hội và kinh tế). Cần lưu ý: cà phê có chứng nhận UTZ hoặc 4C sẽ được cộng thêm 40-60 USD/tấn.

Cao su: là mặt hàng chịu tác động nặng nề của khủng hoảng. Cao su Việt Nam đã được XK đến hơn 70 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới, nhưng Trung Quốc là thị trường chủ yếu, luôn chiếm 50-60% tổng



kim ngạch. Trung Quốc nhập cao su để sản xuất săm, lốp xe cho các hãng ô tô lớn trên thế giới. Ngành ô tô lâm vào khủng hoảng, kéo theo nhu cầu nhập khẩu săm lốp giảm, nhập khẩu cao su tự nhiên giảm, giá giảm, đẩy ngành cao su Việt Nam lâm vào tình huống khó khăn. Từ năm 2006, XK cao su đã gia nhập “câu lạc bộ 1 tỷ”, năm 2006 XK 704 nghìn tấn, đạt kim ngạch 1,3 tỷ USD; năm 2007 XK 715 nghìn tấn, đạt kim ngạch gần 1,4 tỷ USD; năm 2008 XK 708 nghìn tấn, đạt kim ngạch 1,69 tỷ USD. 10 tháng đầu năm 2009 chỉ XK được 539 nghìn tấn, đạt kim ngạch 823 triệu USD, chỉ bằng 58,8% cùng kỳ năm ngoái. XK sản phẩm thô, quá lệ thuộc vào một thị trường, thiếu một chiến lược XK khoa học là những nguyên nhân chính làm cho ngành cao su lâm vào tình cảnh nêu trên. Năm 2008 Việt Nam có 601 nghìn ha cao su, theo ông Hồ Xuân Hùng, Thứ trưởng Bộ NN-PTNN, kiêm Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam, năm 2010 Việt Nam sẽ có khoảng 700 nghìn ha cao su, năm 2015 sẽ có 800 nghìn ha. Ngoài diện tích cao su trong nước, chúng ta đang và sẽ trồng mới ở Lào, Campuchia, Myanmar và Nam Phi. Diện tích cao su tăng 15-25%, nếu không có một chiến lược tiêu thụ sản phẩm khoa học, ngành cao su Việt Nam sẽ không thể phát triển bền vững và hiệu quả.

Thủy sản: đã có mặt tại 159 thị trường trên thế giới, từ năm 2002 đến 2008 kim ngạch XK thủy sản Việt Nam không ngừng gia tăng, năm 2008 đạt 4,5 tỷ USD. Suy thoái kinh tế toàn cầu đã ảnh hưởng không nhỏ đến XK thủy sản của Việt Nam, suy giảm cả thị trường

lẫn kim ngạch XK. 10 tháng đầu năm 2009 toàn ngành đã nỗ lực XK được 3,488 tỷ USD, giảm 8,7% so với cùng kỳ năm ngoái. Theo VASEP, trừ mặt hàng cá tra có nhiều khả năng vượt 1,3 tỷ USD, thì các mặt hàng khác đều giảm so với năm 2008, cụ thể: cá ngừ giảm 4,8% về lượng và 13,5% về giá trị; mực và bạch tuộc giảm 11,7% về khối lượng và 14,6% về giá trị. Về thị trường: EU vẫn là thị trường lớn nhất của thủy sản Việt Nam, nhưng cũng bị suy giảm 7,9% về lượng và 8,2% về giá trị. Nhật Bản là thị trường đứng thứ 2 về giá trị, nhưng đứng thứ 3, sau Mỹ, về lượng, suy giảm mạnh, 21,2% về lượng và 12,3% về giá trị. Thị trường Mỹ cũng bị suy giảm, nhưng khả quan hơn thị trường Nhật, tăng 14,7% về lượng, nhưng giảm 3,2% về giá trị. Do thiếu một chiến lược phát triển bền vững, nên hiện ngành thủy sản Việt Nam đang rất lo ngại về vấn đề chất lượng và giá cả hàng hóa XK, đặc biệt là từ 1/1/2010 EU sẽ yêu cầu “Chúng nhận khai thác thủy sản” đối với tất cả các nhà XK thủy sản vào thị trường này. Yêu cầu này nhằm ngăn chặn, phòng ngừa và loại bỏ các hoạt động khai thác thủy sản bất hợp pháp, không báo cáo hay không theo quy định (IUU – Illegal, Unreported and Unregulated fishing). Thực chất, trên cơ sở triển khai một Kế hoạch hành động quốc tế của FAO năm 2001, năm 2002 EC đã thông qua Kế hoạch hành động IUU, nhưng do thiếu một tầm nhìn chiến lược, nên suốt một thập kỷ qua chúng ta đã không tích cực chuẩn bị, đề đến nay khi chỉ còn 1 tháng IUU sẽ có hiệu lực, chúng ta vẫn chưa sẵn sàng và chắc chắn XK thủy sản Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn

trong thời gian tới.

