

Giải pháp thúc đẩy hoạt động xuất khẩu Việt Nam trong bối cảnh mới

TRẦN THỊ NGUYỆT CẨM
HOÀNG THỊ CẨM TÚ*

Tóm tắt

Trong giai đoạn từ năm 2019 đến 2023, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đã đạt được sự tăng trưởng ổn định và mang lại cho quốc gia nguồn ngoại tệ lớn. Tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam hiện vẫn đang đối mặt với nhiều khó khăn. Bài báo này sử dụng phương pháp thống kê mô tả, phân tích và đánh giá thực trạng xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua, từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao giá trị kim ngạch xuất khẩu trong bối cảnh thị trường quốc tế đang có nhiều diễn biến khó lường.

Từ khóa: kim ngạch xuất khẩu, xuất khẩu, Việt Nam

Summary

From 2019 to 2023, Vietnam's export activities have achieved stable growth and brought the country a broad source of foreign currency. However, Vietnam's exports are still facing many difficulties. This article uses descriptive statistics and analyzes and evaluates Vietnam's current export situation in recent times, thereby proposing several solutions to increase the value of export turnover in the context of many unpredictable developments in the international market.

Keywords: export turnover, export, Vietnam

ĐẶT VẤN ĐỀ

Những năm qua, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đã đóng góp lớn vào GDP và tạo ra việc làm cho hàng triệu lao động thông qua các ngành hàng chiến lược, như: dệt may, điện tử, nông sản, thủy sản, và công nghiệp chế biến. Với quy mô và tốc độ tăng trưởng liên tục đạt được ở mức cao trong những năm qua, xuất khẩu hàng hóa được đánh giá là một trong những trụ cột của tăng trưởng kinh tế.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua cũng đang bộc lộ nhiều hạn chế, khiến đóng góp của chất lượng xuất khẩu hàng hóa tới tăng trưởng kinh tế còn những hạn chế nhất định. Vì thế, để đảm bảo xuất khẩu hàng hóa vẫn tiếp tục giữ vai trò động lực tăng trưởng trong những năm tới, cần có sự dịch chuyển căn bản về mặt chất của xuất khẩu hàng hóa. Đặc biệt, trước những diễn biến khó lường của thị trường quốc tế, Việt Nam cần có giải pháp thích hợp để ngành xuất khẩu tiếp tục phát triển và tăng trưởng trong tương lai.

THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM THỜI GIAN QUA

Những kết quả đạt được

Tình hình chung: Trong giai đoạn 2019-2023, ngành xuất khẩu của Việt Nam dù phải đối mặt với nhiều biến động và thách thức chưa từng có do tác động của nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm cả đại

dịch Covid-19 và tình hình kinh tế toàn cầu, nhưng Việt Nam vẫn giữ được vị trí xuất siêu, với giá trị kim ngạch xuất khẩu tăng liên tục từ năm 2019 đến năm 2022. Năm 2023, giá trị xuất khẩu hàng hóa dù giảm 4,35% so với năm trước, nhưng cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam vẫn đạt mức xuất siêu cao 28 tỷ USD, tăng 129,5% so với năm 2022. Nguyên nhân chính dẫn tới sự suy giảm xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2023 là do tình hình thế giới tiếp tục phức tạp và khó lường, kinh tế toàn cầu phục hồi chậm chạp. Nhiều quốc gia đối tác thương mại lớn của Việt Nam đều ghi nhận tăng trưởng chậm lại. Mặc dù lạm phát đã giảm, nhưng vẫn ở mức cao, khiến nhiều nền kinh tế lớn duy trì chính sách tiền tệ thắt chặt và lãi suất cao, dẫn đến sự suy giảm về nhu cầu, ảnh hưởng trực tiếp tới các quốc gia có mức độ mở cửa kinh tế lớn, trong đó có Việt Nam. Bên cạnh đó, sự tăng giá nguyên liệu, chi phí vận chuyển và biến động trong tỷ giá cũng góp phần vào việc làm giảm lợi nhuận từ xuất khẩu và giảm khả năng cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Năm 2024, trong bối cảnh bất ổn tăng cao, rủi ro liên quan đến xung đột vũ trang đã tăng mạnh do xung đột đang diễn ra ở Trung Đông, các cuộc tấn công vào tàu thuyền ở Biển Đỏ, tình trạng an ninh suy giảm rõ rệt ở các khu vực châu Phi cận Sahara và xung đột đang diễn ra tại Uckaina..., xuất khẩu Việt Nam 10 tháng đầu năm vẫn đạt được nhiều thành tựu đáng mừng. Theo Tổng cục Thống kê trong tháng 10/2024,

