BỘ CÔNG THƯƠNG

PGS. TS LÊ DANH VĨNH (Chủ biên)

MUTRAP
EU - VIETNAM MUTRAP III
DỰ ÁN HỖ TRỢ THƯƠNG MẠI ĐA BIÊN

VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI
VIETNAM INSTITUTE FOR TRADE

# CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI NHẰM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM THỜI KỲ 2011-2020

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

# CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI NHẰM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM THỜI KÌ 2011 - 2020

## TẬP THỂ TÁC GIẢ

---***---

**PGS. TS. Lê Danh Vĩnh**
**PGS. TS. Đinh Văn Thành**
**TS. Hồ Trung Thanh**
**TS. Nguyễn Thị Nhiễu**
**Ths. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa**
**Ths. Đỗ Quang**
**Nguyễn Thức**
**Bùi Thị Thanh Thủy**

# BỘ CÔNG THƯƠNG

**PGS. TS LÊ DANH VĨNH** (Chủ biên)

MUTRAP
EU - VIETNAM MUTRAP III
DỰ ÁN HỖ TRỢ THƯƠNG MẠI ĐA BIÊN

VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI
VIETNAM INSTITUTE FOR TRADE

# CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI NHẰM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM THỜI KỲ 2011 - 2012

**NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG**
HÀ NỘI - 2012

**Mã số: KT 03 TĐ 12**

# LỜI GIỚI THIỆU

Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ XI đã xác định quan điểm nhất quán trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội nước ta giai đoạn 2011-2020 là phát triển nhanh đi đôi với phát triển bền vững, sớm đưa nước ta trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2020. Để triển khai thực hiện quan điểm nói trên, đòi hỏi các ngành, lĩnh vực và các địa phương trên cả nước phải cụ thể hóa bằng các mục tiêu và chính sách cụ thể.

Thương mại là một ngành kinh tế có vị trí và vai trò rất quan trọng trong việc phát triển kinh tế - xã hội. Trong những năm qua, thực hiện chủ trương phát triển nền kinh tế thị trường, mở cửa hội nhập, thương mại nước ta đã đạt được những thành tựu to lớn, góp phần vào công cuộc đổi mới và phát triển kinh tế của đất nước. Thương mại đã có những đóng góp quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế, góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập, xóa đói, giảm nghèo. Chính sách thương mại của Việt Nam đã được hoàn thiện một bước rất cơ bản theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và ngày càng phù hợp với các quy định của quốc tế và khu vực.

Tuy nhiên, thương mại của Việt Nam trong giai đoạn vừa qua phát triển chưa thật bền vững. Tăng trưởng thương mại cao nhưng chủ yếu dựa vào các yếu tố tăng trưởng theo chiều rộng, chất lượng tăng trưởng còn thấp. Việc mở rộng xuất, nhập khẩu theo chiều rộng dựa trên khai thác tài nguyên và giá nhân công rẻ đang có nguy cơ làm cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, gây ô nhiễm môi trường và phát sinh một số vấn đề xã hội bức xúc. Nhập khẩu tăng cao, nhập siêu gia tăng đã tác động không tốt đến cán cân thương mại và cán cân thanh toán. Hệ thống phân phối của các doanh nghiệp Việt Nam phát triển chậm và đang đứng trước nguy cơ bị thu hẹp thị phần tại thị trường nội địa. Thương mại Việt Nam cũng đang phải đối mặt với những thách thức ngày càng lớn do thị trường thế giới biến đổi và chứa đựng các yếu tố khó lường.

Nhằm góp phần cụ thể hóa và thực hiện thắng lợi mục tiêu Nghị quyết Đại hội lần thứ XI của Đảng Cộng sản Việt Nam về chủ trương phát triển kinh tế nhanh và bền vững, cần thiết phải nghiên cứu luận cứ khoa học cho hoàn thiện chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững. Với mục đích đó, Bộ Công Thương đã tổ chức hội thảo khoa học quốc gia với chủ đề: "Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020".

Theo yêu cầu của đông đảo bạn đọc, chúng tôi xin trân trọng giới thiệu cuốn sách: "***Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020***". Với các bài viết có chất lượng, ý kiến bình luận và đánh giá sâu sắc về phát triển thương mại phục vụ yêu cầu phát triển bền vững ở nước ta, chúng tôi hy vọng cuốn sách sẽ cung cấp những thông tin bổ ích phục vụ cho công tác nghiên cứu, quản lý và giảng dạy để góp phần vào sự nghiệp phát triển bền vững ở nước ta.

Xin trân trọng giới thiệu cuốn sách và mong nhận được ý kiến đóng góp của bạn đọc!

**PGS. TS. LÊ DANH VĨNH**

# MỤC LỤC

**1. Bài phát biểu đề dẫn ……..... ……12**

*PGS. TS. Lê Danh Vĩnh*

Thứ trưởng Thường trực Bộ Công Thương

Chủ tịch Hội đồng Khoa học Bộ Công Thương

**2. Quan điểm và định hướng phát triển xuất nhập khẩu nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020……17**

*PGS. TS. Lê Danh Vĩnh*

Thứ trưởng Thường trực Bộ Công Thương

Chủ tịch Hội đồng Khoa học Bộ Công Thương

*TS. Hồ Trung Thanh*

Viện Nghiên cứu Thương mại

**3. Một số vấn đề lý luận và thực tiễn của hoàn thiện chính sách thương mại phục vụ phát triển bền vững của Việt Nam.... .....29**

*PGS. TS. Đinh Văn Thành*

Viện trưởng Viện Nghiên cứu Thương mại

**4. Đầu tư trực tiếp nước ngoài với phát triển bền vững ở Việt Nam..... ..... 39**

*GS. TSKH. Nguyễn Mại*

Chủ tịch Hiệp hội doanh nghiệp đầu tư nước ngoài - VAFIE

**5. Giải pháp chính sách nhằm phát triển xuất khẩu bền vững các mặt hàng nông sản Việt Nam đến năm 2020…… 49**

*GS. TS. Đỗ Đức Bình*

*TS. Ngô Thị Tuyết Mai*

Đại học Kinh tế quốc dân

**6. Đảm bảo yêu cầu bền vững trong phát triển thương mại ở nước ta… .....63**

*PGS. TS. Nguyễn Danh Sơn*

Viện Phát triển Bền vững vùng Bắc Bộ - Viện KHXH Việt Nam

**7. Xuất nhập khẩu với chính sách thương mại phát triển bền vững của nước ta.....76**

*PGS. TS. Nguyễn Văn Nam*

Nghiên cứu viên Cao cấp - Viện Nghiên cứu Thương mại

**8. Một số vấn đề về phát triển xuất khẩu nhanh và bền vững trong thời kỳ chiến lược 2011-2020……. .....86**

*PGS. TS. Trần Công Sách*

Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Thương mại

**9. Phát triển xuất khẩu bền vững ở Việt Nam…… ..... 101**

*TS. Hồ Trung Thanh* - Viện Nghiên cứu Thương mại

**10. Giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa kinh tế và sinh thái nhằm hướng tới phát triển bền vững ở Việt Nam…..…….…... ..... 113**

*PGS. TS. Nguyễn Thế Chinh*

Phó Viện trưởng Viện Chiến lược, Chính sách Tài nguyên và Môi trường

**11. Điều chỉnh chính sách thương mại theo hướng nâng cao chất lượng tăng trưởng ……118**

*TS. Nguyễn Chiến Thắng và Nhóm nghiên cứu*

Viện Kinh tế Việt Nam

**12. Dự báo xu hướng biến đổi của thị trường thế giới ảnh hưởng đến phát triển bền vững ở Việt Nam……..... ..... 133**

*PGS. TS. Phạm Tất Thắng*

Nghiên cứu viên Cao cấp - Viện Nghiên cứu Thương mại

**13. Khu vực thương mại tự do (FTA) với mục tiêu khai thác tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam……..... ..... 142**

*TS. Lê Quang Lân* - Phó Vụ trưởng Vụ Chính sách Thương mại Đa biên

Bộ Công Thương

**14. Một số nguyên nhân của thâm hụt thương mại kéo dài……..... 146**

*TS. Nguyễn Văn Huân và Nhóm nghiên cứu*

Trung tâm nghiên cứu Chính sách phát triển bền vững (CSDP)

**15. Định hướng chuyển dịch lợi thế so sánh của Việt Nam: Phân tích, nhận định và khuyến nghị……..... ..... 157**

*TS. Lê Quốc Phương* Phó Trưởng ban Phân tích và Dự báo - Trung tâm Thông tin và Dự báo kinh tế, xã hội Quốc gia - Bộ Kế hoạch và Đầu tư

**16. Phát triển xuất khẩu bền vững: Những vấn đề từ nhận thức đến thực tiễn ở nước ta hiện nay……. ..... 169**

*TS. Nguyễn Lương Thanh* - Viện Nghiên cứu Thương mại

**17. Xuất khẩu và phát triển bền vững: Nhìn từ thực tiễn thực thi chiến lược xuất khẩu giai đoạn 2001-2010……. ..... 186**

*KS. Doãn Công Khánh* - Viện Nghiên cứu Thương mại

*PGS. TS. Phạm Công Đoàn* - Đại học Thương mại

**18. Nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2011-2020…….. ..... 195**

***TS. Trịnh Thị Thanh Thủy -*** Viện Nghiên cứu Thương mại

**19. Nhập siêu của Việt Nam với Trung Quốc: Thực trạng và giải pháp…..... 203**

*TS. Hồ Trung Thanh*

*Ths. Đỗ Quang*

Viện Nghiên cứu Thương mại

**20. Tăng cường quản lý Nhà nước về nhập khẩu trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế…….. ..... 208**

*Ths. Nguyễn Đức Kha*, *Ths. Nguyễn Hải Ninh*

Học viện Chính trị, Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh

**21. Điều hành chính sách tỷ giá của Việt Nam nhằm thúc đẩy xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu……. ..... 218**

*TS. Nguyễn Thị Kim Thanh*

Viện trưởng Viện Chiến lược Ngân hàng

**22. Phát triển thị trường trong nước trong điều kiện liên thông với thị trường nước ngoài, tạo cơ sở để phát triển bền vững nền kinh tế Việt Nam… ..... 225**

*PGS. TS. Hoàng Thọ Xuân*

Chuyên gia kinh tế Cao cấp - Viện Nghiên cứu Thương mại

**23. Chính sách phát triển kết cấu hạ tầng thương mại…….. ..... 234**

*PGS. TS. Lê Trịnh Minh Châu* - Viện Nghiên cứu Thương mại

**24. Định hướng chuyển dịch thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam……..……..... ..... 243**

*TS. Nguyễn Thị Nhiễu* - Viện Nghiên cứu Thương mại

**25. Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam: Thực trạng và một số khuyến nghị nhằm hướng tới phát triển xuất khẩu bền vững……. ... 259**

*CN. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa* - Viện Nghiên cứu Thương mại

**26. Tăng cường xúc tiến thương mại nhằm đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới…….. ..... 274**

*TS. Lê Hoàng Oanh*

Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến Thương mại - Bộ Công Thương

**27. Một số vấn đề trong định hướng phát triển thương mại thủ đô Hà Nội**

*Nguyễn Văn Đồng*

Phó giám đốc Sở Công Thương Hà Nội

**28. Thương mại Đà Nẵng trong định hướng phát triển thương mại Việt Nam thời kỳ đến năm 2020..... ..... 284**

Sở Công Thương Đà Nẵng

**29. Các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường châu Phi……...**

*Ths. Trần Quang Huy*

Phó Vụ trưởng Vụ thị trường châu Phi, Tây Á, Nam Á - Bộ Công Thương

**30. Chính sách và giải pháp phát triển bền vững xuất khẩu hàng dệt may..... ..... 292**

*Ths. Đỗ Kim Chi* - Viện Nghiên cứu Thương mại

**31. Nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm phát triển bền vững công nghiệp điện tử Việt Nam trong thời gian tới……. ..... 309**

*TS. Nguyễn Thị Nhiễu, CN. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa*

Viện Nghiên cứu Thương mại

**32. Chính sách và giải pháp phát triển bền vững xuất khẩu đối với mặt hàng lúa gạo…**

*Ths. Hoàng Thị Vân Anh* - Viện Nghiên cứu Thương mại

**33. Một số giải pháp phát triển bền vững xuất khẩu đối với mặt hàng cao su…….....**

*Ths. Hoàng Thị Hương Lan* - Viện Nghiên cứu Thương mại

**34. Các giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê Việt Nam.....348**

*Ths. Lê Huy Khôi* - Viện Nghiên cứu Thương mại

# BÀI PHÁT BIỂU ĐỀ DẪN

của PGS. TS. Lê Danh Vĩnh, Thứ trưởng Thường trực Bộ Công Thương, Chủ tịch Hội đồng Khoa học Bộ Công Thương tại Hội thảo khoa học quốc gia "***Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020***", tổ chức ngày 14 tháng 6 năm 2011 tại Hà Nội.

*Kính thưa đồng chí Vũ Khoan, nguyên Phó Thủ tướng Chính phủ*

*Kính thưa đồng chí Trương Đình Tuyển, nguyên Bộ trưởng Bộ Thương mại*

*Kính thưa các nhà khoa học*

*Thưa các quý vị đại beau!*

Trước hết, cho phép tôi, thay mặt Lãnh đạo Bộ Công Thương và Ban tổ chức Hội thảo nhiệt liệt chào mừng và cảm ơn các vị khách quý, các đồng chí lãnh đạo, nguyên là lãnh đạo, các nhà khoa học đại diện các viện nghiên cứu, các trường đại học, các cơ quan Bộ, ngành Trung ương và địa phương, các cơ quan thông tấn, báo chí đã về dự Hội thảo khoa học quốc gia với chủ đề: ***"Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020".*** Xin kính chúc Hội thảo thành công thiết thực. Xin kính chúc toàn thể quý vị mạnh khỏe, hạnh phúc và thành đạt.

**Kính thưa các quý vị đại biểu!**

Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ XI đề ra mục tiêu chiến lược phát triển kinh tế - xã hội nước ta giai đoạn 2011-2020 là phát triển nhanh đi đôi với phát triển bền vững, đảm bảo ổn định kinh tế vĩ mô, giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa nhịp độ và chất lượng tăng trưởng, ổn định xã hội, bảo vệ tốt môi trường. Sự phát triển bền vững của nền kinh tế đòi hỏi sự phát triển bền vững ở tất cả các ngành, lĩnh vực, trong đó có ngành thương mại nói chung và lĩnh vực xuất, nhập khẩu nói riêng, là một trong những ngành, lĩnh vực quan trọng tạo nên sự bền vững đó.

Trong những năm qua, sự phát triển xuất, nhập khẩu của Việt Nam đã có những đóng góp to lớn vào công cuộc đổi mới của đất nước. Xuất khẩu đã được thừa nhận là một trong những động lực chủ yếu của tăng trưởng kinh tế, góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập, góp phần vào công cuộc xóa đói, giảm nghèo. Trong điều kiện trình độ phát triển kinh tế, công nghệ nước ta còn thấp, chính sách nhập khẩu trong thời gian qua đã tạo thuận lợi để Việt Nam có điều kiện về vốn và kinh nghiệm quản lý để tiếp cận công nghệ tiên tiến, giải quyết sự thiếu hụt về nguyên, nhiên liệu, máy móc thiết bị. Nhập khẩu đã góp phần thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu, cải thiện trình độ công nghệ của nền kinh tế, ổn định đời sống nhân

dân, giúp người tiêu dùng tiếp cận hàng hóa và dịch vụ có chất lượng hơn, rẻ hơn và tiện lợi hơn…

Mặt khác, sự phát triển của lĩnh vực xuất, nhập khẩu của Việt Nam trong giai đoạn vừa qua còn tồn tại một số mặt yếu kém, chưa thật sự góp phần vào mục tiêu phát triển bền vững của nền kinh tế - xã hội của đất nước. Những thiếu sót của lĩnh vực xuất, nhập khẩu hiện nay thể hiện ở chỗ:

*Một là,* giá trị gia tăng của hàng hóa xuất khẩu còn thấp do chủ yếu dựa vào khai thác các yếu tố sẵn có về điều kiện tự nhiên và nguồn lao động rẻ.

*Hai là,* chính sách phát triển xuất khẩu quá chú trọng đến chỉ tiêu số lượng, mà chưa thật sự quan tâm đúng mức đến chất lượng và hiệu quả xuất khẩu.

*Ba là,* chúng ta 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 nhiều hàm lượng khoa học, công nghệ, có khả năng thích ứng nhanh với sự biến đổi của môi trường kinh doanh quốc tế.

*Bốn là,* nhập siêu còn ở mức độ lớn và kéo dài, nhập khẩu công nghệ trung gian, hàng tiêu dùng xa xỉ còn chiếm tỷ trọng đáng kể, chưa có biện pháp dài hạn để kiềm chế nhập siêu.

*Năm là,* việc mở rộng xuất khẩu một số sản phẩm đang có nguy cơ làm cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, suy giảm đa dạng sinh học và ô nhiễm môi trường, sử dụng ngày càng nhiều các yếu tố đầu vào làm gia tăng áp lực gây ô nhiễm. Nhập khẩu chưa được quản lý tốt đã góp phần làm tăng nguy cơ ô nhiễm và suy thoái môi trường. Tình trạng nhập khẩu hàng hóa không đảm bảo các quy định an toàn và môi trường còn khá phổ biến. Tình trạng nhập khẩu thiết bị lạc hậu, thực phẩm kém chất lượng, hóa chất độc hại chưa được ngăn chặn kịp thời.

*Sáu là,* một số vấn đề xã hội nảy sinh từ những mặt trái của hoạt động xuất, nhập khẩu chưa được chúng ta xử lý bằng cơ chế, chính sách có hiệu quả. Cần có chính sách chia sẻ lợi ích từ xuất khẩu hợp lý, đặc biệt là lợi ích thu được từ các nhóm hàng xuất khẩu có nguồn gốc thiên nhiên, nhất là những tài nguyên không thể tái tạo được. Cần có chính sách giảm sự gia tăng về khoảng cách giàu nghèo trong quá trình tự do hóa thương mại. Nhà nước cần có chính sách giải quyết thỏa đáng cơ hội về thu nhập và việc làm đối với nhóm xã hội dễ bị tổn thương là người có thu nhập thấp, khu vực nông nghiệp trong quá trình tham gia hoạt động xuất, nhập khẩu.

Nguyên nhân của tình trạng nói trên là do chúng ta chưa thật sự quan tâm đúng mức đến chất lượng tăng trưởng, mới chú trọng về chỉ tiêu số lượng, chưa coi trọng những ảnh hưởng tiêu cực của xuất, nhập khẩu đối với xã hội và môi trường, duy trì quá lâu mô hình tăng trưởng theo chiều rộng, chưa chú trọng đúng mức việc chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo chiều sâu.

**Kính thưa các quý vị đại biểu!**

Yêu cầu phát triển xuất, nhập khẩu phục vụ phát triển bền vững đặt ra hết sức cấp bách đối với nước ta trong giai đoạn 2011-2020, giai đoạn tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững. Yêu cầu đó càng trở nên cấp bách hơn trong bối cảnh nước ta hội nhập ngày càng sâu hơn với nền kinh tế thế giới, đặc biệt hiện nay chúng ta là thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và đang thực hiện các cam kết FTA ở mức độ rộng hơn và cao hơn.

Việc phát triển xuất, nhập khẩu theo yêu cầu phát triển bền vững đòi hỏi chúng ta cần có những chính sách đúng đắn và phù hợp, được xây dựng trên cơ sở khoa học, có tính đến một cách hài hòa giữa mục tiêu kinh tế, xã hội, môi trường. Chính vì vậy, cần có các tiêu chí khoa học để định hướng, xây dựng, kiểm định, làm căn cứ cho các chính sách xuất, nhập khẩu theo hướng phục vụ mục tiêu phát triển bền vững của đất nước.

Xuất phát từ những lý do nêu trên, hôm nay, Bộ Công Thương tổ chức Hội thảo khoa học quốc gia "**Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020"**. Mục đích hội thảo là làm rõ cơ sở khoa học để xây dựng và hoàn thiện chính sách phát triển xuất, nhập khẩu phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế nhanh và bền vững ở nước ta thời kỳ 2011-2020. Các vấn đề cần được tập trung thảo luận là làm thế nào để nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất khẩu, kiểm soát nhập khẩu, hạn chế nhập siêu, gắn phát triển xuất, nhập khẩu với yêu cầu bảo vệ môi trường và giải quyết các vấn đề xã hội.

**Kính thưa các quý vị đại biểu!**

Ban tổ chức Hội thảo đã nhận được 33 bài tham luận của các nhà khoa học, các nhà quản lý. Đây là những bài viết khá toàn diện và sâu sắc về các vấn đề liên quan đến chủ đề Hội thảo. Qua nghiên cứu bước đầu, chúng tôi xin khái quát các vấn đề được các nhà khoa học đề cập đến như sau:

*Thứ nhất,* về lý thuyết phát triển bền vững, cơ sở lý luận xây dựng chính sách xuất, nhập khẩu theo hướng phục vụ yêu cầu phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020: Đã có nhiều bài viết tập trung làm rõ nội dung, tiêu chí, mô hình phát triển bền vững và áp dụng đối với lĩnh vực xuất, nhập khẩu. Các nội dung mới được đề cập đến như kinh tế sinh thái, xuất khẩu bền vững, yêu cầu của chính sách xuất, nhập khẩu nhằm thực hiện mục tiêu phát triển bền vững của Đảng ở nước ta...

*Thứ hai,* về đánh giá thực trạng xuất, nhập khẩu theo các tiêu chí phát triển bền vững: Các bài tham luận đã làm rõ thực trạng xuất, nhập khẩu nước ta trong 10 năm qua gắn với mục tiêu phát triển bền vững. Các báo cáo đều thống nhất nhận định rằng, trong 10 năm qua, hoạt động xuất, nhập khẩu đã có những đóng góp quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế, giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường. Tuy nhiên, phát triển xuất, nhập khẩu của nước ta trong giai đoạn vừa qua chưa bền vững: chất lượng tăng trưởng xuất khẩu chưa cao; nhập siêu ở mức độ còn lớn và kéo dài; nhập khẩu công nghệ tiên tiến chưa đáng kể;

hoạt động xuất, nhập khẩu chứa đựng nhiều nguy cơ làm suy thoái và ô nhiễm môi trường, nảy sinh các vấn đề xã hội phức tạp...

*Thứ ba,* về quan điểm, định hướng, giải pháp và chính sách lớn phát triển xuất, nhập khẩu phục vụ yêu cầu phát triển bền vững: Các tham luận đã đưa ra các quan điểm, định hướng phát triển xuất, nhập khẩu phục vụ yêu cầu phát triển bền vững như: nâng cao chất lượng xuất khẩu trên cơ sở thay đổi mô hình tăng trưởng dựa vào các yếu tố làm tăng năng suất, chất lượng, nâng cao giá trị hàng xuất khẩu; nhập khẩu công nghệ tiên tiến, hạn chế nhập khẩu các mặt hàng trong nước sản xuất được, phát triển sản xuất những hàng hóa thay thế nhập khẩu; phát triển xuất, nhập khẩu theo hướng hạn chế khai thác tài nguyên, hạn chế ô nhiễm môi trường, có cơ chế hợp lý trong chia sẻ lợi ích từ hoạt động xuất, nhập khẩu. Các giải pháp và chính sách lớn được đề cập là tái cấu trúc nền kinh tế, tăng đầu tư cho việc chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu, phát triển khoa học, công nghệ, phát triển nguồn nhân lực, đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế, đảm bảo ổn định chính trị, xã hội...

*Thứ tư,* về chính sách phát triển mặt hàng và thị trường xuất, nhập khẩu: Các tham luận đã đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng tăng trưởng các nhóm hàng xuất khẩu nước ta có lợi thế như gạo, cao su, cà phê, điện tử, dệt may... Cụ thể là nâng cao khả năng tham gia của hàng hóa xuất khẩu Việt Nam vào chuỗi giá trị toàn cầu, là khâu tạo ra nhiều giá trị nhất. Chính sách phát triển thị trường xuất, nhập khẩu là tận dụng cơ hội mở cửa thị trường theo các cam kết hội nhập để khai thác có hiệu quả các thị trường xuất khẩu hiện có, phát triển các thị trường mới; tăng nhập khẩu từ thị trường các nước có công nghệ nguồn...

*Thứ năm,* về nhận diện các cơ hội và thách thức đối với việc phát triển xuất, nhập khẩu theo yêu cầu phát triển bền vững: Một số tham luận đã phân tích sâu sắc các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất, nhập khẩu nước ta trong giai đoạn tới như: khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới, vấn đề nợ công, biến đổi khí hậu, thiên tai, dịch bệnh, xu hướng phát triển nền kinh tế xanh, an ninh năng lượng, lương thực...

*Thứ sáu*, về các vấn đề khác: Một số bài viết đã tập trung phân tích sâu các yếu tố tác động đến phát triển xuất, nhập khẩu nước ta như phát triển cơ sở hạ tầng, xúc tiến thương mại, liên kết thị trường trong nước và ngoài nước, phát triển nguồn nhân lực, khoa học công nghệ, đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế, khai thác cơ hội để phát triển xuất khẩu từ các hiệp định FTA...

Thay mặt cho Bộ Công Thương và Ban tổ chức Hội thảo, chúng tôi xin chân thành cảm ơn các nhà khoa học, các nhà quản lý đã viết bài cho Hội thảo. Toàn bộ nội dung của các tham luận đã được chúng tôi đăng trong kỷ yếu của Hội thảo.

Trong khuôn khổ buổi hội thảo hôm nay, vì thời gian có hạn, chúng tôi kính đề nghị các vị đại biểu, các nhà khoa học tập trung trao đổi, thảo luận và cho ý kiến để làm rõ hơn về 7 vấn đề sau đây:

1) Các vấn đề lý luận và thực tiễn về chính sách phát triển xuất, nhập khẩu phục vụ phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020.

2) Nhận diện về vị trí, vai trò của xuất, nhập khẩu đối với phát triển bền vững ở nước ta thời kỳ 2011-2020.

3) Các quan điểm, định hướng, giải pháp và chính sách lớn phát triển xuất khẩu theo hướng bền vững, đóng góp tăng trưởng kinh tế, bảo vệ môi trường, giải quyết các vấn đề xã hội.

4) Các quan điểm, định hướng, giải pháp và chính sách lớn về nhập khẩu phục vụ yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa, ổn định kinh tế vĩ mô, giảm nhập siêu, cân bằng cán cân thương mại.

5) Chính sách và giải pháp phát triển các nhóm hàng xuất, nhập khẩu, thị trường xuất, nhập khẩu.

6) Các điều kiện để phát triển xuất, nhập khẩu phục vụ yêu cầu phát triển bền vững.

7) Các vấn đề khác có liên quan.

Chúng tôi mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của các nhà khoa học, các nhà quản lý, các doanh nghiệp để chúng ta tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách xuất, nhập khẩu, phục vụ yêu cầu phát triển bền vững ở nước ta trong giai đoạn tới.

Một lần nữa, thay mặt lãnh đạo Bộ Công Thương và Ban tổ chức Hội thảo, tôi xin chân thành cảm ơn các vị khách quý, các đồng chí lãnh đạo, nguyên là lãnh đạo, các nhà khoa học và các quý vị đại biểu về tham dự và phát biểu tại Hội thảo. Xin chân thành cảm ơn Viện Nghiên cứu Thương mại và Dự án MUTRAP đã phối hợp tổ chức Hội thảo này. Cảm ơn các cơ quan thông tấn, báo chí đến đưa tin về Hội thảo.

Xin kính chúc sức khỏe các quý vị đại biểu. Xin kính chúc Hội thảo thành công tốt đẹp!

Xin trân trọng cảm ơn!

# QUAN ĐIỂM VÀ ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN XUẤT NHẬP KHẨU NHẰM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM THỜI KỲ 2011-2020

*PGS. TS. Lê Danh Vĩnh*
**Thứ trưởng Thường trực Bộ Công Thương**
**Chủ tịch Hội đồng Khoa học Bộ Công Thương**
*TS. Hồ Trung Thanh*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

## I. ĐÁNH GIÁ TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG XUẤT NHẬP KHẨU THỜI KỲ 2001-2010

Trong những năm qua, phát triển xuất khẩu đã có những đóng góp to lớn vào công cuộc đổi mới của đất nước. Xuất khẩu đã trở thành một trong những động lực chủ yếu của tăng trưởng kinh tế, góp phần ổn định kinh tế, xã hội như giải quyết việc làm, tăng thu nhập, xóa đói, giảm nghèo.

Nhịp độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân hàng năm giai đoạn 2001-2010 ở mức cao, đạt 19%/năm. Quy mô xuất khẩu tăng từ 15 tỷ USD năm 2001 lên 72,19 tỷ năm 2010, tăng hơn 4,7 lần. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trên GDP tăng từ 46% năm 2001 lên 70% năm 2010. Mặt hàng xuất khẩu ngày càng phong phú và đa dạng. Nếu như năm 2004, Việt Nam chỉ có 6 nhóm hàng đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD thì đến hết năm 2010 đã có 18 nhóm hàng, trong đó có 10 nhóm hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD và 8 nhóm hàng trên 2 tỷ USD. Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã có mặt trên thị trường của 220 nước và vùng lãnh thổ.

Trong 10 năm qua, xuất khẩu đã đóng góp tỷ trọng lớn nhất vào tăng trưởng kinh tế bên cạnh các yếu tố khác là tiêu dùng, đầu tư và nhập khẩu[1]. Tăng trưởng xuất khẩu cao và tương đối ổn định trong nhiều năm đã góp phần ổn định kinh tế vĩ mô như hạn chế nhập siêu, cân bằng cán cân thanh toán quốc tế và tăng dự trữ ngoại tệ. Chính sách khuyến khích xuất khẩu trong giai đoạn vừa qua cũng đã góp phần vào công tác bảo vệ môi trường, bảo tồn và phát triển hệ sinh thái. Khả năng đáp ứng các quy định về môi trường và an toàn vệ sinh thực phẩm của nhiều nhóm hàng được nâng cao[2]. Các phương pháp sản xuất thân thiện môi trường ngày càng được áp dụng rộng rãi, đặc biệt là trong sản xuất nông nghiệp và thủy sản. Phát triển xuất khẩu đã góp phần tạo thêm việc làm[3], tăng thu nhập, xóa đói giảm nghèo, nhất là đối với khu vực nông thôn. Phát triển xuất khẩu cũng đã có tác dụng

[1] Theo điểm phần trăm, năm 2002, GDP tăng 7,08% thì xuất khẩu đóng góp 5,89 điểm phần trăm, t-ơng ứng năm 2003 là 7,34 và 11,66; năm 2004: 7,79 và 16,80; năm 2005: 8,44 và 15,13; năm 2006: 8,23 và 17,78; năm 2007: 8,48 và 19,8 và năm 2008 là 6,18 và 3,57. Theo tỷ lệ phần trăm, năm 2002, xuất khẩu đóng góp 83,25%; năm 2003: 158,78%; năm 2004: 215,71%; năm 2005: 179,25%; năm 2006: 206,04%; năm 2007 là 233,53% và năm 2008 là 57,57%.

[2] Năm 2009, có 295 doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam được EU cấp chứng nhận về chất lượng và VSATTP.

[3] Năm 2008, có 3,6 triệu lao động tham gia xuất khẩu trong ngành dệt may, ngành da giày là 660.000 người, điện tử 230.000 người và thủ công mỹ nghệ là 1,88 triệu người.

tích cực trong việc nâng cao trình độ lao động, hạn chế gia tăng khoảng cách giàu nghèo giữa nông thôn và thành thị, thúc đẩy quá trình chuyển dịch kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Trong điều kiện trình độ phát triển kinh tế, công nghệ nước ta còn thấp, chính sách nhập khẩu trong thời gian qua đã tạo thuận lợi để Việt Nam tiếp cận công nghệ tiên tiến, giải quyết sự thiếu hụt về nguyên, nhiên liệu, máy móc thiết bị. Nhập khẩu đã góp phần thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu, cải thiện trình độ công nghệ của nền kinh tế, ổn định đời sống nhân dân. Người tiêu dùng được tiếp cận hàng hóa và dịch vụ rẻ hơn và tốt hơn…

Tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn vừa qua phát triển chưa bền vững. Giá trị gia tăng của hàng hóa xuất khẩu còn thấp do chủ yếu dựa 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 quá chú trọng đến chỉ tiêu về số lượng, chưa thật sự quan tâm đến chất lượng và hiệu quả xuất khẩu. Chúng ta 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[4], có khả năng tham gia vào khâu tạo ra giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Bên cạnh đó, mở rộng xuất khẩu đang có 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 chủ yếu 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[5].

Nhiều vấn đề xã hội nảy sinh từ hoạt động xuất, nhập khẩu mà chúng ta chưa có cơ chế, chính sách để giải quyết hiệu quả. Chia sẻ lợi ích từ xuất khẩu chưa thật bình đẳng, đặc biệt là lợi ích thu được từ các nhóm hàng xuất khẩu có nguồn gốc thiên nhiên. Gia tăng khoảng cách giàu nghèo trong quá trình tự do hóa thương mại. Cơ hội về thu nhập và việc làm dựa vào xuất khẩu chưa thật sự bền vững đối với nhóm xã hội dễ bị tổn thương là người có thu nhập thấp, khu vực nông nghiệp. Xung đột chủ thợ có xu hướng gia tăng[6].

Nhập khẩu chưa bền vững do vẫn chú trọng nhập khẩu công nghệ trung gian, khuyến khích nhập khẩu hàng tiêu dùng xa xỉ, chưa có biện pháp dài hạn để kiềm chế nhập siêu, nhập khẩu cạnh tranh chưa được khuyến khích đúng mức… Nhập khẩu chưa được quản lý tốt đã góp phần làm tăng nguy cơ ô nhiễm và suy thoái môi trường. Tình trạng nhập khẩu hàng hóa không đảm bảo các quy định an toàn và môi trường còn khá phổ biến, nhất là nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc. Tình trạng nhập khẩu thiết bị lạc hậu, thực phẩm kém

[4] Tính đến hết năm 2009, tỷ trọng hàng xuất khẩu công nghệ cao của Việt Nam chỉ chiếm khoảng 9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Trong khi đó, tỷ lệ này của Trung Quốc là 35%, Thái Lan là 40%, Malaysia là 60%. Điều đáng nói là tỷ trọng xuất khẩu hàng công nghệ cao của Việt Nam ít thay đổi trong 10 năm gần đây.

[5] Chỉ trong hơn hai thập kỷ qua, diện tích rừng ngập mặn Việt Nam giảm đi hơn một nửa, trung bình mỗi năm mất đi gần 20.000 ha, hơn 80% độ che phủ đã bị ảnh hưởng. Các đầm nuôi tôm là một trong những nguyên nhân chủ yếu dẫn đến tình trạng phá huỷ này.

[6] Tranh chấp và đình công có xu hướng gia tăng mạnh trong thời gian kể từ năm 2006, song đặc biệt tăng nhanh trong 2 năm 2007 và 2008. Trong năm 2008, cả nước có 720 cuộc đình công, gấp 4,7 lần so với năm 2005 và gấp hơn 10 lần so với năm 2000. Các vụ đình công xảy ra chủ yếu trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và có xu hướng ngày một tăng. Tuy nhiên, đến năm 2009 thì số vụ đình công giảm hẳn, chỉ còn 216 vụ.

chất lượng, hóa chất độc hại từ Trung Quốc và qua các cửa khẩu tiếp giáp với Lào và Căm Pu Chia chưa được ngăn chặn. Quản lý nhập khẩu chưa tốt làm nảy sinh hiện tượng gian lận thương mại, một số nhóm người thu lợi bất chính từ hoạt động nhập khẩu, làm trầm trọng thêm sự bất ổn định kinh tế và xã hội.

Nguyên nhân của tình trạng nói trên là do, trong quá trình xây dựng và hoạch định chính sách xuất, nhập khẩu thời kỳ 2001-2010, chúng ta chưa thật sự quan tâm đúng mức đến chất lượng tăng trưởng, thiên về chỉ tiêu số lượng, coi nhẹ những ảnh hưởng tiêu cực của xuất khẩu đối với xã hội và môi trường, duy trì quá lâu mô hình tăng trưởng theo chiều rộng, chưa chú trọng đúng mức để tạo tiền đề cho việc chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo chiều sâu. Một số chỉ tiêu trong chiến lược xuất, nhập khẩu thời kỳ 2001-2010 không thực hiện được. Chẳng hạn như, chỉ tiêu về cân bằng xuất nhập khẩu vào năm 2010, chỉ tiêu nhập khẩu 40% công nghệ nguồn, chỉ tiêu về chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao tỷ trọng hàng chế biến, công nghệ, lao động chất lượng cao... Hạn chế về năng lực thực thi các quy định về môi trường, đặc biệt là tại các khu công nghiệp, các vùng nuôi trồng thủy sản, khu vực khai thác và chế biến khoáng sản là nguyên nhân gây nên suy thoái môi trường. Chúng ta chưa có chính sách chia sẻ lợi ích hợp lý trong hoạt động xuất khẩu và hạn chế rủi ro của hoạt động xuất khẩu. Điều này thấy rất rõ trong việc các đầu nậu thu gom nông sản ép giá đối với nông dân, các thương lái vật tư sản xuất nông nghiệp nâng giá để trục lợi, các công ty môi giới lao động (đặc biệt là lao động nước ngoài), tư vấn chuyên môn định phí quá cao… Hoạt động xuất khẩu dễ bị tổn thương trong bối cảnh thị trường thế giới có nhiều biến động, đặc biệt là các nhóm xuất khẩu dựa vào lợi thế về điều kiện tự nhiên và lao động rẻ như nông sản, thủy sản, dệt may, da giày, đồ gỗ… Chính sách của nhà nước để hạn chế rủi ro chưa được thực hiện một cách liên tục và kịp thời. Biến động giá cả của một số mặt hàng xuất khẩu như gạo, cà phê trong năm 2008 cho thấy Chính phủ còn bị động trong việc điều hành xuất khẩu. Lợi ích từ xuất khẩu không được chia sẻ một cách hợp lý tiềm ẩn nguy cơ xung đột xã hội, giảm lòng tin của người dân vào các chính sách của nhà nước.

Phát triển xuất, nhập khẩu bền vững đặt ra hết sức cấp bách đối với nước ta trong giai đoạn 2011-2020, giai đoạn tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững, với mục tiêu chủ yếu là coi trọng chất lượng, hiệu quả và tính bền vững của sự phát triển, đảm bảo ổn định kinh tế vĩ mô, giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa tốc độ và chất lượng tăng trưởng, ổn định xã hội, bảo vệ tốt môi trường. Đây là chủ trương lớn của Đảng cho giai đoạn 2011-2020. Yêu cầu phát triển xuất, nhập khẩu bền vững càng bức xúc hơn trong bối cảnh nước ta hội nhập ngày càng sâu hơn với nền kinh tế thế giới, đặc biệt là sau khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và thực hiện các cam kết FTA ở mức độ cao hơn. Hội nhập kinh tế quốc tế làm tăng cơ hội mở rộng thị trường xuất, nhập khẩu, do đó khuyến khích khai thác tài nguyên và gia tăng sử dụng các yếu tố đầu vào liên quan đến môi trường, tăng nguy cơ ô nhiễm môi trường qua biên giới. Áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt và sự biến động kinh tế thế giới đang là thách thức đối với việc duy trì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao và bền vững, hạn chế mất cân đối ngoại thương. Mở cửa thị trường, thực hiện các cam kết thương mại quốc tế có thể làm nảy sinh các vấn đề xã hội như việc làm, thu nhập, xung đột xã hội... nếu như không có các chính sách đúng đắn và kịp thời. Như vậy ở nước ta, trong

giai đoạn tăng trưởng tiếp theo còn đang tiềm ẩn những nhân tố làm chệch định hướng phát triển bền vững kinh tế nói chung và xuất, nhập khẩu nói riêng.

## II. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN XUẤT NHẬP KHẨU PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM THỜI KỲ 2011-2020

Mục tiêu của chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam thời kỳ 2011-2020 là phát triển nhanh phải đi đôi với phát triển bền vững. Tăng trưởng về số lượng phải đi liền với nâng cao chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế. Trong khi khai thác các yếu tố phát triển theo chiều rộng, phải đặc biệt coi trọng các yếu tố phát triển theo chiều sâu. Phải gắn tăng trưởng kinh tế với phát triển văn hóa, phát triển toàn diện con người, thực hiện dân chủ, tiến bộ và công bằng xã hội, tạo nhiều việc làm, cải thiện đời sống, khuyến khích làm giàu hợp pháp đi đôi với xoá đói, giảm nghèo. Từng bước thu hẹp khoảng cách phát triển giữa các vùng. Phải rất coi trọng bảo vệ và cải thiện môi trường ngay trong từng bước phát triển, không gây ô nhiễm và huỷ hoại môi trường. Phát triển kinh tế phải đi đôi với việc bảo đảm ổn định chính trị - xã hội; ổn định chính trị - xã hội là tiền đề, điều kiện để phát triển nhanh và bền vững. Đây là quan điểm định hướng cho các ngành, các lĩnh vực xây dựng kế hoạch, chiến lược phát triển bền vững.

Trên cơ sở quan điểm của Đảng về phát triển kinh tế thời kỳ 2011-2020, quan điểm cụ thể để phát triển xuất nhập khẩu ở Việt Nam trong thời gian tới là:

*(1) Phát triển xuất khẩu trên cơ sở khai thác triệt để lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh, đảm bảo tốc độ và chất lượng tăng trưởng cao, góp phần tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững.*

Trong những năm tới, xuất khẩu vẫn là động lực chính của tăng trưởng kinh tế Việt Nam. Vì vậy, cần phải kiên trì định hướng công nghiệp hóa hướng vào xuất khẩu. Đây là chủ trương cần được quán triệt trong hoạch định chính sách phát triển kinh tế Việt Nam trong giai đoạn tới. Trong bối cảnh hiện nay, khi cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái toàn cầu làm sụt giảm tốc độ tăng trưởng xuất khẩu, nhiều quan điểm cho rằng, cần chuyển định hướng phát triển kinh tế dựa vào xuất khẩu sang thay thế nhập khẩu và phát triển thị trường nội địa. Thực tế cho thấy là nhiều nước trên thế giới đã làm như vậy thông qua các biện pháp như tăng cường bảo hộ thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng... Tuy nhiên, đối với Việt Nam đang ở giai đoạn đầu của công nghiệp hóa, thị trường trong nước chưa phát triển, cần tranh thủ nguồn lực bên ngoài, nhất là FDI, để nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế. Phát triển xuất khẩu là con đường để Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu, hội nhập sâu hơn vào nền kinh tế thế giới.

Tuy nhiên, để nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất khẩu cần phải nhanh chóng thay đổi mô hình tăng trưởng. Trong những năm qua, tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu dựa vào khai thác lợi thế so sánh sẵn có về tài nguyên và lao động rẻ. Lợi thế nói trên hiện tại và một vài năm tới vẫn đang phát huy tác dụng. Tuy nhiên, dễ dàng nhận thấy rằng, nguồn lực tự nhiên ngày càng cạn kiệt. Những hạn chế mang tính cơ cấu về lợi thế tự nhiên như khả năng khai thác, đánh bắt, nuôi trồng sẽ làm giảm tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trong dài hạn. Đó là chưa kể đến những tác động tiêu cực đến môi trường được xem như một hạn chế cản trở tăng trưởng xuất khẩu. Lợi thế lao động rẻ cũng ngày càng giảm dần

trong bối cảnh chênh lệch tiền lương lao động ở nước ta và các nước giảm dần và nhu cầu cao trên thị trường thế giới về những hàng hóa có hàm lượng công nghệ và khoa học ngày càng cao. Do đó, dựa vào mô hình tăng trưởng theo chiều rộng trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh sẵn có, xuất khẩu Việt Nam khó có thể duy trì được tốc độ tăng trưởng ở mức cao. Bên cạnh đó, cạnh tranh quốc tế trong bối cảnh suy thoái kinh tế toàn cầu cũng là áp lực phải nhanh chóng chuyển sang mô hình tăng trưởng mới.

Mô hình tăng trưởng mới là mô hình tăng trưởng theo chiều sâu, dựa vào việc khai thác lợi thế cạnh tranh động để nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả xuất khẩu trên cơ sở đẩy mạnh cải cách thể chế, sử dụng công nghệ tiên tiến, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, xây dựng cơ sở hạ tầng hiện đại. Chuyển từ phát triển xuất khẩu theo chiều rộng sang phát triển theo chiều sâu, từ việc dựa chủ yếu vào lợi thế so sánh sẵn có (tĩnh) sang lợi thế cạnh tranh động là nhân tố quyết định chất lượng tăng trưởng xuất khẩu; duy trì được tốc độ tăng trưởng cao, nâng cao hiệu quả kinh tế, nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu, phù hợp với xu hướng biến đổi của thị trường, do đó, hạn chế được rủi ro khi thị trường thế giới biến động bất lợi. Thực hiện định hướng phát triển xuất khẩu theo chiều sâu cũng là giải pháp để đẩy nhanh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, khắc phục nguy cơ tụt hậu, bẫy thu nhập trung bình, nâng cao vị thế quốc gia, đảm bảo phát triển nền kinh tế độc lập, tự chủ.

Trong giai đoạn tới, chất lượng phát triển phải là mục tiêu hàng đầu. Cần khắc phục tư tưởng coi trọng số lượng, chạy theo thành tích cục bộ và ngắn hạn. Nhiều chỉ tiêu xuất khẩu trong giai đoạn vừa qua chỉ phản ánh về mặt số lượng mà chưa phán ánh được hiệu quả đầu tư, các tác động về mặt xã hội, môi trường. Nhiều chuyên gia kinh tế cho rằng, trong thời gian qua, nước ta đã đầu tư quá mức cho xuất khẩu mà chưa tính toán đến hiệu quả của nó. Điều này dẫn đến sự hao phí nguồn lực, sử dụng không hiệu quả vốn đầu tư, làm nảy sinh hành vi tiêu cực như tham nhũng, gian lận thương mại. Cần phải tính toán xem mỗi một đô la giá trị xuất khẩu mà ta mang về đem lại bao nhiêu lợi nhuận đóng góp vào tăng trưởng kinh tế. Chủ trương phát triển xuất khẩu là đúng đắn, tuy nhiên nếu không có chiến lược phát triển đúng hướng, tập trung vào các ngành có lợi thế mà đầu tư dàn trải, tràn lan thì chúng ta không thể có được các sản phẩm có vị thế cạnh tranh quốc tế. Thực tế cho thấy, trong 25 năm đổi mới, Việt Nam chưa có nhiều những thương hiệu hàng hóa và doanh nghiệp có uy tín quốc tế, ngoại trừ một số sản phẩm có được sự nổi tiếng do sự khác biệt về điều kiện tự nhiên.

(*2) Phát triển xuất khẩu trên cơ sở khai thác hợp lý tài nguyên thiên nhiên, hạn chế ô nhiễm môi trường và cạn kiệt tài nguyên, nâng cao khả năng đáp ứng các quy định và tiêu chuẩn môi trường của hàng hóa xuất khẩu.*

Mục tiêu của phát triển bền vững về môi trường ở nước ta trong những năm tới là khai thác hợp lý, sử dụng tiết kiệm và có hiệu quả tài nguyên thiên nhiên; phòng ngừa, ngăn chặn, xử lý và kiểm soát có hiệu quả ô nhiễm môi trường, bảo vệ tốt môi trường sống; bảo vệ được các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên, khu dự trữ sinh quyển và bảo tồn sự đa dạng sinh học; khắc phục suy thoái và cải thiện chất lượng môi trường. Đây là định

hướng phát triển bền vững về môi trường cho các ngành kinh tế nói chung và xuất khẩu nói riêng.

Trên cơ sở mục tiêu phát triển bền vững về môi trường của nước ta trong thời gian tới, quan điểm phát triển xuất khẩu và bảo vệ môi trường được khái quát ở những khía cạnh sau đây:

*Trước hết,* tăng trưởng xuất khẩu phải trên cơ sở khai thác hợp lý và sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên. Cần nhận thức đầy đủ rằng, bảo tồn và phát triển tài nguyên thiên nhiên là cơ sở của sự phát triển bền vững. Đối với Việt Nam, một đất nước được thiên nhiên ưu đãi, có trình độ phát triển thấp, khai thác hợp lý, sử dụng hiệu quả tài nguyên sẽ tạo thuận lợi để tích lũy ban đầu cho công cuộc công nghiệp hóa và hiện đại hóa. Lợi thế về điều kiện tự nhiên đã tạo thuận lợi cho Việt Nam xếp thứ hạng cao hiện nay về xuất khẩu một số sản phẩm như gạo (thứ hai thế giới), cà phê (thứ hai thế giới), hạt tiêu (số một thế giới), hạt điều (thứ ba thế giới). Một số mặt hàng khác như dầu thô, thủy sản đang có lợi thế cạnh tranh tuyệt đối trên thị trường thế giới.

Tuy nhiên, trong thời gian qua, chúng ta chưa khai thác một cách hợp lý tài nguyên thiên nhiên. Tăng trưởng xuất khẩu một số mặt hàng như cà phê, hạt điều, cao su, chè kéo theo sự suy giảm diện tích rừng và đa dạng sinh học. Tương tự, khai thác thủy sản theo lối hủy diệt, quá mức làm suy giảm nghiêm trọng sinh quyển biển. Tăng diện tích nuôi trồng thủy sản cùng với giảm diện tích rừng ngập mặn. Tăng trưởng xuất khẩu của nước ta đang tiềm ẩn nguy cơ cạn kiệt tài nguyên và mất cân bằng sinh thái. Khai thác quá mức tài nguyên thiên nhiên sẽ làm giảm tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trong tương lai và gây nên những hệ lụy đối với môi trường và xã hội.

*Thứ hai,* tăng trưởng xuất khẩu phải đi đôi với việc hạn chế ô nhiễm môi trường. Trong những năm tới, Việt Nam phải đẩy mạnh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Quá trình này sẽ khuyến khích khai thác tài nguyên và sử dụng ngày càng nhiều năng lượng và nguyên liệu đầu vào. Xuất khẩu trong giai đoạn tới sẽ tập trung vào tăng tỷ trọng các mặt hàng chế biến. Nếu không có những biện pháp kiểm soát ô nhiễm, môi trường sinh thái nước ta sẽ ô nhiễm nghiêm trọng. Ô nhiễm môi trường còn làm giảm khả năng xuất khẩu và ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp và hàng hóa xuất khẩu.

*Thứ ba,* phát triển xuất khẩu trong giai đoạn tới phải chú trọng nâng cao khả năng đáp ứng các quy định và tiêu chuẩn môi trường của hàng hóa xuất khẩu, áp dụng các quy trình và phương pháp sản xuất thân thiện với môi trường. Xu hướng áp dụng các tiêu chuẩn môi trường trong thương mại quốc tế ngày càng phổ biến để giải quyết các vấn đề toàn cầu và bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng. Các tiêu chuẩn môi trường đối với sản phẩm, quy trình chế biến ngày càng được các nước áp dụng rộng rãi và ở mức cao hơn như những rào cản kỹ thuật trong buôn bán quốc tế. Việt Nam xuất khẩu nhiều mặt hàng nhạy cảm với môi trường và an toàn như nông sản, thủy sản. Đáp ứng các quy định và tiêu chuẩn môi trường phải được nhìn nhận như là một biện pháp để nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa và cải thiện môi trường trong nước.

*Thứ tư,* phát triển xuất khẩu bền vững ở nước ta trong giai đoạn tới phải dựa trên cơ sở khai thác hợp lý, sử dụng tiết kiệm và hiệu quả tài nguyên thiên nhiên trong giới hạn cho

phép về mặt sinh thái và bảo vệ môi trường lâu bền. Từng bước thực hiện nguyên tắc "mọi mặt: kinh tế, xã hội và môi trường đều cùng có lợi", trong đó ưu tiên cho phát triển kinh tế. Cần khắc phục quan điểm cực đoan trong việc khai thác các nguồn lợi tự nhiên. Bảo tồn thiên nhiên quá mức sẽ ảnh hưởng đến tốc độ tăng trưởng kinh tế, công cuộc xóa đói giảm nghèo và hậu quả là gây khó khăn cho việc quản lý tài nguyên. Khai thác hợp lý và có chính sách quản lý môi trường linh hoạt sẽ khuyến khích người hưởng lợi có ý thức chấp hành các quy định về bảo vệ môi trường, bảo tồn và phát triển chúng để khai thác bền vững trong tương lai. Tuy nhiên khai thác quá mức tài nguyên để đạt được sự tăng trưởng nhanh trong ngắn hạn sẽ dẫn đến suy thoái và cạn kiệt tài nguyên, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của các thế hệ tương lai.

*(3) Phát triển xuất khẩu góp phần thực hiện các mục tiêu xã hội như xóa đói giảm nghèo, tạo nhiều việc làm đảm bảo công bằng xã hội, chia sẻ lợi ích hợp lý giữa các thành phần tham gia xuất khẩu.*

Mục tiêu phát triển bền vững về xã hội được đề ra trong Chiến lược phát triển bền vững của Việt Nam là: "Đạt được kết quả cao trong việc thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội, bảo đảm chế độ dinh dưỡng và chất lượng chăm sóc sức khoẻ nhân dân ngày càng được nâng cao, mọi người đều có cơ hội được học hành và có việc làm, giảm tình trạng đói nghèo và hạn chế khoảng cách giàu nghèo giữa các tầng lớp và nhóm xã hội, giảm các tệ nạn xã hội, nâng cao mức độ công bằng về quyền lợi và nghĩa vụ giữa các thành viên và giữa các thế hệ trong một xã hội, duy trì và phát huy được tính đa dạng và bản sắc văn hóa dân tộc, không ngừng nâng cao trình độ văn minh về đời sống vật chất và tinh thần".

