

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP CHO XUẤT KHẨU VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2012-2015 - ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2020

SITUATIONS AND SOLUTIONS FOR VIETNAM'S EXPORT IN 2012-2015 PERIOD IN ORIENTATION TO 2020

Nguyễn Thị Thanh Hà¹, Nguyễn Ngọc Sơn²

¹Trường Cao đẳng Kinh tế - Kế hoạch Đà Nẵng; Email: thanhhakhdn@gmail.com

²Agribank Hải Châu Đà Nẵng; Email: nguyenngocsonvba@gmail.com

Tóm tắt - Xuất khẩu có ý nghĩa quan trọng và ngày càng đóng góp to lớn cho sự tăng trưởng kinh tế của các quốc gia, tác động tích cực đến cán cân thanh toán quốc tế và sự ổn định kinh tế vĩ mô. Hàng hóa xuất khẩu có khối lượng lớn, chất lượng cao còn làm tăng vị thế kinh tế quốc gia trong quan hệ kinh tế quốc tế. Tuy nhiên, hàng xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn manh mún, chất lượng chưa cao, giá cả còn thấp so với các hàng hóa cạnh tranh cùng loại, vì vậy tăng trưởng xuất khẩu chưa mang tính bền vững. Để khuyến khích xuất khẩu hàng hóa theo định hướng phát triển kinh tế Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, Việt Nam cần có những chiến lược và giải pháp đột phá mới có thể tăng trưởng và phát triển xuất khẩu bền vững.

Từ khóa - xuất khẩu; tăng trưởng xuất khẩu; chiến lược; kim ngạch; phát triển

Abstract - Export has an important part and contributes much to the development of national economy. It has a positive impact on the balance of payments and stability of macroeconomics. Goods exported in large quantities and with high quality also improve the position of national economy in international economic relations. However, Vietnam's exports remain fragmented with low quality and prices compared with competitive goods of the same type, so export growth is not sustainable. To encourage export-oriented economic development in Vietnam in 2020, with a vision to 2030, Vietnam needs to develop strategies and innovative solutions so that it can grow and develop sustainable export.

Key words - Export; export growth; strategy; turnover; develop

1. Đặt vấn đề

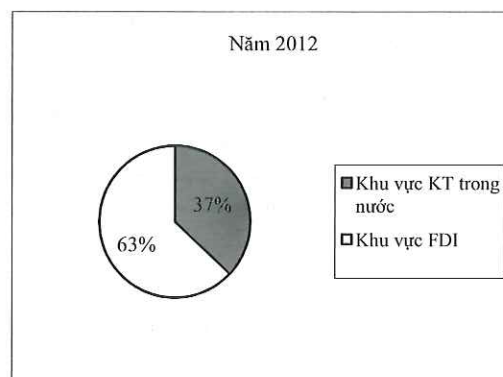
Xuất khẩu là "một trong ba chương trình kinh tế lớn trọng điểm" được khẳng định trong các Nghị quyết của Đảng, đã, đang và sẽ là mũi nhọn trong Chiến lược hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế của nước ta. Trong những năm qua, phát triển xuất khẩu đã có những đóng góp to lớn vào công cuộc đổi mới của đất nước. Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam nhìn chung đã có những tín hiệu tích cực khi kim ngạch xuất khẩu tăng đáng kể. Tuy nhiên, một số mặt hàng xuất khẩu chính vẫn còn gặp nhiều khó khăn, đòi hỏi những nỗ lực lớn từ cộng đồng doanh nghiệp cũng như sự nỗ lực của Nhà nước, các Bộ, ngành, hiệp hội....