* TS., ** ThS., Trường Cao đẳng Công Thương miền Trung

Ngày nhận bài: 10/10/2024; Ngày phản biện: 25/10/2024; Ngày duyệt đăng: 11/11/2024

kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa sơ bộ đạt 69,19 tỷ USD, tăng 5,1% so với tháng trước và tăng 11,8% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 10 tháng năm 2024, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa sơ bộ đạt 647,87 tỷ USD, tăng 15,8% so với cùng kỳ năm trước; trong đó, xuất khẩu tăng 14,9%. Việt Nam vẫn giữ đà xuất siêu với 23,31 tỷ USD (Hình 1).

Tính chung 10 tháng năm 2024, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sơ bộ đạt 335,59 tỷ USD, tăng 14,9% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 93,97 tỷ USD, tăng 20,7%, chiếm 28,0% tổng kim ngạch xuất khẩu; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 241,62 tỷ USD, tăng 12,8%, chiếm 72,0%.

Cấu trúc xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đang được cải thiện tích cực, với việc giảm hàm lượng xuất khẩu nguyên liệu thô và tăng cường xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp. Điều này tạo điều kiện cho hàng hóa Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu. Các mặt hàng đóng góp lớn vào tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bao gồm: điện thoại và linh kiện; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác; nông sản, thủy sản; dệt may và giày dép các loại. Trong đó, nhóm hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đã đạt tốc độ tăng trưởng ổn định, với tốc độ tăng trưởng từ 24,3% vào năm 2020, năm 2021 tăng 14,0%; năm 2022 tăng 9,3% và tăng 3,2% vào năm 2023 (Hình 2).

Trong 10 tháng năm 2024, nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản sơ bộ đạt 3,57 tỷ USD, chiếm 1,1%; nhóm hàng công nghiệp chế biến sơ bộ đạt 295,23 tỷ USD, chiếm 88,0%; nhóm hàng nông sản, lâm sản sơ bộ đạt 28,54 tỷ USD, chiếm 8,5%; nhóm hàng thủy sản sơ bộ đạt 8,25 tỷ USD, chiếm 2,4%.

Thị trường xuất khẩu được mở rộng. Trong những năm gần đây, xuất khẩu của Việt Nam đã có nhiều bước phát triển tích cực. Việc mở rộng thị trường xuất khẩu đã giúp đưa sản phẩm của Việt Nam đến nhiều quốc gia và khu vực trên thế giới, đặc biệt là đến với những thị trường khó tính, đòi hỏi chất lượng cao, như: Hoa Kỳ, Liên minh châu Âu (EU), Nhật Bản. Một số thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam bao gồm: Hoa Kỳ; Trung Quốc; EU; ASEAN; Hàn Quốc và Nhật Bản (Hình 3). Trong 10 tháng năm 2024, Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 98,4 tỷ USD.

Những hạn chế, thách thức

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua còn bộc lộ nhiều hạn chế và gặp nhiều khó khăn, thách thức, điển hình là:

(i) Hoạt động xuất khẩu chưa phát triển bền vững. Giá trị gia tăng của hàng hóa xuất khẩu còn thấp do phụ thuộc nhiều vào khai thác các yếu tố về điều kiện tự nhiên và nguồn lao động rẻ. Chính sách phát triển xuất khẩu trong thời gian qua vẫn còn tập trung vào chỉ tiêu về số lượng, chưa thật sự quan tâm đến chất

BẢNG 1: TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2019-2023

Đơn vị: Tỷ USD

Năm	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Xuất siêu	So sánh tuyệt đối (%)
2019	264,2	253,3	10,9	-
2020	282,6	262,6	20	6,96
2021	336,3	332,2	4,1	19,00
2022	371,7	359,5	12,2	10,52
2023	355,5	327,5	28	(4,35)
Tổng			75,2	

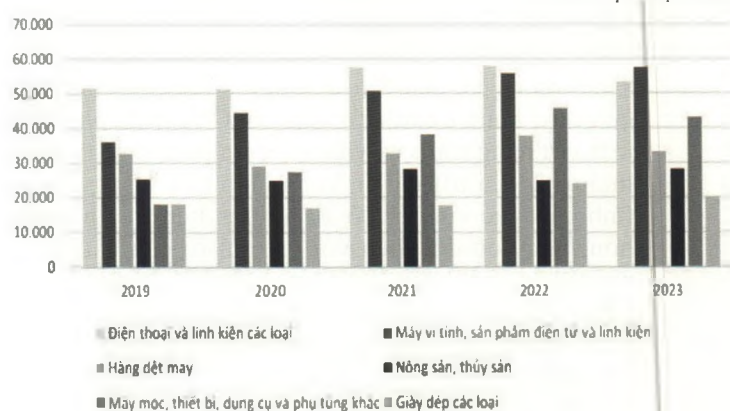
HÌNH 1: XUẤT, NHẬP KHẨU HÀNG HÓA 10 THÁNG NĂM 2024