Quá trình phát triển phải bảo đảm đáp ứng một cách công bằng nhu cầu của thế hệ hiện tại và không gây trở ngại tới cuộc sống của các thế hệ tương lai. Tạo lập điều kiện để mọi người và mọi cộng đồng trong xã hội có cơ hội bình đẳng để phát triển, được tiếp cận tới những nguồn lực chung và được phân phối công bằng những lợi ích công cộng, tạo ra những nền tảng vật chất, tri thức và văn hóa tốt đẹp cho những thế hệ mai sau, sử dụng tiết kiệm những tài nguyên không thể tái tạo lại được, gìn giữ và cải thiện môi trường sống, phát triển hệ thống sản xuất sạch và thân thiện với môi trường, xây dựng lối sống lành mạnh, hài hòa, gần gũi và yêu quý thiên nhiên.

Trên cơ sở mục tiêu phát triển bền vững về xã hội của nước ta trong giai đoạn tới, quan điểm phát triển xuất khẩu về mặt xã hội được thể hiện ở một số điểm sau đây:

*Thứ nhất*, phát triển xuất khẩu góp phần thực hiện mục tiêu xóa đói, giảm nghèo, tạo việc làm. Các cấp, các ngành, địa phương cần quán triệt quan điểm này trong hoạch định chính sách phát triển trong giai đoạn tới. Hơn 70% dân số sống ở nông thôn, dựa chủ yếu vào nguồn lợi tự nhiên. Phát triển xuất khẩu các mặt hàng nông sản, thủy sản trong thời gian qua đã làm thay đổi bộ mặt nông thôn, nhất là những vùng trồng cà phê, cao su (Tây Nguyên), lúa gạo, thủy sản (Đồng bằng sông Cửu Long). Xuất khẩu các mặt hàng sử dụng nhiều lao động như dệt may, da giày, thủy công mỹ nghệ, điện tử, đồ gỗ... thu hút một lượng lao động lớn, cải thiện đời sống của người dân lao động. Mặc dù, xuất khẩu của nước ta trong thời gian qua chưa thể hiện được xu hướng công nghiệp hóa, nhưng đóng góp về mặt xã hội là rất to lớn.

*Thứ hai,* phát triển xuất khẩu đóng góp vào nâng cao chất lượng lao động, trình độ quản lý. Cần nhanh chóng chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến và giá trị gia tăng cao để cải thiện nguồn nhân lực, thu hút lao động nông nghiệp. Chất lượng lao động và trình độ quản lý của các doanh nghiệp nước ta còn hạn chế. Đây cũng là một trong những nguyên nhân hạn chế tăng trưởng xuất khẩu bền vững. Kinh nghiệm quốc tế cho thấy, chính sách đào tạo nguồn nhân lực và khuyến khích sử dụng người có trình độ chuyên môn cao là một trong những yếu tố quan trọng để nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất khẩu.

*Thứ ba,* cần có chính sách để giải quyết các vấn đề xã hội nảy sinh trong quá trình công nghiệp hóa định hướng xuất khẩu. Trước hết, cần giải quyết các vấn đề xã hội do tập trung lao động (nhất là lao động nữ) ở một số ngành như da giày, dệt may. Đây là một vấn đề đang bức xúc mà chưa được sự quan tâm của các ngành. Cần tạo môi trường sinh sống ổn định cho người lao động như nhà ở, các dịch vụ phục vụ đời sống hàng ngày. Thứ hai, cải thiện môi trường lao động để đảm bảo sức khỏe và an toàn cho công nhân. Thứ ba, cần tính đến những vấn đề khác như việc xây dựng gia đình cho công nhân, cuộc sống con cái của họ sau này...

*Thứ tư*, cần có chính sách chia sẻ lợi ích thu được từ xuất khẩu một cách hợp lý giữa những nhóm xã hội, nhất là trong việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên. Xử lý tốt vấn đề này sẽ tăng hiệu quả xuất khẩu, khai thác hợp lý tài nguyên và tránh được các xung đột xã hội có liên quan. Đây cũng là một vấn đề quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Hiện nay, chúng ta chưa có một thiết chế hữu hiệu để kiểm soát phân phối thu nhập giữa các bên tham gia vào chuỗi giá trị. Thực tế cho thấy, người lao động, phần lớn là người sản xuất (nông dân) bị thua thiệt trong phân phối thu nhập. Người được hưởng lợi nhiều nhất là các nhà hoạch định chính sách, môi giới, nhà xuất khẩu trung gian. Trường hợp người trồng cà phê, trồng lúa, cá tra... bị các thương lái ép giá trong trường hợp có biến động thị trường còn khá phổ biến ở nước ta. Một vấn đề nữa là chia sẻ lợi ích giữa những người dân bản địa, nơi có tài nguyên đa dạng sinh học. Những người khai thác là những người ở nơi khác đến. Trường hợp dễ nhận thấy là những đầm nuôi tôm, rừng trồng cà phê, chè... Mở rộng diện tích trồng cà phê, nuôi tôm ở vùng có rừng tự nhiên và ngập mặn làm mất đi nguồn lợi sinh sống của người dân bản địa. Họ phải đi sâu vào các cánh rừng khác và tiếp tục phá hoại môi trường. Như vậy, chia sẻ lợi ích giữa các nhóm xã hội không những là vấn đề xã hội mà còn là vấn đề môi trường.

Vấn đề chênh lệch giàu nghèo ở nước ta hiện nay cũng có nguyên nhân từ việc chia sẻ chưa hợp lý lợi ích từ xuất khẩu. Trong nền kinh tế thị trường, khác nhau về năng lực dẫn đến khác nhau về thu nhập là tất yếu khách quan. Tuy nhiên, một bộ phận dân cư giàu lên nhanh chóng bằng cách dựa vào khai thác nguồn lợi tự nhiên một cách phi pháp, trục lợi bằng những cách thức kinh doanh thiếu lành mạnh. Kinh doanh xuất khẩu mang lại lợi nhuận cao và cũng tiềm ẩn nhiều nguy cơ phân hóa sâu sắc giàu nghèo.

*Thứ năm,* cần có quan điểm tổng thể, dài hạn trong quản lý, khai thác tài nguyên và tài sản quốc gia. Trước hết là đảm bảo lợi ích quốc gia, sự phát triển cân đối giữa các vùng và hài hòa lợi ích của các thế hệ. Khắc phục cách nhìn cục bộ địa phương, tư duy ngắn hạn,

nhiệm kỳ trong quản lý và khai thác tài nguyên, sử dụng tài sản công. Tài nguyên quốc gia là tài sản chung của toàn dân, các công dân các thế hệ khác nhau có quyền được hưởng lợi. Không xử lý tốt vấn đề lợi ích trong khai thác và sử dụng tài sản quốc gia sẽ làm nảy sinh nguy cơ xung đột xã hội, giảm niềm tin của nhân dân vào chính sách của Đảng và Nhà nước.

*(4) Đẩy mạnh nhập khẩu công nghệ tiên tiến, hạn chế nhập khẩu những mặt hàng trong nước sản xuất được, hạn chế nhập khẩu hàng hóa nguy hại đối với môi trường và sức khỏe, cân đối xuất, nhập khẩu theo hướng hạn chế nhập siêu, tiến tới cân bằng cán cân thương mại.*

Chính sách quản lý nhập khẩu trong giai đoạn 2011-2020 cần tập trung vào việc xử lý những vấn đề như: cân bằng cán cân thương mại, khuyến khích nhập khẩu cạnh tranh, trước hết là công nghệ nguồn; hạn chế nhập khẩu những mặt hàng trong nước sản xuất được; quản lý nhập khẩu hàng hóa không đảm bảo các quy định về sức khỏe và môi trường. Trong bối cảnh bất ổn kinh tế vĩ mô như lạm phát gia tăng, cán cân thanh toán thâm hụt, hạn chế nhập khẩu hợp lý có vai trò quan trọng góp phần ổn định kinh tế vĩ mô. Để giảm nhập siêu, biện pháp dài hạn là phát triển các ngành công nghiệp thay thế nhập khẩu và đẩy mạnh xuất khẩu, trên cơ sở nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và hàng hóa Việt Nam, quản lý nhập khẩu đối với các doanh nghiệp nhà nước và đẩy mạnh tự do hóa thương mại.

## III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN XUẤT NHẬP KHẨU THỜI KỲ 2011-2020

*(1) Định hướng phát triển xuất khẩu*

Chiến lược phát triển xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn đến 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".

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 thuỷ 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, thuỷ 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…

*(2) Định hướng nhập khẩu*

- Khuyến khích nhập khẩu công nghệ cao, công nghệ tiên tiến, công nghệ nguồn trên cơ sở khai thác lợi thế từ các hiệp định thương mại tự do với các nước có nền công nghiệp phát triển.

- Hạn chế nhập khẩu các loại hàng hóa sản xuất trong nước, nhập khẩu hàng xa xỉ, có chính sách phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ và các ngành công nghiệp thay thế nhập khẩu.

- Áp dụng các biện pháp hạn chế nhập khẩu để bảo vệ sản xuất trong nước, hạn chế ô nhiễm môi trường và ảnh hưởng đến sức khỏe, thông qua việc xây dựng các biện pháp phi thuế quan phù hợp với các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế, các biện pháp tự vệ khẩn cấp, áp thuế chống bán phá giá, các tiêu chuẩn kỹ thuật, các biện pháp kiểm dịch động thực vật…

- Ngăn chặn việc nhập lậu hàng từ các nước ASEAN và Trung Quốc để bảo vệ hàng sản xuất trong nước. Tranh thủ mở cửa thị trường trong các FTA mới để đa dạng hóa thị trường nhập khẩu và nhập khẩu công nghệ nguồn.

## IV. MỘT SỐ CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU

*1. Tiếp tục đổi mới tư duy và nhận thức về phát triển nhanh và bền vững: Trước hết*, chuyển từ tư duy phát triển kinh tế theo chiều rộng sang tư duy phát triển theo chiều sâu, tư duy theo số lượng sang tư duy chất lượng, hiệu quả. *Thứ hai,* chuyển từ tư duy và nhận thức ngắn hạn, cục bộ, nhiệm kỳ trong phát triển kinh tế sang tư duy và nhận thức một cách tổng thể, dài hạn. *Thứ ba,* cần có tư duy toàn cầu về phát triển kinh tế, chuyển từ tư duy quốc gia sang tư duy toàn cầu. *Thứ tư,* chuyển từ tư duy hành chính, mệnh lệnh sang tư duy kinh tế - kỹ thuật. *Thứ năm*, chuyển từ tư duy phòng thủ, bảo hộ, đối phó sang tư duy tấn công, mở cửa, chủ động chiếm lĩnh thị trường. *Thứ sáu,* đổi mới tư duy về quản lý nhà nước. *Thứ bảy,* nhận thức về việc phát huy nội lực và ngoại lực.

*2. Tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng Xã hội chủ nghĩa:* Tiếp tục hoàn thiện một số chính sách vĩ mô nhằm tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng, có hiệu

quả, thúc đẩy cạnh tranh và tạo lòng tin để các doanh nghiệp và nhân dân bỏ vốn đầu tư phát triển sản xuất. Khuyến khích kinh tế tập thể và tư nhân phát triển lâu dài. Tiếp tục đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp nhà nước. Tích cực thu hút đầu tư nước ngoài. Hình thành đồng bộ các loại hình thị trường, các công cụ điều tiết thị trường như cơ chế giá, thuế, tiền lương, tỷ giá... Duy trì sự ổn định của môi trường kinh tế vĩ mô bằng cách hoàn thiện các chính sách tài chính, cân đối ngân sách, ổn định tiền tệ, kiểm soát lạm phát, ngăn chặn suy giảm kinh tế. Đẩy mạnh cải cách hành chính.

*3. Chuyển đổi mô hình tăng trưởng:* Chuyển nền kinh tế từ tăng trưởng chủ yếu theo chiều rộng sang phát triển chủ yếu theo chiều sâu, trên cơ sở sử dụng có hiệu quả các thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến để tăng năng suất lao động và nâng cao sức cạnh tranh của các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ, nâng cao hiệu quả của nền kinh tế nói chung và hiệu quả của vốn đầu tư nói riêng. Chuyển nền kinh tế từ khai thác và sử dụng tài nguyên dưới dạng thô sang chế biến tinh xảo hơn, nâng cao giá trị gia tăng từ mỗi một đơn vị tài nguyên được khai thác. Triệt để tiết kiệm các nguồn lực trong phát triển, sử dụng có hiệu quả nguồn tài nguyên khan hiếm và hạn chế tiêu dùng lấn vào phần của các thế hệ mai sau.

*4. Phát triển khoa học và công nghệ:* Ưu tiên nhập khẩu công nghệ tiên tiến, công nghệ nguồn, nhập khẩu bằng sáng chế phát minh để ứng dụng, tăng cường hợp tác quốc tế để học hỏi kinh nghiệm và phối hợp nghiên cứu triển khai. Xây dựng trung tâm công nghệ cao thu hút đầu tư nước ngoài của các công ty đa quốc gia để từng bước rút ngắn khoảng cách về công nghệ với các nước trong khu vực. Phát triển thị trường khoa học, công nghệ nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp cận và tăng tính thanh khoản các nguồn vốn đầu tư cho R&D, đổi mới sản phẩm, đổi mới công nghệ. Thực hiện cơ chế khuyến khích mọi tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế đầu tư phát triển khoa học, công nghệ.

*5. Chính sách đối với các thành phần kinh tế:* Đẩy mạnh cải cách các doanh nghiệp nhà nước theo hướng nâng cao tính chủ động, hiệu quả và khả năng cạnh tranh. Các giải pháp lớn là cổ phần hóa, sáp nhập, bán, cho thuê. Khuyến khích phát triển khu vực kinh tế tư nhân, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ phải được coi là nhiệm vụ lâu dài và then chốt để chuyển dịch cơ cấu kinh tế hướng về xuất khẩu. Tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư nước ngoài kinh doanh lâu dài và hiệu quả ở nước ta. Tăng cường khả năng liên kết ngành kinh tế, xây dựng các tập đoàn kinh tế mạnh cũng là một giải pháp để nâng cao chất lượng chuyển dịch cơ cấu kinh tế và xuất khẩu.

*6. Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, tăng cường hoạt động nghiên cứu, ứng dụng khoa học, công nghệ:* Xây dựng chiến lược đào tạo dài hạn và đào tạo lại. Có chính sách trọng dụng nhân tài, đãi ngộ hợp lý đối với người lao động, nhất là những người có nhiều cống hiến cho đất nước. Cải cách hệ thống tiền lương theo tiêu chí công bằng và theo năng lực, chất lượng và hiệu quả làm việc; đồng thời, thiết lập một hệ thống bảo hiểm xã hội.

*7. Phát triển kết cấu hạ tầng:* Ưu tiên thu hút đầu tư trong và ngoài nước để cải thiện cơ sở hạ tầng một cách đồng bộ: giao thông, cung cấp điện, bến cảng, kho tàng, văn phòng…

*8. Đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế:* Thực hiện tốt các cam kết Việt Nam đã ký kết, nhất là các cam kết gia nhập WTO và các FTA. Tổ chức tham gia một cách hiệu quả vào

các vòng đàm phán thương mại thế giới. Đổi mới cơ chế và tổ chức điều phối liên ngành trong việc đàm phán và thực hiện các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế. Trước hết là kiện toàn bộ máy của Ủy ban Quốc gia về Hợp tác kinh tế quốc tế. Tăng cường năng lực và hoạt động của các cơ quan ngoại giao, thương vụ để dự báo và xử lý các trường hợp biến cố đối với thị trường xuất khẩu. Đào tạo đội ngũ cán bộ trong đàm phán vững vàng về chính trị, thành thạo nghiệp vụ, giỏi ngoại ngữ.

*9. Giữ vững ổn định chính trị - xã hội:* Chiến lược phát triển bền vững của Việt Nam nêu rõ mối quan hệ giữa phát triển bền vững với bảo đảm ổn định chính trị, xã hội. Một trong những nguyên tắc phát triển bền vững là kết hợp chặt chẽ giữa phát triển kinh tế, phát triển xã hội và bảo vệ môi trường với bảo đảm quốc phòng, an ninh và trật tự an toàn xã hội. Môi trường chính trị, xã hội ổn định của Việt Nam trong những năm qua là nhân tố quan trọng đảm bảo tăng trưởng kinh tế cao và ổn định. Môi trường chính trị ổn định là một trong những yếu tố hấp dẫn đầu tư nước ngoài vào nước ta trong những năm qua. Chính trị, xã hội ổn định cũng là yếu tố làm tăng niềm tin của các nhà đầu tư trong nước.

***Tài liệu tham khảo***


1. Bộ Công Thương (2010), *Báo cáo tình hình hoạt động của ngành công thương năm 2010.*

2. Bộ Thương mại (2002), *Chiến lược xuất nhập khẩu Việt Nam thời kỳ 2001-2010*, www.moit.gov.vn.

3. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2005), *Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam (Chương trình Nghị sự 21),* được ban hành kèm theo Quyết định số 153/2004/QĐ-TTg, ngày 17/8/2004 của Thủ tướng Chính phủ, http://www.monre.gov.vn/monreNet/.

4. *Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam thời kỳ 2011-2020*, Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI.

5. Hội đồng lý luận Trung ương (2007): "Khi Việt Nam đã vào WTO", Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

# MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN CỦA HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA VIỆT NAM

*PGS. TS. Đinh Văn Thành*

**Viện trưởng Viện Nghiên cứu Thương mại**

## 1. Chính sách thương mại cần được nghiên cứu theo nghĩa rộng

Chính sách thương mại là khái niệm đã được nhiều tài liệu khoa học chuyên ngành đề cập và làm sáng tỏ, đồng thời cũng có nhiều định nghĩa khác nhau trong các văn bản pháp quy của Việt Nam hoặc các quy định quốc tế. Sự khác nhau căn bản nhất vẫn chỉ tập trung trong nội hàm của thuật ngữ "chính sách" và "thương mại". Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi không đi sâu bàn luận về nội hàm của khái niệm chính sách thương mại mà sử dụng thuật ngữ thường được dùng phổ biến hiện nay. Theo nghĩa rộng, chính sách thương mại là hệ quan điểm, nguyên tắc, công cụ và biện pháp của nhà nước để điều chỉnh hoạt động thương mại nhằm đạt được các mục tiêu đặt ra trong mỗi thời kỳ nhất định. Như vậy, vào những giai đoạn phát triển khác nhau có thể sử dụng thuật ngữ chính sách thương mại nói chung, hoặc có thể phân chia ra thành 2 loại là chính sách thương mại quốc tế và chính sách thương mại trong nước. Cũng có quan niệm về phân loại chính sách thương mại làm ba nhóm như: chính sách phát triển xuất nhập khẩu, chính sách hội nhập và chính sách phát triển thương mại trong nước. Một cách khái quát, chính sách thương mại được xem xét là hệ quan điểm cho quản lý nhà nước đối với thương mại cho mỗi thời kỳ. Quan điểm có tính chất bao trùm hiện nay là nhà nước thống nhất quản lý thương mại bằng pháp luật, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, các chính sách và công cụ quản lý khác. Đồng thời, trở lại nội hàm của khái niệm thương mại, theo nghĩa rộng và phù hợp với thông lệ quốc tế khi đề cập đến thương mại tức là đã bao gồm cả thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, những vấn đề đầu tư có liên quan đến thương mại và thương mại đối với quyền sở hữu trí tuệ.

Với quan niệm về chính sách thương mại và thương mại như trên cho thấy, vấn đề hoàn thiện chính sách thương mại nhằm phục vụ phát triển bền vững có nội hàm rất rộng nhưng lại có quan hệ mật thiết và gắn bó hữu cơ với nhau. Mặt khác, phát triển bền vững cũng được các nhà khoa học sử dụng theo Chương trình nghị sự 21 về phát triển bền vững, theo đó phát triển bền vững là sự phát triển đáp ứng các yêu cầu của hiện tại nhưng không gây trở ngại cho việc đáp ứng nhu cầu tương lai. Phát triển bền vững bao gồm 3 trụ cột chính là: phát triển kinh tế, bảo vệ môi trường và đảm bảo an sinh xã hội. Như vậy, để xây dựng luận cứ khoa học cho hoàn thiện chính sách thương mại nhằm phục vụ phát triển bền vững ở Việt Nam cần phải nghiên cứu, xem xét chính sách thương mại theo nghĩa rộng, được sử dụng phổ biến hiện nay.

## 2. Các quan niệm về chính sách thương mại, chính sách xuất nhập khẩu nhằm phục vụ phát triển bền vững

*Về lý thuyết,* có nhiều cách tiếp cận và phân loại chính sách thương mại khác nhau. Các loại chính sách và công cụ của nhà nước để quản lý thương mại được sử dụng phổ biến trong các giáo trình giảng dạy ở bậc đại học tại Việt Nam bao gồm:

- Chính sách thuế, tài chính tín dụng, tỷ giá hối đoái, biện pháp quản lý giá, biện pháp chống trợ cấp và chống bán phá giá.

- Hạn ngạch (bắt buộc, tự nguyện), hạn ngạch thuế quan, cấp hạn ngạch tự động và không tự động.

- Quyền kinh doanh, giấy phép kinh doanh, giấy phép xuất nhập khẩu.

- Các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật đối với hàng hóa và doanh nghiệp (nhằm bảo vệ môi trường, đảm bảo vệ sinh an toàn cho con người…), thủ tục hải quan…

- Chính sách phát triển cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực.

*Về thực tiễn, trong hoạch định chính sách người ta thường phân loại các chính sách thương mại thành một số chính sách sau:*

- Chính sách mặt hàng: Mặt hàng cấm kinh doanh; kinh doanh có điều kiện; tự do kinh doanh.

- Chính sách đối với các loại thị trường: Thị trường trong nước và thị trường nước ngoài; thị trường có các ưu đãi và không có ưu đãi; thị trường nông thôn và thị trường đô thị…

- Chính sách đối với các chủ thể kinh doanh trên thị trường: Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; doanh nghiệp trong nước; doanh nghiệp vừa và nhỏ…

- Các chính sách khác: Tài chính, tín dụng, đầu tư, xúc tiến thương mại…

*Bên cạnh đó*, gắn với mục tiêu, tính đặc thù và sự phân công trong quản lý nhà nước về thương mại, người ta còn phân chia chính sách thương mại làm 3 nhóm chính sách như: Chính sách phát triển thương mại nội địa; Chính sách phát triển xuất nhập khẩu và Chính sách hội nhập kinh tế quốc tế.

Cho dù phân chia ra sao nhưng để phục vụ phát triển bền vững đều phải có sự phối hợp giữa các loại chính sách. Khi đề cập tới chính sách xuất nhập khẩu nhằm phục vụ phát triển bền vững thì khi đó chính sách phát triển xuất nhập khẩu được đặt vào nhiệm vụ trung tâm, các chính sách khác cũng có vai trò quan trọng để chính sách phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa phục vụ tốt nhất cho phát triển bền vững ở Việt Nam. Do đó, một trong những yêu cầu của hoàn thiện chính sách xuất nhập khẩu phục vụ phát triển bền vững đó là phải góp phần đưa nền kinh tế Việt Nam hội nhập một cách có hiệu quả, có tính cạnh tranh cao trong nền kinh tế của khu vực và thế giới. Chính sách xuất nhập khẩu phải tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, phải rõ ràng, minh bạch, ổn định và có thể tiên lượng được. Chính sách xuất nhập khẩu phải hướng vào các mục tiêu:

- Tốc độ tăng trưởng cao và duy trì trong một thời gian đủ dài, thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa được mở rộng, chất lượng hàng hóa xuất nhập khẩu được không ngừng nâng cao.

- Hoạt động xuất nhập khẩu đóng góp vào nâng cao chất lượng tăng trưởng; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa; cải thiện cán cân thanh toán và giảm dần thâm hụt cán cân thương mại, chủ động chuyển sang giai đoạn xuất siêu; bảo đảm nhập khẩu được công nghệ hiện đại để góp phần nâng cao năng suất lao động; nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam.

- Tạo việc làm và nâng cao thu nhập, cải thiện các điều kiện lao động, an toàn vệ sinh thực phẩm và bảo vệ môi trường.

**3. Thực trạng chính sách xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam xét theo quan điểm phát triển bền vững**

***Thành tựu:***

- Đã có hệ quan điểm rõ ràng và phù hợp cho một thời kỳ lịch sử nhất định. Từ chỗ định hướng thay thế nhập khẩu đã từng bước chuyển sang hướng mạnh về xuất khẩu và kết hợp với thay thế nhập khẩu. Thủ tướng Chính phủ đã ra Chỉ thị số 22/2000/CT-TTg ngày 27/10/2000 về Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2010. Nội dung của chỉ thị đã khẳng định rõ: Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2001-2010, nhất là xuất khẩu, phải là Chiến lược tăng tốc toàn diện trên nhiều lĩnh vực, phải có những khâu đột phá với bước đi vững chắc. Mục tiêu hành động của thời kỳ này là tiếp tục chủ trương dành ưu tiên cao để xuất khẩu; góp phần giải quyết việc làm cho xã hội, tạo nguồn dự trữ ngoại tệ, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa; nhanh chóng thu hẹp khoảng cách phát triển kinh tế giữa nước ta và các nước trong khu vực. Mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu bình quân của thời kỳ 2001-2010 là 15% trở lên, nhập khẩu duy trì ở mức 14%/năm. Để đạt được mục tiêu đã nêu, Chính phủ và các Bộ/ngành có liên quan đã xây dựng các chính sách phát triển xuất nhập khẩu cho thời kỳ 5 năm (thay cho cơ chế điều hành xuất nhập khẩu hàng năm). Đồng thời, Chính phủ cũng yêu cầu các Bộ/ngành và các địa phương phải xây dựng các Chương trình mục tiêu để phát triển xuất khẩu, mở rộng nội hàm của các chính sách hỗ trợ phát triển xuất nhập khẩu tới các chính sách đầu tư, xây dựng và phát triển thương hiệu…

- Chính sách xuất nhập khẩu hàng hóa đã tiếp cận dần và đã từng bước dựa theo các tiêu chuẩn và nguyên tắc quốc tế, nhất là các quy định của WTO. Có lộ trình cắt giảm thuế quan và dỡ bỏ hàng rào phi thuế quan theo cam kết gia nhập WTO và các tổ chức quốc tế khác.

- Các công cụ của chính sách thương mại được hoàn thiện một cách cơ bản dựa theo chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa 2001-2010.

- Có các công cụ phòng vệ và tự vệ đặc biệt để đối phó với các diễn biến bất thường của thị trường thế giới.

***Bảng 1:*** **Xuất nhập khẩu, cán cân thương mại Việt Nam giai đoạn 2001-2010**

| Năm | Kim ngạch | Tốc độ | Kim ngạch | Tốc độ | CCT | Tỷ lệ |
|---|---|---|---|---|---|---|

| | **XK** *(Triệu USD)* | **tăng XK** *(%)* | **NK** *(Triệu USD)* | **tăng NK** *(%)* | **M** *(Triệu USD)* | **nhập siêu/XK** *(%)* |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2001 | 15.029 | 3,78 | 16.217 | 3,72 | -1.188 | 7,90 |
| 2002 | 16.706 | 11,16 | 19.745 | 21,75 | -3.039 | 18,19 |
| 2003 | 20.149 | 20,61 | 25.256 | 27,91 | -5.107 | 25,35 |
| 2004 | 26.504 | 31,54 | 31.954 | 26,52 | -5.450 | 20,56 |
| 2005 | 32.447 | 22,42 | 36.761 | 15,04 | -4.314 | 13,30 |
| 2006 | 39.826 | 22,74 | 44.891 | 22,12 | -5.065 | 12,72 |
| 2007 | 48.561 | 21,93 | 62.764 | 39,81 | -14.203 | 29,25 |
| 2008 | 62.685 | 29,09 | 80.713 | 28,60 | -18.028 | 28,76 |
| 2009 | 57.096 | -8,92 | 69.948 | -13,34 | -12.852 | 22,51 |
| 2010 | 72.192 | 26,44 | 84.801 | 21,23 | -12.609 | 17,47 |
| Tăng trưởng BQ | | 19,05 | | 20,18 | | |

*Nguồn: Tổng cục Thống kê, Bộ Công Thương (Số liệu 2010 là số liệu sơ bộ)*

*Với các thành tựu trên, hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa đã thu được những kết quả chủ yếu sau:*

Theo mục tiêu của Chính phủ trong Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2001-2010, tăng trưởng xuất khẩu bình quân toàn thời kỳ là 15% trở lên; tăng trưởng bình quân nhập khẩu của toàn thời kỳ là 14%. Kết quả thực hiện đều vượt các mục tiêu chủ yếu được đề ra, trong đó xuất khẩu hàng hóa đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 19,05%/năm; nhập khẩu hàng hóa đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 20,18%/năm. Trong cả giai đoạn 2001-2010, chỉ có năm 2001 và 2009 do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính châu Á 1998 và khủng hoảng kinh tế thế giới 2008-2009 đã làm cho tăng trưởng xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam bị giảm sút. Như vậy, so với các mục tiêu chủ yếu về tăng tốc toàn diện trong Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2001-2010, chúng ta đã cơ bản đạt và vượt. Hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa đã góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và thu nhập cao cho người lao động, đáp ứng tốt các nhu cầu của sản xuất và đời sống.

Với chủ trương đa dạng hóa thị trường, bạn hàng và mặt hàng xuất khẩu, xây dựng và phát triển xuất khẩu một số mặt hàng chủ lực, năm 2001 chúng ta chỉ có 4 mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch trên 1 tỷ USD (dầu thô, dệt may, giày dép và thủy sản), thì đến năm 2010 Việt Nam đã có 18 mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch từ 1 tỷ USD trở lên (ngoài 4 mặt hàng đạt được từ năm 2001 còn bao gồm: hạt điều, cà phê, gạo, than đá, sản phẩm nhựa, cao su, gỗ và các sản phẩm gỗ, giày dép, máy tính và sản phẩm điện tử, máy móc

thiết bị phụ tùng, phương tiện vận tải và phụ tùng, dây điện và cáp điện, đá quý và kim loại quý, sắt thép các loại). Mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch lớn nhất là dệt may, đạt kim ngạch 11,2 tỷ USD vào năm 2010.

Với việc đàm phán ký kết các Hiệp định thương mại tự do và gia nhập WTO, thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam ngày càng được mở rộng. Hàng hóa của Việt Nam ngày càng khẳng định được uy tín, năng lực cạnh tranh trên thị trường thế giới. Chẳng hạn, theo tính toán của CIEM, số lượng mặt hàng Việt Nam có năng lực cạnh tranh hiển thị tại các thị trường chính (xem bảng 2).

***Bảng 2:*** **Số lượng mặt hàng Việt Nam có năng lực cạnh tranh (RCA ≥ 1) tại các thị trường chính**

| Thị trường | Năm | Hàng sử dụng công nghệ cao | Hàng sử dụng công nghệ thấp | Hàng sử dụng công nghệ trung bình | Hàng nguyên liệu thô | Hàng sử dụng nhiều nguyên liệu thô |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Hoa Kỳ | 2001 | 63 | 153 | 70 | 67 | 190 |
| | 2006 | 61 | 127 | 63 | 59 | 152 |
| | 2007 | 85 | 202 | 109 | 81 | 184 |
| | 2008 | 78 | 199 | 106 | 84 | 183 |
| | 2009 | 86 | 201 | 107 | 86 | 184 |
| Nhật Bản | 2001 | 85 | 411 | 155 | 153 | 281 |
| | 2006 | 92 | 406 | 176 | 152 | 276 |
| | 2007 | 112 | 516 | 228 | 191 | 294 |
| | 2008 | 119 | 479 | 235 | 183 | 295 |
| | 2009 | 117 | 514 | 256 | 188 | 314 |
| EU-15 | 2001 | 79 | 488 | 83 | 123 | 238 |
| | 2006 | 80 | 470 | 84 | 119 | 200 |
| | 2007 | 104 | 540 | 135 | 153 | 233 |
| | 2008 | 100 | 568 | 132 | 148 | 231 |

*Nguồn: Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (CIEM), Hà Nội 12/2010*

Cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu đã có chuyển dịch tích cực theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Từ chỗ tăng trưởng xuất khẩu chủ yếu dựa vào khoáng sản (dầu thô, than đá, quặng…) và nông sản, thủy sản…, đến năm 2010 tăng trưởng xuất khẩu chủ yếu dựa vào nhóm hàng công nghiệp chế biến. Năm 2010, nhóm hàng công nghiệp chế biến tăng trưởng 30%, đạt kim ngạch 38,5 tỷ USD, chiếm 53,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu.

***Hạn chế:***

- Mục tiêu giảm nhập siêu và tiến tới cân bằng cán cân thương mại vào năm 2010 đã không những chưa đạt được mà còn trầm trọng hơn. Năm 2001, tỷ lệ nhập siêu chiếm 7,90% so với kim ngạch xuất khẩu thì đến năm 2010, tỷ lệ này đã là 17,47%. Đặc biệt, sau khi Việt Nam gia nhập WTO, tỷ lệ nhập siêu tăng lên rõ rệt, nhất là các năm 2007 và 2008, tỷ lệ nhập siêu lên tới gần 30%.

- Còn thiếu sự gắn kết giữa mục tiêu tổng quát với các chiến lược thành phần (chiến lược phát triển thị trường và các mặt hàng xuất khẩu chủ lực; chiến lược của toàn quốc với của các địa phương và Bộ/ngành có liên quan; giữa chiến lược với quy hoạch và kế hoạch).

- Chưa định hướng rõ vai trò của các trụ cột cho tăng trưởng xuất nhập nhập, dựa vào doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp FDI hay tư nhân. Chính sách xuất nhập khẩu được mở rộng cho tất cả doanh nghiệp mà không gắn với các điều kiện cụ thể. Điều đó làm xuất hiện tình trạng cạnh tranh không lành mạnh, gây tổn hại đến lợi ích chung.

- Chính sách xuất nhập khẩu còn quá chú trọng đến phát triển nhanh và mở theo chiều rộng, chất lượng tăng trưởng thấp, xuất khẩu dựa chủ yếu vào lợi thế tài nguyên và nhân công giá rẻ, nhập khẩu công nghệ lạc hậu gây ô nhiễm môi trường và không tạo được đột phá về tăng năng suất, nhập siêu lớn và kéo dài…

- Quá chú trọng đến các biện pháp hành chính kinh tế và ít chú trọng đến các biện pháp kỹ thuật, việc xây dựng các quy định kỹ thuật và tiêu chuẩn để bảo đảm vệ sinh an toàn cho con người và môi trường ít được chú ý đúng mức, thiếu các biện pháp phòng ngừa trước, kiểm tra theo quy trình đối với hàng nhập khẩu. Tình trạng nhập khẩu công nghệ tiêu tốn năng lượng và hàng hóa có nguy hại vẫn diễn ra phổ biến nhưng thiếu biện pháp xử lý hữu hiệu.

- Chưa tạo ra sức ép thúc đẩy nâng cao năng lực cạnh tranh. Năng lực cạnh tranh của hàng hóa và doanh nghiệp còn thấp, chưa có thương hiệu mạnh và nổi tiếng đối với người tiêu dùng cuối cùng ở thị trường nhập khẩu, chưa tham gia được vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu.

- Quản lý nhà nước đối với hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa còn phân tán và thiếu đồng bộ, thủ tục hành chính còn phức tạp gây ách tắc và làm tăng chi phí của doanh nghiệp.

- Năng lực quản lý còn yếu kém, nhất là năng lực hội nhập và công tác dự báo thị trường.

- Chính sách xuất nhập khẩu còn bị hạn chế trong giới hạn của thương mại hàng hóa, những vấn đề về thương mại dịch vụ, xuất khẩu dịch vụ, thương mại đối với quyền sở hữu trí tuệ, những vấn đề về đầu tư có liên quan đến thương mại… còn chưa tập trung giải quyết và thiếu đồng bộ.

**4. Khái quát bối cảnh phát triển kinh tế, thương mại của Việt Nam thời kỳ 2011-2020**

***Bối cảnh quốc tế:***

- Kinh tế thế giới sẽ tăng trưởng không cao, chứa đựng nhiều yếu tố bất ổn, phức tạp và khó lường. Hậu quả của khủng hoảng kinh tế toàn cầu 2008-2009 sẽ còn tiếp tục diễn biến phức tạp. Sau hàng loạt gói cứu trợ khổng lồ của các nước đã đẩy nền kinh tế thế giới rơi vào tình trạng lạm phát cao, để hạn chế lạm phát cao buộc các Chính phủ phải trở lại với thời kỳ cắt giảm chi tiêu công. Tỷ lệ thất nghiệp cao trong điều kiện giá cả tăng khiến cho người tiêu dùng phải cắt giảm chi tiêu. Xu hướng này sẽ tiếp tục kéo dài cho đến những năm giữa của thập kỷ này, có tác động tiêu cực đến phát triển kinh tế, thương mại.

- Dưới tác động của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, quá trình tái cấu trúc nền kinh tế và điều chỉnh các thể chế tài chính toàn cầu sẽ diễn ra mạnh mẽ. Nhiều nước sẽ phải gồng mình để chống lạm phát, tỷ giá hối đoái giữa các đồng tiền chủ chốt trên thị trường sẽ diễn biến phức tạp và khó lường. Khủng hoảng còn để lại hậu quả nặng nề, chủ nghĩa bảo hộ trỗi dậy trở thành rào cản lớn cho thương mại quốc tế. Vị thế của các nước trong nền kinh tế thế giới sẽ có thay đổi, vị thế siêu cường của Hoa Kỳ sẽ bị giảm, vai trò của Trung Quốc trong nền kinh tế thế giới và thương mại toàn cầu sẽ tăng lên. Bên cạnh G8 có vai trò chủ chốt trong phát triển kinh tế và xử lý những vấn đề có tính toàn cầu, đã xuất hiện G20, BRICs và ngày càng có vai trò cao hơn trong việc giải quyết những vấn đề phát triển kinh tế thương mại thế giới.

- Khu vực châu Á - Thái Bình Dương tiếp tục phát triển năng động và đang hình thành nhiều hình thức liên kết, hợp tác đa dạng hơn, đáng chú ý là việc đàm phán ký kết Hiệp định đối tác chiến lược xuyên Thái Bình Dương với mức độ mở cửa và hợp tác cao hơn. Các nước ASEAN đang bước vào thời kỳ hợp tác mới theo Hiến chương ASEAN và thành lập Cộng đồng kinh tế, đang tăng cường và mở rộng hợp tác với các đối tác ngoài khối. Bối cảnh này tạo ra những cơ hội và thách thức mới đối với phát triển kinh tế và thương mại của Việt Nam.

- Toàn cầu hóa kinh tế tiếp tục phát triển về quy mô, mức độ và hình thức biểu hiện với những tác động tích cực và tiêu cực, cơ hội và thách thức. Các công ty xuyên quốc gia có vai trò ngày càng lớn. Quá trình quốc tế hóa sản xuất và phân công lao động diễn ra ngày càng sâu rộng. Việc tham gia vào mạng lưới sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu đã thành yêu cầu đối với các nền kinh tế. Sau khủng hoảng, xu hướng bảo hộ mậu dịch có phần nổi lên nhưng toàn cầu hóa và hội nhập vẫn tiếp tục phát triển. Sự tùy thuộc, phụ thuộc lẫn nhau, hội nhập, cạnh tranh và hợp tác giữa các nước ngày càng trở thành phổ biến.

- Sau nhiều năm kinh tế thế giới phát triển nhanh dựa vào khai thác tài nguyên thiên nhiên và tăng sản lượng đã để lại những hậu quả nghiêm trọng như tài nguyên thiên nhiên cạn kiệt, biến đổi khí hậu và ô nhiễm môi trường, sự phân hóa giàu nghèo ngày càng gia tăng. Để hạn chế tác động bất lợi và để tìm ra hướng đi mới, buộc phải phát triển mạnh kinh tế tri thức. Do đó, trong những năm tới, con người và tri thức trở thành nhân tố quyết định sự phát triển của mỗi quốc gia. Khoa học và công nghệ sẽ phát triển mạnh, nhất là công nghệ tiết kiệm năng lượng và thân thiện với môi trường.

***Bối cảnh trong nước:***

Những thành tựu của 25 năm đổi mới đã đưa kinh tế Việt Nam bước vào một thời kỳ mới, vượt qua ngưỡng nước có thu nhập thấp, bước vào hàng các nước có thu nhập trung bình. Tuy nhiên, bứt phá từ nước có thu nhập trung bình lên hàng các nước phát triển là rất khó khăn, trong hàng thế kỷ qua chỉ có rất ít nước vượt qua được cái bẫy thu nhập trung bình. Hơn nữa, ngay từ năm đầu tiên thực hiện chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2011-2020, chúng ta đã phải tập trung cao độ vào thực hiện nhiệm vụ ổn định kinh tế vĩ mô, chống lạm phát và bảo đảm an sinh xã hội. Kinh tế phát triển chưa bền vững, chất lượng tăng trưởng thấp, năng suất và hiệu quả chưa cao. Tăng trưởng kinh tế vẫn chủ yếu theo chiều rộng, chậm chuyển sang phát triển theo chiều sâu. Thể chế kinh tế thị trường chưa đồng bộ, chất lượng nguồn nhân lực thấp, kết cấu hạ tầng chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển nhanh và bền vững. Nền tảng để trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại chưa được hình thành đầy đủ.

**5. Một số quan điểm và phương hướng hoàn thiện chính sách thương mại nhằm phục vụ phát triển bền vững**

*- Hoàn thiện chính sách thương mại phải nhằm thực hiện thắng lợi các mục tiêu phát triển nhanh và bền vững trong Chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2011-2020*. Trong đó, ngành thương mại phải góp phần quan trọng vào mục tiêu tăng trưởng GDP bình quân 7 - 8%/năm. Mở rộng thị trường nội địa, phát triển mạnh thương mại trong nước; đa dạng hóa thị trường ngoài nước, khai thác có hiệu quả các thị trường có hiệp định mậu dịch tự do và thị trường tiềm năng, tăng nhanh xuất khẩu, giảm nhập siêu cả về quy mô và tỉ trọng, phấn đấu cân bằng xuất nhập khẩu. Chủ động tham gia vào mạng lưới sản xuất và phân phối toàn cầu, phát triển mạnh các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh ở cả trong và ngoài nước, xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt Nam. Trong 5 năm 2011-2015, phấn đấu tăng trưởng GDP bình quân 7 - 7,5%/năm; kim ngạch xuất khẩu tăng bình quân 12%/năm, giảm nhập siêu, phấn đấu đến năm 2020 cân bằng được xuất nhập khẩu.

*- Phải tạo ra các đột phá trong chiến lược phát triển thương mại nói chung và chiến lược phát triển xuất nhập khẩu, chiến lược tham gia ký kết các Hiệp định thương mại tự do nói riêng.* Nếu trong suốt thời kỳ thực hiện chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2001-2010, chúng ta luôn đặt ra mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu gấp từ 2 lần tăng trưởng GDP trở lên, thì chiến lược 2011-2020 chỉ đặt ra mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu 12%/năm, tức là chỉ bằng 1,5 lần tăng trưởng GDP. Với mục tiêu này và mục tiêu cân bằng xuất nhập khẩu vào

năm 2020, đòi hỏi hoàn thiện chính sách thương mại sao cho tạo ra các đột phá để tái cấu trúc lại cơ cấu thị trường và hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam. Phải đặt mục tiêu và nhiệm vụ nâng cao chất lượng, hiệu quả, tính bền vững của lĩnh vực xuất nhập khẩu lên vị trí hàng đầu. Bên cạnh đó, cần gắn kết giữa thương mại nội địa với xuất nhập khẩu theo hướng chủ động tham gia vào mạng lưới sản xuất và phân phối toàn cầu. Cần chủ động đàm phán ký kết và khai thác lợi ích của các Hiệp định thương mại tự do với các đối tác có tiềm lực kinh tế và công nghệ như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản…để đẩy mạnh xuất khẩu và kiềm chế nhập siêu.

*- Phải phù hợp với các cam kết quốc tế về mở cửa thị trường và tự do hóa thương mại mà Việt Nam đã và sẽ ký kết. Đồng thời, chủ động đề phòng và có cơ chế đối phó kịp thời với các diễn biến nhanh, bất định và khó lường của tình hình thị trường trong nước và thế giới.* Cần sớm hoàn thành việc rà soát, bổ sung, hoàn thiện các quy định pháp luật về kinh doanh thương mại phù hợp với pháp luật Việt Nam, bảo vệ thị trường nội địa, đồng thời tuân thủ những quy định của các tổ chức quốc tế và khu vực mà Việt Nam đã tham gia. Tạo lập đồng bộ và vận hành thông suốt các loại thị trường, phát triển thị trường hàng hóa theo hướng tự do hóa thương mại, thực hiện lộ trình cơ chế giá thị trường đối với tất cả các loại hàng hóa và dịch vụ. Xây dựng và thực hiện cơ chế điều tiết thị trường đối với những hàng hóa và dịch vụ thiết yếu theo hướng rõ ràng, ổn định và minh bạch để có thể bảo vệ lợi ích chính đáng của cả người kinh doanh và người tiêu dùng. Tăng cường năng lực và nâng cao chất lượng của công tác dự báo thị trường, nhất là các dự báo dài hạn về thị trường, cung cầu một số hàng hóa trên thị trường thế giới.

*- Phải tạo được thế chủ động, tạo sức ép để nâng cao hiệu quả và năng lực cạnh tranh, phục vụ tốt nhất cho phát triển bền vững.* Như đã đề cập ở phần trên, trước bối cảnh mới của kinh tế, thương mại thế giới và trong nước đòi hỏi phải xem xét hoàn thiện chính sách thương mại cũng như chính sách xuất nhập khẩu theo nghĩa rộng, gắn với mô hình kinh doanh theo chuỗi và phát triển kinh tế tri thức, sản phẩm xanh. Do đó, khi đã lựa chọn các mục tiêu chiến lược phát triển xuất nhập khẩu với các đột phá nhằm tái cấu trúc cơ cấu xuất nhập khẩu, cần xây dựng và thực thi một số chương trình đồng bộ có mục tiêu với sự tham gia của một số Bộ/ngành, địa phương. Chẳng hạn, để gia tăng xuất khẩu dịch vụ không phải chỉ là vấn đề xây dựng 3 Trung tâm logistics, mà phải giải quyết hàng loạt vấn đề từ hạ tầng giao thông, hạ tầng công nghệ thông tin, nguồn nhân lực và đi liền với đó là rất nhiều chính sách có liên quan, không chỉ thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương mà còn của các Bộ/ngành và các địa phương. Đồng thời, trong điều kiện hội nhập và tự do hóa thương mại diễn ra ngày càng mạnh mẽ, cần thay đổi tư duy chính sách theo hướng không nên tạo ra lợi thế hay vị thế có thể dẫn tới độc quyền cho doanh nghiệp trong nước hay doanh nghiệp địa phương. Bên cạnh một số vùng có liên quan đến an ninh quốc gia phải có cơ chế riêng, việc hoàn thiện chính sách thương mại cần tạo thế chủ động, mở rộng thu hút doanh nghiệp FDI, tạo sức ép cho các doanh nghiệp nâng cao hiệu quả và năng lực cạnh tranh để thay cho xu hướng có phần nổi trội hiên nay về hỗ trợ và bảo hộ sản xuất trong nước.

*- Kết hợp hài hòa giữa mục tiêu dài hạn và ngắn hạn, tăng trưởng đi liền với bảo vệ môi trường, vệ sinh an toàn và an sinh xã hội.* Theo dự báo, đến năm 2020, Việt Nam sẽ có khoảng 100 triệu dân, thu nhập của dân cư sẽ đạt khoảng 3.000 USD/người, Việt Nam vẫn nằm trong nhóm thu nhập trung bình thấp. Như vậy, đáp ứng được nhu cầu việc làm và từng bước nâng cao thu nhập cho người lao động vẫn là ưu tiên cho những năm đến 2015, đặc biệt là trong bối cảnh chúng ta đang tập trung ổn định kinh tế vĩ mô, chống lạm phát và bảo đảm an sinh xã hội. Bên cạnh đó, nhiệm vụ kiểm soát chặt chẽ nhập khẩu để kiềm chế nguy cơ nhập siêu gia tăng cũng là một trong những nhiệm vụ quan trọng đặt ra đối với công tác hoàn thiện chính sách thương mại. Phát triển bền vững là vấn đề dài hạn và phải xem xét giải quyết thông qua các chiến lược, quy hoạch và kế hoạch trung/dài hạn. Song để phát triển bền vững trong bối cảnh và điều kiện của Việt Nam thì cần thiết phải lồng ghép và gắn kết để giải quyết cả những vấn đề cụ thể, ngắn hạn nhưng có liên quan trực tiếp đến sức khỏe của con người, bảo vệ môi trường và bảo đảm an sinh xã hội.

# ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI VỚI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM

*GS. TSKH. Nguyễn Mại*
**Chủ tịch Hiệp hội doanh nghiệp đầu tư nước ngoài - VAFIE**

Hơn hai thập niên chuyển hướng theo kinh tế thị trường, phát triển bền vững trở thành vấn đề có tầm quan trọng to lớn trong quá trình công nghiệp hóa đất nước, là định hướng đối với đầu tư, trong đó có đầu tư trực tiếp nước ngoài.

## 1. Giới hạn của tăng trưởng

Năm 1972, quyển sách mỏng "Các giới hạn của sự tăng trưởng" (Limits of Growth) do Câu lạc bộ Rome (Club of Rome), một tổ chức phi chính phủ của Italia xuất bản, lần đầu tiên trên thế giới đã cảnh báo về giới hạn của trái đất và sự tăng trưởng của kinh tế thế giới, đưa ra dự báo toàn cầu dài hạn về dân số, kinh tế, môi trường và các quan điểm giải quyết. Hồi chuông báo động của Câu lạc bộ Rome vang lên cách đây đã 39 năm, nhưng những gì mà loài người đang hứng chịu từ cơn thịnh nộ của thiên nhiên trong những năm gần đây đã nhắc nhở rằng, nếu không có các giải pháp cứu trái đất trước nguy cơ nóng lên thì thế giới sẽ ngưng phát triển từ năm 2015 như Câu lạc bộ Roma đã cảnh báo.

Khi con người bắt đầu công nghiệp hóa đã không ngừng đốt các nhiên liệu hóa thạch làm cho tỷ lệ $CO_2$ trong bầu khí quyển tăng lên nhanh chóng. Những thứ khí khác như $NO_2$, $CH_4$ cũng làm cho khí hậu toàn cầu nóng lên. Loài người đang đứng trước một thực trạng đáng sợ do nhiệt độ hành tinh của chúng ta đang tăng lên rất chậm nhưng tác hại thì rất lớn. Chưa bao giờ như hiện nay những đợt nắng nóng, hạn hán kéo dài, lượng mưa giảm ở nhiều vùng làm cho tốc độ sa mạc hóa gia tăng, trong khi đó giông bão đã xảy ra với cường độ mạnh hơn, gây thiệt hại nghiêm trọng hơn.

Do vậy Liên Hiệp Quốc kêu gọi các nước công nghiệp phát triển và các nước khác giảm lượng phát thải $CO_2$ xuống còn một nửa vào năm 2050 (so với 1990) để thực hiện mục tiêu chung của thế giới là giữ cho nhiệt độ trái đất không tăng quá $2^oC$.[7] Một loại thuế gọi là "thuế các-bon- carbon tax" được đánh vào các nước thải ra khí $CO_2$ vượt quá mức quy định, mỗi tấn $CO_2$ là 100 USD. Các nước có khí thải $CO_2$ dưới mức quy định có thể bán cho nước khác "tín dụng khí thải- emission credit", được gọi là "Cơ chế phát triển sạch - Clean Development Mechanism".[8]

Mặc dù vậy, một báo cáo tại Hội nghị toàn cầu về biến đổi khí hậu họp ở Cancun, Mehicô vào cuối năm 2010 đã nêu lên con số đáng lo ngại, từ 1991 đến 2009 con người đã phát ra thêm 28% các khí thải gây hiệu ứng nhà kính (!).

[7] Xem: Nỗi sợ và hy vọng, Tia sáng, 16/6/2008
[8] Xem: Đinh Ngọc Lân: Năng lượng nguyên tử và đời sống, Nxb Văn hóa - thông tin, 2004, tr. 290

Nhiệt độ trái đất tăng lên làm tan chảy những dòng sông băng, ngọn núi băng ở vùng cực, trong 30 năm vừa qua diện tích băng ở Bắc cực đã giảm 12%; những bức ảnh vệ tinh đã cho thấy rằng, diện tích các lớp băng vĩnh cửu ở Nam cực cũng đã bị thu hẹp rất nhiều, cùng với sự giãn nở của nước ở các đại dương đã làm cho mực nước biển dâng cao trung bình mỗi năm 0,4 cm.

Theo một số công trình nghiên cứu, khi mực nước biển dâng cao 1 mét thì Bangladesh sẽ mất đi 17,5%, Hà Lan mất 6% diện tích, Ấn Độ và Trung Quốc, hai nước chiếm gần 1/2 dân số thế giới cũng phải đối đầu với tình trạng đó, khoảng 1/5 dân số sẽ mất nhà cửa; nhiều hòn đảo ở Thái Bình Dương và Ấn Độ Dương biến thành những đảo chìm, một số thành phố lớn trên thế giới như Tokyo, New York và hàng loạt thành phố nhỏ ven biển sẽ bị ngập lụt; trong khi đó theo dự báo của UNDP thì những vùng sa mạc ở châu Phi có thể mở rộng thêm từ 60 đến 90 triệu ha vào năm 2060, gây thiệt hại khoảng 26 tỷ USD.