Dệt may: có kim ngạch XK tăng liên tục từ năm 2002 đến nay, năm 2008 kim ngạch XK hàng dệt may đạt 9,12 tỷ USD, năm 2009 dự kiến đạt 9,2 tỷ và dệt may trở thành ngành hàng có kim ngạch XK dẫn đầu cả nước. Theo ông Lê Quốc Ân, Chủ tịch Hiệp hội Dệt may Việt Nam (Vitas), dù không đạt được mục tiêu tăng trưởng 5% so với năm 2008, với kim ngạch 9,5 tỷ USD như kế hoạch đặt ra ban đầu cho ngành, nhưng XK của ngành dệt may vẫn về đích an toàn, đạt mục tiêu được điều chỉnh khi có suy thoái kinh tế toàn cầu (9,2 tỷ USD) tăng 1% so với năm 2008. Trong khi XK hàng dệt may của hầu hết các nước đều suy giảm mạnh, thì mức suy giảm của dệt may Việt Nam ở các thị trường truyền thống có phần thấp hơn (thị trường Mỹ giảm 4,5%, EU giảm 3,7%, đặc biệt thị trường Nhật, không những không bị giảm mà còn tăng 17% so với cùng kỳ năm ngoái). Bên cạnh đó, dệt may Việt Nam còn phát triển được thị trường mới, như: thị trường Hàn Quốc tăng 50%, Ảrập Xêút tăng 23%, Thụy Sĩ tăng 12,7%, ASEAN tăng 7,8%...so với năm 2008. Dệt may Việt Nam đứng vững được trong cơn bão suy thoái kinh tế toàn cầu là nhờ có những tư duy chiến lược đúng đắn: Chia sẻ và đồng hành cùng các nhà nhập khẩu trong việc xác định lại cơ cấu giá cả hợp lý trên cơ sở vẫn giữ vững chất lượng sản phẩm và dịch vụ; Đẩy mạnh phát triển chiếm lĩnh thị trường nội địa; Gia tăng tỷ lệ nội địa hóa cho ngành dệt may... Tuy nhiên, dệt may Việt Nam vẫn thiếu một chiến lược phát triển XK thời kỳ hậu khủng hoảng, nên chưa chuẩn bị được đầy đủ những điều



kiện cần thiết (trang thiết bị hiện đại, nguồn nguyên liệu đáp ứng yêu cầu, đặt biệt là nguồn nhân lực) để đón cơ hội hậu khủng hoảng – nhu cầu hàng dệt may có thể tăng 20 – 25%.

3. Các giải pháp phát triển xuất khẩu thời hậu khủng hoảng

Thời kỳ khôi phục kinh tế hậu khủng hoảng đang đến, để có thể nắm bắt được cơ hội cần thực hiện đồng bộ các giải pháp:

- Tái cấu trúc lại nền kinh tế, ngành và các doanh nghiệp. Ở giác độ nền kinh tế, chúng tôi tán đồng quan điểm của ông Trương Đình Tuyền, nguyên Bộ trưởng Bộ Thương mại, thành viên Hội đồng Tư vấn chính sách tài chính tiền tệ Quốc gia, tái cấu trúc nền kinh tế theo hướng tiết kiệm năng lượng và nguyên liệu, phát triển nền kinh tế xanh, vừa thân thiện, vừa trong sạch và minh bạch. Ở giác độ ngành, cần chống quan điểm tăng trưởng XK bằng mọi giá, cần phát triển XK bền vững và hiệu quả. Cần chống bệnh thành tích, chạy theo những con số - tốc độ tăng trưởng nhanh, kim ngạch XK lớn, cần xác định rõ: những gì XK không hiệu quả hôm nay là có tội với con cháu đời sau. Ở giác độ doanh nghiệp, tái cấu trúc là việc cần làm trước hết, cần thẳng thắn nhìn nhận: những khó khăn mà chúng ta gặp phải không phải chỉ do yếu tố khách quan – do khủng hoảng, mà còn do chính những yếu kém nội tại gây ra, vì vậy cần mạnh dạn khắc phục yếu kém, tái cấu trúc, xây dựng bộ máy quản lý gọn nhẹ, linh hoạt và hiệu quả, sẵn sàng ứng phó trước những biến động của môi trường.