Nguồn: Tổng cục Thống kê

HÌNH 2: MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHÍNH CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2019-2023

Đơn vị: Triệu USD



Nguồn: Tổng cục Hải quan

lượng và hiệu quả xuất khẩu. Việt Nam chưa khai thác một cách hiệu quả lợi thế cạnh tranh xuất khẩu dựa vào công nghệ, trình độ lao động, quản lý... để tạo ra các nhóm hàng xuất khẩu có khả năng cạnh tranh cao, có hàm lượng khoa học, công nghệ cao, có khả năng tham gia vào khâu tạo ra giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu.

(ii) Xuất khẩu của Việt Nam đang đối mặt với nguy cơ làm cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, suy giảm đa dạng sinh học và ô nhiễm môi trường. Tăng trưởng xuất khẩu của nước ta hiện nay vẫn còn dựa vào việc khuyến khích khai thác các nguồn lợi tự nhiên và sử dụng ngày càng nhiều các yếu tố đầu vào làm gia tăng áp lực gây ô nhiễm...

HÌNH 3: TỶ TRỌNG CÁC THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CHÍNH CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2019-2023 (%)



(iii) Sự gia tăng của các rủi ro thương mại. Việt Nam đã ký kết nhiều FTA với các đối tác lớn, như: EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN và Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Những FTA này đã mang lại cho Việt Nam nhiều cơ hội để mở rộng thị trường và tăng cường cạnh tranh. Tuy nhiên, những FTA này cũng đặt ra những yêu cầu cao về nguồn gốc hàng hóa, tiêu chuẩn kỹ thuật, bảo vệ môi trường và quyền lao động. Nếu không tuân thủ những yêu cầu này, Việt Nam có thể bị áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại hoặc bị kiện trước các tòa án quốc tế. Theo thống kê của Cục Phòng vệ thương mại, tính đến nay, hàng xuất khẩu của Việt Nam đã phải đối mặt với hàng trăm vụ việc điều tra phòng vệ thương mại từ 24 thị trường và vùng lãnh thổ. Đáng chú ý, tính chất các vụ việc có xu hướng điều tra khắt khe hơn, nguy cơ đối diện với các rủi ro của hàng hóa xuất khẩu Việt Nam là rất lớn. Đến hết tháng 9/2024 đã có 263 vụ việc điều tra phòng vệ thương mại liên quan đến hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, trong đó chiếm một nửa là các vụ điều tra chống bán phá giá, tự vệ, chống trợ cấp và chống lẫn tránh phòng vệ thương mại. Đặc biệt, các vụ điều tra phòng vệ thương mại đang phủ rộng đến nhiều mặt hàng, nhất là mặt hàng kim loại (thép, nhôm), hóa chất, chất dẻo; các mặt hàng nông lâm sản, trong đó đáng chú ý là gỗ và sản phẩm gỗ.

Có thể thấy, nếu bị áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại, hàng hóa xuất khẩu sẽ bị giảm tính cạnh tranh, thậm chí mất thị trường nếu bị áp mức thuế cao. Như vậy, áp lực đặt ra đối với doanh nghiệp, ngành hàng là rất lớn.

(iv) Xu hướng siết chặt các quy định và nâng cao tiêu chuẩn nhập khẩu, hướng tới các sản phẩm an toàn, chất lượng hơn. Nhật Bản là một trong những quốc gia có tiêu chuẩn chất lượng với hàng nhập khẩu khắt khe nhất thế giới. Đối với hàng nông, lâm, thủy sản phải đảm bảo các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn

thực phẩm, kiểm dịch động thực vật, đòi hỏi phải được sản xuất, nuôi trồng theo các tiêu chuẩn GAP, HACCP hay JAS - Tiêu chuẩn nông nghiệp Nhật; trong khi hàng công nghiệp cần phải đáp ứng điều kiện về quy cách sản phẩm, quy chuẩn kỹ thuật, quy định ghi nhãn hay các quy định ghi trong JIS - Tiêu chuẩn công nghiệp Nhật Bản... Các lô hàng vi phạm quy định về chất lượng sẽ bị tiêu hủy hoặc trả lại, đồng thời hải quan Nhật Bản sẽ tăng cường tần suất và mức độ kiểm tra hàng hóa trong những lần sau, có thể gây ra nhiều phiền phức và làm tăng chi phí cho doanh nghiệp xuất khẩu. Còn thị trường Hàn Quốc, trong thời gian qua, Chính phủ có ban hành một hệ thống danh mục thuốc bảo vệ thực vật mới. Điều này cũng gây nhiều khó khăn cho doanh nghiệp Việt Nam, do doanh nghiệp thiếu thông tin và nhiều loại thuốc bảo vệ thực vật hiện nay mà doanh nghiệp trong nước đang dùng lại không nằm trong danh mục được phép của Hàn Quốc.

Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam thiếu thông tin về thị trường, không có đầu mối giao dịch thương mại tập trung, ổn định, nên dễ gặp các rủi ro liên quan đến hàng rào kỹ thuật.

NHỮNG GIẢI PHÁP CẦN THỰC HIỆN TRONG THỜI GIAN TỚI

Nhiều năm qua, phát triển xuất khẩu được coi là động lực thúc đẩy phát triển của Việt Nam. Để thúc đẩy vai trò hơn nữa của động lực này, thời gian tới, việc nâng cao chất lượng hoạt động xuất khẩu Việt Nam là cần thiết. Theo đó, cần lưu ý các giải pháp sau:

Thứ nhất, nâng cao năng lực xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

Một là, cải thiện năng lực sản xuất của Việt Nam. Theo đó, Chính phủ cần đẩy mạnh thực hiện có hiệu quả các giải pháp cơ cấu lại các ngành kinh tế dựa trên nền tảng của khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Chính phủ cần tập trung tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, chú trọng giải pháp khơi thông các rào cản về vốn, tín dụng, thủ tục hành chính... Đặc biệt, Chính phủ cần tiếp tục đầu tư cho các viện, trung tâm nghiên cứu để có đủ năng lực nghiên cứu và chuyển giao các tiến bộ khoa học - kỹ thuật về giống; đặc biệt là quan tâm đến việc chuyển giao các loại giống tốt, sạch bệnh đã qua khảo nghiệm vào sản xuất đại trà. Từ đó, đáp ứng yêu cầu kỹ thuật ngày càng cao của các nước đối tác.

Hai là, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Nhà nước cần phải tạo ra những cơ chế tốt để giúp các doanh nghiệp với nhà trường có quan hệ để đào tạo đúng và phù hợp, gắn sát nhất với nhu cầu của thị trường.

Ba là, tháo gỡ khó khăn về chi phí vận chuyển trong hoạt động xuất khẩu hàng hóa. Khoảng cách địa lý càng xa sẽ khiến cho chi phí hàng hóa của Việt Nam tăng theo và làm mất lợi thế cạnh tranh so với

các đối thủ cạnh tranh. Do đó, Việt Nam cần tiếp tục giảm các chi phí liên quan đến logistics bằng việc tiếp tục đầu tư cơ sở hạ tầng cứng, như: hệ thống đường cao tốc, cảng biển, cảng sân bay đồng bộ và hạ tầng mềm, như: cải cách thủ tục hành chính liên quan tới thuế, hải quan... thông qua dịch vụ công trực tuyến cấp độ 3 và 4. Bên cạnh đó, cần xây dựng và phát triển chuỗi cung ứng đồng bộ và hiệu quả từ nguồn nguyên liệu đến sản xuất và xuất khẩu để tăng tính cạnh tranh và giảm chi phí.

Bốn là, cần phải định hướng điều hành chính sách tiền tệ chủ động, linh hoạt, phối hợp chặt chẽ với chính sách tài khóa và các chính sách kinh tế vĩ mô khác để góp phần ổn định kinh tế vĩ mô. Ngân hàng Nhà nước điều hành tỷ giá linh hoạt, phù hợp nhằm ổn định thị trường ngoại tệ và góp phần có lợi cho xuất khẩu.

Thứ hai, hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu

Cung cấp hỗ trợ về thông tin thị trường, chính sách hỗ trợ xuất khẩu, giải pháp về vận chuyển, thanh toán và các vấn đề pháp lý để giúp doanh nghiệp xuất khẩu hoạt động hiệu quả. Triển khai vận hành tốt hệ thống cấp Giấy chứng nhận xuất xứ qua internet và cơ chế Tự chứng nhận xuất xứ, rà soát, đơn giản hóa quy trình cấp C/O, áp dụng khai báo C/O điện tử; Cải cách thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp xuất khẩu khi làm thủ tục đề nghị cấp C/O; Kịp thời giải đáp các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp trong lĩnh vực xuất xứ.