Tổ chức liên chính phủ về biến đổi khí hậu- IPCC dự báo, ở Đông Dương nhiệt độ gia tăng $1^oC$ thời kỳ 2010-2039, 3 - $4^oC$ thời kỳ 2070-2099, lượng mưa sẽ giảm 20 mm vào 2010-2039, sau đó tăng 60 mm vào 2070-2099, mực nước biển dâng cao 6 cm/năm, đạt 20 cm vào 2030 và 80 cm vào 2100.[9]

Theo báo cáo ngày 10 tháng 10 năm 2010 của Hãng tư vấn rủi ro toàn cầu của Anh, Maplecrofe thì châu Á là lục địa chịu tác hại nhiều nhất do biến đổi khí hậu, trong đó 5 nước có nguy cơ lớn nhất là Băngladesh, Ấn Độ, Philippin, Việt Nam và Pakistan.

Trái đất nóng lên xuất hiện những người di cư mới - người tỵ nan vì khí hậu, theo số liệu gần đây của Ngân hàng thế giới là 25 triệu người. Họ phải rời khỏi quê hương do sự tàn phá của sóng thần ở Nam Á năm 2004, do động đất và để xây dựng các nhà máy thủy điện lớn như Tam Hiệp, Sơn La, hàng đoàn người thuộc các bộ lạc buộc phải di chuyển đến vùng đất mới do sa mạc hóa, hoặc làng mạc, thành phố họ đang sinh sống bị chìm sâu dưới biển. Tổ chức Chistian Aid, Anh dự báo, năm 2050 toàn thế giới có khoảng 1 tỷ người tỵ nạn các loại, chủ yếu là tỵ nạn khí hậu.

Biến đổi khí hậu sẽ làm cho mùa hè nóng hơn và mùa đông lạnh hơn tạo môi trường cho nhiều bệnh mới phát sinh, dịch bệnh lan truyền, một số bệnh cũ bùng phát lại. Theo một nghiên cứu khoa học thì khi nhiệt độ trái đất tăng 3 - $5^oC$, thế giới sẽ có khoảng 50 - 80 triệu người mắc bệnh sốt rét. Tình trạng ô nhiễm không khí và nguồn nước, nhất là ở các thành phố sẽ làm cho những bệnh có liên quan đến đường hô hấp như SARS phát triển.

Trái đất nóng lên có tác động đến tài nguyên nước toàn cầu. Trong tổng lượng nước trên hành tinh của chúng ta có 97% là nước mặn, trong 3% nước ngọt có thể sử dụng được thì 70% tồn tại ở hai vùng cực dưới dạng băng và trên các đỉnh núi cao nhất thế giới. Sự phân bố nguồn nước đối với các quốc gia không đồng đều, dao động từ 100 đến 10.000 $m^3$/năm/người, rất khác nhau giữa mùa khô và mùa mưa. Những nước có dưới 1.000 $m^3$/năm/người đã xuất hiện căng thẳng, dưới 500 $m^3$/năm/người là ngưỡng thiếu nước.

[9] Xem: Ứng phó với biến đổi khí hậu...,Tia sáng ngày 16/6/2008

Trong thế kỷ 20, khi dân số thế giới tăng lên ba lần thì mức tiêu dùng nước đã tăng lên sáu lần, trong đó nông nghiệp sử dụng 75% nước ngọt. Các thành phố là nơi tiêu dùng nước tính theo đầu người cao nhất. Một sân golf hàng năm tiêu dùng 10.000 $m^3$/ha. Công nghiệp, thủy điện cũng sử dụng rất nhiều nước và ngày càng gia tăng. Tình trạng lãng phí nguồn nước rất nghiêm trọng, ở các thành phố lớn, người ta tính ra con số thất thoát qua đường ống dẫn nước 40-50%. Tất cả tác nhân đó dẫn đến tình trạng cạn kiệt nguồn nước và ô nhiễm môi trường.

Nông nghiệp và an ninh lương thực chịu tác động rõ rệt nhất từ tình trạng biến đổi khí hậu toàn cầu. Thế giới vừa trải qua cuộc khủng hoảng về lương thực, đến mức Liên Hiệp Quốc phải kêu gọi các nước có hành động khẩn cấp để cứu nguy. Từ tháng 3/2007 giá lúa mì, gạo, đậu tương đã tăng lên rất nhanh, lúc đầu tăng 87%, tiếp đó tăng thêm 130%, những tháng đầu năm 2008 đạt đến mức kỷ lục tăng gần ba lần, gây ra những cú sốc đối với cuộc sống thường ngày của hàng tỷ người.

Tình trạng thiếu lương thực đã được báo động từ trước, theo một nghiên cứu được tạp chí Science công bố gần đây, do trái đất nóng lên các nước Nam Phi có thể giảm 30%, vùng Bắc Á giảm 10% sản lượng gạo, ngô và các cây lương thực khác. Tổ chức Nông lương Liên Hiệp Quốc- FAO dự báo, các nước đang phát triển sẽ mất đi 11% diện tích đất canh tác sử dụng nước mưa vào năm 2080 so với năm 1995, có thể giảm 280 triệu tấn ngũ cốc, ước tính khoảng 56 tỷ USD. Cần lưu ý rằng, 60 - 70% dân cư ở các nước nghèo sống ở nông thôn, nguồn thu nhập chủ yếu là nông nghiệp, 1/3 kim ngạch xuất khẩu của nhiều nước là sản phẩm nông nghiệp, do vậy người dân các nước đó chịu tác động nhiều nhất của biến đổi khí hậu.

Năng lượng và vấn đề an ninh năng lượng cũng chịu tác động của sự biến đổi khí hậu toàn cầu. Nhu cầu năng lượng tăng lên nhanh chóng trong quá trình công nghiệp hóa của hàng trăm nước trên thế giới, do nhu cầu sử dụng ô tô và các phương tiện vận tải khác gia tăng, do những đợt nóng gay gắt mùa hè và giá lạnh mùa đông. Trung Quốc là một ví dụ điển hình về sự gia tăng mức tiêu dùng dầu mỏ. Năm 1996, lượng nhập khẩu dầu mỏ của Trung Quốc tăng 37,5% so với năm trước, hiện nay nước này đã trở thành nhà nhập khẩu dầu mỏ thứ hai thế giới sau Mỹ. Năm 2000, lượng tiêu thụ dầu của Trung Quốc 4,6 triệu thùng/ngày, dự báo năm 2015 là 10,5 triệu thùng/ngày, trở thành nước tiêu thụ dầu mỏ lớn nhất thế giới.

Thị trường dầu mỏ thế giới biến động nhanh chóng, chỉ trong mấy tháng của năm 2008, giá dầu thô đã lên đến mức kỷ lục 147 USD/ barel vào tháng 7, tác động tiêu cực đối với kinh tế thế giới, sau đó lại giảm rất nhanh do tác động của suy thoái kinh tế Mỹ và toàn cầu, tháng 12 chỉ còn dưới 50 USD/barel. Trong những tháng cuối năm 2010 dao động trên dưới 80 USD/barel và hiện nay đã vượt quá 100 USD/barel.

Dầu mỏ còn là vũ khí chính trị mà một số nước đang sử dụng trong quan hệ quốc tế. Do lượng tiêu thụ dầu mỏ tăng lên nhanh chóng nên đã làm trầm trọng thêm tình trạng ô nhiễm

môi trường nhất là ở các thành phố lớn, lượng khí thải từ dầu mỏ cũng là nguyên nhân quan trọng làm cho nhiệt độ trái đất nóng lên.

Ngày 25/10/2007, Chương trình môi trường Liên Hiệp Quốc- UNEP công bố "Báo cáo viễn cảnh môi trường toàn cầu", được coi là tài liệu tổng quan về biến đổi khí hậu, nguồn nước và đa dạng sinh học trên trái đất, đã đưa ra lời cảnh báo: "Môi trường trái đất đang tiến dần đến ngưỡng giới hạn tồn vong của nhân loại phụ thuộc vào việc chúng ta bắt tay hành động ngay hôm nay chứ không phải ngày mai". Ông Achim Steiner, Phó Tổng thư ký Liên Hiệp Quốc, Giám đốc điều hành UNEP nhấn mạnh: "Sự tàn phá tài nguyên thiên nhiên một cách có hệ thống đã tới cái ngưỡng khả năng sống còn của các nền kinh tế bị thách thức nghiêm trọng, hóa đơn thanh toán của chúng ta để lại cho con cháu sẽ không thể thanh toán được".[10]

### 2. Thực trạng FDI dưới giác độ phát triển bền vững

Phát triển bền vững bao hàm tăng trưởng kinh tế, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường hướng tới chất lượng cuộc sống của người dân ngày càng tốt hơn, đặc biệt quan tâm đến tầng lớp dân nghèo, đồng thời lưu ý đến giới hạn của môi trường.

Phát triển bền vững là tăng trưởng kinh tế hướng đến phúc lợi của thế hệ hôm nay, nhưng không trở thành gánh nặng cho các thế hệ mai sau.

Nếu như thương mại chú trọng vào biến động thị trường hàng tháng, hàng quý, thì đầu tư là hoạt động có tính dài hạn. Đầu tư vào lâm nghiệp, khai khoáng phải mất 10 năm mới có lãi, xây dựng đường sắt cao tốc Bắc- Nam cần vài chục năm và cũng thêm chừng ấy thời gian mới bắt đầu có lãi, đầu tư xây dựng một ngành công nghiệp khoảng vài ba thập niên, những dự án công nghệ cao cũng cần 5 - 6 năm mới hoạt động ổn định. Do vậy, các quốc gia cần có chính sách đầu tư dài hạn hướng tới mục tiêu phát triển bền vững.

Việt Nam là nước chịu ảnh hưởng nặng nề của tình trạng nóng lên của trái đất. Khoảng 50 năm vừa qua, nhiệt độ trung bình của nước ta tăng lên 0,7 độ C, mực nước biển dâng thêm 20 cm; dự kiến năm 2100 nhiệt độ tăng khoảng 3 độ C và mực nước biển dâng thêm 1 m, theo tính toán thì khoảng 40 nghìn $km^2$, chiếm 12,3% diện tích chìm dưới nước biển, 10% dân số nước ta chịu tác động, thiệt hại khoảng 10% GDP.[11]

Báo cáo của UNDP "Cuộc chiến chống biến đổi khí hậu" năm 2007 đã nhận xét: "15 năm qua Việt Nam đã có những tiến bộ vượt bậc về phát triển con người… Tuy vậy biến đổi khí hậu gây ra mối đe dọa thật sự những thành tựu đó và không đâu nghiêm trọng hơn khu vực đồng bằng Sông Cửu Long". Nhận định của UNDP là chính xác.

Trong hai thập niên vừa qua kể từ năm 1991, nước ta đã đạt được những thành tựu kinh tế - xã hội to lớn; hoạt động đầu tư, bao gồm đầu tư trực tiếp nước ngoài là các nhân tố quyết định.

[10] Xem: Môi trường và tăng trưởng kinh tế, Tia sáng ngày 12/11/2008
[11] Xem Lao động điện tử, 20/2/2009

Thời kỳ 2001-2005, tỷ trọng FDI trong vốn đầu tư xã hội là 16%, năm 2006 và 2007 là 25%, năm 2008 là 30% và năm 2009 là 25,9%. Các doanh nghiệp FDI đóng góp vào GDP thời kỳ 2001-2005 là 14,5%, tăng lên 16,98% năm 2006, 17,96% năm 2007, 18,43% năm 2008 và 18,33% năm 2009.

FDI tạo thêm hàng triệu việc làm với thu nhập ngày càng tăng của người lao động, du nhập công nghệ mới, ngành nghề mới, dịch vụ chất lượng cao, phương thức kinh doanh, quản lý tiên tiến.

Tuy vậy, tình trạng ô nhiễm môi trường trở nên nghiêm trọng hơn do các doanh nghiệp, trong đó có FDI gây ra ở Đồng Nai, Nha Trang, TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội và nhiều vùng trong cả nước.

Chương trình không khí sạch Việt Nam - Thụy Sĩ (SVCAP) phối hợp với Trung tâm quan trắc và phân tích môi trường, Sở Tài nguyên và Môi trường Hà Nội tiến hành hai đợt quan trắc $SO_2$, $NO_2$ và benzene tại hơn 100 vị trí thuộc 8 quận nội thành Hà Nội từ 12/01 đến 06/02 và từ 17/01 đến 11/09 năm 2007 đã cho kết quả đáng lo ngại về tình trạng ô nhiễm môi trường ở thủ đô. "So với nhiều nơi khác trong vùng và trên thế giới, Hà Nội thuộc loại thành phố ô nhiễm không khí "*có hạng*". Trầm trọng nhất là bụi PM10, hàm lượng thường vượt tiêu chuẩn cho phép, nhất là gần các trục giao thông và những nơi hay bị kẹt xe".[12]

Trong một số doanh nghiệp FDI đã xảy ra các vụ tranh chấp giữa chủ và thợ về tiền công không tăng tương ứng với cường độ lao động và chỉ số tăng giá, điều kiện lao động không tốt, an toàn lao động không bảo đảm, tăng giờ làm vượt quá quy định của luật pháp, cá biệt là cách ứng xử của một số chủ doanh nghiệp FDI thiếu tôn trọng người lao động. Vào dịp tết Tân Mão đã có hàng vạn công nhân tham gia đình công đòi tăng lương và cải thiện điều kiện lao động.

Cả nước đã cấp phép xây dựng hàng trăm sân gôn, điển hình là tỉnh Long An cấp đất trồng lúa cho quá nhiều dự án sân gôn, trong khi an ninh lương thực là vấn đề quan trọng của quốc gia. Một số tỉnh đã và dự kiến cấp hơn 300 ngàn ha cho nhà đầu tư nước ngoài trồng rừng trên những địa bàn có quan hệ đến quốc phòng và an ninh. Các dự án sắt thép có công suất hàng chục triệu tấn gần như đồng thời được triển khai ở ba, bốn tỉnh, công suất các nhà máy xi măng tăng lên nhanh chóng đến mức đã vượt quá nhu cầu trong nước, không dễ tìm thị trường xuất khẩu. Tình trạng nhiều doanh nghiệp FDI công bố lỗ, làm cho một số doanh nghiệp liên doanh bên Việt Nam buộc phải bán cổ phần của mình cho người nước ngoài để trở thành doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài…

Trước thực trạng đó, cần phải có cách tiếp cận khoa học để tìm đúng nguyên nhân và đề ra hệ thống giải pháp khắc phục.

Trong kinh tế thị trường, lợi nhuận vừa là mục tiêu, vừa là động lực của hoạt động kinh doanh. Các nhà kinh tế học cổ điển cũng như hiện đại đã chỉ ra quan hệ giữa lòng tham của

[12] Xem: Phạm Duy Hiển, Bản đồ môi trường Hà Nội, Tia sáng, 23/12/2008

con người với việc theo đuổi lợi nhuận cao nhất, siêu ngạch của các chủ đầu tư, chủ doanh nghiệp; họ tìm cách lách luật, trốn thuế, lậu thuế, dùng bất kỳ thủ đoạn gì miễn là kiếm được lợi nhuận nhiều hơn. Đó chính là khiếm khuyết, méo mó của thị trường. Đó cũng là sự cần thiết khách quan của Nhà nước, bởi vì thị trường theo *cơ chế tự điều chỉnh bằng "bàn tay vô hình",* cần có sự bổ sung bằng *cơ chế điều chỉnh thông qua luật pháp và hệ thống cơ quan chức năng của Nhà nước*.

Những hiện tượng tiêu cực đã xảy ra có liên quan đến FDI phản ánh đúng thực chất của kinh tế thị trường, đã và sẽ có thể xảy ra. Vấn đề chủ yếu là từ góc độ quản lý nhà nước để bổ sung, hoàn chỉnh hệ thống pháp luật, nâng cao hiệu năng bộ máy nhà nước trong việc hướng dẫn, thanh tra, kiểm tra, giám sát thi hành luật pháp, kịp thời phát hiện và xử lý các hiện tương tiêu cực trong đầu tư, kinh doanh.

Quản lý nhà nước không phải lúc nào cũng trong trạng thái bình thường, mà còn phải đối phó với những tình huống bất thường, lúc đó mới bộc lộ thật sự năng lực của bộ máy nhà nước bằng phản ứng chính sách thích ứng để đối phó với trạng thái mới của tình hình. Ở đây vai trò của chính quyền địa phương, nơi trực tiếp có quan hệ hàng ngày với hoạt động đầu tư và kinh doanh trở nên rất quan trọng, thông qua phát hiện kịp thời các hành vi tiêu cực, trên cơ sở luật pháp chung có phương án xử lý thích hợp, phòng ngừa, ngăn chặn không để xảy ra tình trạng tương tự.

### 3. Cần có định hướng mới về FDI

Chuyển sang giai đoạn mới, cần có cách tiếp cận thích hợp đối với FDI. Quan trọng nhất là Nhà nước phải có chiến lược thu hút FDI theo hướng phát triển bền vững, vừa coi trọng lượng vốn FDI tăng lên hàng năm, vừa coi trọng chất lượng dự án FDI bảo đảm phù hợp với định hướng phát triển đất nước trong giai đoạn 2011-2020.

Tháng 7 năm 2010, Hội nghị Thương mại và Phát triển của Liên Hiệp Quốc - UNCTAD công bố "Báo cáo Đầu tư nước ngoài năm 2010" với thông điệp "*đầu tư để có nền kinh tế ít các bon*". Thông điệp đó phù hợp với định hướng phát triển kinh tế của nước ta trong thập niên thứ hai của thế kỷ XXI, đã được thể hiện tại các văn bản của Chính phủ: "*Định hướng phát triển bền vững"* và "*Chiến lược phát triển sạch hơn trong công nghiệp đến năm 2020*".

Trên cơ sở đó, Chiến lược mới về FDI cần hình thành theo 4 định hướng lớn: 1) Chất lượng và hiệu quả cao; 2) Phát triển bền vững, xây dựng nền kinh tế ít các bon; 3) Có sự cam kết về chuyển giao công nghệ thích hợp với từng ngành, từng dự án; 4) Lao động có kỹ năng cao.

Chất lượng và hiệu quả của các dự án FDI cần được xem xét dưới giác độ phù hợp với mục tiêu của Chiến lược kinh tế - xã hội của cả nước, của từng ngành, vùng lãnh thổ và địa phương, phải được các cơ quan có thẩm quyền cấp phép coi là tiêu chí hàng đầu khi thẩm định dự án đầu tư. Những vấn đề liên quan đến chất lượng và hiệu quả luôn phải được đặt ra khi thẩm định: 1) Dự án FDI có phù hợp với quy hoạch ngành, định hướng phát triển của vùng lãnh thổ và của địa phương; 2) Đưa lại lợi ích gì cho địa

phương như thu ngân sách, chuyển giao công nghệ, hình thành đội ngũ lao động có kỹ năng cao; 3) Có làm tổn hại đến môi trường sinh thái, ảnh hưởng tiêu cực đến cuộc sống của cộng đồng dân cư; và 4) Có nên dành cho doanh nghiệp trong nước để hình thành đội ngũ doanh nghiệp dân tộc hùng mạnh (?).

Về nguyên tắc, FDI không phải là bắt buộc đối với một quốc gia. Chính phủ các nước có quyền lựa chọn dự án và đối tác đầu tư một cách chủ động, từ chối cấp phép những dự án FDI không bảo đảm tiêu chuẩn lao động, tiền lương, không phù hợp với lợi ích cộng đồng, không bảo đảm an toàn lao động, gây ô nhiễm môi trường, khai thác tài nguyên để xuất khẩu chứ không phải để chế biến làm gia tăng giá trị sản phẩm, dự án trồng rừng có liên quan đến an ninh quốc gia ở các vùng biên giới.

Nhà nước đề ra định hướng thu hút FDI đối với ngành, lĩnh vực theo hướng phát triển bền vững, khuyến khích với các ưu đãi cao nhất đối với những dự án thân thiện môi trường, như năng lượng tái tạo, năng lượng mặt trời, điện gió, xây dựng tòa cao ốc xanh và tiết kiệm năng lượng, công nghiệp hiện đại ít gây ô nhiễm môi trường, dịch vụ có chất lượng cao, tạo ra phương thức sản xuất và kinh doanh mới.

Các cơ quan quản lý nhà nước cần tập trung nhiều hơn vào việc xây dựng chính sách, thể chế, quy tắc, tiêu chuẩn về lao động, tiền lương, môi trường… hướng dẫn doanh nghiệp FDI thực hiện đúng các quy định của Nhà nước. Thực tế cũng cho thấy rằng, hiệu năng quản lý nhà nước được quyết định bằng "hậu kiểm", chứ không phải bằng những văn bản "vô hồn" của các doanh nghiệp trình với các cơ quan công quyền.

Ví dụ điển hình là quy định về việc một số dự án FDI phải có "Báo cáo đánh giá tác động môi trường". Nhà đầu tư nước ngoài thuê một tổ chức thuộc Bộ hoặc Sở Tài nguyên và Môi trường làm Báo cáo, trình bày trước một Hội đồng thẩm định và đều được phê duyệt; coi như dự án đầu tư đã đủ thủ tục để tiến hành xây dựng nhà máy và đưa vào vận hành, sau đó không có ai quan tâm đến Báo cáo này vì nó được cặp vào hồ sơ dự án như một tài liệu lưu trữ (!).

Các vụ gây ô nhiễm môi trường xảy ra ngày càng nhiều mặc dù đã có "Báo cáo đánh giá tác động môi trường". Nguyên nhân chính của thực trạng đó là do các cơ quan chức năng không thường xuyên giám sát, thanh tra, khi phát hiện cũng không xử lý kịp thời và nghiêm minh, thiếu rất nhiều quy định luật pháp để xử lý.

Phát triển bền vững, xây dựng nền kinh tế ít các bon đòi hỏi khắt khe hơn đối với FDI, bởi vì đã có hiện tượng một số nước lớn có ý đồ và trên thực tế đang tiến hành nhiều dự án khai thác tài nguyên, di dời sang nước ta các ngành công nghiệp không thân thiện với môi trường và phát thải nhiều khí các bon; nếu không đủ cảnh giác thì "lợi bất cập hại", khó lường trước hậu quả tiêu cực.

Vấn đề đó có liên quan đến việc chủ động lựa chọn dự án FDI của các cơ quan nhà nước địa phương, không thể dễ dãi, tùy tiện, cả tin vào "những bánh vẽ" của một số nhà đầu tư, mà phải trên căn bản lợi ích lâu dài của đất nước. Bởi vì, nếu các nhà đầu tư quốc tế có quyền lựa chọn địa điểm và nước để thực hiện dự án, thì nước chủ nhà có quyền cho phép hoặc từ chối những dự án không có lợi cho cộng đồng dân cư. Việc thực hiện cam kết mở cửa thị trường, thực hiện nguyên tắc "đối xử quốc gia - NT" trong các hiệp định quốc tế

không làm mất đi chủ quyền của nước ta; hơn nữa từ khi hội nhập với thế giới, các doanh nghiệp Việt Nam cũng đã chịu khá nhiều thua thiệt trong đầu tư và buôn bán quốc tế, khi các nước dùng luật pháp để bảo vệ lợi ích doanh nghiệp của họ.

Nước ta có tốc độ tăng tiêu thụ điện năng hàng năm khá cao 14 - 15%. Chương trình năng lượng của Chính phủ đề ra mục tiêu tiết kiệm 3 - 5% tổng mức tiêu thụ năng lượng trong giai đoạn 2006-2010 và 5 - 8% thời kỳ 2011-2015. Do vậy khi thẩm định và cấp phép dự án FDI cần đòi hỏi khắt khe nhà đầu tư phải bảo đảm các tiêu chuẩn môi trường, có đủ kinh phí đầu tư hệ thống xử lý chất thải, sử dụng công nghệ tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu phát thải khí các bon. Đối với các nhà máy, văn phòng, khách sạn, khu đô thị đang hoạt động cần yêu cầu chủ đầu tư có lịch trình cam kết ứng dụng công nghệ mới giảm thiểu phát thải khí các bon. Những số liệu sau đây cho thấy tầm quan trọng của công nghệ. Nếu ứng dụng công nghệ mới thì sản xuất thép có thể tiết kiệm được 40% năng lượng và giảm phát thải 50% khí các bon; những con số tương ứng với xi măng là 35% và 25%, với giấy in và bột giấy là 80% và 60%.

Cũng cần có chính sách khuyến khích mạnh mẽ hơn đối với các dự án năng lượng tái tạo, thay thế từ các nguồn rác thải, điện mặt trời, điện gió, bởi vì suất đầu tư vào những dự án này khá cao, giá thành vượt nhiều lần giá điện thương phẩm hiện nay, do vậy theo kinh nghiệm quốc tế, chỉ khi nào có sự hỗ trợ ban đầu của nhà nước và bằng cơ chế cạnh tranh, thông qua đấu thầu minh bạch thì mới có thể phát triển nhanh các nguồn năng lượng mới.

Trong tình hình mới, các cam kết về chuyển giao công nghệ cần được coi trọng hơn trong khi thẩm định dự án FDI, bởi vì mặc dù vốn đầu tư vẫn là một mục tiêu quan trọng thu hút FDI, nhưng để có chuyển biến về chất trong quá trình công nghiệp hóa thì công nghệ phải được ưu tiên.

Việc chuyển nhanh từ lợi thế về lao động phổ thông sang lao động có kỹ năng để thích ứng với giai đoạn mới của sự phát triển vừa đạt được đồng thời hai mục tiêu: *Một là* những ngành nghề sử dụng nhiều lao động phổ thông dành ưu tiên cho các doanh nghiệp trong nước, nhất là dịch vụ là lĩnh vực đòi hỏi ít vốn đầu tư nhưng giải quyết được nhiều lao động; *Hai là* những ngành cần lao động có kỹ năng như công nghệ và dịch vụ cao thì thu hút FDI với cam kết về đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực, để hình thành đội ngũ các nhà quản lý, kỹ sư, công nhân kỹ thuật ngang tầm khu vực và tiếp cận tầm quốc tế.

Chính phủ đã có chỉ dẫn về FDI trong giáo dục và đào tạo, tuy vậy cho đến nay chưa có được những trường đại học quốc tế hàng đầu thế giới hợp tác, liên doanh với đại học trong nước, xây dựng cơ sở đào tạo và cử các giáo sư giỏi đến Việt Nam; thậm chí đâu đó còn lợi dụng danh nghĩa "đại học quốc tế" cấp bằng giả cho một số người, trong đó có cả cán bộ lãnh đạo Đảng và chính quyền một vài địa phương (!).

Đầu tư trong lĩnh vực giáo dục khác với trong công nghiệp và dịch vụ, đòi hỏi phải có chính sách ưu đãi thích ứng với đặc thù của đào tạo nguồn nhân lực, các hình thức hợp tác cũng cần được lựa chọn tùy thuộc vào đối tác bên ngoài và cơ sở đào tạo trong nước. Việc đẩy nhanh hợp tác quốc tế để nâng cao trình độ của các trường đại học, cao đẳng, dạy nghề ở nước ta đòi hỏi phải khảo sát cả mô hình thành công và thất bại, tổng kết thực tiễn nghiêm túc mới có thể tìm ra phương thức, cơ chế hợp tác và giải pháp thích hợp.

Khi đã có được chiến lược đúng đắn thì ngoài những công việc các bộ, ngành và địa phương đang thực hiện như tạo lập môi trường đầu tư hấp dẫn, hoàn chỉnh hệ thống pháp luật, cải cách thủ tục hành chính…, cần chủ động trong việc lựa chọn dự án và nhà đầu tư.

Tình trạng phổ biến hiện nay là nhiều địa phương có "Danh mục các dự án kêu gọi FDI" để trình bày tại các cuộc hội thảo xúc tiến đầu tư, nhưng chưa có những thông tin cần thiết đáp ứng đòi hỏi của các nhà đầu tư.

Hoạt động đầu tư bắt đầu từ ý tưởng của các ngành, địa phương đối với các dự án trong từng giai đoạn, từng năm, trong đó có đầu tư nước ngoài. Từ ý tưởng phải lập phương án về mục tiêu, vốn đầu tư, phương thức đầu tư, các điều kiện bảo đảm đã và sẽ có về giao thông, viễn thông, năng lượng, cấp thoát nước, nguồn nhân lực tại chỗ và có thể đào tạo, các ưu đãi về thuế, tiền thuê đất, xuất khẩu và tiêu thụ trên thị trường nội địa; các tổ chức dịch vụ tư vấn về pháp lý, lập dự án, xử lý quan hệ với cơ quan nhà nước, các địa chỉ cần liên hệ để có thêm thông tin về dự án. Đó là các thông tin cần thiết để nhà đầu tư cân nhắc việc lựa chọn dự án và địa điểm. Đương nhiên khi đã chọn được dự án thích hợp, nhà đầu tư có thể kiến nghị điều chỉnh một số nội dung của ý tưởng ban đầu, nếu hợp lý thì được cơ quan nhà nước chấp thuận. Có như vậy, FDI mới trở thành bộ phận cấu thành nền kinh tế quốc dân, khắc phục hiện tượng phổ biến đang tồn tại là lãnh đạo các địa phương thụ động và dễ dàng chấp thuận những dự án đầu tư cả trăm triệu, cả tỷ USD, mà không quan tâm đến chất lượng và hiệu quả.

Cần nghiêm khắc hơn trong việc lựa chọn nhà đầu tư; đã có nhiều dự án FDI hàng tỷ USD vừa cấp phép khoảng một năm thì bị rút giấy phép, bởi vì nhà đầu tư lợi dụng sự cả tin của lãnh đạo một vài địa phương để được cấp phép hoạt động, rồi tìm cách bán lại dự án kiếm lời; khi không thể thực hiện được đành bỏ cuộc.

Với mạng internet toàn cầu không khó để có được những thông tin về ý đồ và năng lực của nhà đầu tư. Sau khủng hoảng kinh tế, các TNCs điều chỉnh thị trường đầu tư, có thể Việt Nam không còn được lựa chọn hoặc trở thành thị trường mới của họ.

Đối với các TNCs thì việc đọc được ý đồ của họ là rất quan trọng, muốn vậy các cơ quan chức năng của địa phương, nhất là Sở Kế hoạch & Đầu tư, Ban quản lý Khu công nghiệp, Khu kinh tế, Khu chế xuất phải thu thập, xử lý các thông tin có liên quan đến nhà đầu tư, kể cả việc đề nghị họ cung cấp bản quyết toán năm trước đó đã được kiểm toán độc lập. Đối với nhà đầu tư không có tiềm lực tài chính, muốn lợi dụng sự thông thoáng của quản lý nhà nước để trục lợi thì có thể áp dụng phương thức ký quỹ tại một tài khoản ở ngân hàng thương mại 1-2% tổng vốn đầu tư, khi họ thực hiện dự án được hoàn lại số tiền đó. Làm như vậy sẽ loại trừ được những nhà đầu tư rởm.

Cũng cần bổ sung những nội dung liên quan đến FDI với phát triển bền vững trong các Hiệp định song phương về đầu tư và Quy tắc đầu tư trong các Hiệp định thương mại, để xác định rõ ràng quyền và nghĩa vụ của nhà đầu tư, của nước chủ nhà và của nước quê hương của nhà đầu tư. Tất nhiên, để thu hút đầu tư nước ngoài thì mỗi nước phải tôn trọng quyền và nghĩa vụ của nhà đầu tư theo thông lệ quốc tế, nhưng nhà đầu tư cũng phải tôn trọng tính đặc thù của mỗi nước, các mục tiêu định hướng và những ưu tiên trong từng chiến lược phát triển, bởi vì điều đó phản ảnh sự chia sẻ lợi ích của nhà đầu tư và nước chủ

nhà. Nước quê hương của nhà đầu tư và nước chủ nhà cũng có thể chia sẻ nghĩa vụ, ví dụ không cho phép sử dụng lao động trẻ em, ngăn chặn tham nhũng trong hoạt động đầu tư nước ngoài.

Các bài học thành công và thất bại trong kinh tế thị trường, hội nhập quốc tế trong đó có thu hút FDI là tài sản quý giá để người Việt Nam khôn ngoan hơn trong việc tiếp nhận vốn đầu tư quốc tế có hiệu quả hơn và phát triển bền vững hơn.

Đầu tư, bao gồm đầu tư trực tiếp nước ngoài để tạo ra cuộc sống tốt hơn và bền vững hơn cho con người. Nếu cuối cùng, đầu tư và FDI không làm tăng no ấm và hạnh phúc cho mọi người theo hướng bền vững thì không nên tiến hành đầu tư và càng không nên theo đuổi đầu tư.

# GIẢI PHÁP CHÍNH SÁCH NHẰM PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU BỀN VỮNG CÁC MẶT HÀNG NÔNG SẢN VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020

*GS. TS. Đỗ Đức Bình*
*TS. Ngô Thị Tuyết Mai*
**Đại học Kinh tế quốc dân**

## 1. Quan điểm về phát triển bền vững và xuất khẩu bền vững trên thế giới và Việt Nam

### *1.1. Quan điểm về phát triển bền vững*

Quan niệm "phát triển bền vững" xuất hiện từ những năm đầu của thập kỷ 80 của thế kỷ 20 và chính thức được phổ biến rộng rãi vào năm 1987 trong báo cáo *"Tương lai của chúng ta"* của Ủy ban Môi trường và Phát triển thế giới thuộc Liên hiệp quốc vào năm 1987 với hàm ý "*Phát triển bền vững là sự phát triển có thể đáp ứng được những nhu cầu của hiện tại mà không ảnh hưởng, tổn hại đến những khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai"* .

Những năm sau đó, trên bình diện quốc tế, vấn đề phát triển bền vững ngày càng được nhiều các quốc gia quan tâm và trở thành yêu cầu phát triển trên phạm vi toàn cầu. Tại Hội nghị thượng đỉnh quốc tế tại Rio de Janeiro, Brazil năm 1992, các quốc gia đã đồng thuận thông qua tuyên bố Rio, xác định các hành động cho sự phát triển bền vững của toàn thế giới trong thế kỷ thứ 21. Đây là những nguyên tắc chung nhất để các quốc gia có thể vận dụng vào việc xây dựng các nguyên tắc phát triển bền vững cho phù hợp với điều kiện của nước mình. Sau Hội nghị này, Chính phủ nhiều nước đã xây dựng chương trình Nghị sự 21 quốc gia.[13]

Ở Việt Nam, quan điểm phát triển bền vững đã được nhận thức khá sớm và ngày càng được hoàn thiện, thể hiện trong nhiều chủ trương, nghị quyết của Đảng. Ngay từ Đại hội lần thứ III (năm 1960) và Đại hội lần thứ IV (năm 1976), Đảng ta đã đặt ra mục tiêu rõ ràng: "*Tiến nhanh, tiến mạnh, tiến vững chắc lên chủ nghĩa xã hội"*. Đại hội lần thứ VII, Đảng ta đã đề ra: "*Tăng trưởng kinh tế phải gắn liền với tiến bộ và công bằng xã hội, phát triển văn hóa, bảo vệ môi trường*"; Đại hội VIII đã nhấn mạnh: "*Tăng trưởng kinh tế gắn liền với tiến bộ và công bằng xã hội, giữ gìn và phát huy bản sắc dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái";* Đại hội lần thứ IX đã thông qua mục tiêu chiến lược 10 năm (2001-2010) tập trung: *"Phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững, tăng trưởng kinh tế đi đôi với thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường"*; Đại hội lần thứ X chỉ rõ: "*Phấn đấu tăng trưởng kinh tế với nhịp độ nhanh, chất lượng cao và bền vững hơn, gắn với phát triển con người"*.

[13] Tuyên bố Rio gồm 27 nguyên tắc cơ bản về Phát triển bền vững và Chương trình Nghị sự 21

Quán triệt quan điểm của Đảng, Chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn Việt Nam giai đoạn 2011-2020 cũng đã khẳng định rất rõ mục tiêu tổng quát là: "*Xây dựng nền nông nghiệp phát triển toàn diện theo hướng hiện đại, bền vững, sản xuất hàng hóa lớn, có năng suất, chất lượng, hiệu quả và khả năng cạnh tranh cao, đảm bảo vững chắc an ninh lương thực quốc gia cả trước mắt và lâu dài*".

*Như vậy*, cho đến nay, các khái niệm về phát triển bền vững tuy có sự khác nhau ở phạm vi, nhưng đều phản ánh bản chất chung của phát triển là sự kết hợp giữa phát triển kinh tế với các vấn đề xã hội, môi trường một cách hài hòa, linh hoạt và ổn định.

### *1.2. Quan điểm về xuất khẩu bền vững*

Vận dụng lý thuyết về phát triển bền vững, khái niệm phát triển xuất khẩu bền vững có thể được hiểu là sự duy trì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao và ổn định, đảm bảo chất lượng tăng trưởng xuất khẩu ngày càng được nâng cao, góp phần tăng trưởng và ổn định kinh tế, cải thiện đời sống nhân dân, ổn định xã hội và bảo vệ môi trường sinh thái.

Theo quan điểm này, phát triển xuất khẩu bền vững là sự kết hợp hài hòa giữa mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu và các mục tiêu tăng trưởng và ổn định kinh tế, ổn định xã hội, nâng cao chất lượng cuộc sống của các tầng lớp dân cư và cải thiện môi trường sinh thái. Tuy nhiên, tùy theo điều kiện tự nhiên, đặc điểm kinh tế xã hội và thể chế, chính sách riêng của mỗi nước gắn với từng giai đoạn phát triển khác nhau, việc đảm bảo sự kết hợp hài hòa các mục tiêu này là khác nhau. Trong giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hóa (nền kinh tế thường chú trọng phát triển theo chiều rộng), tăng trưởng xuất khẩu cũng giống như tăng trưởng kinh tế phải dựa vào tài nguyên thiên nhiên sẵn có, nguồn lao động dồi dào và giá rẻ, tập trung đầu tư phát triển một số ngành công nghiệp then chốt có thể được coi là sự ưu tiên hàng đầu. Sự tập trung phát triển các ngành công nghiệp này có thể phải đánh đổi với vấn đề gây ô nhiễm môi trường sinh thái để có được sự tăng trưởng về kinh tế, tăng trưởng về xuất khẩu. Trong giai đoạn sau của quá trình công nghiệp hóa (giai đoạn nền kinh tế chuyển từ mô hình tăng trưởng theo chiều rộng sang mô hình tăng trưởng theo chiều sâu), tăng trưởng kinh tế và tăng trưởng xuất khẩu dựa trên cơ sở khai thác các lợi thế cạnh tranh về thể chế, chất lượng lao động và công nghệ mang lại, cần phải tính đến vấn đề giải quyết việc làm, cải thiện đời sống của nhân dân và bảo vệ môi trường sinh thái. Như vậy, mức độ đánh đổi giữa ưu tiên tăng trưởng kinh tế, tăng trưởng xuất khẩu và cải thiện đời sống nhân dân, ổn định xã hội, bảo vệ môi trường sinh thái là khác nhau giữa các nước, tùy thuộc vào chính sách phát triển của các nước trong từng thời kỳ nhất định.

Nghiên cứu về phát triển xuất khẩu bền vững không nên chỉ tính đến lợi ích trước mắt, mà cần xem xét tác động của xuất khẩu trong dài hạn. Tăng trưởng xuất khẩu cao trong ngắn hạn trên cơ sở khai thác các lợi thế sẵn có của quốc gia về tài nguyên thiên nhiên, về lao động, dù mang lại nhiều ngoại tệ cho đất nước, nhưng chưa chắc đã đảm bảo tính bền vững nếu chỉ tập trung xuất khẩu sản phẩm thô, sơ chế, có giá trị gia tăng thấp, làm cạn kiệt tài nguyên và gây ô nhiễm môi trường và chỉ đem lại lợi ích cho một bộ phận tham gia hoạt động xuất khẩu và làm tổn hại đến lợi ích của đa số và cộng đồng. Trong điều kiện

toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế, việc nghiên cứu về phát triển xuất khẩu bền vững của một quốc gia cần phải tính đến sự bền vững chung của thế giới. Cùng nhau xây dựng một môi trường phát triển bền vững trên bình diện quốc tế là một trong những điều kiện quan trọng để phát triển bền vững của một quốc gia.

## 2. Đánh giá khái quát kết quả xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam theo quan điểm phát triển bền vững

### *2.1. Những kết quả đạt được*

*Kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản tăng trưởng nhanh*

Trong thời gian qua, cùng với sự phát triển của nền kinh tế trong bối cảnh hội nhập, kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam đã không ngừng tăng lên, góp phần quan trọng vào tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của cả nước. Trong 10 năm qua, giá trị xuất khẩu hàng nông sản đã tăng gấp 6 lần, đạt tới 19.150 triệu USD năm 2010, chiếm 27% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước (Bảng 1)[14].

***Bảng 1:*** **Giá trị xuất khẩu hàng nông sản giai đoạn 2001-2010**

*Đơn vị: Triệu USD*

| Năm | Tổng KNXK | Kim ngạch XKNS |
|---|---|---|
| 2001 | 15.029,2 | 3.138,2 |
| 2002 | 16.706,1 | 3.345,2 |
| 2003 | 20.149,3 | 3.930,7 |
| 2004 | 26.485,0 | 6.979,3 |
| 2005 | 32.447,0 | 6.645,5 |
| 2006 | 39.826,2 | 8.039,3 |
| 2007 | 48.561,4 | 11.186,1 |
| 2008 | 62.685,1 | 16.012,3 |
| 2009 | 57.096,3 | 14.625,0 |
| 2010 | 70.800,0 | 19.150 |

*Nguồn: Bộ NN & PTNT (2009), Đề án phát triển thương mại nông - lâm thủy sản đến năm 2015 và tầm nhìn đến 2020.*

[14] Tổng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành ước đạt 19,15 tỷ USD, tăng gần 22,6% so với năm 2009, vượt 77,3% so với mục tiêu Đại hội Đảng lần thứ X đề ra (10,8 tỷ USD).

*Mặt hàng nông sản xuất khẩu chiếm vị thế quan trọng trên thị trường trong nước và thế giới*

Trên thị trường trong nước, trong số 24 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của cả nước thì hàng nông, lâm, thủy sản đã đóng góp tới 11 mặt hàng, chiếm gần một nửa số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam (Bảng 2). Đã có một số mặt hàng nông sản đạt giá trị xuất khẩu trên 1 tỷ USD (trên 3 tỷ USD: thủy sản, đồ gỗ và gạo; trên 2 tỷ USD: cao su; trên 1 tỷ USD: cà phê và hạt điều). Trên thị trường thế giới, một số mặt hàng nông sản đang đứng vị trí hàng đầu thế giới về xuất khẩu như hồ tiêu (chiếm khoảng 14,3% thị phần), cà phê vối (40%) và hạt điều (9,5%), đứng vị trí thứ hai: gạo (12%), đứng vị trí thứ tư: cao su, đứng vị trí thứ năm: điều và đứng vị trí thứ bảy: thủy sản.

***Bảng 2:* 10 mặt hàng nông sản xuất khẩu chính của Việt Nam (2001-2009)**

*Đơn vị: Triệu USD, %*

| STT | Mặt hàng | Trung bình 2001-2009 | |
|---|---|---|---|
| | | **Kim ngạch** (Triệu USD) | **Tăng trưởng** (%) |
| 1 | Gạo | 1.24,02 | 17,0 |
| 2 | Cà phê | 794,63 | 35,3 |
| 3 | Cao su | 631,50 | 41,8 |
| 4 | Điều | 378,58 | 36,8 |
| 5 | Hải sản | 158,96 | 41,4 |
| 6 | Tiêu | 152,51 | 20,9 |
| 7 | Hàng mây tre đan, cói hảm | 107,51 | 16,9 |
| 8 | Chè | 93,36 | 12,0 |
| 9 | Tinh bột | 90,12 | 46,3 |
| 10 | Gỗ nguyên liệu | 75,38 | 40,2 |

*Nguồn: Bộ NN & PTNT (2009), Đề án phát triển thương mại nông - lâm - thủy sản đến năm 2015 và tầm nhìn đến 2020*

*Thị trường xuất khẩu hàng nông sản ngày càng được mở rộng*

Cho đến nay, hàng nông sản của Việt Nam có mặt ở trên 80 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Thị trường các nước châu Á hiện chiếm tới 70% kim ngạch nông sản xuất khẩu Việt Nam. Trung Quốc, Nhật Bản và Hoa Kỳ là 3 thị trường lớn, chiếm tới hơn 70% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam (Bảng 3).

***Bảng 3:*** **10 thị trường nhập khẩu hàng nông sản lớn nhất Việt Nam (2001-2009)**

| STT | Tên nước | Trung bình 2001-2009 | |
|---|---|---|---|
| | | **Kim ngạch** (Triệu USD) | **Tăng trưởng** (%/năm) |
| 1 | Hoa Kỳ | 832,90 | 49,5 |
| 2 | Trung Quốc | 762,05 | 23,8 |
| 3 | Nhật Bản | 491,53 | 23,7 |
| 4 | Philippin | 295,141 | 38,8 |
| 5 | Đức | 261,31 | 37,6 |
| 6 | Đài Loan | 209,97 | 11,5 |
| 7 | Anh | 194,86 | 29,3 |
| 8 | Irắc | 180,48 | -25,3 |
| 9 | Hàn Quốc | 174,14 | 29,8 |
| 10 | Malaysia | 173,76 | 29,2 |

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

*Mở rộng xuất khẩu hàng nông sản góp phần tạo thêm công ăn việc làm cho người lao động*

Đặc tính của sản xuất nông nghiệp sử dụng nhiều lao động, do vậy, việc mở rộng xuất khẩu hàng nông sản đã tạo thêm nhiều việc làm cho người lao động. Mặc dù trong thời gian qua, cơ cấu lao động có sự chuyển dịch cùng với quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiệu quả, nhưng tỷ lệ lao động làm việc trong nhóm ngành này vẫn chiếm tới gần 60% tổng số lao động của cả nước. Hơn nữa, nhờ có tăng trưởng sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản, tỷ lệ thời gian lao động được sử dụng ở nông thôn tăng lên từ 75,5% năm 2002 đến 79,34% năm 2004[15].

*Xuất khẩu hàng nông sản tăng liên tục đã góp phần cải thiện rõ rệt đời sống vật chất và tinh thần của nông dân*

Giá trị xuất khẩu hàng nông sản tăng trưởng liên tục trong thời gian qua đã làm tăng nguồn thu ngoại tệ cho đất nước, do đó làm tăng thu nhập của người dân. Trong 10 năm qua, mức thu nhập bình quân đầu người của cả nước đã tăng gấp 3 lần, đạt khoảng 1.160 USD năm 2010. Đạt được mức thu nhập này đã góp phần nâng vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế - Việt Nam đã vượt qua mốc của một nước nghèo, trở thành nước có mức thu nhập trung bình. Thu nhập bình quân đầu người của hộ nông dân cũng tăng rõ rệt, tăng từ 2,7 triệu đồng năm 1999 lên tới khoảng 7,8 triệu đồng năm 2007 (tính theo giá hiện hành). Nhờ vậy, tích lũy để dành của hộ nông dân cũng tăng lên gấp 2,1 lần, bình quân từ 3,2 triệu đồng/hộ lên 6,7 triệu đồng/hộ trong giai đoạn 2001-2006[16].

[15] Đinh Văn Ân (2005): Quan niệm và thực tiễn phát triển kinh tế xã hội tốc độ nhanh, bền vững chất lượng cao ở VN, Nxb Thống kê

[16] Chiến lược phát triển NNNT giai đoạn 2011-2020

Do đời sống của người dân đang được cải thiện, tỷ lệ hộ nghèo của cả nước giảm liên tục trong thời gian 10 năm qua, giảm bình quân 2 - 3%/năm (từ 29% vào năm 2002, xuống còn 22% năm 2005 và gần 9,45% trong năm 2010). Đại bộ phận thu nhập tăng thêm của các hộ thoát nghèo là nhờ vào sản xuất nông nghiệp, do vậy, tỷ lệ hộ nghèo trong khu vực nông thôn giảm nhanh hơn so với khu vực thành thị, giảm từ 21,20% năm 2004 (khu vực thành thị: 8,6%), xuống còn 14,8% năm 2009 (khu vực thành thị: 6%)[17]. Tỷ lệ người dân được tiếp cận với các dịch vụ công cộng, tham gia các hoạt động cộng đồng cũng tăng lên. Chẳng hạn, khoảng 12,2% xã có hệ thống thoát nước thải chung, 28,4% xã có tổ chức thu gom rác thải và 54% hộ dân có nhà hố xí hợp vệ sinh (năm 2007); 38% cư dân nông thôn được khám chữa bệnh, gần 52% dân cư nông thôn có bảo hiểm y tế; 72,58% gia đình văn hóa và 46% số làng văn hóa (năm 2006); Tỷ lệ số hộ nông thôn được cấp nước hợp vệ sinh lên tới 75% (năm 2008). Ngoài ra, hàng năm nhân dân còn đóng góp hàng ngàn tỷ đồng để trùng tu, tôn tạo các di tích lịch sử - văn hóa và tổ chức trên 8.000 lễ hội[18].

### *2.2. Những vấn đề còn tồn tại, bất cập và nguyên nhân*

*Xuất khẩu nông sản tăng trưởng còn kém bền vững và cạnh tranh thấp*

Tình trạng "cánh kéo giá" và sự biến động với biên độ cao, không ổn định của giá cả hàng nông sản trên thị trường thế giới đã gây bất lợi cho sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam. Trong những năm gần đây, kim ngạch nhập khẩu các vật tư nông nghiệp có xu hướng tăng mạnh để đáp ứng nhu cầu sản xuất, kinh doanh ngày càng được mở rộng. Nhưng sản xuất trong nước mới chỉ đáp ứng được khoảng 70% nhu cầu thức ăn chăn nuôi, 53% nhu cầu phân Urê, 75% nhu cầu phân lân, còn các loại phân DAP, SA, Kali Việt Nam phải nhập khẩu 100%[19]. Trong khi đó, giá vật tư nguyên liệu đầu vào của nông nghiệp tăng trung bình từ 2 - 2,5 lần, giá lao động tăng từ 2 - 3 lần, còn giá nông sản chỉ tăng từ 1,2 - 1,3 lần giai đoạn 2003-2005[20] . Và hiện nay, do giá nguyên vật liệu đầu vào cho nông nghiệp nói riêng cùng với giá xăng dầu, giá điện tăng dẫn đến khó khăn không nhỏ cho sản xuất và xuất khẩu. Hơn nữa, hầu hết giá cả các mặt hàng nông sản của ta đều phụ thuộc vào giá cả thị trường thế giới, kể cả những mặt hàng đứng vị trí thứ nhất, thứ nhì trên thị trường thế giới như gạo, cà phê, cao su, điều, hạt tiêu. Ta cũng không chi phối được giá thế giới, điều đó cho thấy, việc thiết lập các sàn giao dịch nông sản tại Việt Nam có tính kết nối với thị trường thế giới là rất cần thiết. Bên cạnh đó, sản xuất nông nghiệp phải đương đầu với hàng loạt rủi ro về dịch bệnh, thiên tai, những biến động bất lợi như tình trạng lạm phát, lãi suất, giá điện, tỉ giá hối đoái, giá cả nông sản…, đã gây thiệt hại cho việc làm, thu nhập và cuộc sống của cư dân nông thôn trong thời gian gần đây. Trên thực tế, mức đầu tư của nhà nước, đầu tư của tư nhân và đầu tư nước ngoài cho nông nghiệp còn thấp, chưa tương xứng với nhu cầu phát triển của sản xuất và xuất khẩu nông sản. Đầu tư hàng năm vào khu vực nông nghiệp của nhà nước chỉ chiếm khoảng 5 - 6% tổng chi ngân sách, của tư nhân trong

[17] Niên giám thống kê từ năm 2001-2009
[18] Chiến lược phát triển NNNT giai đoạn 2011-2020
[19] Bộ NN & PTNT (2009), Phát triển thương mại nông, lâm, thủy sản đến 2015 và tầm nhìn đến năm 2020.
[20] Bộ NN & PTNT (2009), Chiến lược phát triển NNNT giai đoạn 2011-2020.

nước chỉ chiếm khoảng 15% tổng số đầu tư mới và của FDI cũng chỉ chiếm dưới 5%. Đây là một trong số các nguyên nhân làm cho xuất khẩu nông sản Việt Nam kém bền vững.

*Chất lượng hàng nông sản xuất khẩu thấp, vệ sinh an toàn thực phẩm kém*

Cho đến nay, chúng ta chưa có những mặt hàng nông sản chủ lực tạo ra giá trị gia tăng cao trên cơ sở áp dụng công nghệ tiên tiến và sử dụng lao động có trình độ. Phần lớn - 90% hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu dưới dạng sơ chế, mẫu mã bao bì chưa phù hợp, chưa có thương hiệu, nên giá trị gia tăng thấp, rất dễ bị rủi ro bởi sự biến động của giá cả trên thị trường thế giới. *Sở dĩ như vậy* là do sản xuất hàng nông sản xuất khẩu ở nước ta còn ở tình trạng quy mô nhỏ, manh mún và phân tán, không phù hợp với yêu cầu của nền sản xuất hàng hóa với quy mô lớn, tập trung. Ví dụ, cà phê là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, nhưng trên 80% diện tích trồng cà phê cả nước là do các hộ nông dân trực tiếp quản lý, với diện tích trung bình 0,5 - 1 ha. Kết cấu hạ tầng phục vụ bảo quản chế biến hàng nông sản như kho tạm trữ, sân phơi, bến bãi, chợ đầu mối... còn kém phát triển, công nghiệp chế biến nông sản lạc hậu, chưa gắn kết chặt chẽ với các vùng nguyên liệu nên chất lượng nhiều loại nông sản xuất khẩu còn thấp, nhất là rau quả, sản phẩm chăn nuôi. Bên cạnh đó, trình độ quản lý thấp, tay nghề lao động yếu kém và sự thiếu hiểu biết thông tin cập nhật về thị trường nước ngoài của đại bộ phận hộ nông dân, doanh nghiệp đã gây những tổn thất không nhỏ cho sản xuất kinh doanh nông sản. Khâu điều tiết hoạt động xuất khẩu cũng chưa hiệu quả, còn thiếu tổ chức, phần lớn được tiêu thụ qua các đầu mối trung gian, nên dễ bị bạn hàng ép giá, ép cấp.