2. Thực trạng xuất khẩu Việt Nam năm 2012 và 9 tháng năm 2013

Trong bối cảnh chung của kinh tế thế giới và trong nước, xuất khẩu Việt Nam năm 2012 đạt được những kết quả và tiến bộ đáng ghi nhận [1], [2]

- Về tổng kim ngạch xuất khẩu cả năm 2012 ước đạt 114,57 tỷ USD, tăng 18,2% so năm 2011 là mức cao nhất từ trước tới nay, vượt chỉ tiêu do Quốc hội đưa ra năm 2012 (tăng 13%-14%) Kim ngạch xuất khẩu bình quân đầu người cả năm lên tới 1.306 USD, so với mức 1.083 USD năm 2011 và mức 831 USD năm 2010. Tỷ lệ xuất khẩu/GDP vượt qua mốc 75%, là mức cao so với tỷ lệ đã đạt được trong các năm trước.

- Về quy mô và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao đạt được chủ yếu ở khu vực có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) với tổng giá trị lên tới 73 tỷ USD (tăng 31%) so với năm 2011 còn khu vực kinh tế trong nước đạt 42 tỷ USD (tăng 0,9%).



Hình 1. Tỷ lệ xuất khẩu phân theo Khu vực của nền kinh tế năm 2012

Cơ cấu kim ngạch hàng hóa xuất khẩu năm 2012 chuyển dịch khá mạnh. Khu vực FDI là "đầu tàu" xuất khẩu nhưng việc xuất khẩu chủ yếu thuộc nhóm các mặt hàng gia công, thực thu ít ngoại tệ: Điện tử, máy tính và linh kiện; điện thoại các loại và linh kiện, hàng dệt may, giày dép...

- Về thị trường xuất khẩu, trong năm 2012, EU vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của nước ta với kim ngạch xuất khẩu đạt 20 tỷ USD, tăng 21,3% so với năm 2011. Tiếp đến là thị trường Mỹ đạt 19 tỷ USD, tăng 17%; ASEAN đạt 17,8 tỷ USD, tăng 28%; Nhật Bản đạt 13,9 tỷ USD, tăng 23,3%; Trung Quốc đạt 14,2 tỷ USD, tăng 11,1%; Hàn Quốc đạt 7 tỷ USD, tăng 16,3%.

Trong bối cảnh tình hình kinh tế thế giới đã có nhiều biến chuyển tích cực, việc Chính phủ các nền kinh tế lớn như Mỹ, Nhật Bản và EU liên tiếp tung ra các gói kích thích kinh tế đã góp phần phục hồi, phát triển sản xuất, kinh doanh, nâng cao niềm tin tiêu dùng; kinh tế Việt Nam mặc dù gặp nhiều khó khăn nhưng đã dần được cải thiện trong thời gian gần đây và dự báo sẽ tốt hơn vào

cuối năm 2013 khi mà các chính sách đã ban hành (Nghị quyết 01 và 02 của Chính phủ) phát huy hiệu quả; xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp vẫn tiếp tục giữ mức tăng trưởng cao.

Theo nhận định của Bộ Công Thương, 9 tháng năm 2013, tăng trưởng xuất khẩu đạt 15,3% là kết quả tích cực, giúp xuất khẩu tiếp tục là điểm sáng của nền kinh tế; tăng trưởng xuất nhập khẩu của khối doanh nghiệp trong nước đã bắt đầu phục hồi và có xu hướng tăng dần, trong khi đó, xuất khẩu của khối doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tiếp tục đóng góp phần lớn vào tăng trưởng xuất khẩu với tỷ trọng chiếm khoảng 59% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước [3].

Đặc biệt, các doanh nghiệp đã tận dụng được những cơ hội từ việc hội nhập kinh tế quốc tế song phương và đa phương để phát triển xuất khẩu hàng hóa. Trong 8 tháng năm 2013, tổng kim ngạch xuất khẩu sử dụng các loại giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) ưu đãi đạt gần 16 tỷ USD tăng hơn 60% so với cùng kỳ năm 2012; trong đó C/O mẫu D (thực hiện Hiệp định về chương trình ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung (CEPT) giữa các nước ASEAN) đạt kim ngạch cao nhất với gần 4 tỷ USD tăng

81%, tiếp theo là C/O mẫu AK (ASEAN – Hàn Quốc) đạt 3,7 tỷ USD tăng 67%, C/O mẫu E (ASEAN – Trung Quốc) đạt 2,8 tỷ USD tăng 45%....