Thứ ba, cần tận dụng các FTA

- Hỗ trợ doanh nghiệp tận dụng các cam kết trong các FTA, đặc biệt là các FTA thế hệ mới, như: CPTPP, EVFTA, UKVFTA, để đẩy mạnh xuất khẩu, thông qua tuyên truyền về quy tắc xuất xứ và cấp Giấy chứng nhận xuất xứ, các cơ hội và cách thức tận dụng cơ hội từ các hiệp định.

- Tập trung đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại và xúc tiến xuất khẩu đối với các thị trường trọng điểm, đặc biệt tận dụng tối đa dư địa xuất khẩu thị trường...

- Hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại tại các thị trường mới, thị trường tiềm năng mà các doanh nghiệp chưa trực tiếp triển khai được hoạt động xúc tiến thương mại; ưu tiên đẩy

mạnh các hoạt động cung cấp thông tin thị trường, cơ hội giao thương nhằm tăng thị phần tại thị trường truyền thống, khai thác các thị trường mới còn nhiều dư địa.

- Phối hợp với các hiệp hội ngành hàng nhằm tháo gỡ khó khăn liên quan đến chi phí vận chuyển hàng hóa khi tình hình căng thẳng xảy ra tại Biển Đỏ; kịp thời có khuyến cáo các hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp xuất khẩu trong bối cảnh diễn biến bất ổn tại Israel.

Thứ tư, giảm thiểu các rủi ro khi xuất khẩu

Tăng cường cảnh báo sớm các vụ kiện phòng vệ thương mại; hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp cách ứng phó với các vụ kiện; kịp thời thông tin cho doanh nghiệp, hiệp hội về thông tin, nhu cầu, quy định mới của thị trường. Ngoài ra, cơ quan chức năng nên ra sách trắng về phòng vệ thương mại, giúp doanh nghiệp có cái nhìn tổng thể, toàn diện hơn đối với lĩnh vực này, qua đó có những biện pháp ứng phó phù hợp với từng thị trường.

Ở chiều ngược lại, các doanh nghiệp cần nắm vững các quy định về phòng vệ thương mại quốc tế nhằm tránh sự bị động khi bị khởi xướng điều tra các vụ việc. Còn trong quá trình tham gia cung cấp thông tin vụ việc, cần thuê công ty tư vấn, hỗ trợ, đồng thời phối hợp chặt chẽ với cơ quan chức năng, nhất đại diện thương mại Việt Nam tại thị trường nhập khẩu để nắm được thông tin điều tra từ sớm, từ xa.

Thứ năm, mở rộng thị trường xuất khẩu

Để tránh việc phụ thuộc vào các thị trường chính, Chính phủ cần đẩy mạnh các hoạt động đàm phán song phương, đa phương với các thị trường, khu vực thị trường trọng điểm, nhiều tiềm năng. Tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu theo hướng chủ trọng mở rộng thị trường ở các nước đang phát triển, các thị trường tiềm năng và thị trường mới nổi. Đồng thời, phát triển xuất khẩu theo chiều sâu tới những thị trường truyền thống, như: Mỹ, EU, Trung Quốc, các nước Đông Á, ASEAN...

Cùng với đó, cần đầu tư vào chiến lược quảng bá thương hiệu hiệu quả để tăng cường uy tín và nhận diện thương hiệu của sản phẩm Việt Nam trên thị trường quốc tế. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2019 - 2023), *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam các năm, từ năm 2019 đến năm 2023*.
2. Hoàng Thị Hồng Lê, Trần Đình Tuấn (2023), *Đẩy mạnh xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam trong bối cảnh mới*, truy cập từ <https://tapchitaichinh.vn/day-manh-xuat-nhap-khau-hang-hoa-cua-viet-nam-trong-boi-canh-moi.html>.
3. Tổng cục Hải quan (2020-2024), *Số liệu thống kê các năm, từ năm 2019 đến 2023*.
4. Tổng cục Thống kê (2019-2023), *Số liệu thống kê các năm, từ năm 2019 đến 2023*.
5. Tổng cục Thống kê (2024), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội tháng 10 và 10 tháng năm 2024*.
6. Tổng cục Thống kê (2024), *Xuất, nhập khẩu năm 2023 nỗ lực phục hồi, tạo đà bứt phá cho năm 2024*, truy cập từ <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2024/01/xuat-nhap-khau-nam-2023-no-luc-phuc-hoi-tao-da-but-pha-cho-nam-2024/>.