Mức độ đáp ứng yêu cầu chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm của một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu đã được cải thiện nhiều nhưng vẫn còn ở mức thấp. Theo hệ thống cảnh báo và thông báo của châu Âu năm 2004, Việt Nam xếp thứ 13 trong số các nước bị cảnh báo có lô hàng thực phẩm xuất khẩu không đạt chất lượng (59/124 lô hàng). Trong 6 tháng đầu năm 2007, Hoa Kỳ, Canada, Nhật, Nga, Singapo đã từ chối nhiều lô hàng nông, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Trong khi đó, nhiều hộ và doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng nông sản xuất khẩu còn mơ hồ với phần lớn các tiêu chuẩn kỹ thuật được áp dụng phổ biến trên thị trường quốc tế như tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, xuất xứ hàng hóa, an toàn cho người lao động và bảo vệ môi trường sinh thái. Một bộ phận cán bộ các cấp chính quyền chưa nhận thức đầy đủ và quan tâm đúng mức về phát triển bền vững, hệ thống công tác quản lý, kiểm tra, thanh tra các cơ sở sản xuất, chế biến, xuất khẩu hàng nông sản còn yếu kém (hiện vẫn còn 48,7% cán bộ chưa qua đào tạo chuyên môn, 55,5% chưa được đào tạo về quản lý hành chính nhà nước).[21]

*Thu nhập của khu vực nông thôn còn thấp, tỷ lệ nghèo và thất nghiệp còn cao*

Cùng với tăng trưởng kinh tế, tăng trưởng xuất khẩu hàng nông sản, đời sống của nhân dân tuy có được cải thiện, nhưng kết quả giảm nghèo chưa thật bền vững. Nếu so với chuẩn mới, số hộ nghèo vẫn còn cao, khoảng 12% năm 2008 trong đó khu vực nông thôn là

[21] Chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn giai đoạn 2011-2020

16,2%. Bên cạnh đó, có đến 70 - 80% tỷ lệ hộ nghèo nằm sát chuẩn nghèo, 7 - 8% tỷ lệ hộ có nguy cơ tái nghèo, tập trung chủ yếu ở vùng nông thôn (chiếm khoảng 90%). Tuy mọi người dân đều được hưởng lợi từ kết quả tăng trưởng, nhưng những người giàu và khu vực thành thị, khu vực miền xuôi được hưởng lợi nhiều hơn, còn hậu quả xã hội thì những người nghèo và khu vực nông thôn, khu vực miền núi phải gánh chịu nhiều hơn. Số liệu của Tổng cục Thống kê cho thấy, chênh lệch thu thập bình quân đầu người một tháng ở thành thị cao hơn nông thôn có xu hướng doãng ra (năm 1993 là 1,8 lần, năm 2006 và 2,1 lần). Ngay trong cùng khu vực nông thôn, khoảng cách giữa người giàu và người nghèo tiếp tục doãng ra (năm 2002 là 6 lần và 2006 là 6,5 lần). Cũng theo số liệu của Tổng cục Thống kê, sau khi Việt Nam gia nhập WTO, tỷ lệ thất nghiệp của cả nước nói chung, đặc biệt là khu vực nông thôn nói riêng có xu hướng tăng nhanh (tăng từ 1,49% năm 2006 lên 2,25% năm 2009) và mới sử dụng 83% thời gian.

Lực lượng lao động chưa được sử dụng hoặc sử dụng lãng phí đã làm cho người lao động không có thu nhập để trang trải cuộc sống, để đảm bảo tái sức lao động, dễ rơi vào bẫy nghèo đói, gây tệ nạn xã hội. Cùng với quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa quá tập trung dẫn đến tăng trưởng nóng, diện tích đất canh tác đang bị dần thu hẹp, làn sóng di cư từ nông thôn ra thành thị ngày càng gia tăng. Điều này còn tạo ra áp lực lớn đối với việc bố trí việc làm cho lao động nông thôn, đặc biệt tạo việc làm cho lao động vùng chuyển đổi mục đích sử dụng đất nông nghiệp rất khó khăn trong thời kỳ tiếp theo. Hơn thế nữa, giải quyết vấn đề xã hội như cung cấp dịch vụ y tế, nhà ở, giáo dục, vệ sinh, môi trường, an ninh... cho lao động nhập cư từ các vùng nông thôn ngoại ô ra thành thị cũng đang là những vấn đề xã hội rất nan giải, bức xúc.

*Mở rộng xuất khẩu hàng nông sản đang góp phần làm cạn kiệt tài nguyên, gây ô nhiễm môi trường và biến đổi khí hậu*

Trong thời gian qua, nước ta đã có nhiều cố gắng trong việc cải cách thể chế, điều chỉnh chính sách và tham gia các công ước quốc tế về bảo vệ môi trường. Song, trên thực tế tình trạng tăng cường xuất khẩu dựa trên việc khai thác bừa bãi các nguồn lợi tự nhiên, sử dụng công nghệ lạc hậu cùng với công tác quản lý và ý thức bảo vệ môi trường yếu kém đã gây áp lực gia tăng ô nhiễm môi trường, làm suy giảm các nguồn tài nguyên đa dạng sinh học và gây ra biến đổi khí hậu khó lường. Không ít hộ sản xuất thâm canh, các chủ trang trại sử dụng quá nhiều phân bón, hóa chất, thuốc bảo vệ, chất kích thích sinh trưởng và tạo ra nhiều chất thải của các vùng chăn nuôi tập trung, nuôi thủy sản tập trung, các vùng chuyên canh, các cây trồng thâm canh như bông, nho, rau... đang làm ô nhiễm môi trường, tạo ra dư lượng các chất độc hại trong nông sản thực phẩm, làm tăng khả năng chống chịu và đột biến của sâu bệnh.

Việc khai thác quá mức tài nguyên tự nhiên như động vật quý hiếm, nguồn nước ngầm, nguồn lợi thủy sản trong nội địa và ở các vùng ven bờ, một số loại khoáng sản... đang dẫn đến tình trạng sụt giảm tính đa dạng sinh học, mất cân bằng sinh thái và gây cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên. Thực tế cho thấy thời gian gần đây, thiên tai và dịch bệnh liên tiếp xảy

ra cả cho cây trồng và vật nuôi khiến cho tình hình phát triển sản xuất nông nghiệp trở nên kém bền vững. Việc mở rộng diện tích nuôi trồng bừa bãi cũng đang làm thu hẹp dần diện tích rừng, phá vỡ hệ thống sinh thái trên cạn và ven biển do mở rộng diện tích bừa bãi. Hiện tại, rừng giàu, nguyên sinh chỉ còn chiếm khoảng 13% tổng diện tích rừng. Trong 5 thập kỷ qua, chúng ta mất khoảng 80% diện tích rừng ngập mặn, trung bình mỗi năm mất gần 20.000 ha, chủ yếu do nuôi trồng thủy sản, hải sản. Tình trạng khai thác khoáng sản, khai thác gỗ, săn bắt động vật hoang dã trái phép diễn ra ở nhiều địa phương đã góp phần làm cho diện tích rừng bị tàn phá nghiêm trọng, thiên tai, lũ lụt xảy ra ngày càng nhiều và bất thường. Việc sử dụng các phương pháp đánh bắt hải sản theo lối hủy diệt hàng loạt như dùng thuốc nổ, sử dụng các loại lưới quét đã làm mất dần đi các loài sinh vật biển. Không ít người dân do nhận thức bị hạn chế và ý thức bảo vệ môi trường còn yếu kém, đã chạy theo lợi nhuận trước mắt, mà không tính đến lợi ích lâu dài của xuất khẩu bền vững hàng nông sản. Hệ quả là, nhiều hộ dân và chủ trang trại đã không sử dụng các biện pháp quản lý sản xuất tổng hợp, đã lạm dụng quá mức phân hóa học, thuốc trừ sâu, thuốc diệt cỏ và các chất kích thích tăng trưởng để tăng năng suất cây trồng, vật nuôi vượt quá giới hạn cho phép, đã dẫn đến thoái hóa đất, ô nhiễm nguồn nước và gây hại trực tiếp cho sức khỏe của con người và do đó làm mất "chữ tín" của hàng hóa Việt Nam trong con mắt của người tiêu dùng.

## 3. Một số giải pháp chính sách phát triển xuất khẩu bền vững hàng nông sản Việt Nam giai đoạn 2011-2020

Để đảm bảo xuất khẩu các mặt hàng nông sản theo quan điểm phát triển bền vững mà Đảng đã đề ra và góp phần thực hiện tốt mục tiêu phát triển bền vững trong chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn giai đoạn 2011-2020, cần phải thực hiện đồng bộ các giải pháp chính sách sau:

### *3.1. Điều chỉnh các chính sách hỗ trợ nông nghiệp phù hợp với cam kết của WTO*

Để có thể chuyển dịch cơ cấu hàng nông sản xuất khẩu theo hướng vừa phát huy lợi thế cạnh tranh, vừa nâng cao giá trị gia tăng, nhà nước cần phải tăng cường chính sách hỗ trợ phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2011-2020, có tính đến các cam kết quốc tế. Điều đó có nghĩa là, nhà nước cần tích cực sử dụng các hình thức hỗ trợ được WTO cho phép như thực hiện các chính sách hỗ trợ "hộp xanh" để khuyến khích đầu tư hơn nữa vào công nghệ mới, công nghệ sạch trong sản xuất kinh doanh hàng nông sản ngay từ khâu chọn giống, làm đất, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản, chế biến và dự trữ để làm tăng chất lượng sản phẩm, nhờ đó tăng giá trị gia tăng hàng nông sản xuất khẩu. Tăng cường đầu tư cho công tác khuyến nông, khuyến lâm, thủy lợi, nghiên cứu giống cây trồng, vật nuôi... Việc đầu tư phát triển các vùng nguyên liệu hướng về xuất khẩu cần phải đảm bảo tính đồng bộ, gắn kết giữa các vùng nguyên liệu với các cơ sở chế biến, kho dự trữ, chợ đầu mối, sàn giao dịch phục vụ xuất khẩu..., nhưng vẫn đảm bảo bố trí hệ thống cấp

thoát nước và xử lý chất thải sản xuất, chế biến để ngăn chặn ô nhiễm. Ngoài ra, cần tăng cường hỗ trợ, hướng dẫn người sản xuất đầu tư theo quy trình thâm canh tiên tiến, kỹ thuật bảo quản sau thu hoạch ở các vùng nguyên liệu để đáp ứng nhu cầu thị trường. Ngoài nguồn vốn từ ngân sách nhà nước đầu tư cho các vùng nguyên liệu này, nên có các biện pháp khuyến khích đầu tư của các doanh nghiệp tư nhân trong nước và các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, cần tiếp tục nghiên cứu và áp dụng nhiều chính sách WTO không cấm, nhưng Việt Nam chưa sử dụng hoặc chưa sử dụng nhiều. Chẳng hạn, để hỗ trợ người nông dân tham gia sản xuất giảm thiểu các thiệt hại, Việt Nam được phép áp dụng các chính sách chi trả trực tiếp cho người sản xuất thông qua việc hỗ trợ riêng cho thu nhập, các chương trình bảo hiểm thu nhập và mạng lưới an sinh thu nhập; Chính phủ cấp thêm thu nhập hoặc miễn thuế cho nông dân, chi trả cho các chương trình môi trường để hỗ trợ sản xuất tại các vùng khó khăn; Áp dụng các chính sách như nâng cao hiệu quả các kênh phân phối nông sản, huấn luyện cho các nhà chế biến nông sản, tạo điều kiện thuận lợi cho việc áp dụng SPS và cải tiến chất lượng, cải thiện các công cụ tiếp thị…

### *3.2. Thực thi có hiệu quả chính sách phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực nông nghiệp*

Hiện nay, thiếu nhân lực được đào tạo, gồm cả các cán bộ quản lý trong nông nghiệp đang là cản trở lớn cho quá trình phát triển xuất khẩu bền vững hàng nông sản. Do vậy, cần phải xây dựng chiến lược đào tạo nguồn nhân lực dài hạn để có được lực lượng lao động làm việc trong lĩnh vực nông nghiệp có chất lượng cao, linh hoạt, đáp ứng được yêu cầu của quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập. Có cơ chế chính sách đãi ngộ hợp lý, công khai dân chủ để thu hút, tuyển dụng những cán bộ quản lý có trình độ, kinh nghiệm và người lao động có tay nghề cao tham gia vào các hoạt động sản xuất kinh doanh hàng nông sản xuất khẩu. Chú ý sắp xếp lại và tuyển dụng những cán bộ quản lý giỏi, am hiểu thị trường vào các vị trí quan trọng, mang tính quyết định đến hiệu quả kinh doanh hàng nông sản xuất khẩu, đặc biệt đối với những mặt hàng có lợi thế và sức cạnh tranh cao trên thị trường thế giới như gạo, cà phê, cao su, hạt điều, hạt tiêu... Tập trung sắp xếp và đào tạo lại để hình thành đội ngũ cán bộ, chuyên gia nông nghiệp có đủ năng lực nghiên cứu và dự báo thị trường, kỹ năng đàm phán và ký kết hợp đồng một cách chuyên nghiệp, hiệu quả. Tăng cường đầu tư hỗ trợ các cấp, ngành, hiệp hội ngành hàng tổ chức đào tạo mới và đào tạo lại với nhiều hình thức đa dạng, phù hợp như tập huấn tại chỗ, tham quan mô hình, trình diễn kỹ thuật, hội thi nông dân giỏi, hội thi nhà quản lý giỏi, hội thi vùng sản xuất nông sản sạch... Chú trọng đầu tư có hiệu quả các dịch vụ tư vấn khuyến nông, khuyến lâm, dịch vụ tiếp cận thị trường… nhằm nâng cao nhận thức và tri thức khoa học, kỹ năng cho các cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật, nhân viên và người lao động tham gia hoạt động sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản. Có chính sách để phát triển nghề phụ, duy trì các làng nghề truyền thống, đồng thời tăng cường công tác đào tạo nghề cho nông dân để giảm áp lực tìm việc làm ở các thành thị vào những ngày nông nhàn, thiên tai và thị trường.

### *3.3. Đổi mới chính sách hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu hàng nông sản theo hướng linh hoạt và phù hợp với tình hình mới*

Trong bối cảnh Việt Nam mở cửa thị trường thực hiện cam kết gia nhập WTO hiện nay, xu thế bảo hộ gia tăng, diễn biến giá cả thị trường hàng nông sản ngày càng phức tạp và biến động thất thường, khó dự đoán, nhà nước cần đóng vai trò quan trọng trong việc khai thông thị trường xuất khẩu. Việc cung cấp đầy đủ và kịp thời các thông tin thị trường cho nông dân để đưa ra các quyết định đúng đắn là rất quan trọng. Chính phủ cần tăng cường đầu tư nghiên cứu để cung cấp thông tin, dự báo về diễn biến giá cả, cung cầu thị trường hàng nông sản, đặc biệt là những thị trường xuất khẩu quan trọng như Trung Quốc, Hoa Kỳ và Nhật Bản. Bên cạnh đó, cần lựa chọn triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại có giá trị gia tăng cao như kết hợp xúc tiến thương mại với các hoạt động quảng bá du lịch, truyền thông đại chúng, văn hóa ẩm thực... nhằm giúp cho các doanh nghiệp có được các cơ hội và giảm thiểu rủi ro trên thị trường. Tăng cường phối hợp chặt chẽ, phân công rõ trách nhiệm các hoạt động thương mại ở các cấp, các ngành, các địa phương trên cơ sở lấy hợp tác và cạnh tranh là cơ sở nền tảng để phát triển mạng lưới xúc tiến thương mại. Cần phân quyền cho các Hiệp hội có đủ năng lực cung cấp các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh cho doanh nghiệp như đào tạo, cung cấp thông tin, thực hiện tư vấn kinh doanh, chứng nhận chất lượng... Củng cố công tác tổ chức và tăng cường trách nhiệm cho các cơ quan đại diện ngoại giao của ta ở nước ngoài trong hoạt động giới thiệu, quảng bá và trợ giúp các doanh nghiệp tiếp cận và thâm nhập được thị trường quốc tế, đặc biệt là đối với những thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU và Nhật Bản. Ngoài ra, cần phải có chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế cung cấp các dịch vụ xúc tiến thương mại để xóa bỏ dần tình trạng các doanh nghiệp trông chờ vào kinh phí và những chương trình xúc tiến thương mại của Nhà nước như hiện nay.

### *3.4. Tăng cường chính sách hỗ trợ xây dựng mạng lưới tiêu thụ hàng nông sản*

Để nâng cao năng lực thương mại hàng nông sản ở Việt Nam, đặc biệt đối với một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu như gạo, cà phê, chè, điều, cao su..., việc tổ chức các sàn giao dịch, Sở giao dịch hàng hóa có chức năng thực hiện các giao dịch mua bán hàng hóa thông qua các hợp đồng kỳ hạn, hợp đồng tương lai và xây dựng các trung tâm đấu giá gắn với hệ thống các chợ đầu mối và đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại là hết sức cần thiết, phù hợp với phương thức giao dịch hiện đại hiện rất phổ biến trên thế giới. *Thông qua các sàn giao dịch*, cả nhà sản xuất và nhà xuất khẩu hàng nông sản cùng có lợi. Đối với nhà sản xuất, họ có thể chủ động hơn trong kế hoạch sản xuất kinh doanh do họ nắm chắc được nguồn hàng để ký các hợp đồng xuất khẩu, đồng thời họ có thể nhận được tiền vay từ ngân hàng dễ dàng hơn. Đối với nhà xuất khẩu, họ có thể được bảo hiểm, hạn chế rủi ro về giá do biến động của thị trường đem lại và đảm bảo hiệu quả cao chắc chắn trong kinh doanh. Đồng thời, thông qua hoạt động của sàn giao dịch, chất lượng hàng nông sản xuất khẩu cũng sẽ được nâng cao đạt yêu cầu của thị trường quốc tế.

Hiện tại, Việt Nam không những thiếu các sàn giao dịch, mà điều kiện để phát triển sở giao dịch hàng hóa cũng rất thiếu. Các sàn giao dịch cà phê BCEC, sàn điều, sàn đường, sàn thủy sản Cần Giờ, Sàn Sacom - STE hay Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam - VNX tại Việt Nam mới đưa vào hoạt động và một số chợ đầu mối đã được xây dựng như chợ lạc của Nghệ An, chợ gạo của Cần Thơ, chợ Cà phê của Đắk Lắk theo chương trình của Bộ Công Thương. Hiện tại, cả nước mới có duy nhất một Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam được chính thức cấp giấy phép và vừa qua cho thí điểm Trung tâm giao dịch cà phê Buôn Mê Thuột (BCEC), trong khi đó, trên thế giới có 41 sàn giao dịch nông sản. Theo đánh giá của nhiều chuyên gia, hoạt động của các sàn giao dịch của Việt Nam này được kỳ vọng rất nhiều, nhưng thực tế hoạt động của sàn giao dịch không được như mong đợi (nhìn chung các sàn giao dịch đều chưa đạt chuẩn và đều lỏng lẻo về cơ sở pháp lý, nguy cơ bất ổn và xảy ra tranh chấp là điều khó tránh khỏi). Để các sàn giao dịch đi vào hoạt động có hiệu quả, một số điều quan trọng cần chú ý, đó là: *Thứ nhất,* cần phải đảm bảo khối lượng hàng hóa đủ lớn, đạt tiêu chuẩn hóa về chất lượng, phẩm cấp, đóng gói, bao bì; *Thứ hai*, cần phải hoàn thiện hệ thống văn bản pháp lý đồng bộ, hướng tới xây dựng Luật Sở giao dịch hàng hóa, đảm bảo sự thống nhất trong quản lý, tránh sự chồng chéo như hiện nay[22]; *Thứ ba*, cần có chính sách đầu tư đào tạo để nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên môn cho đội ngũ cán bộ, các doanh nghiệp, cho cơ quan quản lý, cho các sở giao dịch; *Cuối cùng*, nhà nước nên có chính sách hỗ trợ tuyên truyền, phổ biến, tăng cường tính minh bạch hóa các hoạt động của sở giao dịch.

Ngoài ra, để các sàn giao dịch, các sở giao dịch đi vào hoạt động có hiệu quả, đảm bảo đủ hàng hóa giao dịch, yêu cầu phải gắn kết với hệ thống chợ đầu mối. Việc xây dựng chợ phải đảm bảo nguyên tắc: Nhà nước hỗ trợ các doanh nghiệp và cá nhân, hộ kinh doanh cùng tham gia đầu tư xây dựng chợ, các doanh nghiệp thực hiện quản lý và khai thác chợ thông qua đấu thầu. Hơn nữa, việc xây dựng chợ cần phải được lồng ghép với các dự án và chương trình phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn.

### *3.5. Thực thi chính sách khuyến khích sản xuất kinh doanh gắn với bảo vệ môi trường sinh thái*

Muốn phát triển xuất khẩu hàng nông sản nhanh và bền vững, đòi hỏi phải tạo ra được sự chuyển biến cơ bản trong nhận thức, đổi mới mạnh mẽ trong tư duy của cán bộ và người dân. Đã đến lúc phải đổi mới mạnh mẽ mô hình tăng trưởng xuất khẩu theo chiều rộng, coi trọng "số lượng", "thành tích" sang mô hình tăng trưởng xuất khẩu theo chiều sâu - tức là coi trọng chất lượng tăng trưởng, hiệu quả tăng trưởng xuất khẩu. Điều này cần phải được thể hiện trong các chính sách, quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội theo hướng phát triển bền vững của cả nước, trong từng lĩnh vực, ở từng địa phương với sự đồng thuận

[22] Luật Thương mại năm 2005 đã có quy định về hoạt động của Sở Giao dịch hàng hóa, Nghị định 158/2006/NĐ-CP quy định chung về hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa. Thông tư 03/2009/TT-BCT hướng dẫn việc thực hiện Nghị định với nội dung còn rất sơ sài. Hiện nay, chưa có cơ quan quản lý độc lập với Bộ Công Thương để quản lý hoạt động này

tham gia rộng rãi của cộng đồng doanh nghiệp và các tầng lớp nhân dân. Cần phát động các phong trào quần chúng và các hoạt động cộng đồng nhằm giúp nhau kinh nghiệm sản xuất kinh doanh, giữ gìn vệ sinh môi trường sống, bảo vệ các nguồn tài nguyên và nâng cao ý thức của người dân về các vấn đề phát triển bền vững. Chính sách khuyến khích thành lập và nhân rộng các mô hình điển hình về cách tự quản lý, giám sát việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường sống ở địa phương. Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ công tác nghiên cứu, hướng dẫn và khuyến khích nông dân, các chủ trang trại, doanh nghiệp sử dụng công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, năng lượng công nghệ sạch và thân thiện với môi trường. Tăng cường đầu tư tập trung cho các trung tâm tư vấn, hỗ trợ kỹ thuật, hỗ trợ xây dựng chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường, mô hình quản lý tiên tiến áp dụng ISO 14000, HACCP... Bên cạnh đó, cần phải nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường cho các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp và nông dân thông qua các hình thức tuyên truyền đa dạng, thiết thực như truyền hình, truyền thanh, hội thảo, hội nghị... Việc xây dựng chế tài xử nghiêm minh đủ sức răn đe các doanh nghiệp, cá nhân vi phạm các quy định của nhà nước về bảo vệ môi trường là rất cần thiết.

### *3.6. Chủ động hợp tác quốc tế để thực hiện chiến lược phát triển bền vững của đất nước*

Để tăng cường sự hỗ trợ của quốc tế về kỹ thuật, công nghệ và tài chính trong công cuộc xóa đói giảm nghèo, bảo vệ môi trường, Chính phủ cần đẩy mạnh hợp tác quốc tế về phát triển bền vững xuất khẩu; thực hiện đầy đủ các công ước quốc tế về phát triển bền vững mà Việt Nam đã ký kết tham gia; tăng cường hợp tác quốc tế trong các Ủy ban của Liên hiệp quốc về phát triển bền vững; tham gia tích cực vào các hoạt động bảo vệ môi trường toàn cầu; mở rộng liên kết, hợp tác với cộng đồng quốc tế trong việc kiểm soát khí thải gây hiệu ứng nhà kính, hạn chế sự ô nhiễm do hóa chất và các chất thải nguy hại, bảo vệ môi trường biển và đa dạng sinh học.

Tiếp tục thực hiện chính sách đổi mới để thu hút và động viên sự tham gia thực hiện định hướng Chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam của cá nhân và tổ chức ở trong nước, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, các tổ chức quốc tế. Chính phủ cần chủ động hợp tác tích cực với các quốc gia, các cơ quan nghiên cứu có kinh nghiệm và uy tín trên thế giới để xây dựng các mô hình nghiên cứu giống cây trồng, vật nuôi cho năng suất chất lượng cao, các mô hình phân tích dự báo ngành hàng và thị trường trong dài hạn. Ưu tiên hợp tác quốc tế trong giáo dục, đào tạo, khoa học công nghệ, đặc biệt là chuyển giao công nghệ ít tiêu tốn năng lượng, nhiên liệu, công nghệ sản xuất sạch và thân thiện với môi trường. Từng bước tạo hành lang pháp lý thuận lợi và cải thiện môi trường đầu tư để thu hút nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào phát triển thương mại hàng nông sản ở cả thị trường trong và ngoài nước. Tăng cường hợp tác chặt chẽ với các nước tài trợ và các tổ chức quốc tế, vận động, thu hút và sử dụng có hiệu quả nguồn vốn ODA cho mục đích phát triển xuất khẩu bền vững hàng nông sản. Phát triển hình thức liên kết, liên doanh giữa các nhà sản xuất trong nước với các nhà nhập khẩu để cùng sản xuất xuất khẩu. Đây là điều kiện quan trọng để giảm thiểu rủi ro, tăng tính bền vững trong xuất khẩu.

***Tóm lại,*** để đảm bảo phát triển xuất khẩu bền vững các mặt hàng nông sản giai đoạn 2011-2020, cần phải tiếp tục hoàn thiện các giải pháp chính sách mang tính hỗ trợ cho

sản xuất kinh doanh hàng nông sản và tạo ra được sự đồng thuận, tham gia tích cực của mọi tầng lớp dân cư, nhà kinh doanh, doanh nghiệp trong cả nước.

# ĐẢM BẢO YÊU CẦU BỀN VỮNG TRONG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI Ở NƯỚC TA

*PGS. TS. Nguyễn Danh Sơn*
**Viện Phát triển Bền vững vùng Bắc Bộ**
**Viện KHXH Việt Nam**

## Đặt vấn đề

Phát triển bền vững là tất yếu, là đòi hỏi như là yêu cầu xuyên suốt trong lãnh đạo và quản lý quá trình phát triển của các quốc gia trên thế giới. Các chủ đề bàn thảo tại các hội nghị thượng đỉnh quốc tế với sự tham dự của nguyên thủ các quốc gia do Liên hiệp quốc tổ chức hàng năm đều trực tiếp hoặc gián tiếp gắn với việc đảm bảo thực hiện yêu cầu này. Đảng và Nhà nước ta trong nhiều năm qua đã coi phát triển bền vững là một định hướng phát triển lâu dài, là "quan điểm xuyên suốt trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước ta" và nay đã "trở thành một chủ trương nhất quán trong lãnh đạo, quản lý, điều hành tiến trình phát triển của đất nước trong nhiều thập kỷ qua. Nhà nước ta cũng đã có những cam kết mạnh mẽ về phát triển bền vững"[23]. Những cam kết này được thể hiện tập trung trong "Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam" (Chương trình Nghị sự 21 của Việt Nam, gọi tắt theo thông lệ quốc tế là Vietnam Agenda 21) và đang được cụ thể hóa trong các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án phát triển của quốc gia, ngành, vùng và địa phương cũng như của các cộng đồng trong xã hội. Phát triển thương mại có sứ mệnh đóng góp tích cực vào quá trình phát triển của đất nước theo hướng bền vững.

Tuy vậy, từ cam kết, chủ trương đến thực tế thực hiện yêu cầu phát triển bền vững ở nước ta hiện vẫn còn có một khoảng cách cả về tư duy và cả về hành động cụ thể cần sớm được thu hẹp. Phát triển bền vững là một quá trình lâu dài, bao gồm nhiều nội dung với sự đan xen, tích hợp với nhau. Trong khuôn khổ và chủ đề của Hội thảo, bài viết này đề cập tới khoảng cách nêu trên, trên 2 khía cạnh với kết cấu nội dung trình bày tương ứng, là: (i) Nhận diện thực trạng phát triển bền vững trong thực hiện Chiến lược 10 năm phát triển kinh tế - xã hội vừa qua (2001-2010) và trên cơ sở đó nhận diện khoảng cách so với yêu cầu phát triển bền vững thương mại cần được phấn đấu thu hẹp trong thực hiện Chiến lược 10 năm tới phát triển kinh tế - xã hội (2011-2020); và (ii) Đưa ra một vài gợi ý chính sách phát triển thương mại gắn với thực hiện yêu cầu phát triển bền vững giai đoạn 2011-2020.

## 1. Về yêu cầu phát triển bền vững trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và phát triển thương mại giai đoạn 2011-2020

[23] Trích từ bài viết của Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng "Phát triển nhanh và bền vững là quan điểm xuyên suốt trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước ta", đăng trên Cổng thông tin điện tử Chính phủ (chinhphu.vn), ngày 16/07/2010.

Theo "Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam"[24] thì phát triển bền vững là quá trình phát triển có sự kết hợp chặt chẽ, hợp lý và hài hòa giữa 3 mặt của sự phát triển, gồm: phát triển kinh tế, phát triển xã hội và bảo vệ môi trường nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn, toàn diện hơn các nhu cầu của con người thế hệ hiện tại và mai sau. Yêu cầu tổng quát của phát triển bền vững là đáp ứng được những yêu cầu của hiện tại nhưng không gây trở ngại cho việc đáp ứng nhu cầu của các thế hệ mai sau.

Về lý thuyết, sự kết hợp như vậy cần được đảm bảo sớm nhất và được thể hiện ngay từ khi hoạch định chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, dự án phát triển. Tuy vậy, trong thực tế phát triển của các nước nghèo, đang phát triển thì việc đáp ứng nhu cầu phát triển hiện tại vấp phải mâu thuẫn khó giải khi phải tính đến đồng thời cả 3 mặt của phát triển bền vững (kinh tế, xã hội, môi trường) chứ chưa nói đến yêu cầu đáp ứng nhu cầu tương lai cho các thế hệ sau. Tính chất khó giải này là ở chỗ các nước nghèo, đang phát triển không đủ nguồn lực cần thiết cho sự kết hợp đồng thời như vậy. Nguồn lực ở đây không chỉ là vốn kinh tế (tài chính, nhân lực, công nghệ...) mà còn cả vốn xã hội (nhận thức, lòng tin, mạng lưới xã hội...). Sự tính toán, cân nhắc giải quyết mâu thuẫn ấy trong thực tiễn phát triển của nhiều nước đang phát triển thường đi theo hướng ưu tiên hoặc chú trọng nhiều hơn tới mặt nào đó (thường là kinh tế, xã hội) cho đến khi có khả năng hỗ trợ, nâng cấp phát triển các mặt mà trước đây chưa được ưu tiên hoặc chú trọng nhiều. Với sự lựa chọn cách giải quyết như vậy, bên cạnh khái niệm "phát triển bền vững" đã xuất hiện khái niệm "phát triển hài hòa" hàm chứa bản chất tương tự phát triển bền vững nhưng "mềm" hơn về nội hàm. Cụ thể, Trung Quốc sử dụng khái niệm xây dựng xã hội "phát triển hài hòa" với hàm nghĩa nơi nào đủ nguồn lực thì đảm bảo kết hợp hài hòa các mặt của phát triển, còn nơi nào chưa đủ khả năng thì ưu tiên hoặc chú trọng nhiều hơn tới tăng trưởng kinh tế và an sinh xã hội, đồng thời quan tâm giải quyết các vấn đề môi trường nảy sinh. Trên thế giới cũng đã xuất hiện khái niệm "ngưỡng phát triển"[25], theo đó khi trình độ phát triển còn ở một mức độ nhất định (dưới ngưỡng) thì vẫn phải chấp nhận (ở mức độ nào đó) ô nhiễm môi trường. Trong báo cáo tham luận trình bày của Dự án VIE 01/021 của Bộ KH & ĐT- UNDP tại Hội thảo quốc tế về Phát triển bền vững, do Bộ KH & ĐT tổ chức tại Hà Nội tháng 3/2002, có tiêu đề "Ngưỡng phát triển và quan điểm về phát triển bền vững đối với Việt Nam" đã nêu khái niệm về "ngưỡng" là "một điểm, một mức, một giá trị, mà ở trên đó thì có thể xảy ra một hiện tượng nhất định, còn ở dưới đó thì không xảy ra" và đề xuất thừa nhận "ngưỡng phát triển" (sơ bộ tính toán đối với nước ta là ở mức GDP/người đạt khoảng 1.000 - 2.000 USD) với khuyến nghị cần tích cực kéo ngưỡng xuống thấp hơn để tránh các hậu quả phải trả giá lâu dài.

Ở nước ta trong những năm qua, nếu xét theo kết quả phát triển và những tác động[26] thì có thể thấy rằng một cách không chính thức (và có thể cả vô thức, không chủ đích) có một

[24] Ban hành theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 153/2004/QĐ-TTg ngày 17 tháng 8 năm 2004.
[25] Cụ thể có thể tham khảo tài liệu: Bộ KH & ĐT - UNDP/Dự án VIE01/021, "Ngưỡng phát triển và quan điểm về phát triển bền vững đối với Việt Nam", Báo cáo tại Hội thảo quốc tế, tổ chức tại Hà Nội, Tháng 3/2002.
[26] Trong quản lý phát triển, người ta thường phân biệt kết quả (outputs) là những gì thu được, gặt hái được với tác động (outcomes) là những hệ quả từ kết quả.

"ngưỡng phát triển" được hình thành. Ở hầu hết các lĩnh vực phát triển cấp trung ương và cấp địa phương đều ghi nhận sự ưu tiên hoặc chú trọng nhiều hơn tới tăng trưởng kinh tế và một số khía cạnh phát triển xã hội (xóa đói giảm nghèo, việc làm, an sinh xã hội...), còn bảo vệ môi trường thì chủ yếu là nhằm vào giải quyết các vấn đề môi trường nảy sinh (khắc phục, xử lý, phục hồi ô nhiễm môi trường...), ít mang tính chất phòng ngừa, ngăn ngừa ô nhiễm. Các đánh giá, tổng kết thực hiện quản lý phát triển chính thức của các cơ quan lãnh đạo và quản lý của Đảng và Nhà nước các cấp (trung ương và địa phương) đều ghi nhận thực trạng này như là nguyên nhân chính làm cho sự phát triển của đất nước còn thiếu tính bền vững. Nghị quyết số 27-NQ/TW, ngày 6/8/2008 Hội nghị lần thứ bảy Ban Chấp hành Trung ương khóa X đã chỉ ra hiện tượng trong lãnh đạo, quản lý mới chỉ chú trọng đến vốn tiền, vật chất mà chưa coi trọng, chú trọng đầy đủ tới các mặt, khía cạnh khác của phát triển. Trong bài viết gần đây của Thủ tướng Chính phủ cũng lưu ý rằng "Trong quản lý, điều hành còn thiên về tốc độ tăng trưởng mà chưa coi trọng đúng mức đến chất lượng tăng trưởng và tính bền vững của sự phát triển"[27]. Đánh giá giữa kỳ của Bộ KH & ĐT về thực hiện Kế hoạch 5 năm 2006-2010 đã xác nhận "Trong tổ chức thực hiện, vẫn thiếu một cái nhìn bao quát về các khía cạnh liên quan với nhau trong quá trình phát triển đất nước"[28].

Trong lĩnh vực hoạt động thương mại, bên cạnh các kết quả, thành tựu to lớn và quan trọng mà các sản phẩm hàng hóa của Việt Nam đạt được trong những năm qua thì nhìn từ giác độ phát triển bền vững có một nghịch lý hiện nay là các kết quả, thành tựu này càng lớn thì càng nhiều nguy cơ đối với đảm bảo tính bền vững trong phát triển.

Về tài nguyên và môi trường, qua tổng kết đánh giá quá trình phát triển chung của đất nước cũng như của các bộ ngành, địa phương thời gian qua, đã có nhận xét là nhìn chung nhiều sản phẩm hàng hóa hiện nay của chúng ta tiêu hao nhiều hơn nguyên vật liệu và năng lượng từ một lần rưỡi cho đến vài ba lần và mức thải cũng cao như vậy tính trên 1 đơn vị sản phẩm cùng loại[29]. Trong thương mại quốc tế, cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của đất nước thể hiện đậm nét hàm lượng cao về tiêu hao nguyên vật liệu và năng lượng, hay nói theo cách nói của kinh tế học phát triển là sản phẩm thâm dụng nguyên vật liệu và năng lượng (material & energy intensive goods). Các sản phẩm xuất khẩu đứng ở tốp đầu trong cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của đất nước, thậm chí hàng đầu trên thế giới trong nhiều năm qua lại là các hàng hóa có mức độ chế biến thấp, thậm chí chỉ là sơ chế[30]. Tình trạng này cũng có nghĩa là càng xuất khẩu nhiều thì càng thâm dụng tài nguyên và năng lượng, càng tăng sức

[27] Bài viết có tiêu đề "Phát triển nhanh và bền vững là quan điểm xuyên suốt trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước ta", đăng trên Cổng thông tin điện tử Chính phủ (chinhphu.vn), ngày 16/07/2010.

[28] Nguồn: Bộ KH & ĐT - UNDP, Báo cáo nghiên cứu đánh giá giữa kỳ dựa trên kết quả "Tình hình thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006-2010", Tháng 5 năm 2009, trang 114.

[29] Theo số liệu của Tổ chức năng lượng thế giới, năm 2008 mức tiêu hao năng lượng của Việt Nam là 0,82Kwh/USD-GDP, cao hơn các nước đang phát triển trong khu vực. Hiện tại, cường độ tiêu thụ năng lượng trong công nghiệp của Việt Nam cao hơn Thái Lan và Malaysia khoảng 1,5-1,7 lần.

[30] Năm 2009, 5 mặt hàng nông sản Việt Nam có trị giá xuất khẩu đạt hơn 1 tỷ đôla Mỹ là: hàng thủy sản (4.251 triệu USD); gỗ và sản phẩm gỗ (2.598 triệu USD); gạo (2.664 triệu USD); cà phê (1.731 triệu USD); cao su (1.227 triệu USD) và 5 sản phẩm công nghiệp xuất khẩu có giá trị trên 1 tỷ USD là: hàng dệt may (9.066 triệu USD); dầu thô (6.195 triệu USD); giày dép (4.067 triệu USD); hàng điện tử (2.763 triệu USD); than đá (1.317 triệu USD).

ép tới môi trường. Một nghiên cứu gần đây (2010) của Tổng cục môi trường, Bộ tài nguyên và môi trường phục vụ cho soạn thảo Kế hoạch tổng thể phòng ngừa và hạn chế tác động xấu đến môi trường trong nước trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế cho thấy rằng, trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu nước ta "các mặt hàng nhạy cảm về môi trường như nông sản, thủy sản, lâm sản, khoáng sản chiếm tới gần 50% (2009). Đây là nhóm hàng có nguồn gốc đa dạng sinh học mà việc khai thác chế biến có nguy cơ ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường, ảnh hưởng đến phát triển và bảo tồn đa dạng sinh học, tài nguyên không tái tạo".

Về xã hội, cũng do các sản phẩm hàng hóa của chúng ta còn là thâm dụng nhiều nguyên vật liệu và năng lượng, mức độ chế biến còn thấp nên giá trị sản phẩm hàng hóa cũng thấp. Tình trạng này lại được khuyếch đại lên bởi cánh kéo giá cả trong thương mại quốc tế giữa mặt hàng chế biến thô với mặt hàng chế biến sâu ngày càng doãng xa, nên không chỉ doanh thu của hàng xuất khẩu Việt Nam nói chung là thấp mà thu nhập của người lao động ở khâu đầu tiên trong chuỗi giá trị sản phẩm (cả ở trong nước và cả trên phạm vi toàn cầu) lại càng thấp hơn. Người lao động ở khâu đầu tiên của chuỗi giá trị sản phẩm Việt Nam tham gia thị trường là những người vốn dĩ thuộc loại thu nhập thấp, đặc biệt là nông dân. Sự thua thiệt về thu nhập này càng làm tăng mức độ bất bình đẳng về xã hội đối với nhóm người có thu nhập thấp trong xã hội. Các phương tiện thông tin đại chúng (truyền thông) cũng như các nhà khoa học, các nhà quản lý cũng đều cảnh báo về hiện trạng này, đặc biệt là đối với nông dân.

Về kinh tế cũng lưu ý thêm rằng các con số đầy ấn tượng về tăng trưởng kinh tế, trong đó có thương mại nói chung và về xuất khẩu nói riêng cho đến nay ở nước ta còn đang ẩn chứa một sự lãng quên về bù đắp các tổn thất môi trường và tài nguyên. Cụ thể là các chi phí cho bảo vệ môi trường. Thế giới hiện đang hướng tới và chuyển sang sự tăng trưởng xanh với hàm ý là sự tăng trưởng có tính tới các chi phí môi trường. Các tính toán sơ bộ cho thấy con số bị lãng quên này ở các nền kinh tế trên thế giới là khá lớn, khoảng 2 - 3% GDP của mỗi quốc gia. Đối với Việt Nam, một số tổ chức quốc tế (WB, UNDP...) và các nhà kinh tế Việt Nam cũng ước lượng chi phí tổn thất môi trường và tài nguyên cần được bù đắp còn lớn hơn, khoảng 3 - 4% GDP hàng năm, do tích lũy các vấn đề môi trường trong thời gian dài. Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong những năm qua đạt mức tăng trưởng khá cao, khoảng trên 20% (giai đoạn 2006-2008 mức tăng bình quân 24,6 %/năm), nhưng theo đánh giá của Bộ kế hoạch và Đầu tư thì mức tăng mạnh như vậy chủ yếu là do "giá của một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực như dầu thô, nông sản, một số khoáng sản tăng mạnh. Nếu loại trừ yếu tố này thì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu chỉ khoảng 10%/năm"[31]. Còn nếu như tính tới bù đắp các tổn thất tài nguyên và môi trường thì mức tăng này có thể sẽ không còn là niềm tự hào quốc gia về thành tích phát triển nữa. Trong tầm nhìn trung hạn, tiêu dùng trong nước sẽ tiếp tục tăng cao (do thu nhập người dân được cải thiện nhanh) và kim ngạch xuất khẩu cũng sẽ tăng mạnh (vì hiện tại kim ngạch xuất khẩu tính trên đầu người còn nhỏ: năm 2006, xuất khẩu bình

[31] Nguồn: Bộ KH & ĐT - UNDP, Báo cáo nghiên cứu đánh giá giữa kỳ dựa trên kết quả "Tình hình thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006-2010", Tháng 5 năm 2009.

quân đầu người của Việt Nam mới đạt con số 473 USD, trong khi của Singapo là 61.868 USD, Malaysia - 6.233 USD, Thái Lan - 2.024 USD, Philippin - 557 USD). Những hệ lụy ẩn dấu sau sự tăng ấy sẽ làm tăng thêm đáng kể nguy cơ đối với tính cạnh tranh của các hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam.

Hiện tai, về mặt cạnh tranh trên "sân chơi" quốc tế và nội địa, các hàng hóa và dich vụ của Việt Nam cũng còn ở mức độ rất khiêm tốn không chỉ do chất lượng, mẫu mã..., mà còn cả do các lợi thế cạnh tranh hiện có đang dần giảm đi (như giá công lao động rẻ, tiêu chuẩn môi trường thấp...), đặc biệt là người tiêu dùng (trong nước, quốc tế) có nhu cầu ngày càng cao và khắt khe hơn về chất lượng, trong đó có vấn đề an toàn vệ sinh và môi trường.

Vậy là, nhìn từ giác độ phát triển bền vững, thương mại cũng đứng trước không ít các thách thức trong phát triển theo hướng bền vững. Hoạt động thương mại là một khâu của chu trình kinh tế. Nền kinh tế nước nhà hiện được đánh giá là phát triển chưa bền vững và thương mại mặc dù có đóng góp to lớn và tích cực đối với tăng trưởng và phát triển kinh tế nhưng cũng là chưa bền vững. Các vấn đề chủ yếu trong phát triển thương mại theo hướng bền vững đã được cảnh báo trong Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam (Vietnam Agenda 21) ban hành năm 2004 (kèm theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 153/2004/QĐ-TTg), như là các vấn đề làm gia tăng nguy cơ phá vỡ tính bền vững của sự phát triển, đến nay vẫn còn hiện hữu, đó là:

- Việt Nam hiện xuất khẩu chủ yếu các mặt hàng thô và sơ chế, mặc dù đã bước đầu có những chuyển biến tích cực hơn trong cơ cấu mặt hàng theo hướng tăng sản phẩm chế biến. Đẩy mạnh xuất khẩu đồng nghĩa với gia tăng khai thác tài nguyên. Nếu không bảo vệ, tái tạo, đồng thời từng bước chuyển sang chế biến sâu hơn, tinh hơn các nguồn nguyên vật liệu, thì nguồn tài nguyên thiên nhiên sẽ nhanh chóng bị cạn kiệt, môi trường bị quá tải và suy thoái.

- Việc nhập khẩu hàng hóa chứa những chất độc hại, khó phân huỷ cũng làm tăng khối lượng chất thải.

- Việc nhập khẩu vật tư, thiết bị cũ và lạc hậu không những là tác nhân gây ra ô nhiễm môi trường mà còn cản trở việc nâng cao năng suất lao động và hiệu quả sản xuất, kinh doanh, gây tác hại tới sức khỏe cộng đồng.

Sau khi gia nhập chính thức WTO, hội nhập ngày càng sâu rộng vào sân chơi quốc tế, quy mô hoạt động thương mại của đất nước ngày càng được mở rộng, nhưng đồng thời cũng tạo ra và làm nổi rõ hơn một số vấn đề liên quan tới phát triển bền vững, đó là:

*a) Tiêu dùng chưa được định hướng rõ ràng vào đáp ứng yêu cầu bền vững*

Thương mại gắn với tiêu dùng. Tiêu dùng là cơ sở cho hoạt động thương mại. Tiêu dùng bao gồm cả tiêu dùng sản xuất và tiêu dùng cá nhân. Cùng với sản xuất bền vững, tiêu dùng bền vững hiện đang là một định hướng quan trọng trong các quyết định ở mọi cấp độ

phát triển (quốc gia, ngành, doanh nghiệp, cá nhân). Sự chưa rõ ràng trong định hướng tiêu dùng vào yêu cầu bền vững thể hiện ở những điểm sau:

- Gia tăng tiêu dùng sản xuất hiện nay ở nước ta ít kèm theo gia tăng hiệu quả sử dụng. Tài nguyên khoáng sản của đất nước được đánh giá là phong phú, đa dạng nhưng trữ lượng không nhiều, có tài nguyên lại đang cạn kiệt, có nguy cơ không đủ để đáp ứng nhu cầu sử dụng trong nước (than đá, thiếc, chì, kẽm, antimon, niken, đồng, mangan...). Sự gia tăng tiêu dùng nguyên vật liệu, năng lượng lại xảy ra trong bối cảnh giá cả nguyên vật liệu, năng lượng được khai thác ở trong nước và nhập khẩu từ bên ngoài có xu hướng ngày càng gia tăng và triển vọng cải thiện trình độ công nghệ sản xuất ít sáng sủa trong tầm nhìn trung hạn, thì trong nhiều trường hợp gia tăng tiêu dùng lại làm giảm hiệu quả sản xuất khi nhìn từ giác độ phát triển bền vững.

- Tiêu dùng của dân cư được đánh giá không chỉ là không phù hợp với mức sống, mức thu nhập mà còn lãng phí về kinh tế, gây ô nhiễm môi trường. Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam (Vietnam Agenda 21) đã cảnh báo rằng "Mô hình tiêu dùng của dân cư đang diễn biến theo truyền thống của các quốc gia phát triển, tiêu tốn nhiều nguyên vật liệu, năng lượng và thải ra nhiều chất thải độc hại". Sự cảnh báo ấy vẫn đang hiện hữu trong tiêu dùng ở nước ta.

- Gia tăng tiêu dùng (cả tiêu dùng sản xuất và tiêu dùng cá nhân) đang làm gia tăng mức độ ô nhiễm môi trường. Các Báo cáo hiện trạng môi trường Việt Nam hàng năm đều cảnh báo sự gia tăng ô nhiễm môi trường, đặc biệt là ở các đô thị mà nguyên nhân chủ yếu là sự phát triển sản xuất, sự phát triển tiêu dùng trong sản xuất và trong sinh hoạt ở các đô thị kèm theo sự gia tăng với tốc độ cao hơn của các loại chất thải khó phân hủy, xử lý tốn kém (rắn, lỏng, khí, độc hại...).

- Tiêu dùng sản xuất không bền vững có xu hướng trở thành một cản trở lớn trong thương mại quốc tế của đất nước. Thị trường quốc tế có những hàng rào kỹ thuật mà mọi quốc gia khi tham gia phải tuân thủ. Trong số các rào cản kỹ thuật ấy thì việc đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường đang là một khó khăn không nhỏ mà các doanh nghiệp Việt Nam đang cố gắng vượt qua[32]. Việc lạm dụng tài nguyên thiên nhiên, sử dụng các hóa chất độc hại làm ảnh hưởng tới môi trường và sức khỏe của người tiêu dùng đang gây khó khăn và tổn thất kinh tế không nhỏ cho các sản phẩm xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

*b) Hoạt động thương mại còn ít gắn bó với bảo vệ môi trường*

Mối liên hệ thương mại và môi trường đã được khẳng định và đã có nhiều quy định quốc tế thể hiện mối liên hệ này, trong đó các quy định về rào cản kỹ thuật trong thương mại quốc tế của WTO là những tựu trung cụ thể nhất, bởi không chỉ quy định mà kèm theo đó là cả hệ thống thiết chế cho việc giám sát và cưỡng chế thi hành. Việt Nam đang trong quá trình hội nhập đầy đủ với các quy định thương mại quốc tế và đang cố gắng đáp ứng các

[32] Thậm chí còn bị thiệt hại kinh tế lớn bởi các áp đặt mức thuế cao hoặc cấm nhập hàng (tôm, cá, giày dép, nhựa...) của Việt Nam đã xảy ra trong một vài năm gần đây.

quy định ấy theo lộ trình đã cam kết. Tuy vậy, đối với các quy định về môi trường thì còn có nhiều bất cập.

Sự ít gắn bó với bảo vệ môi trường của hoạt động thương mại nước ta một phần thể hiện trong tiêu dùng như đã nói ở trên, phần khác thể hiện ở chính tác động của các hàng hóa, dịch vụ mà các hoạt động thương mại hướng vào kinh doanh. Như đã đề cập ở trên, trong thương mại quốc tế, các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là thuộc loại thâm dụng tài nguyên, mức độ chế biến thấp, còn trong thương mại nội địa, các mặt hàng lưu thông (sản xuất trong nước và nhập khẩu) cũng là ít/không thân thiện với môi trường, thể hiện ở cả thâm dụng tài nguyên, năng lượng, chất lượng thấp, hàm lượng chất độc hại vượt quy định và ở cả những hàng hóa cấm lưu thông nhưng không quản lý được (nhập lậu), như hàng hóa có chứa các chất độc hại, cây trồng, vật nuôi phá hoại môi trường... cũng như ở lượng chất thải khó phân hủy gia tăng mạnh từ hoạt động thương mại (bao bì làm từ nilon và các nguyên vật liệu khó phân hủy khác). Một nghiên cứu gần đây (2010) của Tổng cục môi trường, Bộ Tài nguyên và Môi trường phục vụ cho soạn thảo Kế hoạch tổng thể phòng ngừa và hạn chế tác động xấu đến môi trường trong nước trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đã khái quát các tác động (tích cực, tiêu cực) của hoạt động xuất nhập khẩu ở nước ta thời gian qua, trong đó các tác động tiêu cực được lưu ý là làm cạn kiệt tài nguyên, mất cân bằng sinh thái và tiềm ẩn nguy cơ cao về ô nhiễm môi trường, suy thoái môi trường. Nghiên cứu này cũng cảnh báo rằng các tác động tiêu cực tới môi trường trong thời gian qua vẫn có xu hướng sẽ còn được tiếp tục diễn ra trong thời gian tới, do những nguyên nhân chủ quan (cơ chế, chính sách, năng lực quản lý, nhận thức...) và khách quan (nguồn lực, mất cân đối cung - cầu...), thậm chí còn cảnh báo rằng các hoạt động xuất nhập khẩu càng được mở rộng, tăng cường thì tác động tiêu cực sẽ càng lớn nếu như không được đi kèm với sự cải thiện đáng kể công tác quản lý nhà nước ở tất cả các cấp cũng như nhận thức và hành động của các bên liên quan trong xã hội. Một lưu ý gần đây nhất của Bộ Tài nguyên và Môi trường cũng cho thấy rằng, ở nước ta "tình trạng nhập khẩu chất thải đang diễn ra khá phức tạp, tình trạng lợi dụng kẽ hở pháp luật còn nhiều, hàng ngàn container chứa chất thải không có đơn vị nhận nằm tại các cảng như: Hải Phòng, Đà Nẵng… gây ô nhiễm môi trường rất nghiêm trọng"[33].