Dự báo năm 2013 tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước đạt 131 tỷ USD tăng khoảng 14% so với năm 2012 và cao hơn 4% so với chỉ tiêu do Quốc hội đã đề ra. Theo kế hoạch của Bộ Công Thương, kim ngạch xuất khẩu năm 2014 sẽ đạt khoảng 144 tỷ USD tăng 10% so với năm 2013.

Mặc dù hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam nhìn chung đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận nhưng xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản còn gặp nhiều khó khăn. Một số mặt hàng chủ lực có dấu hiệu chững lại do có khó khăn về thị trường, sản xuất và giá xuất khẩu. Kim ngạch xuất khẩu của một số mặt hàng như cao su, gạo... tiếp tục sụt giảm do cung vượt cầu.

Xét về ngành hàng, báo cáo của HSBC (2013) đã dự báo một số ngành hàng chủ lực của Việt Nam với xu thế vươn lên trong chuỗi giá trị với trình độ năng lực và tay nghề cao hơn, trên cơ sở cải tiến và sáng tạo như các ngành thiết bị in ấn, điều khiển và công nghệ thông tin [2].

Bảng 1. Dự báo tỷ lệ % đóng góp của một số ngành trong tăng trưởng cho xuất khẩu của Việt Nam

TT	Ngành hàng	2013-2015 (%)	Ngành hàng	2016-2020 (%)	Ngành hàng	2021-2030 (%)
1	Quần áo may sẵn	20	Quần áo may sẵn	19	Quần áo may sẵn	17
2	Dệt và chế biến gỗ	12	Dệt và chế biến gỗ	13	Dệt và chế biến gỗ	16
3	Máy công nghiệp	11	Máy công nghiệp	13	Máy công nghiệp	14
4	Linh kiện, thiết bị CNTT	9	Linh kiện, thiết bị CNTT	9	Linh kiện, thiết bị CNTT	7
5	Các sản phẩm từ dầu mỏ	9	Các sản phẩm từ dầu mỏ	7	Các sản phẩm từ dầu mỏ	6
6	Sản phẩm động vật	6	Sản phẩm động vật	5	Sản phẩm động vật	4
7	Nguyên phụ liệu cho cây, con	4	Nguyên phụ liệu cho cây, con	4	Nguyên phụ liệu cho cây, con	4
8	Nhà dựng sẵn	3	Nhà dựng sẵn	3	Nhà dựng sẵn	4
9	Hoá chất	3	Hoá chất	3	Hoá chất	4
10	Sản xuất khoáng chất	3	Sản xuất khoáng chất	3	Sản xuất khoáng chất	3

(Nguồn: Cục xúc tiến thương mại, báo cáo xúc tiến xuất khẩu 2012-2013)

Như vậy, dự báo kim ngạch xuất khẩu có thể nhìn nhận qua ba nhóm ngành hàng chính:

Nhóm hàng công nghiệp chế biến: đây sẽ tiếp tục là nhóm hàng có tiềm năng phát triển và thị trường thế giới có nhu cầu theo dự báo của HSBC cũng như nhiều cơ quan phân tích khác. Để thúc đẩy các ngành hàng thuộc nhóm này, mục tiêu là phải phát triển công nghiệp hỗ trợ, giảm dần sự phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, nâng cao hiệu quả gia công xuất khẩu, từng bước tạo tiền đề chuyển sang xuất khẩu trực tiếp, nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm, không ngừng ứng dụng các thiết bị khoa học mới, hiện đại hoá để từng bước nâng cao chất

lượng và hạ giá thành sản phẩm

Nhóm hàng khoáng sản: đây là nhóm hàng có lợi thế về tài nguyên nhưng bị giới hạn nguồn cung. Tuy vậy, theo định hướng giảm khối lượng xuất khẩu khoáng sản thô, chuyển dần sang xuất khẩu sản phẩm chế biến, các đơn vị xuất khẩu sẽ cần tận dụng các cơ hội thuận lợi về thị trường và giá cả để tăng giá trị xuất khẩu nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản.