- Thay đổi tư duy, hoạch định chiến lược phát triển xuất khẩu

ở các cấp theo hướng phát triển bền vững và hiệu quả. Giữa chiến lược và cấu trúc có mối quan hệ mật thiết. Một chiến lược mới đòi hỏi phải có một cấu trúc phù hợp và ngược lại, một khi tái cấu trúc lại thì phải có một chiến lược mới tương thích. Gắn liền với tái cấu trúc phải chú trọng đến hoạch định chiến lược, nói riêng và quản trị chiến lược, nói chung. Ở mọi cấp phải hoạch định được những chiến lược khoa học, sao cho có thể nắm bắt được cơ hội, vượt qua được thách thức, phát huy được điểm mạnh và khắc phục được điểm yếu. Tuy chúng ta còn nghèo, nhưng không thể chấp xây dựng chiến lược theo kiểu “con nhà nghèo”, bởi nếu chỉ chú trọng đến những cái lợi trước mắt, quên đi cái lâu dài, ta sẽ phải trả giá đắt. Khi xây dựng chiến lược phát triển XK hãy luôn nhớ: khả năng nắm bắt các cơ hội trong tương lai chính là điều quyết định then chốt, vì chúng ta không thể đón tương lai bằng những công cụ của quá khứ.

- Nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam trên cơ sở nâng cao chất lượng, giảm chi phí. Các doanh nghiệp cần chú trọng quản lý chất lượng sản phẩm, áp dụng các giải pháp tối ưu hóa để nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh. Luôn cập nhật thông tin, phân tích môi trường kinh doanh, tìm ra những giải pháp thích hợp để có được lợi thế cạnh tranh bền vững – liên tục cung cấp cho thị trường những sản phẩm, dịch vụ, giá trị mà không đối thủ cạnh tranh nào có thể cung cấp được.

- Xây dựng và phát triển các chuỗi cung ứng nội địa, tham gia các chuỗi cung ứng toàn cầu

để khẳng định vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Trong thế kỷ 21 khuynh hướng chính của kinh doanh toàn cầu là các liên minh chiến lược, các chuỗi cung ứng, cuộc cạnh tranh trên toàn cầu đã chuyển từ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp sang cạnh tranh giữa các chuỗi cung ứng. Chính vì vậy, các doanh nghiệp Việt Nam cần liên kết lại tạo thành các chuỗi cung ứng cả phê theo tiêu chuẩn UTZ, 4 C, các chuỗi cung ứng gạo, hồ tiêu, thủy sản, dệt may... Không chỉ dừng lại ở đó, cần tích cực chuẩn bị các điều kiện cần thiết để tham gia các chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu, ví dụ: phát triển công nghiệp phụ trợ, sản xuất sắm lớp xe chất lượng cao để gia nhập các chuỗi cung ứng ô tô toàn cầu.

- Chú trọng công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Đây là giải pháp then chốt giúp nâng cao khả năng cạnh tranh, phát triển XK bền vững và hiệu quả.

• Bên cạnh các giải pháp chủ yếu nêu trên, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp: phối hợp chặt chẽ giữa kinh tế và ngoại giao, phối hợp giữa các bộ ngành, địa phương để phát triển thị trường XK, chiếm lĩnh thị trường nội địa, đẩy mạnh hoạt động marketing, kiện toàn và nâng cao vai trò của các Hiệp hội ngành hàng... để đón đầu các cơ hội sau khủng hoảng, xác lập vị trí xứng đáng của Việt Nam trên bản đồ thương mại quốc tế. ●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <http://www.gso.gov.vn>
2. Tài liệu của Bộ Công thương
3. Tài liệu của Vasep
4. Tài liệu của Vitas
5. Tài liệu của Vicofa