*c) Thể chế kinh tế thị trường còn chưa được xác lập đầy đủ, làm méo mó môi trường hoạt động thương mại và làm ảnh hưởng tiêu cực tới thực hiện công bằng xã hội (phân phối lợi ích)*

Điều này có liên quan trước hết tới giá cả. Chính sách và cơ chế quản lý đối với giá cả hiện nay không chỉ làm cho lợi ích quốc gia bị tổn hại cả trên thị trường nội địa và cả trong thương mại quốc tế (thất thu), kể cả lợi ích của người sản xuất, người tiêu dùng cũng bị tổn hại, đặc biệt là người nông dân. Một nghiên cứu gần đây (2010) về nông nghiệp, nông dân, nông thôn nước ta, bên cạnh minh chứng cho nghịch lý hiện nay đối với người nông dân là càng phát triển (gia tăng) sản xuất thì lại càng thua thiệt, đã khái quát về các thiếu hụt liên

[33] Nguồn: website của Bộ TN & MT: http://www.monre.gov.vn/ ngày 22/3/2011.

quan tới lợi ích của nông dân (và cũng là cho người sản xuất nói chung) trong quan hệ thị trường ở nước ta hiện nay (Hộp 1).

Phát triển bền vững liên quan tới các chủ thể, trong đó có các cộng đồng và các tổ chức xã hội, nghề nghiệp. Trong hoạt động thương mại, đó trước hết là người sản xuất, người tiêu dùng và các tổ chức xã hội, nghề nghiệp của họ như hiệp hội thóc gạo, cà phê, ca cao, cao su, hội tiêu chuẩn và bảo vệ người tiêu dùng... Về lý thuyết cũng như trong thực tiễn thì tính bền vững trong phát triển phụ thuộc một phần quan trọng vào sự tham gia của các cộng đồng và các tổ chức xã hội, nghề nghiệp và trong số các chỉ báo (indicators) về phát triển bền vững có chỉ báo về vai trò và sự tham gia của các cộng đồng và các tổ chức xã hội, nghề nghiệp. Trong hoạt động thương mại, vai trò của các cộng đồng và các tổ chức xã hội, nghề nghiệp liên quan tới người sản xuất, người tiêu dùng còn khá khiêm tốn, mờ nhạt. Mạng lưới thương mại (hệ thống bán buôn, bán lẻ) được tổ chức và vận hành còn chưa thật tốt, trong đó sự gắn kết giữa các đầu mối trong mạng lưới còn ít có sự tham gia của các tổ chức xã hội - nghề nghiệp có liên quan cũng như tiếng nói của người tiêu dùng còn khá khiêm tốn. Những hiện tượng lộn xộn không được quản lý kéo dài trong nhiều năm qua về giá một số mặt hàng thiết yếu, quan trọng đối với người tiêu dùng như sữa, thuốc tân dược... và đối với người sản xuất như lúa, cà phê, thủy sản... mà các phương tiện thông tin đại chúng (báo, đài, truyền hình) đã phản ánh, làm thiệt hại không chỉ tới lợi ích (thu nhập) của người tiêu dùng mà còn gây tác động tiêu cực tới tâm lý xã hội (lo lắng, mất lòng tin...).

**Hộp 1. Các thiếu hụt liên quan tới lợi ích của nông dân trong quan hệ thị trường ở nước ta hiện nay**

- Thiếu hụt về các loại thị trường: từ thị trường hàng hóa nông sản, vật tư kỹ thuật, đất đai, khoa học công nghệ cho đến thị trường lao động, tài chính- tiền tệ. Sự thiếu hụt này làm cho người nông dân luôn phải tìm đến (hoặc được tìm đến bởi) các thương gia tự do, nhỏ lẻ với đầy rủi ro, bất trắc, thậm chí khá nhiều trường hợp bị lừa đảo.

- Thiếu hụt về mối liên hệ, liên thông giữa các thị trường. Sự thiếu hụt này làm cho người nông dân luôn rơi vào tình trạng bị thua thiệt, thậm chí rất lớn, bởi "được mùa thì rớt giá", còn "mất mùa thì lại được giá".

- Thiếu hụt về cơ chế, chính sách thị trường đối với các hoạt động kinh tế nông nghiệp, nông thôn, nông dân. Sự thiếu hụt này bao gồm cả những thiếu thốn về các quy định cụ thể, cả về định hướng thị trường và cả sự chậm trễ trong ban hành cũng như đưa vào thực hiện. hiếu hụt trong điều hành, quản lý phát triển nông nghiệp, nông thôn, nông dân cũng là một khía cạnh trong sự thiếu hoàn chỉnh, đồng bộ và gắn kết các yếu tố của thị trường.

*Nguồn: Nguyễn Danh Sơn (chủ biên), Nông nghiệp, nông thôn, nông dân Việt Nam trong quá trình phát triển đất nước theo hướng hiện đại, NXB. Khoa học xã hội, H. 2010, trang 186 - 187.*

*d) Vai trò của cộng đồng và các tổ chức xã hội, nghề nghiệp còn mờ nhạt*

Chiến lược 10 năm phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2011-2020 đã xác định quan điểm chỉ đạo "phát triển bền vững là yêu cầu xuyên suốt trong Chiến lược". Yêu cầu này cần được cụ thể hóa trong tất cả các lĩnh vực phát triển. Đối với hoạt động thương mại, với những điều đã trình bày ở trên, các yêu cầu này có thể được cụ thể hóa như sau:

a) Con người là trung tâm của phát triển thương mại. Nguyên tắc này là sự vận dụng và thể hiện nguyên tắc cơ bản của phát triển bền vững mà Đảng và Nhà nước ta đã xác định trong đường lối lãnh đạo và quản lý đất nước.

b) Thương mại gắn kết chặt chẽ với sản xuất bền vững và tiêu dùng bền vững. Nguyên tắc này thể hiện vai trò và vị trí của thương mại trong hệ thống tái sản xuất xã hội vận động theo hướng bền vững. Sự kết nối này không chỉ là gắn kết đơn thuần mà còn cả thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng phát triển theo hướng bền vững.

c) Lợi ích công bằng giữa các bên liên quan. Nguyên tắc này thể hiện nền tảng cho các mối quan hệ bền chặt và dài lâu giữa các bên liên quan. Các bên liên quan ở đây bao gồm cả các đối tác trong nước và quốc tế. Lợi ích ở đây bao gồm cả lợi ích kinh tế (doanh thu, lợi nhuận...), lợi ích xã hội (việc làm, thu nhập...), lợi ích môi trường (bảo vệ môi trường sinh thái...).

d) Thương mại thân thiện môi trường (hay nói theo cách diễn đạt hiện nay là thương mại xanh[34]). Nguyên tắc này thể hiện phần nội dung cơ bản của thương mại bền vững liên quan tới bảo vệ tài nguyên và môi trường, là các hoạt động phát triển thương mại không gây tổn hại tới môi trường và đóng góp tích cực vào ngăn ngừa, giảm thiểu ô nhiễm, cải thiện chất lượng môi trường.

**2. Một vài ý kiến về chính sách phát triển thương mại gắn với thực hiện yêu cầu phát triển bền vững giai đoạn 2011-2020**

Cũng như phát triển bền vững, nội hàm của thương mại bền vững còn đang được định hình và cụ thể hóa ở nhiều quốc gia. Chính sách phát triển thương mại gắn với thực hiện yêu cầu phát triển bền vững được đặt trên cơ sở sự cụ thể hóa này. Ở nước ta mới xác định chính thức quan niệm và các nội dung cơ bản của phát triển bền vững đất nước, thể hiện tại văn bản "Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam" (ban hành kèm theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 153/2004/QĐ-TTg ngày 17/8/2004). Tuy vậy, phát triển thương mại bền vững thì còn chưa có được một quan niệm chính thức và cụ thể như vậy. Về phương diện cơ sở khoa học, có một thực tế là cho đến nay, chính sách phát triển các lĩnh vực (công nghiệp, nông nghiệp, thương mại...) và gắn với quản lý nhà nước là các ngành ở nước ta thường được hoạch định trên cơ sở quan niệm nhằm phục vụ phát triển bền vững đất nước chứ chưa phải đích thực là phát triển bền vững lĩnh vực (ngành). Chủ đề hội thảo này (“Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời

[34] Trong bối cảnh ứng phó với tác động tiêu cực của biến đổi khí hậu, hiện nay người ta nhấn mạnh tới yêu cầu giảm phát thải khí nhà kính, trong đó có hướng vào sản xuất và tiêu dùng loại sản phẩm "ít cacbon" (low carbon). Thương mại xanh cũng là thương mại thân thiện môi trường với sự nhấn mạnh tới tính chất "ít cacbon" của các hàng hóa, dịch vụ.

kỳ 2011-2020" do Bộ Công Thương tổ chức) là một minh chứng. Tôi nghĩ rằng để "nhằm phát triển bền vững" thì bản thân sự phát triển của lĩnh vực (ngành) phải bền vững như là tất yếu. Đối với lĩnh vực thương mại, điều này làm nảy sinh nhu cầu xác định nội hàm "phát triển thương mại bền vững" và ban hành chính thức giống như đã ban hành đối với phát triển bền vững quốc gia và một số địa phương (tỉnh, thành phố). Hiện đã có những nghiên cứu ở trong nước và nước ngoài về phát triển bền vững thương mại với những nội dung khá phong phú và cũng rất cần sự chính thức hóa, trước hết cho hoạch định chính sách phát triển lĩnh vực thương mại. Tại Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 153/2004/QĐ-TTg nói trên đã yêu cầu các bộ ngành, địa phương "căn cứ vào Định hướng chiến lược về phát triển bền vững ở Việt Nam, xây dựng và thực hiện Định hướng chiến lược phát triển bền vững của Bộ, ngành và địa phương mình" và Bộ Kế hoạch và Đầu tư cũng đã có Thông tư số 01/2005/TT-BKH ngày 9/3/2005 hướng dẫn triển khai Quyết định nói trên của Thủ tướng Chính phủ.

Nêu vấn đề như vậy nhưng trong khuôn khổ hội thảo và bài viết không thể đề cập kỹ lưỡng, mà ở đây chỉ xin nêu sơ bộ về nội hàm của phát triển bền vững thương mại như là cơ sở cho đóng góp một vài đề xuất (đúng hơn là gợi ý) về chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở nước ta trong chặng đường 10 năm tới (2011-2020).

Bên cạnh nội dung cơ bản của phát triển bền vững của đất nước nói chung thì phát triển bền vững thương mại cần có thêm 2 nội hàm sau:

a) Kết nối tốt và vững chắc với cả phía trước và phía sau của quá trình tái sản xuất xã hội. Phía trước là sản xuất và phía sau là tiêu dùng. Thương mại bền vững phải kết nối và hỗ trợ, thúc đẩy sản xuất bền vững và tiêu dùng bền vững. Nội hàm này xuất phát từ vị trí, vai trò, sứ mệnh đích thực của thương mại trong quá trình tái sản xuất xã hội là gắn kết cung với cầu.

b) Chia sẻ công bằng lợi ích của các bên liên quan. Nền tảng của các mối quan hệ xã hội nói chung và phát triển nói riêng là hài hòa lợi ích của các bên quan hệ (đối tác). Khó có thể duy trì lâu dài quan hệ nếu như lợi ích của bên nào đó bị xâm hại, thua thiệt. Trong hội nhập nói chung, hiện nay người ta thường nói tới nguyên tắc "các bên cùng có lợi" (win - win).

Với 2 nội hàm đề cập nêu trên và nhằm vào nội dung tập trung thảo luận của Hội thảo là "chính sách phát triển xuất, nhập khẩu phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế nhanh và bền vững ở nước ta", dưới đây nêu một số ý kiến về mối quan hệ giữa phát triển xuất, nhập khẩu với bảo vệ môi trường.

Nhìn từ giác độ gắn kết với sản xuất và tiêu dùng bền vững, cùng với những điều chỉnh chung của nền kinh tế và các ngành sản xuất trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm tới (2011-2020) là chuyển dịch cơ cấu kinh tế, chuyển đổi mô hình tăng trưởng, chú trọng phát triển theo chiều sâu, coi trọng bảo vệ và cải thiện môi trường thì chính sách phát triển xuất, nhập khẩu cũng cần được hướng tới hỗ trợ, khuyến khích xuất, nhập khẩu các

hàng hóa, dịch vụ thân thiện với môi trường. Các hỗ trợ, khuyến khích này cần được triển khai cả bằng các công cụ kinh tế, hành chính và cả bằng các rào cản kỹ thuật.

- Đối với các công cụ kinh tế, hành chính: bên cạnh những tồn tại, thiếu hụt cần được rà soát, hoàn thiện, bổ sung và tăng cường, tôi muốn nhấn mạnh tới các yếu kém thiếu hụt về các dịch vụ hỗ trợ vốn được đánh giá là một trong những mắt xích yếu kém nhất trong nền kinh tế và được coi là một trong những nguyên nhân chính ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh còn thấp của nước ta. Trong hoạt động xuất, nhập khẩu, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu không đơn giản và nhanh chóng được, nhưng các dịch vụ hỗ trợ thương mại có thể đóng góp nhiều hơn, tốt hơn, thúc đẩy cải thiện cơ cấu hàng hóa xuất, nhập khẩu hiện nay của nước ta thông qua cải thiện việc cung cấp dịch vụ và thông tin thị trường định hướng nhiều hơn vào các hàng hóa thân thiện với môi trường. Thí dụ như cung cấp thông tin và điều kiện để kiểm nghiệm các sản phẩm bị cấm trên thế giới và hậu quả môi trường của chúng, thông tin về các tiêu chuẩn môi trường liên quan tới sản phẩm, các quy định và tiêu chuẩn môi trường của một số nước là bạn hàng của Việt Nam, cơ chế chính sách nhập khẩu của các đối tác thương mại chính, quảng bá rộng rãi các thương hiệu thân thiện môi trường, nhãn sinh thái...

Có thể nên cân nhắc tới sự có mặt của loại chỉ tiêu (indicators) thể hiện tính bền vững về môi trường trong lĩnh vực thương mại nói chung và xuất, nhập khẩu nói riêng. Cũng nói thêm rằng, một khi đã đặt vấn đề "thương mại nhằm phát triển bền vững" hay "phát triển bền vững thương mại" như là yêu cầu trong chính sách phát triển thương mại thì cũng cần có những chỉ tiêu/chỉ số (indicators) để theo dõi, giám sát và đánh giá thực hiện yêu cầu này. Thí dụ (gợi ý) như số vụ kiện quốc tế đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam có nguyên do liên quan tới đáp ứng tiêu chuẩn môi trường, số vụ nhập lậu hàng hóa thuộc danh mục hàng hóa cấm nhập khẩu được phát hiện hay tỷ lệ loại mặt hàng xuất khẩu thô, ít qua chế biến, tỷ lệ hàng hóa nhập khẩu không/ít thân thiện môi trường... Các nhà khoa học có thể cung cấp các đề xuất tốt, phù hợp về các chỉ tiêu (indicators) như vậy.

- Đối với các rào cản kỹ thuật: nhiều nước đã sử dụng các rào cản kỹ thuật trong thương mại quốc tế như là công cụ quan trọng không chỉ cho mục tiêu kinh tế (doanh thu, lợi nhuận...), xã hội (việc làm, thu nhập...) mà còn cả cho mục tiêu môi trường. Việt Nam còn khá khiêm tốn trong sử dụng và sử dụng chưa hiệu quả loại công cụ này trong thương mại quốc tế. Các tiêu chuẩn và quy chuẩn môi trường của nước ta hiện nay còn đang trong quá trình hoàn thiện và xây dựng với đánh giá chung là còn chưa đầy đủ và chưa ngang bằng (thấp hơn) so với chuẩn mực của nhiều nước có quan hệ thương mại với nước ta. Bên cạnh lý do dễ hiểu của sự chưa tương xứng này là những hệ lụy tiêu cực về môi trường, đó là trong số các hàng hóa nhập khẩu vượt qua rào cản kỹ thuật của Việt Nam có cả những mặt hàng không/ít thân thiện môi trường, trong đó có mặt hàng tác động ngắn hạn (như hàng tiêu dùng) và có cả mặt hàng tác động lâu dài hơn như công nghệ tiêu tốn nhiều nguyên vật liệu, năng lượng, thải ra nhiều chất thải... Các rào cản kỹ thuật liên quan tới môi trường theo phân công quản lý nhà nước hiện nay do Bộ Tài nguyên và Môi trường chủ trì soạn thảo với sự tham gia của các bộ ngành khác. Các nhà quản lý thương mại có thể đóng góp

nhiều hơn vào xây dựng và đặc biệt là thực hiện các rào cản kỹ thuật về môi trường trong hoạt động xuất, nhập khẩu thông qua cả việc thực hiện nghiêm minh các quy định về môi trường và cả về cảnh báo kịp thời diễn biến và xu hướng có tác động xấu tới môi trường ở nước ta.

Ngoài ra, cũng muốn nói thêm rằng, trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế ngày nay, người ta thường nhắc tới các vấn đề an ninh phi truyền thống (như an ninh môi trường, an ninh sinh thái…) hiện đang nổi lên như là nguy cơ, thách thức lớn đối với sự phát triển bền vững. Một định nghĩa về an ninh môi trường xác định đó là "Việc đảm bảo an toàn trước các mối nguy hiểm môi trường sinh ra do sự yếu kém trong quản lý hoặc thiết kế và có nguyên nhân trong nước hay xuyên quốc gia"[35]. Hoạt động quản lý thương mại, đặc biệt là xuất nhập khẩu, có thể và có cả trách nhiệm to lớn trong việc đảm bảo an toàn trước các mối nguy hiểm môi trường như vậy. Đó cũng là một khía cạnh nội dung của phát triển thương mại bền vững và đóng góp vào quá trình phát triển bền vững của đất nước.

Trong 10 năm tới (2011-2020), việc định hướng chiến lược chuyển đổi mô hình phát triển đất nước hướng nhiều hơn, rõ ràng hơn, đầy đủ hơn vào đáp ứng các yêu cầu phát triển bền vững đòi hỏi các lĩnh vực phát triển cùng chung tay đóng góp. Trong bối cảnh phát triển mới với nhiều cơ hội mới theo đà phục hồi và phát triển của nền kinh tế thế giới, hoạt động thương mại nước ta chắc chắn sẽ tăng trưởng và phát triển mạnh mẽ và sự tăng trưởng và phát triển mạnh mẽ này cũng cần đóng góp tích cực vào quá trình phát triển của đất nước theo hướng bền vững. Để có thể đóng góp như vậy thì bản thân hoạt động thương mại trước hết phải có tính bền vững. Hy vọng những trình bày nêu trên gợi ra một số vấn đề hữu ích cho việc thảo luận của Hội thảo và nghiên cứu tiếp tục sau Hội thảo./.

***Tài liệu tham khảo***

1. *Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam (Chương trình Nghị sự 21 của Việt Nam, gọi tắt theo thông lệ quốc tế là Vietnam Agenda 21*), ban hành theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 153/2004/QĐ-TTg ngày 17/8/2004.

2. Bộ KH & ĐT - UNDP/Dự án VIE01/021, *Ngưỡng phát triển và quan điểm về phát triển bền vững đối với Việt Nam*, báo cáo tại hội thảo quốc tế, tổ chức tại Hà Nội, tháng 3/2002.

3. Bộ KH & ĐT - UNDP, *Báo cáo nghiên cứu đánh giá giữa kỳ dựa trên kết quả "Tình hình thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006-2010",* tháng 5 năm 2009.

[35] Nguồn: Dự án Thiên niên kỷ của Hội đồng châu Mỹ của Liên hiệp quốc, trích lại từ cuốn sách: Đảm bảo an ninh môi trường cho phát triển bền vững" do Hội bảo vệ thiên nhiên và môi trường Việt Nam biên soạn, Nxb. Khoa học và Kỹ thuật, H. 2010, trang 27.

# XUẤT NHẬP KHẨU VỚI CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA NƯỚC TA

*PGS. TS. Nguyễn Văn Nam*
**Nghiên cứu viên Cao cấp - Viện Nghiên cứu Thương mại**

Sau 25 năm đổi mới và mở cửa nền kinh tế, lĩnh vực thương mại nói chung và xuất nhập khẩu nói riêng đạt được một sự tăng trưởng mạnh mẽ, nhiều thành tựu to lớn. Tuy nhiên cũng còn nhiều tồn tại và thách thức gay gắt trên con đường phát triển bền vững. Để có một nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững thì từng ngành, từng lĩnh vực đều phải phấn đấu theo cùng mục tiêu chung đó. 2011-2020 là giai đoạn phát triển đòi hỏi nhiều thay đổi về chất, vì vậy định hướng phát triển bền vững cho lĩnh vực xuất nhập khẩu và thương mại nói chung là đúng đắn và có ý nghĩa quan trọng trong việc hoạch định chính sách phát triển.

## 1. Thương mại phát triển bền vững

Phát triển bền vững với ý nghĩa đầy đủ nhất là sự phát triển cân đối và hài hòa trên cả ba mặt kinh tế, xã hội và môi trường. Sự phát triển của mặt này là tiền đề và điều kiện thúc đẩy phát triển mặt kia. Đó là điều kiện cho nền kinh tế đất nước phát triển nhanh và bền vững. Sự phát triển đó đòi hỏi mỗi mặt (lĩnh vực) cũng phải đạt được sự phát triển bền vững trong mối quan hệ hài hòa với các lĩnh vực còn lại, nghĩa là:

- Phát triển ổn định, cân đối các mặt, nhất là cân đối giữa lượng và chất của phát triển.

- Không tác động xấu, cản trở sự phát triển của hai lĩnh vực còn lại.

Đối với lĩnh vực kinh tế hay thương mại nói riêng, phát triển bền vững là sự phát triển mạnh mẽ và cân đối giữa các khâu, các lĩnh vực của kinh tế và thương mại. Có nhiều chỉ tiêu để xem xét, nhưng tựu chung lại phải đạt một số yêu cầu chủ yếu sau đây:

### *a/ Tăng trưởng là chỉ tiêu phát triển về lượng*

Tăng trưởng thúc đẩy phát triển là sự tăng trưởng ổn định, bền vững và ngày càng nhanh. Tăng trưởng không thúc đẩy phát triển là sự tăng trưởng không đều, lên xuống bất thường hoặc tăng trưởng do chi tiêu lãng phí, không hiệu quả, không mang lại lợi ích cho sản xuất và đời sống. Có thể tăng trưởng cao nhưng không có lợi cho phát triển vì thúc đẩy tăng trưởng cao về thương mại, kinh tế nhưng tạo ra nguy cơ mất cân đối cho nền kinh tế, tạo ra nguy cơ xâm hại tiến bộ xã hội hay tác động xấu đến môi trường sinh thái. Những nguy cơ đó nhanh chóng bùng phát và hủy hoại luôn những thành công hạn hẹp của tốc độ tăng trưởng vừa đạt được, hoặc gây ra những tổn hại về xã hội hoặc môi trường mà không có sự tăng trưởng kinh tế thuần túy nào có thể bù đắp được. Chính sự tăng trưởng ổn định lâu dài cũng được nhìn nhận như là một dấu hiệu cho tăng trưởng bền vững. Qua thời kỳ dài 10 năm, 20 năm hoặc lâu hơn nữa mà giữ được sự tăng trưởng ổn định, liên tục cũng

chứng tỏ rằng trong nền kinh tế không có những mất cân đối lớn, không có những nguy cơ xã hội và môi trường trầm trọng. Tuy nhiên, bất cứ nhà nước nào khi xây dựng chính sách tăng trưởng cũng phải dự tính một tốc độ tăng trưởng phù hợp với điều kiện của nền kinh tế, chủ động phòng ngừa những nguy cơ có thể xảy ra do tác động xấu của tốc độ tăng trưởng cao mang lại.

***b/ Hiệu quả là chỉ tiêu phát triển về chất***

Nói về chất lượng tăng trưởng, người ta đề cập đến rất nhiều chỉ tiêu như năng suất lao động, hàm lượng khoa học công nghệ, giá trị gia tăng của sản phẩm và dịch vụ, cơ cấu mặt hàng, cơ cấu ngành hàng, lợi nhuận hay thu nhập của doanh nghiệp. Tổng hợp lại những chỉ tiêu đó tạo ra hiệu quả kinh tế, mở rộng cho đầy đủ hơn là hiệu quả kinh tế - xã hội. Sản xuất kinh doanh có hiệu quả kinh tế là sự gia tăng chất lượng cho tăng trưởng. Hiệu quả càng cao thì chất lượng tăng trưởng càng cao. Chất lượng tăng trưởng cao là điều kiện bảo đảm cho tăng trưởng ổn định và tăng trưởng nhanh. Chất lượng tăng trưởng cao là nội dung cơ bản của phát triển bền vững. Thương mại phát triển bền vững với chính sách thúc đẩy tăng trưởng cao là chưa đủ, phải có chính sách coi trọng hiệu quả kinh tế, coi trọng chất lượng tăng trưởng bảo đảm một quá trình tăng trưởng ổn định, lâu dài.

***c/ Phát triển an sinh xã hội song hành với phát triển kinh tế***

Phát triển kinh tế luôn luôn gắn bó chặt chẽ với con người và xã hội. Nền kinh tế càng phát triển cao thì chất lượng cuộc sống của con người và xã hội phải được nâng cao. Thời kỳ phát triển thấp, mục tiêu kinh tế trở nên cấp bách sống còn, người ta phát triển kinh tế bằng mọi giá, coi nhẹ con người, bỏ rơi xã hội. Khi xã hội và con người bị hủy hoại thì kinh tế cũng suy tàn. Đến một thời kỳ phát triển nhất định, người ta đã nhận thức được vai trò của con người và xã hội, nhưng chỉ với chừng mực là điều kiện cho phát triển kinh tế, nên đã có những chính sách chăm lo đời sống con người và xã hội. Ngày nay, với sự phát triển của nền kinh tế tri thức, quan niệm chung thừa nhận con người và xã hội vừa là mục tiêu, vừa là động lực cho phát triển kinh tế. Con người, trí tuệ của con người là công cụ sản xuất chủ yếu của nền kinh tế tri thức. Phát triển kinh tế chỉ có thể dựa trên cơ sở phát triển con người và phát triển xã hội. Phát triển bền vững là sự phát triển bảo đảm cân đối, hài hòa giữa các lĩnh vực kinh tế và an sinh xã hội, trong đó con người không chỉ được chăm sóc đời sống tốt mà phải được giáo dục, đào tạo, rèn luyện, tạo nhân tố nền tảng cho phát triển kinh tế bền vững. Chính sách phát triển thương mại bền vững không thể coi nhẹ yếu tố con người và xã hội, phát triển thương mại trên cơ sở khai thác nguồn lực con người và xã hội, nhằm mục đích vì con người và xã hội, đảm bảo cho con người và xã hội phát triển song hành cùng kinh tế.

***d/ Phát triển kinh tế gắn bó chặt chẽ với bảo vệ môi trường sinh thái***

Kể từ khi ra đời trên trái đất này, con người tồn tại chủ yếu bằng khai thác tài nguyên thiên nhiên. Đến thời kỳ công nghiệp hóa, phát triển kinh tế đã dẫn đến khai thác cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, phá hoại môi trường sinh thái, làm biến đổi khí hậu. Như vậy, phát triển kinh tế mù quáng đã dẫn đến tàn phá môi trường sống của con người, tạo ra nguy cơ

cho ngay cả sự tồn tại của con người trên trái đất. Hiểm họa là rất lớn nhưng chỉ có một con đường là loài người phải tự cứu mình bằng mọi cách bảo vệ môi trường sinh thái. Phát triển kinh tế mà làm cho rừng biến mất, sông suối cạn kiệt, nước và không khí ô nhiễm thì tổn hại khôn lường, không gì có thể bù đắp được. Ngày nay bất cứ một chương trình, dự án phát triển kinh tế nào cũng phải có nhiệm vụ bảo vệ môi trường sinh thái. Tăng trưởng kinh tế không được gây ra bất cứ tác động xấu nào đến môi trường sinh thái. Chính sách thương mại phát triển bền vững là chính sách phát triển kinh tế đảm bảo không gây tác hại đến môi trường mà còn tăng cường bảo vệ môi trường, khai thác có hiệu quả tài nguyên thiên nhiên của đất nước.

Thương mại phát triển bền vững là mục tiêu lớn bao quát nhiều nội dung phong phú từ kinh tế đến xã hội và môi trường, từ thấp đến cao, từ hẹp đến rộng. Phát triển bền vững trước hết cần đạt được về mặt kinh tế với hai mức độ rõ ràng là tăng trưởng và hiệu quả. Phát triển bền vững là phát triển kinh tế gắn liền với phát triển an sinh xã hội, đồng thời bảo vệ môi trường sinh thái. Đây là một đề tài rất rộng và rất khó, nên cần có những hạn chế về mục tiêu và nội dung nghiên cứu nhằm đạt kết quả phù hợp với thời gian và kinh phí được duyệt.

## 2. Xuất nhập khẩu nước ta trên con đường phát triển bền vững

Hơn 20 năm đổi mới, xuất nhập khẩu nước ta có bước phát triển lớn, trở thành động lực lớn cho tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, đối chiếu với yêu cầu phát triển bền vững vẫn còn nhiều thách thức lớn.

***Những thành tựu lớn***

- Tốc độ tăng trưởng cao và liên tục cả xuất khẩu và nhập khẩu: Từ 1990 đến nay, kim ngạch xuất, nhập khẩu đều đạt tăng trưởng cao, trừ một vài năm chịu ảnh hưởng của khủng hoảng và suy thoái kinh tế, chúng ta đã duy trì được đà tăng trưởng liên tục.

- Mở rộng thị trường: Số lượng thị trường được mở rộng không ngừng khắp các châu lục của thế giới. Một số thị trường có sự thâm nhập ngày càng sâu rộng, phát triển được kim ngạch xuất, nhập khẩu.

- Mở rộng mặt hàng xuất, nhập khẩu: Danh mục mặt hàng xuất, nhập khẩu của cả nước cũng như từng thị trường các nước đều có sự mở rộng, tăng số lượng cũng như kim ngạch xuất, nhập khẩu.

- Tuy chậm nhưng có sự chuyển biến về cơ cấu các mặt hàng xuất, nhập khẩu: Cơ cấu hàng xuất khẩu trong ba nhóm đã giảm dần xuất khẩu nhiên liệu, khoáng sản; tăng dần xuất khẩu nhóm hàng nông nghiệp, thủy sản và tăng mạnh nhóm hàng công nghiệp chế biến. Đối với một số mặt hàng cũng đang dịch chuyển từ sản phẩm thô sang sơ chế và chế biến cao hơn mặc dù chậm và không đều. Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu cũng có chuyển biến từ nhập sản phẩm hoàn chỉnh sang nhập nguyên liệu, linh kiện chi tiết.

- Phát triển sản xuất chế biến hàng hóa xuất khẩu cũng đã tạo việc làm cho hàng triệu lao động, tạo thu nhập cho hàng triệu hộ nông dân, góp phần cải thiện đời sống, thúc đẩy đào tạo nghề và đào tạo nhân lực nói chung.

***Tuy nhiên, xét theo góc độ bền vững thì phát triển xuất, nhập khẩu hàng hóa còn nhiều tồn tại và thách thức***

- Trước hết là nhập siêu lớn và kéo dài. Từ năm 1990 đến nay, nước ta luôn luôn nhập siêu, chỉ trừ năm 1992 xuất siêu được vài triệu USD. Có một số thị trường nhập siêu nặng nề như Trung quốc, Đài Loan, Hàn Quốc và ASEAN. Nhập siêu đã trở thành bệnh kinh niên, tạo ra mất cân đối lớn giữa xuất khẩu, nhập khẩu và ngày nay, nhập siêu đã tác động mạnh đến những bất ổn tiền tệ và tài chính trong nước.

- Giá trị gia tăng của hàng hóa xuất khẩu thấp. Hàng hóa xuất khẩu ngoài khoáng sản, nhiên liệu thô thì hàng hóa nông nghiệp 90% là sản phẩm thô và sơ chế. Hàng công nghiệp chế biến chủ yếu là gia công, lắp ráp dựa trên việc nhập khẩu nguyên liệu, phụ tùng, linh kiện, chi tiết máy, bán thành phẩm. Điều đó phản ánh một nền kinh tế trình độ thấp, chủ yếu khai thác tài nguyên và lao động rẻ.

- Cơ cấu mặt hàng và ngành hàng chuyển dịch chậm. Hơn 20 năm phát triển mà các mặt hàng xuất khẩu chủ lực vẫn ít thay đổi. Nông nghiệp vẫn là các sản phẩm thô và sơ chế quen thuộc. Công nghiệp chế biến vẫn là dệt may, da giày, có thêm một số mặt hàng chủ yếu là gia công, lắp ráp. Nền công nghiệp chế biến Việt Nam chưa tạo ra được những mặt hàng, ngành hàng mạnh, có lợi thế cạnh tranh trên thị trường khu vực và quốc tế.

- Số lượng thị trường xuất khẩu hàng hóa Việt Nam được mở rộng, tuy nhiên kim ngạch xuất khẩu lớn chỉ tập trung vào một vài thị trường quen thuộc. Những mặt hàng xuất khẩu chủ lực bị phụ thuộc vào một vài thị trường trọng điểm nên dễ gặp rủi ro lớn khi các thị trường này có biến động. Cao su và rau quả phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc, thủy sản phụ thuộc vào thị trường Hoa Kỳ và Nhật Bản, gạo phụ thuộc thị trường Đông Nam Á, dệt may chủ yếu xuất sang thị trường Hoa Kỳ, da giày phụ thuộc chủ yếu vào thị trường EU. Xuất khẩu cà phê nhân phụ thuộc vào vài ba tập đoàn đa quốc gia có văn phòng đại diện hoặc chi nhánh tại Việt Nam. Nhà sản xuất Việt Nam vẫn dừng ở trình độ bán những hàng hóa mình có, còn các thương nhân Việt Nam vẫn là những nhà trung gian thụ động, ăn hoa hồng phát sinh trên lưu thông là chính. Hội nhập kinh tế quốc tế đã tạo ra cơ hội mở rộng thị trường xuất nhập khẩu nhưng chưa đủ năng lực về nhiều mặt để thâm nhập sâu rộng vào các thị trường đã mở.

- Nhiều mặt hàng đẩy mạnh tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nhưng không đảm bảo lợi ích hợp lý của người lao động, hộ nông dân sản xuất, không chăm lo an sinh xã hội, không tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế như tiêu chuẩn SA 8000. Xuất khẩu nông sản tăng mạnh nhưng người nông dân chăn nuôi và trồng trọt thường bị thiệt thòi nặng nề khi giá cả và thị trường có biến động. Hàng công nghiệp gia công chế biến xuất khẩu tăng trưởng nhưng quyền lợi công nhân bị xâm phạm: lương thấp, cường độ lao động cao, phúc lợi xã hội ít

ỏi, bị đối xử tệ bạc nên các cuộc đình công tập thể ngày càng tăng cả về số cuộc lẫn số công nhân tham gia.

Có tăng trưởng kinh tế nhưng chưa chăm lo đúng mức đến các yếu tố con người và xã hội, chất lượng sống không được cải thiện bao nhiêu. Do đó, xã hội đã xuất hiện một nghịch lý là thất nghiệp cao nhưng doanh nghiệp vẫn thiếu lao động, không tuyển được lao động mới, còn lao động cũ thì bỏ việc, bỏ nhà máy.

- Tăng trưởng xuất, nhập khẩu cũng đã gây ra một số tác động xấu đến môi trường như phá rừng để phát triển trồng sắn, cà phê, hồ tiêu, cao su xuất khẩu. Phá rừng ngập mặn, gây ô nhiễm môi trường sông, biển để phát triển thủy sản: nuôi tôm, nuôi cá, nuôi thủy đặc sản. Nhiều nhà máy công nghiệp chế biến đã và đang gây ô nhiễm nặng nề nguồn nước, không khí, đất đai. Do quản lý lỏng lẻo nên đã nhập khẩu nhiều động, thực vật nguy hại cho môi trường sinh thái như ốc bươu vàng, rùa tai đỏ… Trong khi đó lại khai thác tận diệt để xuất khẩu những động vật hoang dã, quý hiếm cần bảo tồn và nhiều thực vật nhiệt đới như cây cỏ, gỗ quý hiếm… Như vậy, nhiệm vụ bảo vệ môi trường sinh thái trong lĩnh vực xuất nhập khẩu vẫn là nhiệm vụ nặng nề dù chúng ta đã bước đầu triển khai các tiêu chuẩn ISO 9000, sản phẩm thân thiện với môi trường, sản phẩm xanh hay nhãn sinh thái cho hàng hóa xuất khẩu.

Nhìn chung lại, xuất nhập khẩu nước ta đạt được tốc độ tăng trưởng cao về số lượng và kim ngạch nhưng chất lượng còn nhiều yếu kém, nặng về khai thác tài nguyên và lao động rẻ, giá trị gia tăng thấp, sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế yếu kém. Hiệu quả kinh tế của xuất nhập khẩu thấp. Mức độ bền vững của phát triển xuất nhập khẩu không những thấp kém mà còn chứa đựng nhiều nguy cơ mất cân đối kinh tế, tác động xấu đến xã hội và môi trường sinh thái.

### 3. Những vấn đề từ chính sách phát triển

Đường lối đổi mới với những thay đổi chính sách kinh tế căn bản đã tạo ra động lực cho kinh tế và thương mại phát triển trong 25 năm qua. Kinh tế nhiều thành phần, đa sở hữu, chấp nhận kinh tế tư nhân là chính sách giải phóng các nguồn lực xã hội nhằm phát triển kinh tế, biến kinh tế tư nhân thành động lực to lớn phát triển kinh tế. Kinh tế thị trường là chính sách đã trao quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm sản xuất kinh doanh cho hàng triệu doanh nghiệp lớn bé thuộc các thành phần, đặt họ vào môi trường kinh doanh cạnh tranh, vươn lên làm giàu cho mình và cho xã hội. Mở cửa hội nhập quốc tế là chính sách tự do hóa kinh tế và thương mại, đưa doanh nghiệp và nền kinh tế Việt Nam hội nhập vào sân chơi chung của thị trường quốc tế. Những chính sách quan trọng đó đã tạo ra sự tăng trưởng và phát triển to lớn của xuất, nhập khẩu cũng như của nền kinh tế nói chung. Tuy nhiên, bản thân những chính sách đó vẫn chưa được đổi mới đồng bộ và triệt để, còn nhiều yếu tố cầm chừng, dè dặt. Để thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh còn cần đến hàng loạt chính sách cụ thể cho từng mặt, từng lĩnh vực, từng khâu, từng yếu tố của nền kinh tế. Ngoài sự yếu kém, thiếu vắng và hay chậm chạp trong việc ban hành, các chính sách đó

còn tồn tại tình trạng thiếu nhất quán và đồng bộ về tư duy đổi mới, không những làm cho hệ thống chính sách kinh tế và thương mại không phát huy được tác động tích cực, mà còn tạo ra những tác động tiêu cực cho sự phát triển bền vững. Những yếu kém trong phát triển xuất, nhập khẩu cũng bắt nguồn từ những yếu kém trong chính sách phát triển thương mại nói chung và chính sách phát triển xuất, nhập khẩu nói riêng. Định hướng chung của chính sách là thúc đẩy phát triển xuất khẩu và quản lý tốt nhập khẩu. Tuy đơn giản vậy nhưng không dễ gì thực hiện được vì những yếu kém trong hệ thống chính sách của chúng ta.

*Thứ nhất,* thiếu hệ thống chính sách nhất quán để nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. Cơ cấu hàng hóa và giá trị gia tăng thấp của hàng hóa xuất khẩu nói lên năng lực cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam quá yếu kém, không chỉ có hàng hóa nông sản mà cả hàng công nghiệp chế biến. Sự yếu kém đó kéo dài hàng chục năm rồi nhưng chưa cải thiện được gì đáng kể. Trong một đề án của Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) đã chứng minh rằng, ba mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam gồm thủy sản, dệt may và điện tử là những "quả trứng" vì quá mong manh trước những rủi ro và sức ép của thị trường thế giới. Còn một đại diện của Hiệp hội doanh nghiệp điện tử Việt Nam thì cho rằng "xuất khẩu của Việt Nam, kể cả mặt hàng chủ lực, thực sự mới chỉ là số 0", kim ngạch xuất khẩu mặt hàng điện tử năm 2010 là 3,6 tỷ USD, nhưng 99% giá trị kim ngạch là của các doanh nghiệp FDI. Các doanh nghiệp FDI đó là chi nhánh hoặc Công ty con của công ty mẹ ở nước ngoài chỉ làm nhiệm vụ lắp ráp, đóng gói để xuất khẩu nhằm tranh thủ lấy xuất xứ từ Việt Nam và hưởng những chính sách ưu đãi của Chính phủ Việt Nam (Thời báo Kinh tế Việt Nam, ngày 24/5/2011).

Các chỉ số về năng lực cạnh tranh, về môi trường kinh doanh của Việt Nam vẫn thấp và lùi nhiều hơn tiến. Những yếu kém đó đều bắt nguồn từ tình trạng yếu kém của chính sách và công tác quản lý.

*Thứ hai*, sau hơn 20 năm hội nhập kinh tế quốc tế và đổi mới, chính sách thương mại đã được đổi mới nhiều, tạo ra môi trường thương mại (cả trong nước và quốc tế) thuận lợi hơn, tự do hơn. Sự tiến bộ trong chính sách thương mại đã mang lại lợi ích lớn hơn cho lĩnh vực kinh doanh thương mại. Ngược lại, khu vực sản xuất của Việt Nam vẫn còn mắc cạn trong một môi trường kinh doanh có rất nhiều nút thắt, rất nhiều cản trở mà nhiều năm rồi, hội nghị năm nào các doanh nghiệp cũng nêu lên hàng tá vấn đề bức xúc nhưng xem ra vẫn bế tắc, vẫn phải tiếp tục nghiên cứu. Các doanh nghiệp đầu tư sản xuất bị chìm ngập trong một hệ thống chính sách quản lý rối rắm, nhiêu khê với rất nhiều cản trở. Như vậy, chính sách thúc đẩy và khuyến khích sản xuất vẫn còn rất yếu kém, thiếu đồng bộ, thiếu thuận lợi, thiếu hỗ trợ cho doanh nghiệp đầu tư sản xuất. Chính sách đó làm cho lĩnh vực đầu tư sản xuất, đổi mới công nghệ, chế tạo sản phẩm chất lượng cao trở nên kém hấp dẫn. Lợi ích sản xuất thua kém nờn nhiều nhà sản xuất trong nước và cả doanh nghiệp FDI chuyển từ sản xuất sang kinh doanh xuất nhập khẩu, kinh doanh thương mại. Lâu nay, chúng ta vẫn thanh minh cho hiện trạng nhập siêu bằng những lý lẽ sáo mòn như nhập vật tư, nguyên liệu để làm hàng xuất khẩu, nhập hàng tiêu dùng chỉ với tỷ lệ thấp dưới 10% tổng kim ngạch nhập khẩu, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu vẫn cao hơn (tý chút) so với tốc

độ tăng trưởng nhập khẩu, mà không nhận thấy đại bộ phận hàng công nghiệp tiêu dùng ở Việt Nam đều là hàng lắp ráp tại Việt Nam với linh kiện và vật tư nhập khẩu từ Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc và một vài nước ASEAN. Nền công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng, nhất là các mặt hàng điện, điện tử, máy tính, truyền thông… của nước ta chỉ còn là cái vỏ mang nhãn mác Việt Nam. Sức tiêu dùng nội địa càng cao thì nhập khẩu càng lớn. Một đại diện của Bộ Công Thương cho biết, các Bộ, ngành đã triển khai nhiều biện pháp nhằm hạn chế, nhưng nhập siêu vẫn ở mức cao. Lý do chính là các biện pháp hạn chế nhập siêu mới tập trung vào các nhóm hàng quy định là cần hạn chế và kiểm soát nhập siêu. Nhưng những nhóm hàng hóa này chỉ chiếm 16,9% trong tổng kim ngạch nhập khẩu. Trong khi nhóm hàng máy móc thiết bị, vật tư, nguyên liệu chiếm tỷ trọng 83,1% tổng kim ngạch nhập khẩu mà việc kiểm soát nhập khẩu lại chưa thực sự phát huy tác dụng. (Thời báo kinh tế Việt Nam, ngày 27/05/2011). Đó là sự bất cập của chính sách công nghiệp, sự yếu kém của chính sách thúc đẩy sản xuất. Sự yếu kém đó là điểm khởi đầu quan trọng cho sự phát triển không bền vững.

*Thứ ba,* đó là sự buông lỏng quản lý trong xuất, nhập khẩu. Thực thi chính sách mở cửa, tự do hóa thương mại nhưng các nước vẫn quản lý tốt hoạt động xuất nhập khẩu, còn triển khai được chính sách điều tiết của nhà nước đối với hoạt động kinh tế, thương mại. Còn chúng ta mở cửa thì lại buông lỏng quản lý. Mặt hàng cấm nhập vẫn tràn lan trên thị trường. Kiểm tra cửa khẩu, thủ tục hải quan chỉ hành người ngay, không cản được buôn lậu và gian lận thương mại. Ngay các thông tư, chỉ thị nhằm cụ thể hóa chính sách mà cũng chồng chéo, mâu thuẫn nhau, nhiều khi trái với chính sách, luật pháp, lại thường thay đổi nhanh chóng. Nhiều mặt hàng tiêu dùng ngoại nhập tràn ngập thị trường, bóp chết hàng sản xuất trong nước. Đã thiếu kiến thức và kinh nghiệm xõy dựng và thực thi một cơ chế quản lý thích hợp lại còn bị buông lỏng, bị lợi dụng, bị thoái hóa của bộ máy và con người quản lý. Trách nhiệm và năng lực của quan chức được nâng cao thì những yếu kém trong quản lý mới có thể khắc phục được.

*Thứ tư*, sự yếu kém về chính sách tài chính, tiền tệ tác động mạnh vào các dòng hàng hóa xuất nhập khẩu. Lạm phát cao, tỷ giá biến động khôn lường và tiền đồng được giữ ở mức cao so với đô la Mỹ là những động lực khuyến khích nhập siêu. Sự thiếu ổn định của thị trường tài chính, tiền tệ còn tác động mạnh đến các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu. Lãi suất cao và bất ổn, các nguồn vốn khô hạn làm cho các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa ngày càng lao đao trong tồn tại còn nói gì đến năng suất, chất lượng và hiệu quả.

Quản lý kinh tế vĩ mô thúc đẩy được tăng trưởng nhưng cũng duy trì tình trạng thiếu hoặc mất cân đối vĩ mô, ngoài nhập siêu còn bội chi ngân sách cao, dồn vốn cho đầu tư công kém hiệu quả, nợ nần cao lại tăng nhanh, bất bình đẳng giữa quốc doanh và ngoài quốc doanh… Những yếu kém kéo dài của các chính sách trong các lĩnh vực đó đã tác động xấu đến hoạt động của hệ thống doanh nghiệp, không khuyến khích đầu tư chiều sâu, nâng cao chất lượng, phát triển sản xuất theo một chiến lược ổn định, lâu dài.

**4. Con đường phát triển xuất, nhập khẩu bền vững**

Phát triển xuất, nhập khẩu bền vững là nhiệm vụ quan trọng trong giai đoạn 2011-2020, trước hết cần tập trung phát triển xuất khẩu bền vững, tức là đảm bảo các yêu cầu có tăng

trưởng, có hiệu quả, cải thiện an sinh xã hội và bảo vệ môi trường sinh thái. Phát triển xuất khẩu phải có chính sách đổi mới toàn bộ quy trình từ sản xuất, chế biến cho đến lưu thông, giao dịch mua bán và xuất khẩu ra thị trường quốc tế. Tất cả các khâu trong quy trình đó đều yếu kém và lạc hậu, đều phải cải tiến, đổi mới cho phù hợp thị trường hiện đại của thế giới. Đó là công cuộc đổi mới toàn diện và toàn bộ từ người công nhân cho đến doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước. Cuộc cải cách đó đòi hỏi có một chiến lược và chương trình cụ thể cho từng mặt hàng, ngành hàng được thực hiện trong một thời gian nhất định với những đầu tư nguồn lực cần thiết. Để cho xuất, nhập khẩu cũng như thương mại nói chung phát triển bền vững trong bối cảnh kinh tế hiện nay cần một cuộc đổi mới mạnh mẽ và toàn diện nhiều chính sách kinh tế, thương mại, khắc phục những tồn tại làm cho thương mại và xuất nhập khẩu gặp nhiều rủi ro, bất ổn, tác động xấu đến phát triển bền vững.

*a/ Chính sách phát triển kinh tế coi trọng ổn định kinh tế vĩ mô.* Đây là điều kiện ưu tiên hàng đầu cho phát triển bền vững. Đã có thời gian chúng ta ưu tiên tăng trưởng, chấp nhận lạm phát, bội chi, tăng cao nợ nần..., nhưng tăng trưởng chỉ như một tia lửa lóe sáng rồi nhanh chóng vụt tắt và bị nhấn chìm trong tình trạng mất cân đối, lộn xộn kéo dài. Cần coi trọng chính sách phát triển ổn định vững chắc, bảo đảm cho hệ thống kinh tế cân đối. Nền kinh tế phải được vận động và phát triển bằng chính sức mạnh của nó theo quy luật khách quan của cơ chế thị trường. Ngoại lực chỉ là hỗ trợ và bổ sung, vai trò của Nhà nước chỉ là "bà đỡ", không phải là "bà mẹ" đẻ ra những đứa con theo mong muốn chủ quan.

Chính sách ổn định là tăng độ vững chắc cho cỗ xe kinh tế, đó là tiền đề cho cỗ xe có thể tăng tốc trong giai đoạn tiếp theo.

*b/ Để đẩy mạnh tăng trưởng xuất khẩu và quản lý được nhập khẩu phải có chính sách tập trung giải quyết một số mặt hàng trọng điểm cũng như thị trường trọng điểm.* Trong thời kỳ đầu tận dụng sự phát triển về bề rộng, chúng ta đẩy mạnh mở rộng mặt hàng xuất khẩu, mở rộng thị trường xuất khẩu hàng Việt Nam. Bây giờ đã đến lúc coi trọng phát triển theo chiều sâu. Trong tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2010 (71,6 tỷ USD) thì 10 mặt hàng có kim ngạch lớn nhất có giá trị 44,594 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 62% tổng kim ngạch. Còn 20 mặt hàng có kim ngạch lớn nhất có giá trị 57,532 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 80% tổng kim ngạch. Về thị trường xuất khẩu cũng vậy, chỉ có một số thị trường chiếm phần lớn kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam như EU, Mỹ, Nhật Bản, ASEAN, Trung Quốc. Để đẩy mạnh xuất khẩu, chúng ta chỉ nên chọn ra một số mặt hàng trong 10 hoặc 20 mặt hàng xuất khẩu chủ lực đó rồi tập trung xây dựng cơ chế chính sách, giải pháp phát triển sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng đã chọn. Về thị trường cũng cần tập trung vào các thị trường lớn có tiềm năng để nghiên cứu, tăng cường am hiểu, thâm nhập sâu rộng, đẩy mạnh xúc tiến, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu hàng Việt Nam phát triển quan hệ kinh doanh vững chắc với các doanh nghiệp của nước ngoài.

Để quản lý có hiệu quả nhập khẩu, hạn chế nhập siêu cũng chọn ra một số hàng hóa trong 10 hoặc 20 nhóm hàng nhập khẩu lớn, kể cả nhóm hàng máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu để tìm giải pháp quản lý, kể cả giải pháp dài hạn là xây dựng chiến lược, chính sách khuyến khích sản xuất trong nước để thay thế hàng nhập khẩu. Về thị trường nhập khẩu cũng phải có đối sách với từng thị trường nhập siêu lớn. Vừa qua để kiềm chế nhập

siêu, chúng ta đã quy định danh mục những hàng hóa hạn chế nhập khẩu hay kiểm soát nhập khẩu, lập tức bị một số nước như EU phản đối, cho rằng Việt Nam vi phạm cam kết gia nhập WTO, Việt Nam không có nhập siêu hàng hóa từ EU nên không đáng để Việt Nam áp dụng các biện pháp kiểm soát và hạn chế nhập khẩu từ EU. Trung Quốc là thị trường nhập siêu lớn nhất của Việt Nam, nhưng chúng ta vẫn chưa có những nghiên cứu căn cơ để tìm giải pháp cân đối xuất, nhập khẩu, tình trạng nhập siêu từ Trung Quốc vẫn kéo dài và ngày càng nặng nề hơn. Đây là bài toán thị trường xuất, nhập khẩu cụ thể rất cần có lời giải thỏa đáng. Đã đến lúc các cơ quan quản lý nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp phải hợp lực giải quyết nếu không muốn trói mãi Việt Nam vào vai trò chỉ là thị trường tiêu thụ hàng hóa của Trung Quốc trong quan hệ Bắc - Nam giữa Trung Quốc và Việt Nam.

*c/ Để nâng cao chất lượng tăng trưởng và phát triển phải thay đổi chính sách khuyến khích sản xuất, chính sách công nghiệp.* Những đổi mới chính sách kinh tế của giai đoạn đầu thời kỳ đổi mới nay đã có nhiều chính sách hết động lực. Hội nhập kinh tế quốc tế đã mở rộng, kinh tế thị trường đã phát triển đến một trình độ cao hơn, vì vậy chính sách công nghiệp cũng như chính sách khuyến khích sản xuất trong nước phải được đổi mới cho phù hợp hoàn cảnh mới, làm cho các nhà đầu tư sản xuất yên tâm đầu tư chiều sâu, nâng cao chất lượng và hiệu quả sản xuất kinh doanh. Chính sách phải thu hút được nhiều nhà đầu tư mới (cả trong và ngoài nước) vào khu vực sản xuất công nghiệp, chế biến sản phẩm. Nếu không có một khu vực sản xuất mạnh, trên cơ sở công nghiệp hiện đại thì không thể nâng cao chất lượng hàng hóa, nâng cao giá trị gia tăng, đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường thế giới.