Nhóm hàng nông, thủy sản: đây là nhóm hàng có lợi thế và năng lực cạnh tranh dài hạn. Theo dự báo của UNDP (2013), trong thời gian tới, tuy cầu không tăng, thậm chí có thể giảm nhẹ song do mất mùa ở một số vùng

sản xuất lớn, thị trường của nhóm hàng này còn tiếp tục tăng trưởng cả về giá bán và khối lượng.

Tuy nhiên, với hàng của Việt Nam, đặc điểm nổi bật là giá trị gia tăng còn thấp nên mục tiêu trong thời gian tới cần cần tập trung nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng để tăng giá trị và kim ngạch xuất khẩu nông sản; chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu hướng mạnh vào chế biến sâu, phát triển xuất khẩu sản phẩm có chất lượng cao, sản phẩm sinh thái có giá trị gia tăng cao, có sức cạnh tranh và có thương hiệu mạnh.

Để lựa chọn thị trường cho xuất khẩu trong thời gian tới, hai nguồn thông tin có thể tham khảo gồm bảng xếp hạng của Bloomberg về 10 nền kinh tế thuận lợi nhất cho kinh doanh và báo cáo của HSBC (2013). Bảng xếp hạng của Bloomberg nêu danh sách 10 thị trường, gồm Hồng Kông, Hoa Kỳ, Nhật, Hà Lan, Đức, Australia, Canada, Singapore, Đan Mạch và Anh. Báo cáo của HSBC dự báo triển vọng và khả năng tăng trưởng mạnh của xuất khẩu Việt Nam tới 10 thị trường qua từng giai đoạn tới năm 2030 như nêu trong Bảng 2.

Bảng 2: Dự báo tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nhanh nhất sang một số thị trường

TT	Thị trường	2013-2015 (%)	Thị trường	2016-2020 (%)	Thị trường	2021-2030 (%)
1	Bangladesh	23	Ấn Độ	17	Trung Quốc	15
2	Ấn Độ	23	Trung Quốc	17	Ấn Độ	15
3	Hồng Kông	19	Thổ Nhĩ Kỳ	15	Malaysia	13
4	Trung Quốc	18	Malaysia	15	Thổ Nhĩ Kỳ	13
5	Malaysia	18	Ba Lan	14	Indonesia	13
6	Thổ Nhĩ Kỳ	18	Braxin	14	Ai Cập	12
7	Đức	16	Indonesia	14	A rập Xê út	12
8	Achentina	15	Hàn Quốc	14	Bangladesh	12
9	Pháp	15	Banladesh	13	Canada	11
10	Hàn Quốc	14	Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất	13	Hàn Quốc	11

(Nguồn: Cục xúc tiến thương mại, báo cáo xúc tiến xuất khẩu 2012-2013)

3. Đánh giá hoạt động xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua

3.1. Thành tựu đạt được

Một là, trong bối cảnh có nhiều khó khăn và bất cập của thị trường và giá cả thế giới, xuất khẩu đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Năm 2012 là năm đầu tiên Việt Nam xuất siêu hàng hóa kể từ năm 1993.

Hai là, quy mô và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu về cơ bản tiếp tục được cải thiện đáng kể đối với các mặt hàng chủ lực. Về thị trường nói chung tuy có khó khăn nhưng cả thị trường truyền thống và thị trường mới đang dần hồi phục.

Ba là, cơ cấu xuất khẩu đã có xu hướng chuyển dịch tích cực, gắn chuyển dịch cơ cấu mặt hàng với cơ cấu thị trường xuất khẩu, xây dựng được nhóm hàng xuất khẩu chủ lực và gặt hái được thành công ở một số khâu đột phá tăng trưởng xuất khẩu.