*d/ Kinh tế phát triển bền vững không thể thiếu chính sách phát triển an sinh xã hội, chăm lo lợi ích người lao động*. Thành lập doanh nghiệp, phát triển các khu công nghiệp, khu kinh tế các loại, thu hút hàng chục triệu lao động, hình thành một đội ngũ công nhân đông đảo tại các đô thị, các khu kinh tế. Sau hơn 20 năm đổi mới, đội ngũ lao động tập trung trong các đô thị, các khu kinh tế, khu công nghiệp đã xuất hiện nhiều đòi hỏi mới về an sinh xã hội. Cần phải có chính sách giải quyết kịp thời như chính sách quản lý đô thị, chính sách nhà ở cho công nhân và lao động tại các đô thị, chính sách phát triển giáo dục, y tế, bảo vệ sức khỏe cho công nhân và gia đình công nhân, các chính sách về phúc lợi xã hội. Mở rộng ra toàn xã hội là chính sách xoá đói, giảm nghèo, chính sách bình đẳng xã hội trong phát triển... Nhìn chung, đó là một hệ thống chính sách nâng cao chất lượng sống cho người dân, xây dựng một xã hội giàu truyền thống nhân ái tiến lên văn minh, hiện đại.

*e/ Phát triển thương mại bền vững phải có chính sách bảo vệ môi trường sinh thái.* Bảo vệ môi trường, chống biến đổi khí hậu ngày nay đã trở thành nhiệm vụ cấp bách của toàn nhân loại. Việt Nam là nước mà môi trường bị tàn phá nặng nền trong thời gian dài của chiến tranh, lại có nguy cơ cao do biến đổi khí hậu. Vì vậy, ngoài việc nhanh chóng hoàn thiện hệ thống chính sách chung về bảo vệ môi trường sinh thái, chống biến đổi khí hậu, cần quán triệt nhiệm vụ bảo vệ môi trường trong từng chính sách kinh tế và thương mại. Không vì đẩy mạnh xuất khẩu mà xâm hại môi trường, khai thác cạn kiệt tài nguyên. Không vì lợi ích trước mắt mà xuất khẩu những động thực vật cần bảo tồn, bảo vệ; nhập khẩu những động thực vật và sản phẩm độc hại, gây nguy cơ cao cho môi trường sinh thái,

vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm, gây hại cho sức khoẻ con người. Bảo vệ môi trường là nhiệm vụ mới, cần nâng cao nhận thức từ nhà nước cho đến người dân và đối tượng quan trọng nhất là doanh nghiệp. Chính sách phải cụ thể, kịp thời, sát với thực tế Việt Nam, bảo đảm hiệu lực thực thi. Không bảo vệ được môi trường sinh thái thì không thể có được một nền kinh tế phát triển bền vững. Chính sách phát triển thương mại bền vững phải bảo đảm chỉ mua bán và lưu thông những hàng hóa đạt tiêu chuẩn môi trường, thân thiện với môi trường, là sản phẩm xanh, sạch, hàng hóa đạt nhãn sinh thái.

# MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU NHANH VÀ BỀN VỮNG TRONG THỜI KỲ CHIẾN LƯỢC 2011-2020

*PGS. TS. Trần Công Sách*
**Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Thương mại**

Trong 10 năm qua, lĩnh vực xuất khẩu (XK) đã đạt được những thành tựu to lớn và rất quan trọng, tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa nhanh hơn 2,4 lần tốc độ tăng trưởng GDP, cơ cấu hàng hóa xuất khẩu đã có xu hướng chuyển dịch tích cực, thị trường xuất khẩu ngày càng mở rộng và đa dạng, hội nhập quốc tế đa phương và song phương ngày càng sâu rộng đã tạo môi trường kinh doanh quốc tế thuận lợi cho phát triển xuất khẩu… Tuy thế, quy mô xuất khẩu còn nhỏ, phát triển xuất khẩu vẫn chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên, chất lượng tăng trưởng thấp, chi phí xuất khẩu cao, hiệu quả xuất khẩu thấp và nhìn chung còn thiếu tính bền vững. Trong 10 năm tới, nền kinh tế nước ta tiếp tục hội nhập quốc tế sâu rộng hơn và nằm trong khu vực phát triển năng động nhất thế giới, khu vực cạnh tranh của nhiều nền kinh tế đang đi lên mà phần lớn có năng lực cạnh tranh cao hơn, nhất là thế lực cạnh tranh của Trung Quốc ngày càng lớn mạnh. Vì thế, để đón bắt được những cơ hội phát triển mới và vượt qua những thách thức, Việt Nam cần lựa chọn chiến lược và các chính sách phát triển xuất khẩu phù hợp, nhằm tạo ra sự bứt phá cho phát triển nhanh và bền vững.

## 1. Đặc điểm mô hình phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam hiện nay

- ***Tăng trưởng xuất khẩu nhanh nhưng chưa vững chắc:***

Theo dõi tính chu kỳ kinh tế và mối quan hệ giữa tăng trưởng xuất khẩu với tăng trưởng kinh tế trong hai thập kỷ qua (1990-2010) cho thấy, về cơ bản, tăng trưởng xuất khẩu có quan hệ đồng biến với tăng trưởng kinh tế, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam nhanh hơn tốc độ tăng trưởng GDP và nhanh hơn tăng trưởng xuất khẩu toàn cầu, nhưng chưa vững chắc.

***Bảng 1:*** **Quan hệ giữa tăng trưởng xuất khẩu với tăng trưởng kinh tế theo tính chu kỳ kinh tế**

| **I. Thế giới** | **1991-1995** | **1996-2001** | **2002-2008** | **2009-2010** |
|---|---|---|---|---|
| 1. Tăng trưởng kinh tế ình quân %/năm (giá thực ế) | 7,6 | 1,23 | 9,7 | 1,5% (ước 2010 tăng 2,5%) |
| 2. Tăng trưởng xuất hẩu bình quân %/năm | 8,1 | 3,0 | 14,6 | -8,5% (ước 2010 tăng 7%) |
| 3. Tỉ lệ (2/1) | 1,065 | 2,44 | 1,505 | -5,66 |
| **II. Việt Nam** | **1991-1995** | **1996-2001** | **2002-2008** | **2008-2010** |
| 1. Tăng trưởng kinh tế ình quân %/năm (giá SS 994) | 8,2 | 6,9 | 7,75 | 5,8 |
| 2. Tăng trưởng xuất hẩu bình quân %/năm | 18 | 21,6 | 18,85 | 7,25 |
| 3. Tỉ lệ (2/1) | 2,17 | 3,13 | 2,43 | 1,25 |

*Nguồn: - Niên giám thống kê các năm từ 1990 đến 2009*

*- Cục Công nghệ thông tin và Thống kê hải quan*

*- IMF, Ngân hàng ADB, WB: Thống kê kinh tế tài chính các nền kinh tế, công bố hàng năm.*

Trong điều kiện mô hình tăng trưởng kinh tế đang chủ yếu dựa vào đầu tư và xuất khẩu, tăng trưởng xuất khẩu nhanh là động lực chủ yếu của tăng trưởng kinh tế. Trong cấu phần tổng cầu đóng góp cho tăng trưởng kinh tế, xuất khẩu đã đóng góp khoảng 65%.

- ***Độ mở của nền kinh tế qua kênh xuất khẩu đã khá lớn nhưng quy mô xuất khẩu còn nhỏ, kim ngạch xuất khẩu bình quân đầu người còn thấp hơn nhiều mức bình quân toàn thế giới:***

Năm 2010, kim ngạch xuất khẩu (KNXK) đạt 72,2 tỉ USD, cao gấp 2,2 lần kim ngạch xuất khẩu năm 2005 (32,4 tỉ USD) và cao gấp 5 lần kim ngạch xuất khẩu năm 2000 (14,4 tỉ USD). Đến nay, Việt Nam đã được xếp vào nhóm 30 nền kinh tế xuất khẩu hàng hóa hàng đầu thế giới, tỉ trọng KNXK hàng hóa của ta trong tổng KNXK hàng hóa thế giới đã tăng từ 0,24% năm 2001 lên 0,46% năm 2010. Tỉ lệ KNXK so với GDP của nước ta đã bằng gần 70%, phản ánh độ mở của nền kinh tế qua kênh xuất khẩu đã khá lớn so với nhiều nước trong khu vực. Năm 2010, KNXK hàng nông, lâm, thủy sản (chưa bao gồm sản phẩm gỗ) đạt 16 tỉ USD, bằng khoảng 72% GDP của lĩnh vực nông nghiệp; KNXK sản phẩm công nghiệp đạt gần 57 tỉ USD, bằng khoảng 128% GDP của khu vực công nghiệp. Trong điều kiện mô hình tăng trưởng kinh tế đang chủ yếu dựa vào tăng trưởng đầu tư (tốc độ tăng trưởng vốn đầu tư xã hội luôn cao hơn tốc độ tăng

GDP), xuất khẩu trở thành kênh dẫn quan trọng thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, thúc đẩy mở cửa nền kinh tế và hội nhập quốc tế. Đã có khoảng 55% tổng số dự án và trên 50% tổng số vốn FDI được thu hút vào các ngành công nghiệp chế biếns hàng xuất khẩu. Tuy thế, đến nay quy mô xuất khẩu của nước ta còn nhỏ, năm 2010, KNXK bình quân đầu người của Việt Nam mới đạt 760 USD (gấp 4,3 lần năm 2000) nhưng chỉ bằng 41% mức bình quân toàn thế giới (khoảng 1.850 USD).

- ***Đã xây dựng được nhóm mặt hàng XK chủ lực và tạo được một số đột phá tăng trưởng xuất khẩu, nhưng phát triển xuất khẩu vẫn chủ yếu theo chiều rộng, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chậm chuyển dịch theo hướng hiệu quả và hiện đại, năng lực cạnh tranh xuất khẩu chậm được nâng lên:***

Năm 2001, mới có bốn mặt hàng XK chủ lực đạt KNXK trên 1 tỉ USD (gồm dầu thô, dệt may, giày dép, thủy sản), với tổng giá trị XK đạt 8,4 tỉ USD, chiếm 56% KNXK. Đến năm 2010, đã có 18 mặt hàng XK chủ lực (thủy sản, gạo, cà phê, cao su, sản phẩm gỗ, than đá, dầu thô, xăng dầu, sắt thép và sản phẩm thép, dệt may, giày dép, đá quý và kim loại quý, máy vi tính và linh liện, máy móc thiết bị, dây điện và cáp điện, phương tiện vận tải, túi xách và ô dù), với tổng giá trị XK trên 51 tỉ USD, chiếm 70,6% tổng KNXK.

Trong 10 năm qua, XK thủy sản đã thực hiện được vai trò hạt nhân tăng trưởng XK của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản; kim ngạch xuất khẩu năm 2010 đã vượt 5 tỉ USD. Chúng ta đã bảo đảm vững chắc an ninh lương thực và tăng nhanh kim ngạch XK gạo từ 0,62 tỉ USD năm 2001 lên 3,25 tỉ USD năm 2010. Xuất khẩu dệt may và giày dép đã thực hiện được vai trò hạt nhân tăng trưởng XK của nhóm hàng chế biến, chế tạo. Năm 2010, KNXK hai mặt hàng này đạt 16,3 tỉ USD, chiếm 22,6% tổng KNXK (riêng dệt may đạt 11,2 tỉ USD, chiếm 15,5% KNXK). Các ngành sản phẩm kết hợp giữa lao động giản đơn và công nghệ trung bình đã được chú trọng phát triển như: thủ công mỹ nghệ, thực phẩm chế biến, sản phẩm nhựa, sản phẩm gỗ, hóa phẩm tiêu dùng, điện và dây điện, sản phẩm cơ khí… Xuất khẩu nhóm mặt hàng này đã tăng trưởng bình quân 21%/năm trong 10 năm qua, kim ngạch tăng từ 1,8 tỉ USD trong năm 2000 lên 12 tỉ USD trong năm 2010, chiếm 16,6% tổng KNXK. Trong đó, XK sản phẩm thủ công mỹ nghệ (mây tre, cói thảm, gốm sứ, đá và kim loại quý) đã tăng trưởng bình quân 26%/năm, kim ngạch tăng từ 0,27 tỉ USD năm 2000 lên 3,43 tỉ USD trong năm 2010; xuất khẩu sản phẩm nhựa tăng bình quân 25%/năm, kim ngạch tăng từ 122 triệu USD năm 2000 lên 1,05 tỉ USD năm 2010. Tuy nhiên, ta cũng chưa thực hiện được thành công đột phá tăng trưởng XK hàng điện tử và thực phẩm chế biến. Hàng điện tử và tin học chưa thực hiện được vai trò hạt nhân tăng trưởng của nhóm hàng công nghệ cao, đến năm 2010 chỉ đạt kim ngạch 3,6 tỉ USD (mục tiêu chiến lược là 7 tỉ USD), hàng thực phẩm chế biến cũng chỉ đạt 326 triệu USD năm 2010 (mục tiêu chiến lược là 0,7 tỉ USD).

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu đã có xu hướng chuyển dịch tích cực nhưng còn chậm, chưa đáp ứng được yêu cầu chuyển dịch nhanh theo hướng hiệu quả và hiện đại. Tỉ trọng nhóm hàng chế biến, chế tạo tăng chậm từ 46,7% trong năm 2001 lên 50,7% trong năm 2005 và

đạt khoảng 69,7% vào năm 2010 (bình quân mỗi năm chỉ tăng được 2,2 điểm phần trăm), chưa đạt mục tiêu đã đề ra trong Đề án phát triển XK giai đoạn 2006-2010 (76,7%).

Khả năng cạnh tranh của nhiều hàng hóa xuất khẩu còn thấp do giá thành cao, chất lượng còn kém, mẫu mã chưa phù hợp với yêu cầu thị trường. Hàm lượng kỹ thuật và công nghệ trong sản phẩm xuất khẩu còn thấp, tăng chậm. Tỉ trọng của nhóm hàng có hàm lượng công nghệ cao và trung - cao trong tổng KNXK chỉ tăng từ 7,1% trong năm 2000 lên 11,3% trong năm 2005 và khoảng 15 - 16% trong năm 2010, còn lại là hàng công nghệ thấp và trung - thấp. Đến năm 2010, riêng nhóm hàng có hàm lượng công nghệ cao mới chiếm khoảng 8 - 9% tổng KNXK, thấp hơn nhiều các nước trong khu vực (chỉ số này ở thời điểm năm 2008 của Indonesia đã là 14%, của Trung Quốc là 34%, của Thái Lan là 30%, của Hàn Quốc là 37%, của Singapo là 57%, của Malaysia là 58%). Trong nhóm hàng công nghiệp xuất khẩu, khoảng 27% KNXK là hàng công nghệ chế tạo công nghệ thấp.

- ***Chất lượng tăng trưởng XK thấp, chi phí XK cao, hiệu quả XK thấp và chậm được nâng lên:***

Giá trị gia tăng của hàng công nghiệp chế tạo XK chỉ đạt khoảng 25 - 30% (sản phẩm dệt: 27%, sản phẩm may mặc: 37%, giày dép: 27%, sản phẩm gỗ: 26%, sản phẩm nhựa dưới 20%, sản phẩm điện tử dưới 10%…), hàng nông sản và khoáng sản XK khoảng 50%, hàng thủ công mỹ nghệ khoảng 60%. Nếu tính giá trị gia tăng quốc gia, tức là phần giá trị tăng thêm người Việt Nam được hưởng thực tế thì tỉ lệ này còn thấp hơn, do các doanh nghiệp FDI chiếm khoảng 50% KNXK cả nước và một phần không nhỏ giá trị gia tăng này được nhà đầu tư nước ngoài chuyển về nước.

Chi phí xuất khẩu của Việt Nam cao gấp 1,7 lần mức trung bình của khu vực (năm 2007, chi phí XK của Việt Nam là 701 USD/Container 20ft, trong khi mức trung bình của khu vực là 500 USD). Trên 85% hàng xuất khẩu của ta vẫn thực hiện theo phương thức xuất FOB, làm giảm tính chủ động trong hoạt động XK và giảm hiệu quả XK. Dịch vụ logistics và dịch vụ bảo hiểm hàng hóa XNK chậm phát triển, nhất là dịch vụ vận tải biển mới chiếm khoảng 22 - 24% thị phần hàng hóa XK của Việt Nam, phần lớn hàng XK sang châu Âu, Bắc Mỹ vẫn phải quá cảnh qua Hồng Công, Singapo…, chưa xuất trực tiếp sang các thị trường nhập khẩu nên hạn chế tính chủ động và hiệu quả xuất khẩu. Trong 3 năm 2005-2007, nước ta phải chi trả 6 tỉ USD cho nước ngoài về chi phí bảo hiểm và vận tải hàng hóa XNK, chiếm 35,7% tổng chi dịch vụ cùng giai đoạn và là thành tố chính làm thâm hụt cán cân dịch vụ, cán cân vãng lai của Việt Nam.

- ***Phát triển xuất khẩu phụ thuộc phần lớn vào nhập khẩu, tỉ lệ giá trị trong nước của hàng XK thấp:***

Trong nhóm hàng chế biến, chế tạo XK, tỉ trọng hàng gia công lắp ráp còn chiếm phần lớn, tỉ lệ giá trị trong nước rất thấp. Một số ngành sản phẩm XK chủ lực còn phụ thuộc phần lớn vào nguyên vật liệu, phụ liệu của nước ngoài: sản phẩm điện tử khoảng 90%, sản phẩm gỗ khoảng 75%, sản phẩm dệt may và da giày khoảng 70%, sản phẩm nhựa khoảng 85%, sản phẩm hóa chất khoảng 80%, sản phẩm thép trên 50%. Giá trị ngoại tệ thực thu

của phần lớn các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo xuất khẩu chỉ khoảng 20 - 30% doanh thu xuất khẩu, một số ngành hàng rất thấp như điện tử, tin học chỉ khoảng 5%.

- ***Xuất khẩu chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên, hệ số tiêu hao nguồn lực cho một đơn vị KNXK cao, tăng trưởng XK nhanh đang có nguy cơ dẫn đến cạn kiệt tài nguyên:***

Tăng tưởng xuất khẩu vẫn đang chủ yếu dựa vào các ngành sản phẩm khai thác tài nguyên. Tỉ trọng hàng nông, lâm, thủy sản vẫn chiếm 20% tổng KNXK, trong đó 86% là hàng thô chưa qua chế biến. Năm 2010, KNXK nhóm hàng thô và sơ chế đạt 22,6 tỉ USD, chiếm 31% KNXK. Theo nguồn số liệu của COMTRADE, chưa kể dầu thô, tỉ trọng giá trị xuất khẩu nhóm hàng sử dụng nhiều nguyên liệu của Việt Nam chỉ giảm từ 10,7% trong tổng KNXK trong năm 2001 xuống 8,7% trong năm 2008, tỉ trọng của nhóm nguyên liệu thô cũng chỉ giảm từ 34% xuống 28,7% trong thời gian tương ứng. Hệ số cạnh tranh quốc tế (ICC - được xác định bằng giá trị xuất khẩu thực so với tổng giá trị thương mại) của các ngành sản xuất dựa chủ yếu vào khai thác tài nguyên như nông nghiệp, công nghiệp chế biến nông, lâm, thủy sản, công nghiệp nhẹ… có xu hướng tăng mạnh hơn các ngành sản phẩm công nghiệp nặng. Thực tế đó phản ánh Việt Nam có lợi thế cạnh tranh XK chủ yếu trong các ngành sử dụng nhiều tài nguyên thiên nhiên và đòi hỏi nhiều lao động (dệt may, giày dép, sản phẩm gỗ, sản phẩm nhựa, thiết bị điện gia dụng, thiết bị văn phòng, gia công kim loại…).

Nhóm hàng công nghiệp chế biến tuy đang có lợi thế cạnh tranh về giá nhân công rẻ, phát triển theo định hướng xuất khẩu, chiếm 43 - 45% tổng giá trị sản phẩm công nghệp nhưng chỉ chiếm dưới 30% tổng giá trị gia tăng toàn ngành công nghiệp (MVA) và đang có xu hướng giảm từ 30% trong năm 2000 xuống 20% trong năm 2010. Cũng trong thời kỳ 2001-2010, tỉ trọng của một số ngành công nghiệp chế tạo sử dụng nhiều kỹ thuật trong tổng MVA vẫn còn rất nhỏ và chậm được nâng lên. Chẳng hạn, sản xuất thiết bị văn phòng và máy tính tăng từ 0,1% lên 0,4%; sản xuất máy móc, thiết bị tăng từ 0,8% lên 1,2%; sản xuất thiết bị truyền thông dao động ở mức 0,2 - 0,3%. Mặt khác, tỉ suất lợi nhuận trước thuế của những ngành công nghiệp sử dụng nhiều lao động định hướng XK thấp hơn nhiều so với các ngành sản xuất thay thế hàng nhập khẩu, công nghiệp khai thác và kinh doanh tài sản. Chẳng hạn, năm 2006, tỉ suất lợi nhận của ngành dệt là 0,11%, may mặc là 0,61%, da giày là 0,05%, đồ gỗ là 0,19%... Tình hình đó đang dẫn đến nguy cơ nếu tiếp tục duy trì mô hình tăng trưởng XK như hiện nay, nước ta sẽ khó tránh khỏi "Bẫy thu nhập trung bình".

Năng lực phát triển xuất khẩu dựa vào kỹ thuật và công nghệ của nền kinh tế rất yếu và chậm được nâng lên. Tốc độ đổi mới máy móc, thiết bị và công nghệ của toàn nền kinh tế chỉ đạt 6 - 7%/năm. Tỉ lệ đầu tư cho R&D trong doanh thu của các doanh nghiệp chỉ đạt bình quân 0,1 - 0,2%, riêng các ngành công nghiệp sử dụng công nghệ cao và công nghiệp mũi nhọn, tỉ lệ này cũng chỉ 0,2 - 0,25%. Tỉ lệ khai thác năng lượng so với thu nhập quốc dân vẫn đang có xu hướng tăng nhanh từ 9 - 12% trong giai đoạn 2000-2004 lên 15 - 22%

trong giai đoạn 2005- 2010. Mức tiết kiệm năng lượng của công nghiệp Việt Nam thấp hơn mức tiết kiệm trung bình của thế giới, của khu vực (thời kỳ 1990-2005, mức tiết kiệm bình quân của Việt Nam là -3,4%, của Trung Quốc là +3,3%). Đến năm 2008, hệ số tiêu hao nguồn lực cho một đơn vị tăng trưởng kinh tế của Việt Nam vẫn cao hơn 3 lần của Trung Quốc. Tình hình đó cũng làm tăng nguy cơ cạn kiệt tài nguyên trong tăng trưởng xuất khẩu và tăng nguy cơ rơi vào "Bẫy thu nhập trung bình" trong tăng trưởng xuất khẩu nếu tiếp tục duy trì mô hình tăng trưởng XK như hiện nay.

- ***Thị trường xuất khẩu đã được mở rộng nhanh và đa dạng hóa, cơ cấu thị trường đã có sự chuyển dịch tích cực trong quá trình hội nhập quốc tế, nhưng chưa chú trọng phát triển thị trường theo chiều sâu:***

Số lượng thị trường XK hàng Việt Nam đã tăng nhanh từ 160 thị trường năm 2000 lên trên 230 thị trường trong năm 2010. Đã hình thành cơ cấu thị trường xuất khẩu tương đối phù hợp với nguồn hàng và năng lực xuất khẩu của ta, tỉ trọng của thị trường châu Á trong tổng KNXK đã giảm từ 60,6% năm 2001 xuống 45,5 - 48% trong giai đoạn 2006-2010, riêng tỉ trọng của thị trường ASEAN tương đối ổn định ở mức 17 - 18%. Tỉ trọng của thị trường châu Mỹ trong tổng kim ngạch xuất khẩu đã tăng nhanh trong giai đoạn 2001-2005 và tương đối ổn định ở mức 22 - 23% trong giai đoạn 2006-2010. Chúng ta đã thực hiện thành công khâu đột phá về thị trường xuất khẩu là tăng nhanh tỉ trọng của thị trường Hoa Kỳ từ 7,1% trong năm 2001 lên 18,2% trong năm 2005 và duy trì ở mức 19 - 20% trong giai đoạn 2006-2010.

Tuy nhiên, phát triển thị trường xuất khẩu vẫn đang chủ yếu theo chiều rộng, chưa chú trọng phát triển theo chiều sâu. Đến nay, mới chỉ có một tỉ lệ nhỏ hàng xuất khẩu Việt Nam tiêu thụ qua hệ thống phân phối trực tiếp của các doanh nghiệp Việt Nam trên các thị trường trọng điểm, còn lại chủ yếu là xuất FOB, xuất qua các trung gian phân phối.

- ***Hội nhập quốc tế song phương và đa phương, nhất là hội nhập WTO và các FTA, bên cạnh những tác động tích cực đến môi trường kinh doanh quốc tế, mở rộng thị trường xuất khẩu, cải cách môi trường kinh doanh trong nước… nhưng cũng đang có hiệu ứng không mong muốn, tác động bất lợi đến cán cân thương mại của Việt Nam, tiềm ẩn nguy cơ mắc "Bẫy tự do hóa thương mại":***

Đến nay, nước ta đã ký kết 86 Hiệp định thương mại song phương, 7 Hiệp định thương mại tự do (FTA) với 15 nước, 54 Hiệp định đánh thuế hai lần, 61 Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư song phương. Thời kỳ 2001-2010, cùng với việc ký BTA, gia nhập WTO, Việt Nam đã tiếp tục hội nhập thương mại khu vực sâu hơn trong khuôn khổ của 6 FTA khu vực, với 15 nước (AFTA, ACFTA, AKFTA, AJFTA, AIFTA, AANZFTA) và ký VJEPA với Nhật Bản. Tỉ trọng giá trị thương mại hai chiều giữa Việt Nam với các đối tác đã ký kết FTA chiếm tới 58% tổng KNXNK của Việt Nam, trong đó chiếm 44% KNXK và khoảng 70% KNNK (năm 2010). Hiện nay, ta đang đàm phán để tham gia TPP và EVFTA… Nhờ hội nhập quốc tế sâu rộng hơn, các rào cản thương mại đã giảm đáng kể, nên hàng Việt Nam đã mở rộng thị phần sang các thị trường lớn, tăng kim ngạch xuất khẩu.

Ngay sau khi gia nhập WTO, một số mặt hàng xuất khẩu đã có kim ngạch tăng đột biến trong năm 2007 như sản phẩm nhựa tăng 57%, dệt may tăng 32,1%, túi xách và ô dù tăng 25%. Một số mặt hàng được hưởng lợi từ các thỏa thuận FTA đã có bước tăng trưởng xuất khẩu đột biến như xuất khẩu dệt may sang Hàn Quốc tăng 84% trong năm 2009 và tăng trên 70% trong năm 2010.

Tuy thế đến nay, hội nhập quốc tế, tham gia các FTA chưa có một chiến lược tổng thể và lộ trình thống nhất, đồng bộ với chiến lược phát triển xuất nhập khẩu. Việt Nam chưa tận dụng hiệu quả cơ hội và điều kiện thuận lợi của hội nhập quốc tế để đẩy mạnh xuất khẩu, cải thiện cán cân thương mại. Việc tham gia các FTA còn mang tính bị động, bị lôi cuốn theo tình thế và yêu cầu chính trị, trong khi mức độ sẵn sàng và sự chuẩn bị của nền kinh tế nước ta chưa cao. Chưa tạo được các nỗ lực cao trong toàn xã hội để tận dụng tối đa các ưu đãi, các cơ hội từ hội nhập WTO và tham gia các FTA nhằm duy trì mức tăng trưởng xuất khẩu cao sang các thị trường đã ký FTA, hạn chế các tác động bất lợi của tự do hóa theo các cam kết FTA đối với thương mại, nhất là khi xảy ra khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu. Ta cũng chưa sử dụng được hiệu quả các FTA đã ký kết làm công cụ điều chỉnh chiến lược thị trường quốc tế, cải thiện cán cân thương mại, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng chất lượng, hiệu quả và phát triển bền vững. Các lợi ích quốc gia thu được từ gia nhập WTO, tham gia các FTA chưa tương xứng với tiềm năng, nhất là các tiềm năng về liên kết và hợp tác song phương. Việc mở cửa thị trường dịch vụ phân phối theo các cam kết WTO, cam kết FTA đang làm tăng nguy cơ hệ thống phân phối bán lẻ hiện đại ở các độ thị lớn bị các tập đoàn phân phối nước ngoài thao túng, chi phối. Trong quan hệ FTA với Trung Quốc, ta đang bị thua thiệt ở cả chiều xuất và chiều nhập khẩu, thị phần của hàng Việt Nam tại Trung Quốc đã giảm từ 0,54% trong năm 2004 xuống còn 0,38% trong năm 2008 và chỉ nhích lên khoảng 0,49% trong năm 2010; trong khi đó thị phần của hàng Trung Quốc tại Việt Nam đã tăng nhanh từ 14,3% trong năm 2004 lên 23,6% trong năm 2010, gấp 1,63 lần sau 7 năm thực hiện EHP/ACFTA.

Việt Nam cũng chưa tận dụng tốt các điều kiện thương mại thuận lợi của việc gia nhập WTO, các ưu đãi từ các thỏa thuận khu vực và các GSP mà các nước phát triển dành cho Việt Nam để đẩy mạnh xuất khẩu, nhất là xuất khẩu sang thị trường châu Âu, Bắc Mỹ. Năng lực và kinh nghiệm giải quyết các tranh chấp thương mại, nhất là các vụ kiện chống bán phá giá đối với hàng Việt Nam từ các nước nhập khẩu còn nhiều hạn chế. Việc xây dựng và sử dụng các TBT, SPS trong quản lý nhập khẩu chậm được triển khai và hiệu quả thấp.

Đặc điểm và tình hình nêu trên đang đặt ra yêu cầu cấp thiết phải phát triển xuất khẩu nhanh và bền vững, chuyển đổi mô hình tăng trưởng xuất khẩu, nâng cao hiệu quả xuất khẩu và hội nhập thương mại quốc tế trong thời kỳ chiến lược 2011-2020.

**2. Bối cảnh quốc tế và trong nước tác động đến phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam thời kỳ tới**

Trong thời kỳ tới, nước ta phát triển XK trong bối cảnh quốc tế và trong nước có những thuận lợi nhất định nhưng cũng đan xen những khó khăn, thách thức rất lớn. Cục diện thế giới trong 10 năm tới sẽ có nhiều chuyển biến khó lường, tương quan sức mạnh giữa các nước lớn sẽ có biến chuyển nhanh, các nền kinh tế mới nổi (BRICS) sẽ tiếp tục tăng trưởng cao, thế lực ảnh hưởng của Trung Quốc sẽ ngày càng lớn, độ rủi ro và bất ổn của nền kinh tế thế giới ngày càng cao. Khu vực châu Á - Thái Bình Dương tiếp tục phát triển năng động nhất thế giới, hình thành nhiều hình thức liên kết, hợp tác đa dạng hơn nhưng mức độ tranh giành ảnh hưởng, tranh giành thị trường của các nước lớn tại khu vực này sẽ ngày càng quyết liệt hơn trong thời kỳ tới.

Quy mô các hoạt động kinh tế toàn cầu còn có thể bị giảm sút do tác động của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, nợ công ở châu Âu, lạm phát và tăng giá toàn cầu, khủng hoảng chính trị ở Bắc Phi - Trung Đông, biến đổi khí hậu và thiên tai… Trong ngắn và trung hạn, kinh tế thế giới sẽ phục hồi chậm, bước vào kỳ tăng trưởng mới và có thể đạt đỉnh trong các năm 2016-2017 để chuyển sang kỳ suy thoái mới vào những năm tiếp theo.

Thị trường hàng hóa thế giới tiếp tục bị tác động mạnh bởi tăng giá nguyên nhiên vật liệu, có thể hình thành mặt bằng giá mới trong các năm 2012-2013. Xu hướng phát triển kinh tế xanh, năng lượng sạch, sản phẩm sạch và tiêu dùng sạch tiếp tục gia tăng, tác động mạnh đến thương mại thế giới. Tăng trưởng thương mại thế giới tiếp tục có quan hệ đồng biến với tốc độ phục hồi và gắn liền với kỳ tăng trưởng của kinh tế thế giới, có thể sẽ đạt tốc độ tăng trưởng cao nhất vào các năm 2015-2017. Cơ cấu thương mại thế giới sẽ chuyển dịch theo hướng tăng tỉ trọng của thương mại dịch vụ, tăng tỉ trọng của các nền kinh tế mới nổi. Cơ cấu hàng hóa XNK trên thị trường thế giới sẽ chuyển dịch mạnh theo hướng tăng cường trao đổi sản phẩm sạch, sản phẩm thông minh; hàng công nghệ cao và hàng thực phẩm dinh dưỡng là lợi thế xuất khẩu của các nước phát triển, trong khi hàng nông, lâm, thủy sản vẫn là thế mạnh của các nước đang phát triển và các nền kinh tế mới nổi, giá cả sẽ tiếp tục tăng. Nhu cầu thị trường thế giới đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam, nhất là nhóm hàng nông, lâm, thủy sản, hàng khoáng sản, nguyên liệu thô và hàng công nghiệp sử dụng nhiều lao động vẫn ở mức cao, giá cả có xu hướng tăng. Khu vực châu Á - Thái Bình Dương tiếp tục là khu vực động lực trong tăng trưởng thương mại toàn cầu thời kỳ tới. Vai trò động lực của Trung Quốc trong tăng trưởng thương mại toàn cầu sẽ giảm xuống tương đối, nhưng vẫn là nhân tố hàng đầu ảnh hưởng đến thương mại khu vực, nhất là khu vực ASEAN. Hoa Kỳ sẽ chủ động thúc đẩy mở rộng TPP, tăng cường ảnh hưởng tại ASEAN, nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa để đạt mục tiêu kỳ vọng đến năm 2015 tăng KNXK gấp hai lần năm 2010, đồng thời giảm nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu để giải quyết thâm hụt cán cân vãng lai, sẽ là nhân tố quan trọng tác động đến thương mại toàn cầu. Các nước Đông Á và Liên bang Nga tiếp tục thực hiện chính sách hướng Nam mạnh mẽ, sẽ tác động mạnh đến dòng hàng hóa trao đổi giữa khu vực này với ASEAN. EU sẽ chú trọng tăng cường xuất khẩu dịch vụ và trao đổi thương mại với Ấn Độ và các nước ASEAN, là nhân tố quan trọng tác động đến cán cân vãng lai của các nước này. Nhìn chung, các nước phát

triển sẽ đẩy mạnh xuất khẩu để tái cân bằng các cân đối vĩ mô và sẽ hạn chế nhập khẩu các mặt hàng tiêu dùng không thiết yếu bằng các rào cản thương mại mới tinh vi; các nền kinh tế mới nổi sẽ nhập khẩu nhiều hơn để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng sản xuất và tiêu dùng của tầng lớp trung - thượng lưu đang tăng nhanh. Trung Quốc tiếp tục gia tăng sức hút các luồng nguyên, nhiên, vật liệu, tài nguyên khoáng sản để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng cao, tạo hiệu ứng mạnh đối với giá cả thế giới về những sản phẩm này.

Phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam thời kỳ tới tiếp tục phải vượt qua những thách thức rất lớn từ trong nội bộ nền kinh tế, nhất là năng lực cạnh tranh của nền kinh tế còn yếu ở cả 4 cấp độ: quốc gia, ngành, doanh nghiệp và sản phẩm; mức độ thâm dụng tài nguyên và hệ số tiêu hao nguồn lực cho một đơn vị tăng trưởng xuất khẩu còn cao; mức độ phụ thuộc đầu vào nhập khẩu của sản xuất hàng xuất khẩu còn lớn; khả năng thích ứng của các ngành định hướng xuất khẩu với những biến động của thị trường thế giới còn chậm. Mặt khác, công nghiệp hỗ trợ và dịch vụ logistics chưa thể phát triển nhanh, "lợi thế cạnh tranh động" của nền kinh tế trong cạnh tranh xuất khẩu toàn cầu tiếp tục phải vượt qua những trở ngại lớn về chất lượng nguồn nhân lực, chất lượng quản trị quốc gia của chính phủ, về môi trường cạnh tranh quốc gia và các vấn đề an sinh xã hội, an ninh kinh tế. Xuất khẩu hàng hóa thời kỳ tới còn phải tiếp tục dựa vào tăng trưởng đầu tư nhưng hiệu quả đầu tư chưa thể nâng lên nhanh, dòng vốn FDI đầu tư vào công nghiệp chế biến, chế tạo hàng xuất khẩu đang tiếp tục giảm mạnh (từ 70% năm 2005 xuống 26% năm 2010), tỉ trọng của khu vực FDI trong cơ cấu chủ thể xuất khẩu sẽ có xu hướng giảm xuống. Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản tiếp tục là nguồn hàng xuất khẩu quan trọng, nhưng sẽ phải đối mặt với nhiều rào cản thương mại mới, mức độ bảo hộ nông nghiệp của các đối tác đã ký FTA còn cao. Nhóm sản phẩm của các ngành kết hợp giữa công nghệ trung bình và lao động thủ công có tỉ lệ thực thu xuất khẩu lớn nhưng khó có thể tạo sự đột phá của xuất khẩu Việt Nam trong giai đoạn tới. Nhóm sản phẩm công nghiệp áp dụng công nghệ cao cũng chưa thể có sức bứt phá mạnh trong tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn ngắn và trung hạn, do sức cạnh tranh chưa thể nâng lên nhanh, còn hạn chế về tỉ lệ đầu tư cho R & D trong doanh thu và về tốc độ đổi mới máy móc, thiết bị của các doanh nghiệp…

### 3. Định hướng chuyển dịch cơ cấu, đổi mới mô hình tăng trưởng nhằm phát triển xuất khẩu nhanh và bền vững trong thời kỳ chiến lược 2011-2020

Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2010-2020 vừa được Đại hội XI của Đảng thông qua, đã quán triệt quan điểm chỉ đạo xuyên suốt: "*Phát triển nhanh gắn liền với phát triển bền vững*", đồng thời, xác định nhiệm vụ trọng tâm phát triển kinh tế thời kỳ 2011-2020 là: Phải đổi mới mô hình tăng trưởng theo hướng phát triển hợp lý giữa chiều rộng và chiều sâu, chú trọng nâng cao chất lượng, hiệu quả, tính bền vững. Trong đó, phát triển khu vực dịch vụ đạt tốc độ cao hơn các khu vực sản xuất và cao hơn tốc độ tăng trưởng GDP là một hướng quan trọng chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Mở rộng thị trường nội địa, phát triển thương mại trong nước, tăng nhanh xuất khẩu, giảm nhập siêu để đến năm 2020 cân bằng được xuất - nhập, chủ động tham gia vào mạng phân phối toàn cầu, phát triển hệ thống phân phối các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh ở cả trong và

ngoài nước, xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt Nam… là một trong những định hướng lớn nhằm tạo tiền đề và động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế nhanh, chuyển đổi mô hình tăng trưởng, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Để góp phần thực hiện thành công chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011-2020, xuất khẩu hàng hóa cần được tổ chức phát triển theo định hướng chủ yếu sau:

- ***Phát triển xuất khẩu hàng hóa nhanh nhưng có chọn lọc theo hướng nâng cao chất lượng, hiệu quả, tính bền vững, tạo động lực tăng trưởng và cơ cấu lại nền kinh tế:***

Phát triển xuất khẩu hàng hóa phải đạt tốc độ nhanh hơn tốc độ tăng trưởng các ngành sản xuất và tốc độ tăng trưởng GDP để tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Phát triển có chọn lọc các sản phẩm xuất khẩu có nhiều tiềm năng và lợi thế, giá trị gia tăng cao, tỉ lệ giá trị nội địa trong sản phẩm và tỉ lệ thực thu xuất khẩu cao, tiết kiệm tài nguyên. Giảm hệ số nguồn lực và khai thác tài nguyên cho một đơn vị kim ngạch xuất khẩu. Giảm dần quy mô xuất khẩu các ngành sản phẩm đang phát triển chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên, tham gia ở các khâu có giá trị gia tăng thấp trong chuỗi giá trị toàn cầu. Tập trung nguồn lực cho phát triển xuất khẩu của các ngành có nhiều tiềm năng tham gia sâu vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu. Tăng nhanh sản lượng và KNXK sản phẩm của các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo có hàm lượng công nghệ cao, giá trị gia tăng cao để tăng sức cạnh tranh, tăng nhanh kim ngạch và chất lượng tăng trưởng xuất khẩu. Đa dạng hóa các phương thức xuất khẩu, chủ động và chú trọng phát triển hệ thống phân phối trực tiếp hàng xuất khẩu Việt Nam trên thị trường nước ngoài để nâng cao hiệu quả xuất khẩu, đẩy mạnh tham gia có hiệu quả vào mạng lưới phân phối toàn cầu. Gắn kết sự phát triển hệ thống phân phối sản phẩm với phát triển thương hiệu cho sản phẩm xuất khẩu Việt Nam, gắn kết chặt chẽ phát triển xuất khẩu hàng hóa với phát triển xuất khẩu dịch vụ, phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; chú trọng xuất khẩu trực tiếp gắn với phát triển dịch vụ logicstics, nhất là dịch vụ vận tải và bảo hiểm hàng hóa XNK. Hội nhập quốc tế, tham gia các FTA ngày càng sâu rộng, tận dụng hiệu quả các cơ hội thị trường và các ưu đãi theo các cam kết quốc tế để gia tăng xuất khẩu, bảo đảm hội nhập thắng lợi.

- ***Tập trung nguồn lực thực hiện thành công một số đột phá chiến lược nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả xuất khẩu, phấn đấu đạt được một số chỉ tiêu chủ yếu vào năm 2020:***

+ Tỉ lệ hàng chế biến, chế tạo trong tổng KNXK đạt trên 87%, tăng 17 điểm phần trăm so với năm 2010, cao hơn 19 điểm phần trăm so với tỉ lệ này của toàn thế giới trong năm 2008.

+ Tỉ lệ nhóm hàng có hàm lượng công nghệ cao và trung - cao trong tổng KNXK đạt trên 30%, tăng 15 điểm phần trăm so với năm 2010 và tương đương với mức trung bình thấp của khu vực.

+ Tỉ lệ giá trị gia tăng của nhóm hàng công nghiệp chế tạo xuất khẩu đạt trên 50%, tăng thêm trên 30 điểm phần trăm so với năm 2010; của hàng nông sản và khoáng sản xuất khẩu đạt trên 65%, tăng 15 điểm phần trăm so với năm 2010.

+ Tỉ lệ hàng đã qua chế biến trong nhóm hàng nông sản xuất khẩu tính theo kim ngạch đạt trên 60%, tăng 45 điểm phần trăm so với năm 2010.

- ***Định hướng phân kỳ phát triển xuất khẩu:***

+ *Giai đoạn 2011-2015*: Phát triển xuất khẩu hàng hóa hợp lý giữa chiều rộng và chiều sâu, phù hợp với các bước chuyển dịch cơ cấu các ngành sản xuất. Trong giai đoạn này, phần lớn các ngành công nghiệp nền tảng, các ngành công nghiệp tiềm năng với đặc trưng sử dụng nhiều kỹ thuật và vốn sẽ phải tập trung nguồn lực cho tái cơ cấu, nâng cao trình độ kỹ thuật, tăng tỉ lệ nội địa hóa của sản phẩm để nâng cao chất lượng, tạo giá trị mới, nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh. Vì thế, năng lực sản xuất, chất lượng và sức cạnh tranh sản phẩm xuất khẩu của nhóm ngành công nghiệp này chưa thể tăng nhanh trong những năm trước mắt.

Mặt khác, ngoài ngành công nghiệp khai thác và chế biến khoáng sản, trong 4 năm qua (sau khi Việt Nam gia nhập WTO), đã có sự chuyển hướng mạnh nguồn vốn FDI từ các ngành công nghiệp cơ khí, chế tạo sang lĩnh vực kinh doanh tài sản, khách sạn, nhà hàng tuy có giá trị gia tăng cao, tỉ suất lợi nhận cao nhưng không tạo ra sản phẩm xuất khẩu. Xu hướng đó sẽ làm giảm năng lực sản xuất hàng xuất khẩu của các ngành công nghệp chế biến, chế tạo trong giai đoạn tới. Hai mặt hàng xuất khẩu chính của nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản là dầu thô và than đá sẽ giảm mạnh khối lượng xuất khẩu. Vì thế, tăng trưởng xuất khẩu trong 5 năm tới vẫn phần nhiều dựa trên cơ sở phát triển các ngành sản phẩm nông, lâm, thủy sản xuất khẩu và các ngành công nghiệp sử dụng nhiều lao động, có thị trường xuất khẩu khá ổn định. Nhóm hàng dệt may, da giày, sản phẩm gỗ, sản phẩm nhựa, thực phẩm chế biến, điện và điện tử, cơ khí, hóa phẩm tiêu dùng, thủ công mỹ nghệ và nhóm nông, lâm, thủy sản vẫn chiếm tỉ trọng lớn trong KNXK 5 năm tới.

Trong điều kiện  và bối cảnh nêu trên, nhiều khả năng tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn 2011-2015 chỉ đạt tốc độ bình quân 12 - 13%/năm; kim ngạch xuất khẩu tăng từ 72,2 tỉ USD năm 2010 lên khoảng 125 - 132 tỉ USD vào năm 2015.

+ *Giai đoạn 2016-2020:* Tạo bước chuyển mạnh mẽ từ phát triển xuất khẩu theo chiều rộng sang phát triển theo chiều sâu, nâng cao chất lượng tăng trưởng và hiệu quả xuất khẩu. Trong giai đoạn này, phát triển xuất khẩu sản phẩm của các ngành công nghiệp áp dụng công nghệ cao với đặc trưng sử dụng nhiều vốn và hàm lượng kỹ thuật trong sản phẩm cao phải trở thành điểm tựa và là đầu tàu trong tăng trưởng xuất khẩu. Trong đó, KNXK nhóm sản phẩm của các ngành công nghiệp hóa dầu, cơ khí chế tạo, luyện kim, chế biến khoáng sản, thực phẩm, dược phẩm, điện và điện tử - tin học, hóa phẩm tiêu dùng, cao su công nghiệp và latex, vật liệu xây dựng, công nghiệp hỗ trợ phải chiếm tỉ trọng trên 60% kim ngạch xuất khẩu của cả giai đoạn 2016-2020 (năm 2010 chiếm khoảng 36%). Xuất khẩu sản phẩm của các ngành công nghiệp hiện nay đang chủ yếu dựa vào gia công cho

nước ngoài (dệt may, giày dép, sản phẩm gỗ, sản phẩm nhựa, phương tiện vận tải…) sẽ giảm dần nhịp độ tăng trưởng và tỉ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu, nhưng phải tăng nhanh tỉ lệ giá trị thực thu để tăng hiệu quả xuất khẩu, chuyển mạnh từ phát triển xuất khẩu theo chiều rộng sang phát triển xuất khẩu theo chiều sâu, tự chủ trong khâu nghiên cứu và phát triển, thiết kế, mẫu mã, nguyên phụ liệu, phụ kiện và marketing. Các ngành công nghiệp chế biến thực phẩm và dược phẩm, hóa phẩm tiêu dùng cần phát triển nhanh, tạo giá trị gia tăng cao để có kim ngạch xuất khẩu lớn, tạo mũi đột phá tăng trưởng và nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn 2016-2020. Phát triển xuất khẩu nông, lâm, thủy sản, vật liệu xây dựng và hàng thủ công mỹ nghệ chủ yếu theo phương thức xuất khẩu trực tiếp (xuất CIF), hình thành mạng lưới liên kết sản xuất, kinh doanh để xây dựng chuỗi giá trị của từng ngành sản phẩm do doanh nghiệp Việt Nam chi phối từ nguồn hàng đến mạng lưới phân phối trực tiếp trên các thị trường xuất khẩu chính.

Thực hiện thành công định hướng nêu trên, có nhiều khả năng tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn 2016-2020 sẽ đạt tốc độ bình quân 15,5 - 16%/năm; kim ngạch đạt khoảng 255 - 265 tỉ USD vào năm 2020.

- ***Định hướng phát triển nguồn hàng và chuyển dịch cơ cấu hàng XK:***

+ Giảm khối lượng xuất khẩu khoáng sản thô, chuyển dần sang xuất khẩu sản phẩm chế biến sâu, 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. Đến năm 2015, sẽ không còn xuất khẩu than đá và dầu thô, quặng thô. Tăng trưởng xuất khẩu nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản trong thời kỳ 2011-2020 sẽ chủ yếu dựa vào tăng tỉ lệ sản phẩm chế biến và tăng giá xuất khẩu. KNXK nhóm hàng này dự kiến đạt 3,1 tỉ USD vào năm 2015 và 2,5 tỉ USD vào năm 2020, tỉ trọng trong tổng KNXK giảm nhanh từ 11,2% trong năm 2010 xuống dưới 2,5% vào năm 2015 và dưới 1% vào năm 2020.

+ Khai thác lợi thế của nền nông nghiệp nhiệt đới đa dạng sinh học để gia tăng sản lượng và kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản, hướng mạnh vào phát triển sản phẩm sạch, giá trị gia tăng cao, có sức cạnh tranh và vượt được rào cản thương mại mới ngày càng tinh vi của các nước nhập khẩu. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực thuộc nhóm này thời kỳ tới vẫn sẽ là thủy sản, gạo, cao su, cà phê, điều nhân, hạt tiêu, rau quả và hoa, sắn và sản phẩm từ sắn, chè. Trong đó, hạt nhân tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng này là sản phẩm cao su và thủy sản. Tổng giá trị xuất khẩu của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản có thể đạt 29 - 30 tỉ USD vào năm 2015 và 36 - 37 tỉ USD vào năm 2020, chiếm tỉ trọng khoảng 22% và 14% tổng kim ngạch xuất khẩu trong thời gian tương ứng.

+ Khai thác, sử dụng hiệu quả nguồn nguyên liệu đa dạng, nguồn lao động dồi dào để phát triển sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo và sản phẩm thủ công mỹ nghệ có tỉ lệ giá trị nội địa và giá trị gia tăng xuất khẩu cao, tăng nhanh kim ngạch và hiệu quả xuất khẩu, tạo việc làm và tăng thu nhập cho người lao động. Mười mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nhóm này là dệt may, giày dép, điện tử và linh kiện, thủ công mỹ nghệ, sản phẩm gỗ, sản phẩm nhựa, dây điện và cáp điện, túi xách và ô dù, sản phẩm cơ khí, thực phẩm chế

biến, hóa chất và sản phẩm hóa chất. Trong đó, cần phát triển xuất khẩu sản phẩm điện tử và linh kiện máy tính làm mũi đột phá tăng trưởng xuất khẩu, phát triển xuất khẩu sản phẩm cơ khí, sản phẩm hóa chất một cách có chọn lọc, hiệu quả và bền vững, làm động lực và hạt nhân tăng trưởng xuất khẩu trong thời kỳ tới. Kim ngạch xuất khẩu nhóm 10 mặt hàng này có khả năng sẽ tăng từ 35,41 tỉ USD năm 2010 lên khoảng 80 tỉ USD vào năm 2015 và khoảng 180 - 190 tỉ USD vào năm 2020, chiếm tỉ trọng 49%, 64% và 73% tổng KNXK trong các mốc thời gian tương ứng.

+ Phát triển xuất khẩu nhóm hàng nguyên, phụ liệu công nghiệp với quy mô hợp lý, xử lý hài hóa mối quan hệ giữa tăng trưởng kim ngạch với hiệu quả và phát triển bền vững, hạn chế thâm dụng tài nguyên và tác động tổn hại đến môi trường. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực thuộc nhóm này gồm sắt thép, chất dẻo nguyên liệu, nguyên phụ liệu thuốc lá, nguyên phụ liệu dược, hóa chất công nghiệp. Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này có nhiều khả năng tăng từ 1,5 tỉ USD năm 2010 lên trên 2,5 tỉ USD vào năm 2015 và trên 4 tỉ USD vào năm 2020.

+ Phát triển xuất khẩu nhóm hàng vật liệu xây dựng với tốc độ nhanh trên cơ sở đa dạng hóa mặt hàng và thị trường, áp dụng công nghệ cao sản xuất vật liệu xây dựng cao cấp xuất khẩu để tăng nhanh quy mô và hiệu quả xuất khẩu. Ngoài xi măng, các mặt hàng xuất khẩu chủ lực thuộc nhóm này sẽ gồm kính xây dựng, gạch ốp lát và sứ vệ sinh, cát và đá xây dựng… Kim ngạch xuất khẩu sẽ đạt khoảng 3,5 tỉ USD vào năm 2015 và 9,5 tỉ USD vào năm 2020.

***Bảng 2:*** **Tổng hợp định hướng chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu thời kỳ 2011-2020 (phương án cơ sở)**

| Nhóm hàng | Năm 2010 (TH) | | Năm 2015 (DK) | | Năm 2020 (DK) | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Kim ngạch (tỉ USD) | Tỉ lệ (%) | Kim ngạch (tỉ USD) | Tỉ lệ (%) | Kim ngạch (tỉ USD) | Tỉ lệ (%) |
| **Tổng số** | **72,2** | **100** | **125** | **100** | **255** | **100** |
| **I. Theo nhóm mặt hàng xuất khẩu** | | | | | | |
| 1. Nhóm nhiên liệu và khoáng sản | 10,07 | 11,2 | 3,1 | 2,5 | 2,45 | 0,96 |
| 2. Nhóm nông, lâm, thủy sản | 16 | 22,1 | 19,5 | 22,0 | 37 | 14,0 |
| 3. Nhóm sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo và thủ công mỹ nghệ | 35,4 | 49,0 | 80,7 | 64,5 | 187,5 | 73,3 |
| 4. Nhóm nguyên phụ liệu công nghiệp | 1,52 | 2,1 | 2,5 | 2,0 | 4 | 1,6 |
| 5. Nhóm vật liệu xây | 1 | 1,4 | 3,5 | 2,8 | 9,5 | 3,7 |

| Nhóm hàng | Năm 2010 (TH) | | Năm 2015 (DK) | | Năm 2020 (DK) | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Kim ngạch (tỉ USD) | Tỉ lệ (%) | Kim ngạch (tỉ USD) | Tỉ lệ (%) | Kim ngạch (tỉ USD) | Tỉ lệ (%) |
| lượng | | | | | | |
| 6. Nhóm hàng hóa khác | 8,21 | 11,4 | 4,56 | 3,65 | 5,7 | 2,2 |
| **II. Theo tiêu chuẩn SITC** | | | | | | |
| 1. Nhóm hàng thô và sơ chế | 22,6 | 31,3 | 25,1 | 20,0 | 31,9 | 12,5 |
| 2. Nhóm hàng chế biến chế tạo | 49,6 | 69,7 | 99,9 | 80,0 | 223,1 | 87,5 |
| **III. Theo hàm lượng công nghệ của sản phẩm xuất khẩu** | | | | | | |
| 1. Nhóm hàng công nghệ cao và trung - cao | 11,20 | 15,5 | 32,2 | 25,8 | 77,1 | 30,2 |
| 2. Nhóm hàng công nghệ thấp và trung - thấp | 61,0 | 84,5 | 92,8 | 24,2 | 177,9 | 69,8 |

*Nguồn: - Số liệu năm 2010 được tính toán từ nguồn số liệu của Cục Công nghệ thông tin và thống kê hải quan*

*- Số liệu định hướng đến năm 2015 và 2020 được tác giả tính toán và chắt lọc, tổng hợp từ các Chiến lược, quy hoạch phát triển các ngành sản phẩm nông - công nghiệp*

- ***Định hướng phát triển thị trường và điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu thời kỳ 2011-2020:***

+ Tạo bước chuyển cơ bản từ xuất FOB sang xuất CIF, từ phát triển thị trường xuất khẩu theo chiều rộng sang phát triển thị trường theo chiều sâu.

+ Phát triển nhanh hệ thống phân phối trực tiếp hàng Việt Nam trên các thị trường trọng điểm gắn với đẩy mạnh sự tham gia vào mạng sản xuất, các chuỗi giá trị toàn cầu theo từng ngành sản phẩm xuất khẩu chủ lực…, gắn với phát triển nhanh và tham gia kết nối mạng lưới logistics toàn cầu để nâng cao sự chủ động và hiệu quả xuất khẩu.

+ Tận dụng tốt các điều kiện thuận lợi về tiếp cận thị trường và cắt giảm thuế quan ngày càng sâu hơn của các đối tác để đẩy mạnh xuất khẩu và nâng cao hiệu quả xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang các thị trường đã ký FTA.

+ Phát huy vai trò, vị thế ngày càng cao của Việt Nam trong các tổ chức quốc tế, khu vực và tăng cường hoạt động ngoại giao kinh tế để mở rộng thị trường xuất khẩu, bảo vệ cạnh tranh công bằng cho hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam trước xu hướng bảo hộ đang trỗi dậy, đặc biệt là trong các trường hợp bị các bên đối tác sử dụng biện pháp chống phá giá.

+ Tiếp tục coi khu vực châu Á - Thái Bình Dương là thị trường xuất khẩu trọng điểm trong 10 năm tới. Củng cố và mở rộng vững chắc thị phần của hàng Việt Nam sang thị trường EU, Bắc Mỹ. Tạo bước đột phá mở rộng thị trường xuất khẩu tại Liên bang Nga và Đông Âu, Nam Mỹ và Caribe, Tây Á, Nam Á và châu Phi. Sử dụng hiệu quả các FTA đã ký kết và đang đàm phán tham gia để điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu theo từng ngành và khu vực địa lý phù hợp với lợi thế cạnh tranh và mong muốn của ta.

***Bảng 3:*** **Định hướng tổng quát điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu thời kỳ đến năm 2020**

| **Thị trường** | **Ước tỉ trọng năm 2010 (%)** | **Tỉ trọng năm 2020 (%)** |
|---|---|---|
| **1. Châu Á** | **48** | **45 - 46** |
| - ASEAN + 3 | 38,5 | 35 - 36 |
| + ASEAN | 15,5 | 11 - 12 |
| + Trung Quốc | 10,11 | 12 - 13 |
| + Nhật Bản | 10,69 | 8 - 9 |
| + Hàn Quốc | 4,28 | 2 |
| - Tây Á, Nam Á | 4,5 | 7 - 8 |
| - Các thị trường khác | 5,0 | 2 |
| **2. Châu Âu** | **18,0** | **19 - 20** |
| - EU | 16,5 | 15 |
| - Nga - Belarut - Kazakhstan | 1,5 | 3 - 4 |
| - Các thị trường khác | 0,85 | 1 |
| **3. Châu Mỹ** | **23** | **24 - 25** |
| - Bắc Mỹ | 20,83 | 19 - 20 |
| + Hoa Kỳ | 19,72 | 18 - 19 |
| + Canada | 1,1 | 1 |
| - Các thị trường khác | 2,2 | 5 |
| **4. Châu Đại Dương (Úc và Niuzilân)** | **3,91** | **3** |
| **5. Châu Phi** | **1,7** | **5** |

*Nguồn: - Số liệu năm 2010 được tổng hợp từ nguồn số liệu của Cục Công nghệ thông tin và thống kê hải quan*

*- Số liệu năm 2020 là kết quả dự báo và định hướng gắn với kết quả dự báo về hội nhập quốc tế của Việt Nam*

# PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM

*TS. Hồ Trung Thanh*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

## 1. Đặt vấn đề

Phát triển bền vững đang trở thành xu thế tất yếu mang tính toàn cầu, là mục tiêu phấn đấu của các quốc gia trên thế giới. Xét một cách chung nhất, *phát triển bền vững là sự phát triển nhằm thỏa mãn nhu cầu của thế hệ hiện tại mà không làm ảnh hưởng đến việc thỏa mãn nhu cầu của các thế hệ trong tương lai*. Đó là sự đảm bảo về chất của sự phát triển, sự hài hòa giữa mục tiêu kinh tế, xã hội, môi trường.

Để đảm bảo sự phát triển bền vững của nền kinh tế đòi hỏi sự phát triển bền vững ở tất cả các lĩnh vực, trong đó, thương mại nói chung và xuất khẩu nói riêng là một trong những lĩnh vực tạo nên sự bền vững đó. Đối với các nước mà định hướng phát triển kinh tế dựa vào xuất khẩu, phát triển xuất khẩu bền vững góp phần tạo nên sự bền vững chung của nền kinh tế.

Ở Việt Nam, phát triển xuất khẩu là định hướng chiến lược quan trọng trong đường lối phát triển kinh tế. Trong những năm đổi mới, xuất khẩu là một trong những động lực chủ yếu của tăng trưởng kinh tế, góp phần giải quyết một số vấn đề xã hội, bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam trong những năm qua chưa bền vững. Chất lượng tăng trưởng xuất khẩu chưa cao, chứa đựng nhiều yếu tố rủi ro, xuất khẩu chưa thể hiện xu thế công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Xuất khẩu còn thâm dụng quá mức tài nguyên thiên nhiên, gây ô nhiễm môi trường, mất cân bằng sinh thái. Hoạt động xuất khẩu làm nảy sinh một số vấn đề về xã hội như bất bình đẳng trong việc chia sẻ lợi ích từ xuất khẩu.

Trong giai đoạn phát triển mới của đất nước, giai đoạn phát triển nhanh và bền vững, cần thiết phải khắc phục những hạn chế nói trên. Cụ thể là cần có những chính sách để nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất khẩu, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng tăng giá trị, hạn chế khai thác tài nguyên thiên nhiên, ô nhiễm môi trường. Xuất khẩu phải góp phần vào giải quyết các vấn đề xã hội như tăng việc làm, thu nhập, hạn chế bất bình đẳng trong phân phối thu nhập...

Đảm bảo phát triển xuất khẩu bền vững (XKBV) cần có những chính sách đúng đắn và phù hợp, được xây dựng trên cơ sở khoa học, tính đến một cách hài hòa giữa mục tiêu kinh tế, xã hội, môi trường. Tuy nhiên, trong thời gian qua, việc xây dựng chính sách phát triển xuất khẩu chưa thực sự dựa trên các căn cứ lý luận và thực tiễn về PTBV. Chính vì vậy, cần có tiêu chí khoa học làm căn cứ cho các nhà quản lý đưa ra các chính sách đảm bảo phát triển xuất khẩu bền vững. Bài viết này sẽ tập trung làm rõ khái niệm, nội dung và tiêu chí của XKBV, đánh giá hoạt động xuất khẩu Việt Nam theo các tiêu chí PTBV và đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu bền vững ở Việt Nam trong thời gian tới

## 2. Xuất khẩu bền vững: Khái niệm, nội dung và tiêu chí đánh giá

### *2.1. Khái niệm và nội dung xuất khẩu bền vững*

Vận dụng lý thuyết phát triển bền vững đối với lĩnh vực xuất khẩu, theo chúng tôi, *xuất khẩu bền vững là sự duy trì nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu cao và ổn định, chất lượng tăng trưởng xuất khẩu ngày càng được nâng cao, góp phần tăng trưởng và ổn định kinh tế, ổn định xã hội và bảo vệ môi trường.*

Theo định nghĩa này, XKBV là sự kết hợp hài hòa hai nội dung. *Nội dung thứ nhất* là duy trì nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu cao và ổn định, đảm bảo chất lượng tăng trưởng được nâng cao. *Nội dung thứ hai* là đảm bảo yêu cầu về sự hài hòa giữa các mặt của PTBV: kinh tế, xã hội, môi trường (xem Hình 1).

Xuất khẩu là một hoạt động kinh tế, là một bộ phận của hoạt động kinh tế nói chung, do đó phát triển xuất khẩu bền vững cũng giống như phát triển kinh tế bền vững phải duy trì được tốc độ tăng trưởng cao và liên tục, đảm bảo chất lượng tăng trưởng trên cơ sở tăng giá trị gia tăng xuất khẩu, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng hiện đại, sức cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu ngày càng được nâng cao. Tăng trưởng xuất khẩu không liên tục, chứa đựng nhiều rủi ro tăng trưởng khi có biến động lớn do cơ cấu không hợp lý, sức cạnh tranh hàng hóa xuất khẩu yếu kém, sụt giảm tốc độ xuất khẩu gây nên bất ổn kinh tế vĩ mô... thì không thể coi là XKBV.

Xuất khẩu bền vững phải đáp ứng yêu cầu về sự hài hòa của PTBV: kinh tế, xã hội, môi trường. Xuất khẩu tăng trưởng cao và liên tục, chất lượng được nâng cao nhưng xuất khẩu chủ yếu dựa vào tài nguyên thiên nhiên, làm cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, gây ô nhiễm môi trường, tức là đánh đổi môi trường để có được kim ngạch xuất khẩu cao thì không thể coi là xuất khẩu bền vững. Hoặc là, xuất khẩu chỉ phục vụ lợi ích cho một nhóm người, nhất là trong việc khai thác tài nguyên thiên nhiên. Trường hợp này thường xảy ra ở nhiều nước có nền dân chủ phát triển thấp, độc tài, tập trung quyền lực cao độ. Trong trường hợp này, chia sẻ lợi ích xuất khẩu không công bằng thì cũng không thể coi đây là xuất khẩu bền vững.

Như vậy, xuất khẩu bền vững phải là sự kết hợp hài hòa giữa mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu và các mục tiêu ổn định kinh tế, xã hội và cải thiện môi trường. Tuy nhiên, trong những giai đoạn phát triển khác nhau, việc đảm bảo sự hài hòa giữa các mặt của PTBV là khác nhau. Trong giai đoạn đầu của công nghiệp hóa, giai đoạn tích lũy tư bản, tăng trưởng xuất khẩu cũng như tăng trưởng kinh tế phải dựa vào tài nguyên thiên nhiên, phát triển các ngành công nghiệp có thể gây ô nhiễm. Các quốc gia phải đánh đổi môi trường để có được sự tăng trưởng kinh tế. Đây là mô hình phát triển xuất khẩu theo chiều rộng. Tuy nhiên, mức độ đánh đổi khác nhau ở các nước do chính sách phát triển của chính phủ. Chẳng hạn, các nước Đông Á theo đuổi mô hình phát triển dựa vào xuất khẩu thành công hơn các nước Đông Nam Á trong vấn đề môi trường và xã hội. Các nước Đông Á có nền kinh tế bền vững hơn, xã hội công bằng hơn và môi trường được gìn giữ hơn. Đó là do các nước Đông Á đã có mô hình phát triển hợp lý hơn, tạo ra những điều kiện để nhanh chóng chuyển từ

mô hình tăng trưởng theo chiều rộng (dựa chủ yếu vào tài nguyên và lao động rẻ) sang mô hình tăng trưởng theo chiều sâu, hạn chế khai thác tài nguyên, sử dụng công nghệ và chất xám. Thành công của các nước Đông Á dựa trên một nền giáo dục chất lượng cao, một chính phủ năng động và trong sạch, một nền kinh tế năng động và có sức cạnh tranh quốc tế. Như vậy, XKBV phải dựa vào mô hình tăng trưởng theo chiều sâu, trên cơ sở khai thác các lợi thế cạnh tranh do các yếu tố thể chế, chất lượng lao động, công nghệ mang lại.

Một vấn đề khác cũng cần chú ý khi nghiên cứu xuất khẩu bền vững là tính bền vững của hoạt động xuất khẩu phải được xem xét trong dài hạn. Tăng trưởng xuất khẩu cao trong ngắn hạn trên cơ sở khai thác các yếu tố lợi thế so sánh sẵn có mặc dù mang lại hiệu quả kinh tế cao (thu được nhiều ngoại tệ) chưa hẳn là xuất khẩu bền vững nếu chỉ xuất khẩu hàng thô, có giá trị gia tăng thấp, làm cạn kiệt tài nguyên và gây ô nhiễm môi trường, đem lại lợi ích cho một bộ phận tham gia xuất khẩu.

### *2.2. Các chỉ tiêu đánh giá xuất khẩu bền vững*

*(1) Các tiêu chí đánh giá tính ổn định và chất lượng tăng trưởng xuất khẩu*

i- Quy mô và nhịp độ tăng trưởng bình quân kim ngạch xuất khẩu trong một thời gian nhất định. Chỉ tiêu này thể hiện việc duy trì quy mô và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu. Đó là tổng kim ngạch xuất khẩu hàng năm và tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm. Quy mô kim ngạch xuất khẩu được thể hiện ở chỉ tiêu tỷ trọng KNXK một nước trong tổng KNXK của khu vực hoặc thế giới. Tốc tăng trưởng xuất khẩu bình quân cần được so sánh với tốc độ tăng trưởng của GDP. Thông thường, ở những nước tăng trưởng kinh tế dựa vào xuất khẩu, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hợp lý là mức cao hơn tốc độ tăng trưởng kinh tế từ 2 - 2,5 lần. Chẳng hạn như ở nước ta, giai đoạn từ 1990-2000, xuất khẩu tăng bình quân 20%/năm, GDP tăng bình quân khoảng 7%.

ii- Tỷ trọng của xuất khẩu trong GDP cũng là một chỉ số để đo lường tính bền vững của hoạt động xuất khẩu về kinh tế. Theo đó, tỷ trọng xuất khẩu trong GDP tăng nhanh. Chỉ số này còn thể hiện độ mở của nền kinh tế trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

iii- Chất lượng tăng trưởng xuất khẩu được thể hiện ở cơ cấu xuất khẩu theo nhóm hàng cũng như cơ cấu xuất khẩu theo mức độ chế biến. Chẳng hạn, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng công nghệ cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của một nước thể hiện trình độ công nghiệp hóa của nước đó cũng như mức độ tăng giá trị của hàng hóa xuất khẩu.

iv- Mức độ gia tăng giá trị của hàng hóa xuất khẩu. Đây là chỉ số rất quan trọng để đánh giá tính hiệu quả của hoạt động xuất khẩu cũng như khả năng cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu.

v- Tính bền vững của hoạt động xuất khẩu còn được thể hiện qua một số yếu tố khác như chất lượng hoạt động của hệ thống tài chính, ngân hàng, dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu, kết cấu hạ tầng kinh tế và xã hội, hệ thống phân phối...

*(2) Các tiêu chí đánh giá mức độ bền vững về kinh tế*

i- Mức độ đóng góp của xuất khẩu vào tăng trưởng GDP, thể hiện ở tỷ lệ phần trăm của xuất khẩu trong tăng trưởng GDP hoặc điểm phần trăm của xuất khẩu trong mức tăng GDP.

ii- Chỉ số nợ trên xuất khẩu. Về thực chất, chỉ số này thể hiện mức độ an toàn về tài chính của một nước, tức là mức độ đóng góp của xuất khẩu vào dự trữ ngoại tệ và cân bằng cán cân thanh toán. Nếu chỉ số nợ trên xuất khẩu tăng liên tục trong thời gian dài, điều này cho thấy cả nợ và thâm hụt cán cân thanh toán sẽ không có khả năng chịu đựng. Trái lại, nếu chỉ số nợ có xu hướng giảm xuống, thì nợ sẽ có khả năng chịu đựng được và nước vay nợ có khả năng trả nợ của mình.

iii- Tỷ lệ giữa tốc độ tăng xuất khẩu và tốc độ tăng nhập khẩu cũng thể hiện mức độ ổn định vĩ mô của nền kinh tế. Nếu chỉ số tăng xuất khẩu/chỉ số tăng nhập khẩu lớn hơn 1, cho thấy sự lành mạnh của cán cân thương mại nhờ tăng trưởng xuất khẩu. Đây cũng là một chỉ số thể hiện tính lành mạnh của cán cân tài khoản vãng lai.

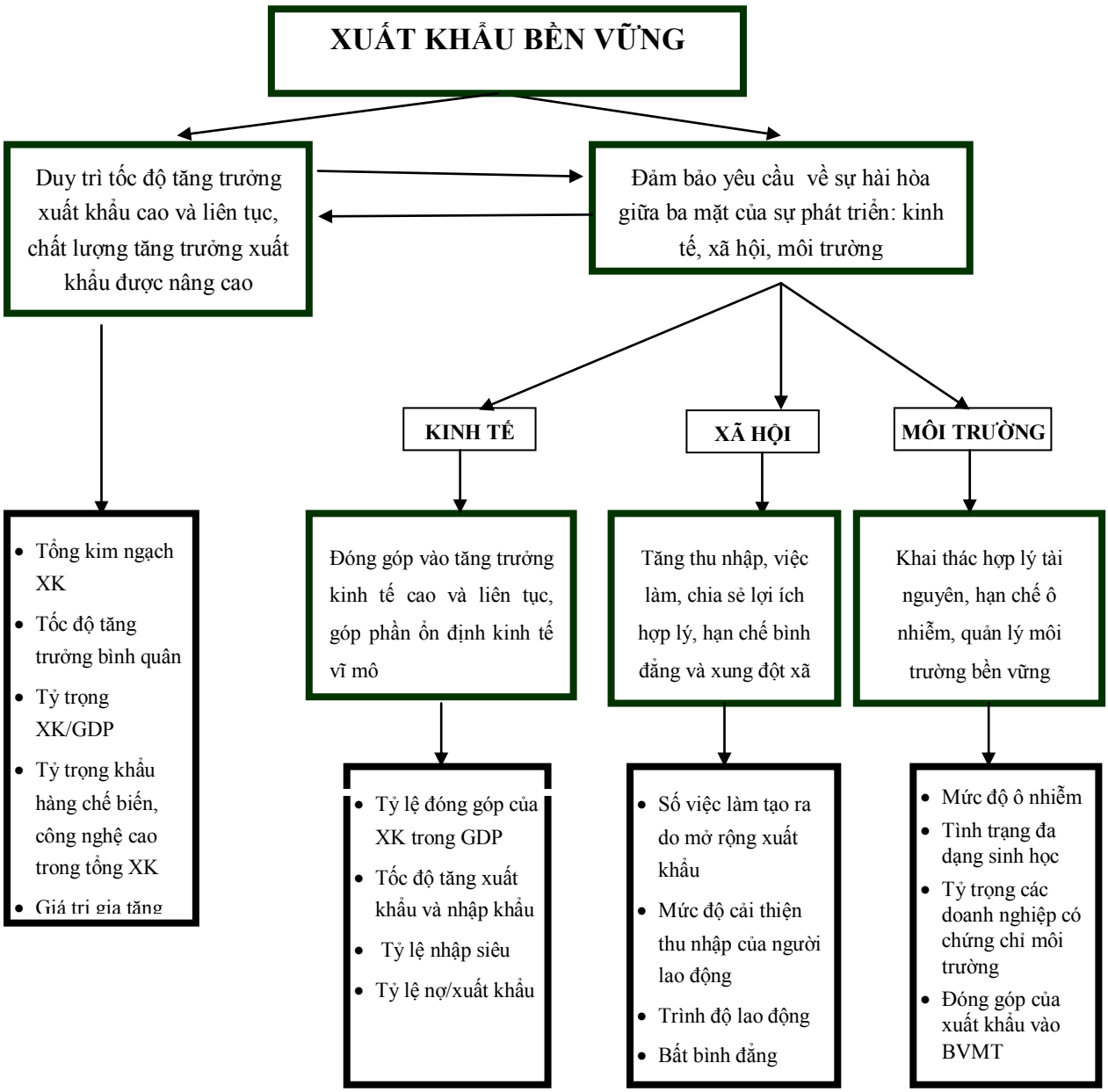
*(3) Các tiêu chí đánh giá mức độ bền vững về môi trường*

i- Mức độ ô nhiễm môi trường được đo bằng nồng độ các thành phần môi trường không khí, nước, đất, xử lý chất thải rắn... Chẳng hạn như mối quan hệ giữa tăng trưởng xuất khẩu và mức độ ô nhiễm hay mức độ cải thiện các thành phần môi trường. Những ngành sản xuất chịu tác động lớn đến các thành phần môi trường là nông nghiệp, dệt may, da giày, hóa chất, thép, xi măng...

ii- Mức độ duy trì các nguồn tài nguyên tái tạo và mức độ khai thác và sử dụng các nguồn tài nguyên không tái tạo. Chẳng hạn, suy giảm đa dạng sinh học hay cải thiện nó dưới tác động của việc mở rộng xuất khẩu như: xuất khẩu thủy sản và thu hẹp diện tích rừng ngập mặn, tăng trưởng xuất khẩu lâm sản và thu hẹp diện tích rừng nguyên sinh, động thực vật quý hiếm...

iii- Tỷ lệ các doanh nghiệp đạt được các chứng chỉ môi trường. Chẳng hạn như tỷ lệ các doanh nghiệp có chứng nhận tiêu chuẩn ISO 14000.

***Hình 1:*** **Sơ đồ xuất khẩu bền vững**




*Nguồn: Tổng hợp của tác giả*

iv- Mức độ đóng góp của xuất khẩu vào kinh phí bảo vệ môi trường cũng là một trong những chỉ tiêu đánh giá tính bền vững về môi trường của hoạt động xuất khẩu. Trên thực tế khó có thể tách bạch phần đóng góp của xuất khẩu dành cho các hoạt động bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, có thể thấy được phần đóng góp này thông qua đóng góp của xuất khẩu vào tăng trưởng kinh tế.

v- Khả năng kiểm soát của chính quyền đối với các hoạt động xuất khẩu để hạn chế các tác động tiêu cực đối với môi trường, ý thức bảo vệ môi trường của người dân... Chỉ tiêu này được phản ánh thông qua các chính sách thúc đẩy xuất khẩu và bảo vệ môi trường.

*(4) Các tiêu chí đánh giá mức độ bền vững về xã hội*

i- Mức độ gia tăng việc làm từ việc mở rộng xuất khẩu. Điều này có thể nhận biết được qua việc phân tích mối quan hệ giữa mở rộng xuất khẩu và thu hút lao động, tạo ra những việc làm mới.

ii- Mức độ cải thiện thu nhập của dân cư từ hoạt động xuất khẩu. Các chỉ số đo lường mức thu nhập, tỷ lệ nghèo đói có thể được áp dụng để đánh giá tính bền vững về xã hội của hoạt động xuất khẩu.

iii- Tỷ trọng các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu áp dụng các biện pháp để cải thiện môi trường và điều kiện lao động, chẳng hạn như áp dụng tiêu chuẩn SA 8000 cũng là một chỉ tiêu khác đánh giá tính bền vững về xã hội của xuất khẩu.

iv- Phát triển bền vững xuất khẩu về mặt xã hội cũng có thể đánh giá thông qua việc phân tích cơ chế chia sẻ lợi ích từ hoạt động xuất khẩu, các vụ biểu tình, đình công của công nhân, khảo sát về bất bình đẳng thu nhập…

v- Tính bền vững của hoạt động xuất khẩu còn được đánh giá thông qua các chính sách khuyến khích xuất khẩu như trợ cấp xuất khẩu, hoàn thuế xuất khẩu, bảo hiểm xuất khẩu...

## 3. Đánh giá hoạt động xuất khẩu Việt Nam theo các tiêu chí phát triển bền vững

### *3.1. Quy mô, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu*

Xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 1991-2010 đã có những thay đổi về chất. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao và tương đối ổn định. Quy mô xuất khẩu đã tăng từ 2 tỷ USD năm 1991 lên 71,6 tỷ năm 2010, tăng gần 40 lần. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân thời kỳ 1995-2010 đạt 19%. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trên GDP tăng từ 24% năm 1991 lên 70% năm 2010. Mặt hàng xuất khẩu ngày càng phong phú và đa dạng. Nếu như năm 2004 Việt Nam chỉ có 10 nhóm hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD thì đến năm 2010 đã có 18 nhóm hàng.

### *3.2. Chất lượng tăng trưởng xuất khẩu*

*Chất lượng tăng trưởng xuất khẩu nhìn từ chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu:* Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam trong 20 năm qua đã có sự chuyển dịch tương đối tích cực: tăng tỷ trọng hàng xuất khẩu chế biến, giảm xuất khẩu hàng thô, thị trường được đa dạng hóa, vai trò của khu vực tư nhân và FDI ngày càng lớn. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản giảm từ 25,3% năm 1995 xuống 11% năm 2010; nhóm hàng công nghiệp tăng từ 28,4% năm 1995 lên 68,2% năm 2010 và nhóm nông, lâm, thủy sản giảm từ 46,3% năm 1995 xuống 20,8% năm 2010. Tuy nhiên, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua chưa thể hiện rõ nét xu hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Thể hiện rõ nhất là tỷ trọng hàng thô, sơ chế, giá trị gia tăng thấp còn cao. Việt Nam mới tận dụng được lợi thế so sánh sẵn có để phát triển xuất khẩu mà chưa khai thác được lợi thế cạnh tranh để phát triển những mặt hàng có hàm lượng công nghệ cao, giá trị gia tăng lớn.

*Giá trị gia tăng của xuất khẩu:* Mặc dù tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam rất cao nhưng giá trị gia tăng của hàng xuất khẩu còn nhỏ bé trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Xuất khẩu Việt Nam vẫn chủ yếu dựa vào các ngành chế biến sử dụng nhiều nguồn tài nguyên, ngành chế tạo công nghệ thấp sử dụng nhiều lao động và sản xuất các cấu kiện, công nghệ trung bình. Xuất khẩu công nghệ cao chỉ chiếm gần 10% năm 2010. Tỷ suất lợi nhuận của những ngành thay thế nhập khẩu được bảo hộ cao hơn so với các ngành định hướng xuất khẩu, nhất là các ngành sử dụng nhiều lao động. Giá trị gia tăng thấp của hàng xuất khẩu Việt Nam còn thể hiện ở hiệu suất đầu tư thấp (ICOR). Nếu như trong giai đoạn 1995-2000, chỉ cần 2,5 - 3 đồng vốn đã tạo ra một đồng giá trị gia tăng, nhưng giai đoạn 2001-2010 phải cần đến 4 - 4,5 đơn vị đầu tư.

*Sức cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu:* Trong thời gian qua, mặc dù có sự cải thiện về sức cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu, tuy nhiên về cơ bản, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vẫn có sức cạnh tranh thấp so với các nước trong khu vực, đặc biệt là Trung Quốc và ASEAN. Việt Nam có sức cạnh tranh cao trong các ngành sử dụng tài nguyên và lao động rẻ. Tuy nhiên, so với các nước như Thái Lan, Trung Quốc, sức cạnh tranh của các ngành sử dụng nhiều lao động như dệt may, da giày, lắp ráp... vẫn còn thấp.

*Khả năng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu:* Việt Nam hiện nay mới tham gia vào những khâu tạo ra giá trị gia tăng ít nhất trong chuỗi giá trị toàn cầu. Đó là khâu gia công, lắp ráp, cung cấp nguyên vật liệu đầu vào. Nếu không cải thiện được năng lực cạnh tranh để tham gia vào những khâu tạo ra giá trị gia tăng cao hơn thì khả năng tăng trưởng xuất khẩu nhanh và liên tục sẽ rất hạn chế.

### *3.3. Đóng góp của xuất khẩu đối với tăng trưởng kinh tế và ổn định kinh tế vĩ mô*

*Đóng góp vào tăng trưởng GDP:* Từ năm 1995 đến nay mức đóng góp của xuất khẩu vào tăng trưởng kinh tế là khá ấn tượng. Theo điểm phần trăm, năm 2002, GDP tăng 7,08% thì xuất khẩu đóng góp 5,89 điểm phần trăm, tương ứng năm 2003 là 7,34 và 11,66; năm 2004: 7,79 và 16,80; năm 2005: 8,44 và 15,13; năm 2006: 8,23 và 17,78; năm 2007: 8,48 và 19,8 và năm 2008 là 6,18 và 3,57. Theo tỷ lệ phần trăm, năm 2002, xuất khẩu đóng góp 83,25%; năm 2003: 158,78%; năm 2004: 215,71%; năm 2005: 179,25%; năm 2006: 206,04%; năm 2007 là 233,53% và năm 2008 là 57,57%. Tuy nhiên, nếu xét theo mức đóng góp của xuất khẩu ròng thì hầu như tỷ lệ này đều âm qua các năm. Điều này là do nhập khẩu tăng nhanh hơn xuất khẩu làm cho thâm hụt thương mại ngày càng tăng, mức kỷ lục là năm 2008 là 18 tỷ USD.

*Đảm bảo ổn định kinh tế vĩ mô:* Bên cạnh làm lành mạnh hóa cán cân thanh toán, xuất khẩu còn làm tăng dự trữ ngoại tệ. Nợ của Việt Nam hiện nay vẫn đang trong giới hạn an toàn. Chỉ số nợ trên GDP khoảng 40% và chỉ số nợ/xuất khẩu của Việt Nam có xu hướng giảm dần và thấp hơn mức báo động. Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu còn tiềm ẩn nguy cơ gây mất ổn định kinh tế. *Thứ nhất,* cơ cấu hàng xuất khẩu nước ta hiện đang chứa đựng yếu tố rủi ro có thể tác động tiêu cực đối với thu ngân sách và phát triển xuất khẩu trong điều

kiện thương mại tự do. *Thứ hai,* chính sách thương mại bảo hộ cao cho một số ngành nhiều vốn, ít tạo ra việc làm, hướng thay thế nhập khẩu gây nên méo mó trong đầu tư, tạo ra *mức tăng trưởng GDP không bền vững* có thể làm gia tăng gánh nợ nước ngoài trong điều kiện tự do hóa thương mại trong tương lai. *Thứ ba, v*ới độ mở kinh tế quá cao như hiện nay, nền kinh tế nước ta phụ thuộc quá lớn vào nền kinh tế thế giới. Do đó, nếu không đẩy mạnh cải cách, nâng cao năng lực cạnh tranh, thì những biến động của thị trường thế giới sẽ có ảnh hưởng rất lớn đến duy trì sự ổn định kinh tế vĩ mô và biến động xã hội. *Thứ tư,* chất lượng thu hút lao động trong các ngành định hướng xuất khẩu chưa cao, do đó nguy cơ có thể xảy ra mất việc làm và giảm thu nhập của người lao động trong bối cảnh thị trường biến động lớn là rất cao.

### *3.4. Xuất khẩu và các vấn đề môi trường*

*Xuất khẩu với việc duy trì và cải thiện tài nguyên đa dạng sinh học:* Hiệu quả kinh tế cao của một số mặt hàng nông sản, thuỷ sản làm cho người sản xuất quan tâm hơn đến việc duy trì và phát triển chúng. Những phương pháp canh tác khoa học, hạn chế sử dụng phân hóa học, khuyến khích sử dụng phân hữu cơ, luân canh cây trồng có tác dụng làm tăng độ màu mỡ của đất... Việc khai thác các nguồn gen quý hiếm truyền thống để phát triển các giống cây có giá trị kinh tế cao như vải, chuối, đặc sản rừng đã có tác dụng duy trì và phát triển tài nguyên đa dạng sinh học, đảm bảo cân bằng sinh thái.

Tuy nhiên, xuất khẩu nước ta trong những năm qua làm suy giảm tài nguyên đa dạng sinh học. Điển hình nhất là việc đẩy mạnh xuất khẩu nhóm sản phẩm nông, thuỷ sản theo chiều rộng làm thu hẹp diện tích rừng, phá vỡ hệ sinh thái trên cạn và ven biển do mở rộng diện tích canh tác. Sử dụng các phương pháp đánh bắt hải sản theo lối hủy diệt như dùng thuốc nổ, các loại lưới mắt nhỏ làm mất đi các loài cá con và các sinh vật biển khác. Diện tích rừng tự nhiên của nước ta đang bị thu hẹp do mở rộng diện tích trồng một số cây có giá trị xuất khẩu cao như cao su, cà phê, điều. Khai thác gỗ trái phép cũng là nguyên nhân dẫn đến thu hẹp diện tích rừng nguyên sinh. Buôn bán trái phép động thực vật hoang dã là nguyên nhân chính ảnh hưởng đến sự suy giảm đa dạng sinh học, chỉ sau nguyên nhân mất sinh cảnh do cháy rừng và phá rừng.

*Xuất khẩu với vấn đề ô nhiễm và cải thiện môi trường:* Định hướng phát triển kinh tế hướng vào xuất khẩu đã tạo điều kiện thuận lợi để nước ta tiếp thu công nghệ cao ít hoặc không gây ô nhiễm môi trường, tiết kiệm nguyên vật liệu. Sử dụng các công nghệ tiên tiến, công nghệ sản xuất sạch và các phương pháp sản xuất thân thiện với môi trường, các giống cây trồng và vật nuôi mới có tác dụng duy trì và phát triển các loài, tạo điều kiện tăng năng suất cây trồng, vật nuôi, hạn chế mở rộng thêm diện tích canh tác, do đó có tác động tích cực đối với việc bảo tồn đa dạng sinh học.

Tuy nhiên, xuất khẩu của nước ta tiềm ẩn nguy cơ cao về ô nhiễm môi trường. Sử dụng các loại phân bón, hóa chất bảo vệ thực vật không đúng quy cách và quá mức nhằm tăng năng suất vật nuôi, cây trồng đang gây ô nhiễm môi trường đất, nước. Các cơ sở chế biến hàng xuất khẩu cũng là một trong những nhân tố gây ô nhiễm môi trường, đặc biệt là các

cơ sở chế biến thủy hải sản, nông sản, dệt may, da giày, sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ... Khai thác khoáng sản xuất khẩu, nhất là than và các loại khoáng sản tận thu đang gây ô nhiễm môi trường đất, nước, không khí và làm giảm đa dạng sinh học.

*Khả năng đáp ứng các quy định và tiêu chuẩn môi trường:* Nhiều doanh nghiệp đã áp dụng những biện pháp sản xuất mới, đầu tư đổi mới công nghệ, tiết kiệm nguyên liệu đầu vào, thay đổi phương pháp đánh bắt và nuôi trồng nhằm khai thác hiệu quả hơn tài nguyên đa dạng sinh học như thuỷ sản, nông sản, lâm sản. Điều này một mặt làm tăng khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam, đồng thời giảm bớt nguy cơ ô nhiễm môi trường trong nước.

Tuy nhiên, việc đáp ứng các yêu cầu môi trường đối với hàng hóa xuất khẩu đang là thách thức đối với các doanh nghiệp nước ta. Do nhận thức còn hạn chế, công nghệ chế biến chậm thay đổi, thiếu thông tin về quy định của các nước nhập khẩu nên tình trạng vi phạm các yêu cầu về vệ sinh và môi trường vẫn còn khá phổ biến.

### *3.5. Xuất khẩu và tác động đến các vấn đề xã hội*

*Xuất khẩu với việc làm và thu nhập:* Xuất khẩu đã đóng góp làm tăng GDP do đó tăng thu nhập bình quân đầu người. Kim ngạch xuất khẩu trên đầu người ở nước ta đã tăng từ 31 USD năm 1991 lên 832 USD năm 2010. Mở rộng xuất khẩu các mặt hàng sử dụng nhiều lao động như giày da, dệt may, thủ công mỹ nghệ, thuỷ sản, nông sản, đồ gỗ tạo việc làm và tăng thu nhập cho một bộ phận dân cư có thu nhập thấp, đặc biệt là dân cư nông nghiệp. Tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu vẫn theo chiều rộng, do vậy, chất lượng lao động không cao và thu nhập của người lao động không ổn định.

*Xuất khẩu với vấn đề công bằng xã hội:* Trước hết, quá trình tự do hóa thương mại làm gia tăng khoảng cách giàu nghèo, bất bình đẳng trong thu nhập giữa các vùng, các tầng lớp dân cư. Cơ hội thương mại khác nhau dẫn đến khác nhau trong thu nhập. Hơn nữa, các chính sách thương mại không hợp lý có thể dẫn đến việc chia sẻ lợi ích kinh tế bất bình đẳng giữa các bộ phận dân cư. Những người có thu nhập thấp, làm nông nghiệp chịu nhiều thiệt thòi trong việc phân chia giá trị gia tăng thu được nhờ quá trình hội nhập và tự do hóa thương mại.

*Xuất khẩu với vấn đề chất lượng và trình độ lao động:* Phát triển xuất khẩu thông qua việc chuyển giao và phát triển công nghệ mới và phương thức quản lý tiên tiến, góp phần đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý và cán bộ kinh doanh. Quá trình hội nhập quốc tế cũng đã góp phần đào tạo, bồi dưỡng cán bộ trong tất cả các lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội hiện đại. Tuy nhiên, do chất lượng xuất khẩu chậm được cải thiện, tăng trưởng xuất khẩu chủ yếu dựa vào lao động rẻ nên mức độ cải thiện trình độ còn chậm. Điều này ảnh hưởng đến việc di chuyển ngành nghề trong điều kiện biến động lớn của thị trường.

## 4. Một số giải pháp phát triển xuất khẩu bền vững ở Việt Nam

### *4.1. Nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất khẩu*

*Chính sách đầu tư và chuyển đổi cơ cấu xuất khẩu: Thứ nhất,* tập trung đầu tư để chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo hướng gia tăng tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến dựa vào lợi thế lao động và công nghệ để tăng lợi thế về quy mô, đồng thời nhanh chóng chuyển sang phát triển các ngành sản xuất xuất khẩu dựa vào vốn và kỹ thuật cao để gia tăng giá trị. *Thứ hai,* từng bước giảm thiểu việc bảo hộ các ngành thay thế nhập khẩu mà khuyến khích đầu tư vào các ngành định hướng xuất khẩu. *Thứ ba,* thu hút đầu tư nước ngoài là một trong những biện pháp để nâng cao hiệu quả xuất khẩu và cải thiện năng lực cạnh tranh hàng xuất khẩu. *Thứ tư,* khuyến khích đầu tư trong nước phải hướng tới việc cơ cấu lại nền kinh tế, phát triển những ngành có lợi thế cạnh tranh.

*Hoàn thiện chính sách thương mại theo hướng thuận lợi hóa cho xuất khẩu:* Chính sách thương mại nên được thực hiện theo hướng đa phương hóa và đa dạng hóa các quan hệ kinh tế, thương mại. Những hướng chính để điều chỉnh chính sách thương mại là giảm bảo hộ đối với những ngành kém hiệu quả để từng bước nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành, khắc phục tình trạng thiên lệch bất lợi cho xuất khẩu, áp dụng hiệu quả các biện pháp khuyến khích và hỗ trợ xuất khẩu, nới lỏng các quy định về hải quan.

*Chính sách tài chính hỗ trợ xuất khẩu:* Cải cách hệ thống tài chính để theo kịp đà phát triển của nền kinh tế. Nâng cao khả năng tiếp cận tín dụng chính thức, cả tín dụng đầu tư lẫn tín dụng vốn lưu động. Tăng cường vai trò và hiệu quả hoạt động của Quỹ tín dụng Hỗ trợ xuất khẩu. Thực hiện cơ chế giám sát hoạt động tài chính của các doanh nghiệp Nhà nước để đảm bảo tình trạng tài chính lành mạnh, hạn chế tối đa việc phát sinh nợ xấu.

*Tận dụng cơ hội của hội nhập để đẩy mạnh xuất khẩu:* Tranh thủ cơ hội do mở cửa thị trường để tận dụng tối đa lợi thế so sánh truyền thống nhằm nâng cao kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng có lợi thế về tài nguyên và lao động rẻ. Tận dụng cơ hội của việc gia nhập WTO để tạo ra lợi thế cạnh tranh mới đối với hàng xuất khẩu. Chuẩn bị đối phó với các vấn đề tranh chấp thương mại, trước hết là việc áp thuế chống bán phá giá của các nước đối với hàng xuất khẩu Việt Nam. Tính tới các phương án khai mở thị trường bên ngoài ngay sau khi gia nhập WTO. Áp dụng có hiệu quả các biện pháp trợ cấp phù hợp với quy định của WTO.

*Đẩy mạnh xúc tiến thương mại:* Tăng cường công tác thu thập và phổ biến thông tin cũng như công tác dự báo để định hướng cho hoạt động sản xuất, xuất khẩu. Nghiên cứu thành lập Quỹ xúc tiến thương mại có sự đóng góp của các doanh nghiệp để tiến hành hỗ trợ doanh nghiệp trong các hoạt động hội chợ, trưng bày, triển lãm... Thực hiện hiệu quả Chương trình xúc tiến xuất khẩu trọng điểm. Củng cố tổ chức và vai trò các cơ quan đại diện ngoại giao, ngoại thương của ta ở nước ngoài.

### *4.2. Giải quyết hài hòa giữa tăng trưởng xuất khẩu và bảo vệ môi trường*

*- Nâng cao nhận thức về môi trường đối với các cơ quan quản lý và doanh nghiệp:* Các biện pháp là mở các khóa đào tạo về môi trường và phát triển bền vững, tăng cường công tác thông tin.

*- Bảo đảm yêu cầu về bảo vệ môi trường ngay từ khâu xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, dự án đầu tư:* Kiên quyết không cho phép đưa vào xây dựng, vận hành, khai thác các cơ sở chưa đáp ứng đầy đủ các yêu cầu về bảo vệ môi trường. Trước hết, là điều chỉnh chiến lược phát triển xuất khẩu có tính đến các yếu tố môi trường. Cần phân tích một cách khoa học giữa mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu và những thiệt hại môi trường do việc tăng cường xuất khẩu gây ra.

*- Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các quy trình và công nghệ sản xuất thân thiện môi trường:* Thúc đẩy phát triển công nghệ, nhất là công nghệ thân thiện môi trường. Có chính sách ưu đãi đối với nhập khẩu các máy móc thiết bị và công nghệ hiện đại, các công nghệ sạch, ít gây ô nhiễm môi trường và đặc biệt là các công nghệ xử lý ô nhiễm môi trường. Nghiên cứu các quy trình sản xuất thân thiện môi trường và đưa vào áp dụng tại các doanh nghiệp như quy trình rau an toàn, thịt an toàn, nuôi trông thủy sản an toàn... Hỗ trợ doanh nghiệp có được các chứng chỉ môi trường đối với hàng hóa xuất khẩu như thành lập các trung tâm kiểm định, tư vấn kỹ thuật, hỗ trợ tài chính để có được chứng nhận môi trường từ các quỹ như quỹ môi trường, quỹ hỗ trợ xuất khẩu. Hỗ trợ về thông tin, hỗ trợ kỹ thuật, chẳng hạn như hỗ trợ xây dựng chiến lược kinh doanh thân thiện môi trường; tạo ra sự sẵn có của các nguồn nguyên liệu đầu vào; tăng cường sự hợp tác giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ với các doanh nghiệp khác có kinh nghiệm trong việc áp dụng các quy định và tiêu chuẩn môi trường; hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng mô hình quản lý môi trường tiên tiến như ISO 14000, HACCP...

*- Xây dựng tiêu chuẩn quốc gia theo hướng phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế:* Trước hết là các quy định tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm. Thứ hai là các tiêu chuẩn về quy trình sản xuất thân thiện môi trường (PPM). Thứ ba là các quy định và tiêu chuẩn về bao bì, đóng gói, nhãn môi trường và nhãn sinh thái...

*- Hoàn thiện một số chính sách môi trường và xuất khẩu:* Nghiên cứu và bổ sung vào danh mục các mặt hàng hạn chế hoặc cấm xuất khẩu những hàng hóa nguy hiểm đối với môi trường, chi tiết hóa danh mục các mặt hàng này. Sửa đổi, bổ sung các sắc thuế và biểu thuế xuất khẩu nhằm khuyến khích xuất khẩu, đồng thời hạn chế khai thác quá mức tài nguyên thiên nhiên.

*- Áp dụng các nguyên tắc, công cụ kinh tế trong quản lý môi trường, tăng cường công tác kiểm tra, thanh tra hoạt động BVMT:* Xây dựng tiêu chí phát triển bền vững về môi trường. Hoàn thiện và xây dựng các hệ thống tiêu chuẩn môi trường quốc gia, ngành phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế. Tăng cường công tác quản lý môi trường, kịp thời phát hiện và xử lý nghiêm minh các vụ vi phạm về BVMT. Tăng cường cơ chế chia sẻ thông tin về các vấn đề môi trường tới các đối tượng có liên quan đến hoạt động xuất khẩu như cơ quan quản lý, nhà sản xuất, nhà xuất khẩu và cộng đồng địa phương.

*- Khuyến khích sự tham gia của cộng đồng vào công tác bảo vệ môi trường, tăng cường hợp tác quốc tế trong bảo vệ môi trường:* Xã hội hóa công tác BVMT. Có chính sách hỗ trợ đối với cộng đồng nơi có đặc tính đa dạng sinh học cao để họ vừa

khai thác vừa bảo tồn và phát triển chúng. Tranh thủ sự hỗ trợ kỹ thuật quốc tế trong việc xây dựng và áp dụng các mô hình sản xuất thân thiện môi trường.

*- Cần có chính sách hỗ trợ và kiểm soát đặc biệt đối với một số ngành mà việc phát triển có tác động trực tiếp đến môi trường như nông nghiệp, khai thác và xuất khẩu thuỷ hải sản, lâm sản, khoáng sản...*

### *4.3. Đảm bảo hài hòa giữa tăng trưởng xuất khẩu và giải quyết các vấn đề xã hội*

- Xây dựng cơ chế chia sẻ lợi ích bình đẳng trong thương mại. Trước hết là cơ chế chia sẻ lợi ích trong việc khai thác tài nguyên thiên nhiên.

- Thiết lập hệ thống an sinh xã hội rộng khắp để giải quyết các vấn đề liên quan đến bất bình đẳng thu nhập, mất việc làm, phá sản, rủi ro thương mại.

- Hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu thu hút nhiều lao động như thủy sản, nông sản, dệt may, da giày, thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ trong trường hợp có biến động xấu hạn chế xuất khẩu để tránh người nông dân và người lao động mất thu nhập, việc làm.

- Áp dụng các biện pháp để cải thiện môi trường cho người lao động, vừa đáp ứng yêu cầu của nhà nhập khẩu nhất là trong các ngành dệt may, da giày (áp dụng tiêu chuẩn SA 8000).

- Chính phủ và các cơ quan liên quan cần tăng cường công tác dự báo thị trường để hạn chế tối đa thiệt hại đối với người sản xuất.

### *Tài liệu tham khảo*


1. CIEM - FES (2004), *Kết hợp tăng trưởng kinh tế với công bằng xã hội nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội bền vững ở Việt Nam*, Thông tin chuyên đề, số 7, Hà Nội.

2. David Dapice (2002), *Thành công và thất bại: Lựa chọn đường đi đúng cho sự tăng trưởng dựa vào xuất khẩu,* http//:www.fetp.edu.vn.

3. Lưu Đức Hải, Nguyễn Ngọc Sinh (2001): "Quản lý môi trường cho sự phát triển bền vững", Nxb Đại học quốc gia Hà Nội.

4. MUTRAP (2008)*, Đánh giá tác động tổng thể khi Việt Nam trở thành thành viên WTO đến thay đổi xuất nhập khẩu và thể chế,* Hà Nội.

5. Ngân hàng thế giới (2001), *Việt Nam: Đẩy mạnh đổi mới để tăng trưởng xuất khẩu*, www.worldbank.org.vn.

# GIẢI QUYẾT HÀI HÒA MỐI QUAN HỆ GIỮA KINH TẾ VÀ SINH THÁI NHẰM HƯỚNG TỚI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM

*PGS. TS. Nguyễn Thế Chinh*
**Phó Viện trưởng Viện Chiến lược, Chính sách Tài nguyên và Môi trường**

## 1. Khái quát hóa vấn đề

Để hướng tới phát triển bền vững cho Việt Nam trong tương lai, chúng ta cần phải giải quyết tốt mối quan hệ hài hòa giữa hệ thống kinh tế và hệ sinh thái, để liên kết hai nội dung này, quan điểm mới của thế giới người ta đang bàn luận nhiều về xây dựng một nền "Kinh tế xanh". Thực chất đó là một nền kinh tế mang lại phúc lợi cho con người và công bằng xã hội, có ý nghĩa giảm những rủi ro môi trường và khan hiếm sinh thái. Để thực hiện được nền kinh tế xanh, về cơ bản các quốc gia thống nhất cần phải "sản xuất và tiêu dùng bền vững", điều đó cũng có nghĩa là phát triển bền vững.

Trong nền kinh tế, thương mại giữ vai trò hết sức quan trọng, là cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng. Thương mại bắt nguồn từ trong các loại thị trường, ở đó có sự kết hợp giữa sản xuất và tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ. Khi hàng hóa và dịch vụ được sản xuất và tiêu dùng thì có thể xảy ra quan hệ giữa thương mại với các tác động môi trường và hệ sinh thái. Thương mại giữa hai quốc gia tác động tới giá cả của hàng hóa và tài nguyên, thu nhập, những mô hình sản xuất và tiêu thụ... Vì thương mại ảnh hưởng đến nền kinh tế quốc gia và nền kinh tế quốc gia tác động tới hệ sinh thái, như vậy có thể nói thương mại tác động gián tiếp tới môi trường. Dù tác động này là tiêu cực hay tích cực thì cũng khó để xác định được xu hướng vì hệ thống kinh tế xã hội và hệ sinh thái liên kết với nhau rất phức tạp. Nếu cơ cấu thể chế của một đất nước không để ý đến một thực tế là quá trình sản xuất hàng hóa làm giảm giá trị hệ thống hỗ trợ cuộc sống, đó là hệ sinh thái, khi đó thương mại cùng với những hàng hóa này sẽ có xu hướng giảm giá trị mạnh hơn. Nói cách khác, khi hàng hóa được sản xuất và tiêu dùng sẽ làm tăng các tác động tới môi trường. Nếu các thể chế tạo ra những nguyên tắc làm cho sản xuất và tiêu dùng hướng tới phát triển bền vững, khi đó thương mại có xu hướng tăng trưởng ổn định hơn.

## 2. Nội ứng hóa các ngoại ứng

Những ngoại ứng có thể dẫn đến những chi phí đáng kể cho xã hội. Để giải quyết vấn đề này, một lựa chọn tối ưu là giảm những tác động liên quan đến môi trường tạo ra ngoại ứng, quan điểm kinh tế học cho rằng cần phải nội ứng hóa những ngoại ứng đó; khi đã chứng minh được sự tồn tại của các ngoại ứng, cần phải gán chi phí và lợi ích cho đối tượng gây ra ngoại ứng đó. Bằng việc nội ứng hóa những chi phí môi trường, trực tiếp hay gián tiếp sẽ ảnh hưởng tới những chi phí và lợi ích của các đối tượng trong xã hội có liên quan, biện pháp đó sẽ giúp giảm sự khác nhau giữa giá trị cá nhân và xã hội, giá cả của hàng hóa và dịch vụ sẽ phản ánh đúng giá trị xã hội.

Nội ứng hóa nghĩa là những chi phí do thiệt hại môi trường phải được đưa vào trong giá của hàng hóa, dịch vụ gây ra thiệt hại đó. Chẳng hạn, chi phí của bệnh ung thư hay những

tác động có hại đối với động, thực vật được đưa vào trong giá của những sản phẩm phá hủy tầng ozôn. Nội ứng hóa chi phí môi trường gia tăng sẽ thay đổi sản xuất theo hướng sử dụng hiệu quả hơn nguồn tài nguyên và năng lượng, giá trị sản phẩm hàng hóa sẽ phù hợp hơn với điều kiện sinh thái cơ bản. Do nội ứng hóa các chi phí ngoại ứng sẽ làm thay đổi trong cách thức đầu tư, là điều kiện tiên quyết cho sự cạnh tranh trong giai đoạn mới.