Bốn là, xuất khẩu hàng hóa đã từng bước gắn kết với xuất khẩu dịch vụ. Xuất khẩu tại chỗ bước đầu đã thu được ngoại tệ đáng kể, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại.

3.2. Những hạn chế cần tháo gỡ

- Quy mô xuất khẩu còn nhỏ, phát triển xuất khẩu vẫn chủ yếu theo chiều rộng, chất lượng tăng trưởng thấp, chi phí xuất khẩu cao, hoạt động xuất khẩu phản ứng chậm so với các biến động của thị trường thế giới, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chậm chuyển dịch theo hướng hiệu quả, hiện đại. Do đó sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế chưa cao.

- Sự phát triển thị trường ngoài nước chủ yếu theo chiều rộng, chưa hướng mạnh vào phát triển theo chiều sâu, chất lượng thông tin dự báo chiến lược thị trường quốc tế còn yếu kém, chưa thực hiện thành công một số bước điều chỉnh chiến lược thị trường xuất khẩu.

- Chưa tận dụng hiệu quả cơ hội và điều kiện thuận lợi của hội nhập quốc tế để đẩy mạnh xuất khẩu.

- Công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa tuy đã có nhiều cải tiến nhưng còn một số hạn chế, thụ động, tính đồng bộ chưa cao.

4. Định hướng cho xuất khẩu Việt Nam đến năm 2020

Chiến lược phát triển xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn đến năm 2020 cũng đề ra mục tiêu là: “Nỗ lực gia tăng tốc độ tăng trưởng xuất khẩu, góp phần đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, tạo công ăn việc làm, thu ngoại tệ; chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, gia tăng sản phẩm chế biến và chế tạo các loại sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ; mở rộng và đa dạng hóa thị trường và phương thức kinh doanh; hội nhập thắng lợi vào kinh tế khu vực và thế giới” [4], [5].

Trên cơ sở mục tiêu định hướng chung nêu trên, một số định hướng cụ thể phát triển xuất khẩu trong giai đoạn 2011-2020 là:

- Xác định phát triển xuất khẩu các mặt hàng mới phù hợp với xu hướng biến đổi của thị trường thế giới và lợi thế của Việt Nam là khâu đột phá trong phát triển xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2011-2020. Các mặt hàng

mới là các mặt hàng chế tạo công nghệ trung bình và công nghệ cao.

+ Giai đoạn 2011-2015 tập trung phát triển xuất khẩu những mặt hàng có lợi thế về điều kiện tự nhiên và lao động rẻ như thủy sản, nông sản, dệt may, điện tử, các sản phẩm chế tác công nghệ trung bình... Tuy nhiên cần chuẩn bị điều kiện để gia tăng tỷ trọng xuất khẩu hàng chế biến.

+ Giai đoạn 2016-2020 tập trung phát triển các mặt hàng công nghiệp mới có giá trị gia tăng cao, hàm lượng công nghệ và chất xám cao, trên cơ sở thu hút mạnh đầu tư trong nước và nước ngoài vào các ngành sản xuất định hướng xuất khẩu, những ngành chế tạo công nghệ trung bình và công nghệ cao.

- 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...

- Không khuyến khích phát triển sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng thu hút nhiều lao động rẻ, ô nhiễm môi trường, giá trị gia tăng thấp. Chú trọng phát triển các mặt hàng xuất khẩu thân thiện môi trường, hạn chế sử dụng năng lượng và tài nguyên.

- Tập trung phát triển thị trường cho các sản phẩm có sức cạnh tranh lớn, có giá trị gia tăng cao hoặc các nhóm sản phẩm có tỷ trọng kim ngạch lớn. Trước hết là khai thác cơ hội mở cửa thị trường từ các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế để đẩy mạnh xuất khẩu và các thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN... Khai thác các thị trường tiềm năng như Nga, Đông Âu, châu Phi và châu Mỹ La tinh...

5. Giải pháp cho xuất khẩu Việt Nam

Thứ nhất, chú trọng nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị sản phẩm xuất khẩu cũng như chính sách đúng đắn, hợp lý tạo khả năng cạnh tranh cho hàng hóa xuất khẩu Việt Nam. Đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu theo hướng tăng dần các sản phẩm của các ngành công nghiệp có hàm lượng chất xám cao, phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ, gắn kết giữa phát triển vùng nguyên liệu với sản xuất, chế biến và xuất khẩu, chú trọng tái nguyên và bảo vệ môi trường.

Thứ hai, về việc phát triển thị trường:

+ Xúc tiến thương mại mà trọng tâm đàm phán FTA vào những thị trường, khu vực trọng điểm, nhiều tiềm năng cũng đóng vai trò chiến lược, đảm bảo đầu ra ổn định cho hàng hóa xuất khẩu, tập trung khai thác tốt hơn các thị trường truyền thống, đồng thời quan tâm phát triển các thị trường mới, nhất là các thị trường có nhiều tiềm năng ở khu vực Đông Âu, Tây Á, Nam Á, châu Phi, Mỹ La tinh.

+ Đẩy mạnh các hoạt động đàm phán song phương, đa phương nhằm mở rộng thị trường thúc đẩy xuất khẩu. Tham gia đàm phán các Hiệp định thương mại tự do để tạo thị trường cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, như: Hiệp định TPP, Hiệp định Việt Nam-EU, Hiệp định Việt Nam - EFTA, Hiệp định Việt Nam - Hàn Quốc, Hiệp định

Việt Nam và Liên minh Hải quan, Hiệp định VPA - FLEGT Việt Nam - EU về kiểm soát nguồn gốc gỗ xuất khẩu.

+ Tái cấu trúc thị trường xuất khẩu theo hướng đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, đồng thời tập trung khai thác thị trường trong nước.

+ Tham gia giới thiệu, quảng bá sản phẩm qua việc tổ chức, liên kết tổ chức các hội nghị, hội thảo tại thị trường mục tiêu.

Thứ ba, Về phía doanh nghiệp:

+ Doanh nghiệp phải tổ chức, đổi mới phương thức kinh doanh, nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm, xác lập các liên kết từ sản xuất, phân phối đến tiêu dùng và xuất khẩu, hình thành các chuỗi cung ứng để có thể tạo được chỗ đứng vững chắc trong các chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu.

+ Các hiệp hội ngành hàng cần nâng cao vai trò của mình để liên kết các doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất khẩu trong các ngành hàng và để bảo đảm hiệu quả lợi ích chung của các ngành hàng, doanh nghiệp và nhà nước.

+ Đưa các doanh nghiệp Việt Nam tham gia các diễn đàn, tăng cường trao đổi thông tin tìm cơ hội hợp tác trong sản xuất kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm, liên doanh, liên kết.

+ Các doanh nghiệp Việt Nam tìm hiểu và học hỏi kinh nghiệm về tổ chức sản xuất, tiếp thu công nghệ mới, giao lưu với các doanh nghiệp trong khu vực trong điều kiện có thể xuất khẩu sản phẩm của mình.

Thứ tư, Về chính sách cho hoạt động xuất khẩu

+ Nâng cao hiệu quả chính sách chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu. Tích cực và chủ động phối hợp giữa các Bộ, ngành, địa phương và chỉ đạo các doanh nghiệp triển khai các giải pháp, các đề án trong Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 [4]

+ Xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm một số ngành hàng có lượng hàng hóa lớn như gạo, thủy sản, cà phê, hạt tiêu, hạt điều.

+ Tiếp tục đổi mới phương thức xúc tiến thương mại trong và ngoài nước, trong đó cần ưu tiên những thị trường tiềm năng, các hàng hóa đang có nhu cầu lớn về tiêu thụ trong nước và xuất khẩu nhưng đang gặp khó khăn.

+ Đẩy mạnh chính sách xúc tiến xuất khẩu của Nhà nước hỗ trợ cho doanh nghiệp sản xuất, gia công hàng xuất khẩu

+ Chính sách thuế suất xuất khẩu: Tiếp tục tiến hành nghiên cứu mức thuế suất xuất khẩu, thống nhất mức thuế thành các nhóm chính; Đổi mới quy trình hoàn thuế bằng cách giảm thiểu bước trung gian trong tiếp nhận hồ sơ xin hoàn thuế. Phân công trách nhiệm rõ ràng cho cán bộ tiếp nhận hồ sơ, kiểm tra ngay từ khâu đầu về tính hợp lý của hồ sơ.

+ Đổi mới chính sách tín dụng xuất khẩu: Thống nhất hai quỹ Hỗ trợ xuất khẩu và Quỹ hỗ trợ phát triển thành một quỹ nhằm nâng cao chức năng hỗ trợ xuất khẩu.

Thứ năm, Đào tạo nguồn nhân lực trong hoạt động xuất khẩu

+ Đối với đội ngũ quản lý trong doanh nghiệp: nâng cao trình độ quản lý bằng cách mở các lớp tập huấn về kỹ năng, nghiệp vụ; phổ biến các chính sách, quy định pháp luật về đầu tư, về thuế, về hải quan; đặc biệt nâng cao hiểu biết về các quy định của WTO trong khi hội nhập.

+ Đối với đội ngũ hoạch định và xây dựng chính sách xuất khẩu: tiến hành kiểm tra chọn lọc những người đủ tiêu chuẩn về trình độ, hiểu biết, có kỹ năng xây dựng và ban hành chính sách.

Thứ sáu, Tăng cường và nâng cao hiệu quả công tác thông tin, dự báo thị trường, kịp thời thông báo, tuyên truyền nâng cao nhận thức của các nhà sản xuất, xuất khẩu về các loại rào cản của các nước nhập khẩu nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, cải thiện chất lượng hàng hóa tránh rủi ro cho doanh nghiệp khi thực hiện các hợp đồng xuất khẩu.

6. Kết luận

Để đạt được mục tiêu và định hướng chiến lược thúc đẩy xuất khẩu và hạn chế nhập siêu thời kỳ tới 2020, lĩnh vực xuất khẩu cần phải phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững. Phát triển xuất khẩu sao cho cân đối giữa chiều

rộng và chiều sâu, hài hòa lợi ích giữa các ngành hướng về xuất khẩu và các ngành thay thế nhập khẩu. Xuất khẩu cần thiết phải được cơ cấu lại một cách thật khoa học để nâng cao chất lượng, hiệu quả, đáp ứng yêu cầu phát triển nhanh và bền vững, góp phần đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước./.

Tài liệu tham khảo

- [1] PGS.TS Nguyễn Sinh Cúc, Xuất, nhập khẩu Việt Nam năm 2012: kết quả và những vấn đề đặt ra, ngày 19/12/2012
- [2] Cục xúc tiến thương mại, Báo cáo xúc tiến thương mại 2012-2013, tr. 25,50
- [3] <http://www.longan.gov.vn/chinhquyen/soct/Pages/De-xuat-khau-la-diem-sang-trong-buc-tranh-kinh-te-nam-2014.aspx>, ngày 11/11/2013
- [4] PGS.TS Lê Danh Vĩnh & TS. Hồ Trung Thanh (2011), Quan điểm và định hướng phát triển xuất nhập khẩu nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020, Cổng thông tin điện tử Bộ Công Thương.
- [5] Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam thời kỳ 2011-2020, Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI.
- [6] <http://www.vietrade.gov.vn/tin-tuc/20-tin-tuc/3644-tinh-hinh-xut-nhp-khu-6-thang-2013-va-d-bao-6-thang-cui-nm-phn-1.html>, ngày 18/7/2013
- [7] www.moit.gov.vn/vn/tin-tuc/2477/%5C%5Cwww.evn.com.vn, ngày 25/11/2013

(BBT nhận bài: 09/12/2013, phản biện xong: 18/12/2013)