Một chỉ số của trình độ nội ứng hóa chi phí môi trường trên thế giới được đưa ra trong báo cáo năm 1993 của Viện tầm nhìn thế giới (World Watch Institute). Hàng năm, cơ quan này đưa ra thông tin về tình trạng môi trường toàn cầu. Nội ứng hóa chi phí môi trường đầy đủ, theo nguyên tắc, có nghĩa là không được vượt quá trong bất kỳ trường hợp đơn lẻ nào những ranh giới của khả năng chứa đựng trong dài hạn của môi trường tự nhiên.

Thực tiễn bức tranh kinh tế thế giới trong những năm vừa qua cho thấy ngoại ứng vẫn liên tục xảy ra, diện tích rừng và đa dạng sinh học trên toàn cầu đang có xu hướng giảm dần. Theo World Watch Institute cũng đã chỉ ra tình trạng tàn phá rừng nhiệt đới đang tiếp diễn, quá trình sa mạc hóa đang ngày càng tăng, và một phần ba khu vực nông nghiệp của thế giới phải chịu đựng sự xói mòn nghiêm trọng. Hơn nữa, những số lượng loài cây trồng, vật nuôi đang nhanh chóng giảm dần (xấp xỉ ba phần tư trong số 9.000 loại chim được biết đến trên thế giới có nguy cơ giảm số lượng hoặc tuyệt chủng). Nồng độ "khí nhà kính" trong khí quyển hàng năm vẫn tăng lên, tầng ozone đang bị phá hủy ở một tỉ lệ gia tăng không ngừng. Từ kinh nghiệm thực tiễn đã cho thấy, thị trường- bản thân nó không thể giải quyết vấn đề nội ứng hóa các chi phí môi trường, đòi hỏi phải có giám sát và điều hành từ cơ chế chính sách, từ điều hành và kiểm soát của chính phủ. Cụ thể chi phí môi trường có thể được nội ứng một cách trực tiếp thông qua những điều hành sau đây:

- Các luật và qui định về sản phẩm và công nghệ sản xuất.
- Hình thành thị trường về quyền phát thải, chính sách về phí và thuế môi trường.
- Bằng cách kiểm soát việc sử dụng hiệu quả tài nguyên, xử lý chất thải và ô nhiễm thông qua việc xác định đúng quyền tài sản và những cải cách thể chế khác.

Cần có một cơ chế chính sách phù hợp và một nhìn nhận, đánh giá tổng quan về những biện pháp gián tiếp, bởi vì bản chất phức tạp của cấu trúc xã hội, thể chế kinh tế và sự vận động liên tục của xã hội. Những biện pháp gián tiếp có thể được tạo ra thông qua sự thay đổi trong:

- Chính sách kinh tế vĩ mô.
- Luật pháp.
- Hành vi người tiêu dùng.
- Thay đổi trong cách nhìn nhận những giá trị xã hội.

Trong trường hợp này, việc thiết lập khung thể chế của quốc gia và quốc tế, trở nên vô cùng quan trọng. Làm sao những nguyên tắc đối với những cá nhân và thị trường được hình thành với vai trò quyết định trong nội ứng hóa các chi phí môi trường. Sự thiết lập

những quy tắc này liên quan đến khía cạnh xã hội và môi trường tự nhiên.

### 3. Định giá sự thay đổi trong phúc lợi

Để xác định phạm vi của những ngoại ứng và qua đó nội hóa chúng, một số phương pháp đã được phát triển trong khuôn khổ kinh tế học môi trường. Nền tảng cho việc định giá chi phí và lợi ích là sự thay đổi trong phúc lợi của con người, dựa vào sự ưa thích của cá nhân và được thể hiện bởi sự sẵn lòng chi trả trực tiếp và gián tiếp của cá nhân.

Những phương pháp và ứng dụng của nội ứng hóa chi phí môi trường bị giới hạn ở một mức độ nào đó, bởi vì nhiều tác động môi trường do hoạt động của con người gây ra không được biết tới tại thời điểm định giá. Về cơ bản sự định giá phản ánh trình độ nhận thức của các cá nhân về ngoại ứng và qua đó thấy được hệ thống hỗ trợ cuộc sống của hệ sinh thái tự nhiên. Thực tế cũng cho thấy rất khó để tính được những giá trị sẽ phát sinh trong tương lai. Mặt khác, những tác động môi trường thường có xu hướng tích lũy và chỉ có thể được nhận ra sau nhiều năm khi tác động xảy ra, và quy mô tác động thường tùy thuộc vào những mối quan hệ phức tạp tới những ngoại ứng khác, cũng như dựa trên tính co giãn của hệ sinh thái. Hơn nữa, sự định giá sẽ không đầy đủ nếu thiếu những thị trường thực sự. Thị trường nhân tạo không thể hay có lẽ không nên được xây dựng để tính toán sự sẵn lòng chi trả cho những dịch vụ của hệ sinh thái.

Mặc dù khó có thể định giá được đầy đủ các chi phí ngoại ứng, nhưng việc định giá những chi phí và lợi ích môi trường đóng một vai trò quan trọng trong việc đưa những vấn đề môi trường vào trong các quyết sách kinh tế. Chẳng hạn, đối với những sự điều chỉnh liên quan tới các qui định trong nông nghiệp hay chính sách an sinh xã hội, tới những hoạt động của doanh nghiệp và người tiêu dùng.

Để phát triển bền vững, điều kiện tiên quyết của hệ sinh thái là phải xác định giới hạn cho hoạt động kinh tế nằm trong khả năng chịu đựng được của hệ sinh thái. Xã hội có thể cụ thể hóa các giới hạn này thành những mục đích môi trường rõ ràng, như giới hạn về khối lượng của lưu huỳnh đioxit được phép thải ra trong không khí. Chúng ta cần lưu ý, định giá môi trường thành tiền tệ là việc rất khó khăn trong thực tế phục vụ cho hoạch định chính sách, đòi hỏi phải có một quỹ thời gian và sự đầu tư nguồn lực thích đáng, mặt khác phải tìm ra được các giải pháp về hiệu quả chi phí để đạt được những mục đích về môi trường trong giới hạn khả năng chịu đựng của hệ sinh thái.

### 4. Hệ thống sinh thái chức năng: "Một sự khan hiếm mới"

Các nhà nghiên cứu đã phát hiện ra một số dịch vụ sinh thái đã khan hiếm vào những năm 1980, mặc dù nó ít khi được nhận biết trong giá của thị trường. Điều này được giải thích bằng nhiều lý do. Nếu không khí sạch luôn sẵn có thì nước sạch và những dịch vụ sinh thái khác sẽ không bị giới hạn, khi đó chúng không còn là nguồn khan hiếm nữa. Cũng không có lý do gì để lồng ghép chúng trong các phân tích kinh tế. Bên cạnh việc đóng vai trò là nhân tố sản xuất cơ bản của nền kinh tế quốc dân, thì những hệ thống hỗ trợ cuộc sống của tự nhiên và những dịch vụ sinh thái đang dần trở thành nguồn tài nguyên khan

hiếm.

Trước đó, phần lớn các dịch vụ sinh thái và hỗ trợ cuộc sống, chẳng hạn tính sẵn có của nước, không khí trong lành, hay những cơn mưa rừng nhiệt đới và vùng đất ngập nước, không ràng buộc sự phát triển kinh tế trong bối cảnh toàn cầu. Sự đa dạng của những hệ thống hỗ trợ cuộc sống và những dịch vụ sinh thái đã có thể là bước đệm cho hoạt động kinh tế, và khả năng cung ứng của các dịch vụ này vẫn đáp ứng đủ nhu cầu. Tuy nhiên, những hạn chế ở địa phương vẫn xuất hiện.

Nhu cầu về không khí sạch và những dịch vụ sinh thái khác đã tăng và đưa loài người tới gần hơn ngưỡng hiệu quả sinh thái toàn cầu. Do dân số thế giới và sự tiêu thụ tài nguyên đã tăng lên đáng kể, dẫn đến gây tổn hại tới môi trường thiên nhiên, làm giảm dần sự sẵn có của hệ thống hỗ trợ sinh thái.

Khó có thể nhìn thấy tổng thể hậu quả của nhiều hoạt động riêng lẻ, và do đó để xác định chính xác những hệ thống hỗ trợ cuộc sống cần phải xem xét chúng như một nguồn tài nguyên khan hiếm. Chúng ta đã biết rằng khi tiến hành quản lý hệ sinh thái luôn tồn tại sự thiếu thông tin và thiếu chắc chắn, và sự thay đổi không thể đảo ngược sẽ tăng khi khả năng chống chịu của hệ sinh thái bị giảm sút. Những chi phí xã hội cho những sự thay đổi không đoán trước được có thể là rất lớn và có một ảnh hưởng ra bên ngoài biên giới quốc gia.

Chúng ta không biết chính xác hoạt động kinh tế của con người đã đạt đến ngưỡng sinh thái toàn cầu ở mức độ nào, nhưng như đã đề cập, thực tế cho thấy khả năng chứa đựng của hệ sinh thái để hỗ trợ xã hội loài người là có giới hạn, hay giá trị chỉ còn bằng 0 nếu cứ tiếp tục hoạt động. Việc xác định chính xác khi nào tài nguyên trở nên khan hiếm là rất khó khăn vì những tác động của môi trường thường bị trì hoãn bởi không gian và thời gian. Những dạng vật chất tích lũy do hoạt động sản xuất và tiêu dùng tạo ra đưa vào hệ sinh thái sẽ lan rộng trong một khoảng thời gian dài trước khi những tác động lên khả năng hỗ trợ cuộc sống của tự nhiên trở nên rõ ràng. Việc xác định các vấn đề môi trường mất nhiều thời gian, hơn nữa khi thông tin chuyển thành những biện pháp xã hội và nhận thức của doanh nghiệp về sự khan hiếm mới - khan hiếm về sinh thái thì đã quá muộn. Khi đó các loại hình dịch vụ sinh thái đã bị tổn hại đến mức nghiêm trọng, buộc chúng ta phải có những biện pháp quản lý hệ sinh thái và các nguồn tài nguyên khẩn cấp. Từ viễn cảnh toàn cầu, tài nguyên có thể khan hiếm do sự phụ thuộc lẫn nhau của các hệ thống, mặc dù cùng tài nguyên lại không phải được xem xét là khan hiếm ở địa phương hay quốc gia này mà diễn ra ở địa phương hay quốc gia khác, hay từ khía cạnh của một ngành nhất định. Nhất thiết phải xem xét lại vấn đề để nhìn thấy trước điều này và để tránh viễn cảnh khan hiếm sinh thái nghiêm trọng. Từ đó sẽ có cách quản lý "chủ động" thay vì "bị động", một việc cần thiết để quản lý hệ sinh thái và tất cả các nguồn tài nguyên của xã hội hiệu quả nhất có thể.

### 5. Các nguồn tác động trực tiếp và gián tiếp đến hệ thống kinh tế - sinh thái

Dù thương mại và môi trường đang có sự xung đột hay đang hợp tác với nhau, cả hai đều được quyết định bởi cấu trúc thể chế và mối quan hệ giữa các quốc gia do có những nguồn tác động khác nhau, đó là nguyên nhân của sự ô nhiễm hay hủy diệt môi trường, tác động của kinh tế, xã hội, chính trị và văn hóa, các nhân tố này đều tồn tại trong khuôn khổ cấu trúc nhất định của mỗi quốc gia. Các nguồn tác động trực tiếp bao gồm:

+ Thay đổi trong việc sử dụng đất;

+ Nguồn thải từ hoạt động sản xuất và tiêu dùng quá mức;

+ Việc thải các chất độc hại vào hệ sinh thái;

+ Quá trình đô thị hóa;

+ Quá trình công nghiệp hóa;

+ Phát triển mở rộng và xây dựng cơ sở hạ tầng.

Các nguồn tác động gián tiếp thường kém rõ ràng hơn và có liên kết với cấu trúc thể chế xã hội và cách thức các cấu trúc này phát triển. Một vài ví dụ về các nguồn tác động gián tiếp gồm có:

+ Cấu trúc quyền tài sản;

+ Các loại thuế;

+ Pháp lụât;

+ Những chính sách vĩ mô;

+ Quan điểm tôn giáo;

+ Văn hóa trên thế giới.

**6. Phát triển bền vững ở Việt Nam, đòi hỏi phải có những chính sách kinh tế nhằm giải quyết hài hòa giữa hệ thống kinh tế và sinh thái**

Với chức năng của hệ sinh thái là nơi cung cấp nguồn tài nguyên cho hệ thống kinh tế; cũng là nơi chứa đựng các nguồn thải do hệ kinh tế tạo ra; cung cấp thông tin cho con người và dịch vụ sinh lý. Trong quá trình phát triển, chúng ta đã lạm dụng quá nhiều vào hệ sinh thái, thiếu một sự phục hồi và tìm ra giới hạn cho phép của hệ sinh thái. Những xung đột kinh tế và sinh thái đã xảy ra và sẽ rất trầm trọng nếu không có những chính sách hợp lý trong phát triển kinh tế, đe dọa tới tính bền vững của sự phát triển. Để khắc phục tình trạng này, Việt Nam cần sớm có những giải pháp về mặt chính sách như sau:

- *Thứ nhất,* cùng với việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, định hướng Xã hội chủ nghĩa, cần tạo lập các thị trường cho các loại dịch vụ môi trường, dịch vụ của hệ sinh thái và thị trường cạnh tranh bình đẳng của các nguồn tài nguyên, sớm xóa bỏ cơ chế xin - cho gây ra lãng phí tài nguyên, sử dụng kém hiệu quả.

- *Thứ hai,* cần định giá chính xác các nguồn tài nguyên và dịch vụ của hệ sinh thái, làm cơ sở cho xác lập giá của các loại tài nguyên và hệ sinh thái (hay còn gọi là dịch vụ môi

trường) trong trao đổi thương mại trên thị trường trong và ngoài nước để phản ánh đúng giá trị của chúng.

- *Thứ ba,* xem xét lại hệ thống thuế, phí tài nguyên và môi trường. Đối với các loại thuế tài nguyên cần xác lập mức thuế đúng bằng giá trị tài nguyên có được từ trao đổi mua bán trên thị trường cạnh tranh. Còn đối với thuế phí môi trường áp dụng đúng nguyên tắc "Người gây ô nhiễm phải trả tiền - PPP" và "Người được hưởng lợi từ dịch vụ của môi trường phải trả tiền - PP".

- *Thứ tư,* nội hóa các ngoại ứng môi trường trong giá cả sản phẩm hàng hóa và dịch vụ nhằm hướng tới giá của sản phẩm hàng hóa và dịch vụ phản ánh đúng giá trị xã hội. Tuy nhiên, trước mắt cần thực hiện đối với một số mặt hàng thương mại trao đổi trên thị trường quốc tế, những mặt hàng này đã được thực hiện trên nhiều nước, sau đó rút kinh nghiệm và triển khai rộng ở Việt Nam.

- *Thứ năm,* xác lập và phân định rõ quyền tài sản đối với tài nguyên và môi trường, trên cơ sở đó luật hóa các quyền này và làm rõ trách nhiệm chủ thể có trách nhiệm quản lý và nghĩa vụ đối với quyền được sử dụng.

***Tài liệu tham khảo***


1. Johansson, P-O (1987), *Học thuyết kinh tế và cách đo lường chi phí môi trường,* Đại học Cambridge

2. Bojp, J,

3. Folke, C

4. Folke, C

5. Bishop, RC (1978), *Tính trì trệ và không chắc chắn: Nền kinh tế với tiêu chuẩn nhỏ nhất về an toàn*.

6. Gren, I-M (1991), *Chi phí cho việc giảm nguồn Nito trong việc khử oxi ở Thụy Điển, In Folke, C và Kaberger, T (eds), Kết nối giữa môi trường tự nhiên và nền kinh tế,* Báo cáo của nhóm Kinh tế Đại học Kluwer xuất bản, Dordrecht.

7. Odun, WE (1982): "Suy thoái môi trường và sự khác biệt của những quyết định nhỏ", Sinh học 32:728-29.

8. Daly, HE (1984) "Alternative Strategies for Integrating Economics and Ecology". In Jansson, A-M (ed.) *Integration of Economic and Ecology: An Outlook for the Eighties.* The Wallenberg symposia Askolaboratotiet, Stockholm University.

9. Madeley, J (1992), *Trade and the Poor. The impact of international trade on developing countries,* Intermediate Technology Publications, London.

10. Borgstrom, G (1967), The Hungry Planet Macmillan, New York; Odum, EP (1975), *Ecology: The Link Between the Natural and Social Sciences,* Second edition, Holt-Saunders, New York.

11. Ress, W E and Wackernagel, M (1994) "Ecological footprints and appropriated carrying capacity: measuring the natural capital requirements of the human economy". In Jansson, A-M, Hammer, M, Folke, C and Costanza, R (eds). *Investing in Natural Capital: The Ecological Economics Approach to Sustainability,* Island Press, Washington.

# ĐIỀU CHỈNH CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI THEO HƯỚNG NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TĂNG TRƯỞNG

*TS. Nguyễn Chiến Thắng và Nhóm nghiên cứu*[36]
**Viện Kinh tế Việt Nam**

*Việt Nam bước vào thập kỷ phát triển mới 2011-2020 với quyết tâm tái cơ cấu nền kinh tế theo hướng nâng cao chất lượng tăng trưởng. Với tư cách là một công cụ chính sách vĩ mô quan trọng trong bối cảnh Việt Nam ngày càng hội nhập sâu hơn vào nền kinh tế thế giới, việc điều chỉnh chính sách thương mại nhằm nâng cao chất lượng tăng trưởng có ý nghĩa hết sức to lớn.*

*Bài viết này sẽ đi sâu phân tích những cải cách chính sách thương mại trong giai đoạn thập kỷ vừa qua, ảnh hưởng của chúng tới chất lượng tăng trưởng, và trên cơ sở đó đưa ra một số định hướng điều chỉnh chính sách thương mại nhằm nâng cao chất lượng tăng trưởng trong giai đoạn tới. Trong khuôn khổ của bài viết, chất lượng tăng trưởng được giới hạn dưới các khía cạnh năng lực cạnh tranh của xuất khẩu, cơ cấu xuất khẩu và hiệu quả kinh tế của các ngành thay thế nhập khẩu.*

## 1. Cải cách chính sách thương mại giai đoạn 2001-2010

Trong giai đoạn 2001-2010, Việt Nam đã thực hiện cải cách chính sách thương mại khá toàn diện. Các công cụ chính sách thương mại, trong đó có cả các hàng rào thuế quan và phi thuế quan, đã được điều chỉnh dần theo hướng tạo điều kiện tốt hơn cho các dòng lưu chuyển thương mại. Việt Nam cũng tham gia đàm phán, ký kết và thực thi nhiều hiệp định thương mại ở cấp độ song phương, khu vực và đa phương. Kể từ Hiệp định thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ được ký kết năm 2001, các cam kết thương mại đã được thực hiện toàn diện hơn. Mức độ cải cách chính sách cũng bao gồm cả những cải cách tự thân và những cải cách nhằm phù hợp với các cam kết quốc tế. Như vậy, Việt Nam không chỉ coi việc thực hiện các cam kết thương mại như một nghĩa vụ, mà như một biện pháp cần thiết trong quá trình cải cách kinh tế theo định hướng thị trường và dựa trên hội nhập kinh tế quốc tế.

Trên cấp độ đa phương, việc gia nhập WTO năm 2007 là một mốc vô cùng quan trọng trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam vì từ thời điểm này, Việt Nam tham gia sân chơi chung của thương mại thế giới với vị thế bình đẳng với toàn bộ 149 nước thành viên khác của tổ chức WTO trong hoạt động thương mại. Bên cạnh đó, các cam kết trong khuôn khổ WTO toàn diện nhất và mang tính ràng buộc pháp lý cao nhất so với các cam kết thương mại khác.

[36] TS. Võ Trí Thành, Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế TW; Ths. Nguyễn Anh Dương, Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế TW.

Ngoài ra, trong khung khổ của ASEAN, Việt Nam tham gia 5 hiệp định AFTA+ như ACFTA với Trung Quốc, AKFTA với Hàn Quốc, Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện AJCEP với Nhật Bản, AANZFTA với Úc - Niuzilân, AITIG với Ấn Độ. Hiện nay, Việt Nam đang đàm phán với 7 nước trong khuôn khổ thành lập FTA xuyên Thái Bình Dương (TPP - Trans Pacific Partnership). Ở cấp độ song phương, Việt Nam đã ký kết Hiệp định đối tác kinh tế Việt - Nhật (VJEPA) và đang nỗ lực đàm phán ký hiệp định FTA song phương với Hàn Quốc, Chi Lê, EU.

Theo các hiệp định, các cam kết được đưa vào và thực thi nhiều nhất chủ yếu liên quan đến cắt giảm thuế quan. Bản thân các biện pháp cắt giảm này cũng được chú ý nhiều hơn do việc đánh giá tác động của chúng là rõ ràng hơn nhiều (so với các cam kết cắt giảm hàng rào phi thuế quan khác). Do vậy, phần tổng quan các cải cách chính sách thương mại này tập trung chủ yếu vào quá trình cắt giảm thuế quan của Việt Nam trong khuôn khổ một số hiệp định thương mại quan trọng, mặc dù có đề cập đến các nỗ lực giảm hàng rào phi thuế quan khác.

### *1.1. Hàng rào thuế quan*

Việt Nam đã thực hiện liên tục quá trình cắt giảm thuế quan trong các Hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương từ năm 1996 (CEPT) đến nay.

*Theo cam kết Hiệp định CEPT - AFTA:* Ngay từ sau khi trở thành thành viên của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Việt Nam đã tham gia cắt giảm thuế quan theo Hiệp định về CEPT. Từ năm 2006, Việt Nam đã tham gia đầy đủ các cam kết của CEPT - AFTA. Từ nay đến 2018, Việt Nam tiếp tục thực hiện các cam kết theo Hiệp định thương mại chung ASEAN (ATIGA - Asean Trade in Goods Agreement). Mức thuế bình quân theo Hiệp định CEPT nhìn chung thấp hơn khá nhiều so với mức thuế nhập khẩu ưu đãi MFN hiện hành. Đặc biệt, mức thuế cuối cùng sẽ giảm xuống còn 0,99%.). Số dòng thuế được cắt giảm nhiều nhất là ở nhóm sản phẩm công nghiệp, chế tạo (hơn 93,3% số dòng thuế được cắt giảm vào năm 2018). Đây cũng chính là nhóm mặt hàng có tỷ trọng lớn nhất trong nhập khẩu của Việt Nam từ các nước ASEAN.

Cũng cần lưu ý thêm rằng, với các nhóm mặt hàng được cắt giảm thuế quan, mức cắt giảm là lớn nhất trong giai đoạn 2001-2006, khi mà Việt Nam chưa trở thành thành viên của WTO. Tính chung với các dòng thuế được đưa vào cắt giảm, thuế suất trung bình đã giảm từ trên 6,3% năm 2001 xuống gần 4,4% năm 2006 và giảm xuống gần 2,7% năm 2010.

***Bảng 1:*** **Thuế suất thuế nhập khẩu bình quân theo cam kết CEPT (%)**

| | Bình quân không có trọng số | | | | Bình quân với giá trị nhập khẩu 2005 làm trọng số | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | MFN 2005 | MFN 2006 | Cam kết CEPT 2007 | Cam kết CEPT 2018 | MFN 2005 | MFN 2006 | Cam kết CEPT 2007 | Cam kết CEPT 2018 |
| Nông nghiệp và thủy sản | 16,06 | 16,06 | 3,28 | 0,74 | 12,04 | 12,04 | 4,80 | 1,81 |
| Khai khoáng và khí đốt | 3,42 | 3,35 | 0,51 | 0,03 | 3,42 | 3,28 | 3,62 | 0,00 |
| Công nghiệp, chế tạo | 18,20 | 17,75 | 5,03 | 1,01 | 10,25 | 10,52 | 2,89 | 1,20 |
| Tổng cộng | 17,89 | 17,46 | 4,88 | 0,99 | 10,22 | 10,47 | 2,96 | 1,18 |

*Nguồn: Phạm Văn Hà (2007)*

*Cam kết thuế quan trongHiệp định thương mại Việt Mỹ: Hiệp* định có hiệu lực từ tháng 1/2002, theo đó hàng của Việt Nam sang Mỹ được hưởng chế độ tối huệ quốc với thuế suất trung bình 3% (so với mức thuế suất trung bình 40% hiện hành). Ngoài ra, Mỹ còn xem xét dành cho Việt Nam quy chế Thuế quan ưu đãi phổ cập (GSP) với thuế suất 0% đối với một số mặt hàng. Riêng với hàng dệt may, do Việt Nam chưa phải là thành viên của WTO nên hai bên còn phải đàm phán ký riêng một hiệp định về hạn ngạch nhập khẩu. Về phía Việt Nam, từ 3 đến 6 năm (tùy theo mặt hàng), sẽ cắt giảm thuế với 22 mặt hàng (chiếm 3,8% trong số 6.332 mặt hàng trong biểu thuế của Việt Nam); 20 mặt hàng được giữ nguyên mức thuế hiện hành.

*Cam kết WTO:* Ngay từ khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) vào đầu năm 2007, Việt Nam đã thực hiện cam kết cắt giảm thuế quan với mức trần cho toàn bộ biểu thuế. Thuế suất trung bình giản đơn, được thể hiện ở Bảng thuế nhập khẩu ưu đãi tối huệ quốc (MFN) năm 2007, đạt mức 17,45%, và theo lộ trình sẽ tiếp tục được cắt giảm để đạt mức cuối cùng khoảng 13,72% vào năm 2019. Trong đó, thuế quan được cắt giảm mạnh nhất đối với ngành nông nghiệp, từ 17,95% xuống còn 13,36%, tức là giảm khoảng 4,6 điểm phần trăm. Tương tự, ngành công nghiệp và chế tạo cũng có thuế nhập khẩu thấp hơn, khoảng 13,86% vào năm 2019 so với mức 17,6% năm 2007. Riêng ngành khai khoáng và khí đốt, mức thuế trần cam kết của WTO (mức cam kết năm 2007 là 5,61% và mức cam kết cuối cùng năm 2018 là 5,58%) cao hơn mức thuế suất *(thực tế)* trung bình năm 2007 (3,35%).

*Bảng 2:* **Thuế suất thuế nhập khẩu bình quân theo cam kết WTO (%)**

| | Bình quân không có trọng số | | | | Bình quân với giá trị nhập khẩu 2005 làm trọng số | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | MFN 2005 | MFN 2006 | Cam kết WTO 2007 | Cam ết WTO 2019 | MFN 2005 | MFN 2006 | Cam kết WTO 2007 | Cam ết WTO 2019 |
| Nông nghiệp và thủy sản | 16,06 | 16,06 | 17,95 | 13,36 | 12,04 | 12,04 | 14,27 | 11,34 |
| Khai khoáng và khí đốt | 3,42 | 3,35 | 5,61 | 5,58 | 3,42 | 3,28 | 4,76 | 4,76 |
| Công nghiệp, chế tạo | 18,2 | 17,75 | 17,6 | 13,86 | 10,25 | 10,52 | 13,35 | 10,88 |
| Tổng cộng | 17,89 | 17,46 | 17,45 | 13,72 | 10,22 | 10,47 | 13,34 | 10,86 |

*Nguồn: Phạm Văn Hà (2007)*

*Thuế suất nhập khẩu ưu đãi tối huệ quốc (MFN):* Mức thuế suất MFN trung bình đã tăng dần từ 16,25% năm 2001 lên gần 16,5% năm 2002 và lên trên 18,5% năm 2003. Trong các năm tiếp theo đó, thuế suất MFN trung bình đã giảm liên tục xuống còn gần 17,6% năm 2006. Tuy nhiên, diễn biến suốt trong giai đoạn 2001-2006 này lại không được thể hiện ở cấp độ các Chương. Thuế suất nhập khẩu đối với nhiều Chương thậm chí còn giảm liên tục. Từ năm 2007, khi Việt Nam bắt đầu thực thi cam kết WTO, mức thuế MFN đã được điều chỉnh giảm liên tục. Mức giảm thuế là mạnh nhất vào năm 2007, khi mức thuế MFN trung bình giảm gần 3,4 điểm phần trăm, xuống còn 14,2%. Trong các năm tiếp theo, mức thuế MFN được điều chỉnh giảm nhẹ.

Hiện nay, Việt Nam đang thực hiện các cam kết theo các hiệp định thương mại tự do như ASEAN-Trung Quốc, ASEAN-Hàn Quốc, ASEAN-Nhật Bản, ASEAN-Úc-Newzeland và đang đàm phán các hiệp định thương mại tự do khác với EU, Chi Lê, Thụy sĩ, Ấn Độ... và đặc biệt là đang đàm phám Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP). Theo các cam kết này, thuế quan sẽ giảm xuống thấp hơn nữa. Chẳng hạn, nếu TPP đàm phán thành công, sẽ có 90% dòng thuế phải cắt giảm ngay về 0%, số còn lại phải cam kết cắt giảm trong thời gian ngắn (trong vòng 5 năm).

### *1.2. Hàng rào phi thuế quan*

Trong những năm qua, Việt Nam cũng đã có những nỗ lực tiến tới loại bỏ những biện pháp hạn chế thương mại phi thuế quan. Đến trước năm 1998, hạn ngạch vẫn còn được áp dụng với 9 nhóm sản phẩm: xăng dầu, phân bón, sắt thép, xi măng, kính xây dựng, xe máy, ô tô 12 chỗ ngồi, giấy, đường và rượu. Song hạn ngạch đã được dần loại bỏ và được thay thế bằng hạn ngạch thuế quan. Việc áp dụng hạn ngạch thuế quan thay cho hạn ngạch nhập khẩu được áp dụng theo Quyết định 91/2003/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ. Từ 01/07/2003, Việt Nam đã áp dụng thí điểm hạn ngạch thuế quan đối với 03 mặt hàng: bông, thuốc lá nguyên liệu và muối. Đến tháng 8/2003, hạn ngạch thuế quan được chính thức áp dụng đối với các mặt hàng trên. Đến tháng 4/2004, danh sách các mặt hàng nhập khẩu chịu hạn ngạch thuế quan được bổ sung thêm các mặt hàng: sữa và kem; trứng chim

và trứng gia cầm nguyên vỏ, tươi, đã bảo quản hoặc làm chín; và một số loại ngô. Đến tháng 3/2005, hạn ngạch thuế quan được bãi bỏ với các mặt hàng: sữa và kem; ngô hạt và bông. Các mặt hàng áp dụng hạn ngạch thuế quan hiện nay theo Quyết định số 77/2006/QĐ-BTC của Bộ Tài chính bao gồm: trứng, đường, thuốc lá và muối.

Ngoài ra, các biện pháp phi thuế quan còn bao gồm biện pháp cấm nhập khẩu. Các mặt hàng cấm nhập chỉ là các mặt hàng liên quan đến an ninh quốc phòng, môi trường và sức khỏe cộng đồng. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn chưa sử dụng hiệu quả các công cụ hạn chế thương mại hữu hiệu và cần thiết khác như các biện pháp kiểm dịch động, thực vật (SPS), kiện chống bán phá giá...

### *1.3. Các biện pháp hỗ trợ xuất khẩu*

Ngoài các biện pháp thuế và phi thuế được thực hiện theo các cam kết thương mại song phương và đa phương, Việt Nam còn áp dụng các biện pháp để khuyến khích hoạt động ngoại thương theo nguyên tắc của WTO như hỗ trợ tín dụng xuất khẩu, hoàn thuế nhập khẩu cho các doanh nghiệp xuất khẩu, các hình thức miễn giảm thuế và các khoản thu phải nộp khác (VAT), thưởng xuất khẩu khuyến khích đầu tư nước ngoài gắn với tỷ lệ xuất khẩu, hỗ trợ kinh phí xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp... Tuy nhiên, một số biện pháp hỗ trợ xuất khẩu trái với nguyên tắc WTO Việt Nam đã phải bãi bỏ sau khi gia nhập như thưởng xuất khẩu, hỗ trợ trực tiếp xuất khẩu. Chẳng hạn, theo cam kết WTO, Việt Nam phải bỏ toàn bộ trợ cấp xuất khẩu đối với hàng nông sản ngay khi gia nhập; với các khoản hỗ trợ trong nước được duy trì ở mức 10% giá trị sản lượng như các nước đang phát triển khác trong WTO. Tuy nhiên, theo Bộ Tài chính thì mức hỗ trợ trong nước thực tế hiện nay đang thấp hơn 10%.

## 2. Tác động đến chất lượng tăng trưởng

### *2.1. Năng lực cạnh tranh xuất khẩu*

Năng lực cạnh tranh xuất khẩu của Việt Nam đang có xu hướng gia tăng cùng với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Đáng chú ý là chỉ số RCA của các nhóm hàng Việt Nam không có lợi thế so sánh tuyệt đối đều có xu hướng tăng trong suốt giai đoạn 1997-2007 như đồ uống và thuốc lá, SITC-4; Dầu, mỡ làm từ động, thực vật, SITC-5; Hóa chất và các sản phẩm liên quan, SITC-6; Các mặt hàng công nghiệp chế biến phân loại chủ yếu theo nguyên liệu sản xuất), SITC-7 (Máy móc và phương tiện giao thông) và SITC-9; Các mặt hàng và giao dịch khác chưa phân loại trong các nhóm SITC khác (xem bảng 3).

***Bảng 3:*** **Chỉ số RCA đối với các nhóm hàng xuất khẩu theo phân loại SITC 1 chữ số của Việt Nam, 1997-2007**

| Nhóm mặt hàng | Mã SITC | 1997 | 2000 | 2001 | 2004 | 2005 | 2007 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Lương thực và động vật sống | 0 | 3,8208 | 3,6480 | 3,5852 | 3,0176 | 3,7385 | 3,6458 |
| Đồ uống và thuốc lá | 1 | 0,1400 | 0,1677 | 0,1530 | 0,1505 | 0,5641 | 0,4014 |
| Nguyên liệu thô, không ăn được, goại trừ nguyên liệu | 2 | 0,6164 | 0,6949 | 0,6938 | 0,6428 | 1,1735 | 1,2528 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nhiên liệu khoáng, dầu nhờn và các ản phẩm liên quan | 3 | 2,2279 | 2,6301 | 2,4650 | 1,8694 | 2,0441 | 1,7393 |
| Dầu, mỡ làm từ động, thực vật | 4 | 0,6424 | 0,5725 | 0,2608 | 0,0980 | 0,1448 | 0,2265 |
| Hóa chất và các sản phẩm liên quan | 5 | 0,1036 | 0,0969 | 0,1215 | 0,1003 | 0,1531 | 0,1970 |
| Các mặt hàng công nghiệp chế biến hân loại chủ yếu theo nguyên liệu sản uất | 6 | 0,3519 | 0,4024 | 0,4101 | 0,4328 | 0,4777 | 0,5559 |
| Máy móc và phương tiện giao thông | 7 | 0,1760 | 0,1653 | 0,2088 | 0,2402 | 0,2519 | 0,3089 |
| Các mặt hàng chế biến khác | 8 | 3,0110 | 2,8805 | 2,8305 | 3,3758 | 2,7867 | 2,9885 |
| Các mặt hàng và giao dịch khác chưa hân loại trong các nhóm SITC khác | 9 | 0,0617 | 0,0653 | 0,1074 | 0,1256 | 0,1334 | 0,1702 |

*Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả từ cơ sở dữ liệu COMTRADE*

- Việt Nam vẫn duy trì được lợi thế so sánh chủ yếu ở các mặt hàng thâm dụng lao động và các mặt hàng sơ chế. Tuy nhiên, các mặt hàng này có hàm lượng giá trị gia tăng tương đối thấp. Điều này phần nào xuất phát từ việc các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu sử dụng công nghệ sản xuất lạc hậu, trong khi lực lượng lao động có trình độ còn thiếu và yếu. Hơn nữa, Việt Nam mới tham gia mạng sản xuất khu vực và toàn cầu, nên mới chỉ ở những vị trí có ít giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị (Võ Trí Thành và Nguyễn Anh Dương 2006).

- Nếu xu hướng này vẫn tiếp diễn và Việt Nam không có đổi thay sâu sắc trong chính sách ngành và các biện pháp thúc đẩy xuất khẩu, thì khả năng cạnh tranh của Việt Nam sẽ vẫn tập trung ở các ngành hàng thô, sơ chế với hàm lượng giá trị gia tăng thấp. Khả năng cạnh tranh đối với các mặt hàng công nghiệp chế biến có thể được cải thiện, nhưng với tốc độ quá chậm như hiện nay, Việt Nam sẽ rất khó để tạo dựng được chỗ đứng trên thị trường của những mặt hàng này. Đấy là chưa kể trong khi quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra nhanh và sâu rộng, các quốc gia khác đang có những biện pháp chính sách và nỗ lực nhằm củng cố hoặc chuyển lên bậc thang cao hơn trong chuỗi giá trị, Việt Nam có thể sẽ tụt hậu một cách tương đối nếu không có những thay đổi chính sách và những biện pháp vận động tự thân hiệu quả.

### *2.2. Tác động đến cơ cấu xuất khẩu*

Nếu chia các mặt hàng xuất khẩu theo 5 loại: mặt hàng sử dụng công nghệ cao, công nghệ trung bình, công nghệ thấp, sử dụng nhiều nguyên liệu và nhóm nguyên liệu thô, có thể thấy cơ cấu xuất khẩu giai đoạn 2001-2008 vẫn chậm chuyển dịch theo hướng gia tăng tỷ trọng nhóm hàng sử dụng công nghệ cao. Tỷ trọng nhóm hàng sử dụng công nghệ trung bình có tăng lên, nhưng mức độ còn thấp (11,9% năm 2008). Chủ yếu xuất khẩu của Việt Nam vẫn tập trung vào nhóm hàng thâm dụng lao động, sử dụng công nghệ thấp (dệt may, da giày, chế biến gỗ...), có giá trị gia tăng thấp và các mặt hàng nguyên liệu thô như than đá, dầu thô.

***Bảng 4:*** **Cơ cấu xuất khẩu theo mức độ sử dụng công nghệ, 2001-2008**

| | **2001** | **2004** | **2005** | **2006** | **2007** | **2008** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Sử dụng công nghệ | 6,7 | 7,1 | 7,2 | 7,7 | 7,3 | 6,2 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ;ao | | | | | | |
| Sử dụng công nghệ rung bình | 6,8 | 7,4 | 7,7 | 8,5 | 9,8 | 11,9 |
| Sử dụng công nghệ hấp | 41,9 | 48,4 | 46,8 | 45,6 | 46,1 | 44,5 |
| Sử dụng nhiều nguyên liệu | 10,7 | 9,4 | 8,5 | 8,9 | 8,7 | 8,7 |
| Nguyên liệu thô | 34,0 | 27,7 | 29,8 | 29,4 | 28,1 | 28,7 |
| **Tổng cộng** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** |

*Nguồn: Tính toán của Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương theo số liệu COMTRADE*

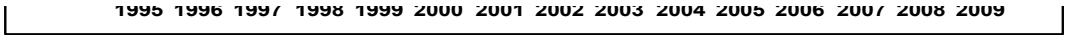
Cơ cấu này cho thấy Việt Nam vẫn đang chỉ khai thác lợi thế so sánh hiện có là lao động dồi dào, rẻ và nguồn tài nguyên khoáng sản đang dần bị cạn kiệt. Chưa có những nỗ lực mạnh mẽ theo hướng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, phát triển năng lực công nghệ tự thân (chứ không chỉ nhập khẩu công nghệ nước ngoài, trong đó phần lớn là công nghệ mức độ trung bình) để có thể tạo được lợi thế so sánh động như các nước NICs đã từng thành công trong những thập kỷ 70, 80 của thế kỷ trước.

Có một xu hướng đặc biệt nguy hiểm trong xuất khẩu hiện nay của Việt Nam là trong thời gian qua, trong khi các nước khác hạn chế tối đa xuất khẩu tài nguyên và thậm chí còn nhập khẩu tài nguyên để dự trữ cho nhu cầu tương lai (như trường hợp của Trung Quốc), thì Việt Nam lại xuất khẩu ồ ạt các mặt hàng khoáng sản không tái tạo được như than đá và dầu lửa và được các nhà khoa học cảnh báo là sẽ cạn kiệt trong thời gian không xa. Mặc dù sản lượng xuất khẩu đang có xu hướng giảm dần trong vài năm vừa qua nhưng hiện vẫn ở mức khá cao. Hiện tại, xuất khẩu của Việt Nam vẫn dựa quá nhiều vào dầu thô nhằm cân đối cho cán cân thanh toán và chi tiêu ngân sách của chính phủ. Theo Bộ Tài chính, thu từ dầu thô vẫn chiếm khoảng 20% ngân sách của chính phủ. Vì vậy, những biến động về giá dầu sẽ có tác động mạnh tới thâm hụt ngân sách của chính phủ và gây ra những dấu hiệu không tốt đối với tăng trưởng trong dài hạn. Nhờ nguồn thu từ xuất khẩu dầu thô, Việt Nam tạm cân đối được cán cân thương mại về lượng xăng dầu nhập khẩu trong nước nhưng trong dài hạn, khi nguồn khai thác cạn kiệt sẽ là bài toán khó cho nền kinh tế và thế hệ tương lai.

Về sản lượng xuất khẩu của than đá, khối lượng xuất khẩu còn có tốc độ gia tăng mạnh hơn, đỉnh điểm năm 2007 xuất khẩu lên tới 32 triệu tấn và hiện vẫn ở mức khá cao. Trong quá khứ, bài học về xuất khẩu gỗ tròn và gỗ xẻ giai đoạn cuối thập kỷ 80 và đầu những năm 90 một cách ồ ạt với gần 1 triệu mét khối mỗi năm nhưng thu về chỉ khoảng 150 triệu USD. Kết quả, rừng của Việt Nam bị tàn phá nặng nề và hiện nay khi nhu cầu của ngành chế biến gỗ xuất khẩu phát triển mạnh thì chúng ta phải chi nhiều ngoại tệ để nhập khẩu gỗ nguyên liệu (năm 2009 giá trị nhập khẩu gỗ nguyên liệu là 888 triệu USD và năm 2008 là hơn một tỷ USD). Tình trạng tương tự đối với ngành than hoàn toàn có thể xảy ra trong tương lai khi Việt Nam đã và đang xây dựng nhiều nhà máy nhiệt điện sử dụng than và cho những ngành công nghiệp khác (Lê Văn Hùng, 2010).

***Hình 1:*** **Sản lượng xuất khẩu dầu thô và than đá của Việt Nam, 1995-2009**

*Đơn vị: Nghìn tấn*




*Nguồn: Lê Văn Hùng (2010)*

### *2.3. Tác động đối với một số ngành thay thế nhập khẩu*

*2.3.1. Mức độ bảo hộ ba khu vực kinh tế*

Theo tính toán của Nguyễn Văn Hà (2007), tỷ lệ bảo hộ thực tế giảm xấp xỉ 2,07 lần từ 21,43% năm 2005 xuống còn 10,34% năm 2020. Trong khi đó, hàng rào bảo hộ danh nghĩa (NRP) của toàn bộ các mặt hàng có thể xuất khẩu trong nền kinh tế sẽ giảm 2,05 lần, xuống còn 5,43% năm 2020 (so với mức 11,12% năm 2005 và khoảng 7,78% năm 2010). Ngành công nghiệp vẫn giữ được mức bảo hộ khá cao so với các ngành khác với tỷ lệ bảo hộ thực tế (ERP) ở mức 20,76% năm 2020, cao hơn mức bảo hộ danh nghĩa và gần gấp 6 lần so với ngành nông nghiệp. Tuy vậy, tại thời điểm này, các cam kết thuế quan đã thay đổi rất nhiều và cũng đa dạng hơn rất nhiều do nỗ lực của Việt Nam. Chính vì vậy, các kết quả tính toán này chỉ có ý nghĩa tham khảo.

Nếu so với các nước trong khu vực, mức độ bảo hộ các ngành công nghiệp của Việt Nam hiện nay (26,8% năm 2010) thậm chí còn cao hơn hoặc xấp xỉ so với con số của các nước nhiều năm trước đây. Chẳng hạn, Hàn Quốc 28% năm 1988, Indonesia 25% năm 1995, Malaysia 16% năm 2003, Philippin 10% năm 1999, Thái Lan 22,7% năm 2004. Tiếc rằng, không có số liệu hiện nay của các nước, tuy nhiên nếu tính đến xu hướng tự do hóa ngày càng mạnh mẽ trong khu vực, thì có thể dự đoán, mức độ bảo hộ thực tế hiện nay của các nước này còn giảm hơn nữa so với các con số trên. Như vậy, mức độ bảo hộ của Việt Nam cao hơn hẳn so với các nước này.

Có hai đặc điểm từ chính sách bảo hộ này. *Thứ nhất*, chính sách bảo hộ cao như vậy đối với các ngành thay thế nhập khẩu trong thời gian qua đã bóp méo quá trình phân bổ nguồn lực theo hướng khuyến khích đầu tư vào các ngành phục vụ thị trường trong nước hơn là xuất khẩu. Điều này hạn chế tiềm năng khai thác lợi thế so sánh của các ngành xuất khẩu. *Thứ hai*, tỷ lệ bảo hộ của ngành công nghiệp cao hơn nhiều so với ngành nông nghiệp (28% so với 5%), do đó khuyến khích đầu tư vào ngành công nghiệp hơn so với nông nghiệp.

*2.3.2. Mức độ bảo hộ các ngành kinh tế cụ thể*

Các mức thuế nhập khẩu đều có xu hướng giảm trong suốt giai đoạn 2000 đến 2008. Mức thuế suất đối với các mặt hàng nông sản, như chè, rau quả chế biến và dầu mỡ động vật, rau quả đã chế biến và bảo quản... giảm khá nhanh và hầu như liên tục. Nhóm các sản phẩm công nghiệp có mức thuế nhập khẩu đa dạng hơn, từ mức khá cao như đối với rượu có cồn, bia và rượu mạnh, thuốc lá và sản phẩm từ thuốc lá…, cho đến mức khá thấp như hóa chất hữu cơ và hóa chất vô cơ. Tuy vậy, thuế suất nhập khẩu đối với các nhóm này cũng có xu hướng giảm, mặc dù mức độ giảm thuế cũng không đều. Chẳng hạn, thuế suất của rượu có cồn, bia và rượu mạnh đã giảm gần 1/3, từ 100% vào năm 2000 xuống còn hơn 67% vào năm 2008, trong khi các thuế suất của sản phẩm hóa chất hữu cơ và vô cơ giảm lần lượt từ 0,7% và 1,5% đều xuống còn 0,3% trong cùng giai đoạn. Các sản phẩm khác có mức thuế đáng kể là bột giặt, ô tô - xe máy, gạch, ngói và đồ dùng, trang thiết bị cho gia đình.

*2.3.3. Thực trạng đầu tư vào các ngành thay thế nhập khẩu*

Có thể thấy, quá trình cải cách chính sách thương mại theo hướng tự do hóa trong suốt giai đoạn từ năm 2000 đến nay đã có nhiều tác động đáng kể đối với các nhóm ngành thay thế nhập khẩu. Cùng với thuế nhập khẩu giảm, đầu tư và giá trị sản xuất của các nhóm ngành này đã gia tăng liên tục. Tuy nhiên, nhập khẩu sản phẩm trong các ngành này cũng tăng và đạt mức lớn hơn đáng kể so với giá trị sản xuất trong nước. Hơn nữa, hàm lượng giá trị gia tăng của các ngành này cũng có xu hướng giảm đáng kể.

*Đây cũng chính là những dấu hiệu cho thấy hiệu quả kinh tế thấp của phần lớn các ngành thay thế nhập khẩu. Chính chính sách bảo hộ của nhà nước trong một thời gian dài (mặc dù đã được giảm thiểu nhờ cam kết hội nhập WTO, tuy nhiên vẫn còn cao so với các nước trong khu vực) đã làm cho các ngành này thiếu động lực đổi mới công nghệ, nâng cao khả năng cạnh tranh.*

*Với chính sách bảo hộ trong một số ngành thay thế nhập khẩu, một lượng lớn đầu tư nhà nước đã được đổ vào các ngành thay thế nhập khẩu thông qua các doanh nghiệp nhà nước.* Một loạt các chương trình trọng điểm của nhà nước được triển khai như công nghiệp mía đường, xi măng, sản xuất giấy, cơ khí..., tuy nhiên do đầu tư dàn trải, không tính kỹ lưỡng hiệu quả kinh tế nên kết quả là hàng loạt doanh nghiệp nhà nước bị thua lỗ, làm gia tăng khối lượng nợ xấu cho hệ thống ngân hàng. *Không chỉ có vốn của nhà nước, vốn FDI cũng chủ yếu được đổ vào các ngành thay thế nhập khẩu*. Các nhà đầu tư nước ngoài tận dụng tối đa lợi thế nhân công rẻ, các ưu đãi về đất đai, thuế và đặc biệt là hàng rào bảo hộ để triển khai các dự án đầu tư. Được hưởng ưu đãi về bảo hộ trong thời gian dài nên các doanh nghiệp FDI cũng không mặn mà trong việc đổi mới công nghệ, giảm giá thành, nâng cao khả năng cạnh tranh.

Ô tô là một trường hợp điển hình mà Chính phủ không thành công trong việc xây dựng một ngành công nghiệp quan trọng có tính cạnh tranh, có thể thay thế hàng nhập khẩu và hướng tới xuất khẩu. Sau gần 20 năm bảo hộ, cái còn lại của ngành công nghiệp ô tô của Việt Nam chỉ đơn thuần là lắp ráp với giá thành cao, chất lượng kém xa ô tô sản xuất tại nước ngoài, trong khi đó người tiêu dùng lại phải trả với một mức giá gần như cao nhất thế giới (cao gấp khoảng 2 - 3 lần so với giá bán tại chính quốc và các nước trong khu vực).

## 3. Một số định hướng điều chỉnh chính sách thương mại nhằm nâng cao chất lượng tăng trưởng

### *3.1. Cải thiện cơ cấu xuất khẩu theo hướng gia tăng tỷ trọng các ngành giá trị gia tăng cao*

*Thứ nhất*, cần có chính sách thu hút các doanh nghiệp FDI có chất lượng là các TNCs với bề dày về công nghệ và tài chính. Trong thời gian qua, vì lý do thu hút vốn bằng mọi cách, Việt Nam đã cho phép nhiều dự án FDI không có chất lượng về mặt công nghệ, chủ yếu tận dụng những lợi thế sẵn có của Việt Nam như lao động rẻ, nhiều tài nguyên và một số ưu đãi đất đai, thuế (đặc biệt là của các địa phương), tạo nên những hệ lụy nghiêm trọng đối với môi trường. Trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh phân cấp, trong đó có phân cấp đầu tư, cần nâng cao năng lực thẩm định đầu tư của địa phương để có thể lựa chọn các nhà đầu tư TNCs thực sự có chất lượng. Các TNCs này, với cấu trúc mạng sản xuất toàn cầu của mình, sẽ giúp Việt Nam tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, mở rộng xuất khẩu hàng hóa.

*Thứ hai,* để chuyển dịch dần vị trí hàng xuất khẩu của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu, từ phía Việt Nam cần phải có sự chuẩn bị tốt về cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực chất lượng cao để các TNCs có thể đầu tư vào Việt Nam các công đoạn sản xuất có GTGT cao. Cách đây vài năm, một số công ty nước ngoài đã từ chối đầu tư vào khu công nghệ cao Láng - Hòa Lạc vì lý do cơ sở hạ tầng không đáp ứng được tiêu chuẩn cao của công nghệ. Bên cạnh đó, nguồn nhân lực chất lượng cao cũng thiếu trầm trọng. Công ty Intel đã phải phối hợp với Trường ĐH Bách khoa TP. Hồ Chí Minh đào tạo nhân viên cho công ty của mình tại Việt Nam. Đây là hai điểm nghẽn tăng trưởng hạn chế các TNCs đầu tư vào Việt Nam, do vậy trong giai đoạn tới, Việt Nam cần phải cải thiện hai vấn đề này.

Ngoài kênh FDI để nâng cấp năng lực công nghệ hàng xuất khẩu, còn một kênh quan trọng nữa là nhập khẩu công nghệ. Nhập khẩu công nghệ là một trong những cách giúp nền kinh tế rút ngắn quá trình xây dựng năng lực công nghệ. Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy, nước này đã rút ngắn đáng kể khoảng cách công nghệ với các nước công nghiệp nhờ công nghệ nhập khẩu (Tô Trung Thành, 2009).

Việt Nam trong thời gian dài nhập khẩu công nghệ không tiên tiến, chẳng hạn các doanh nghiệp Việt Nam thường mua công nghệ lạc hậu của Trung Quốc cho các nhà máy xi măng, nhà máy đường... Những công nghệ lạc hậu này có ưu thế rẻ nhưng tuổi đời rất ngắn, chất lượng thấp, sử dụng nhiều năng lượng và gây ô nhiễm môi trường. Hiện nay, ở Trung Quốc đang có những biện pháp hạn chế sử dụng các loại công nghệ lạc hậu này, trong khi đó, các doanh nghiệp Việt Nam lại nhập khẩu chúng.

Trong thời gian tới, Việt Nam cần phải cải thiện tình trạng nhập khẩu công nghệ lạc hậu này. Chính phủ cần có những chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhập khẩu công nghệ nguồn từ các quốc gia có nền công nghệ tiên tiến như Mỹ, EU và Nhật Bản. Những hỗ trợ này có thể bao gồm ưu đãi thuế nhập khẩu, hỗ trợ chi phí nhập khẩu, rút ngắn thời gian khấu hao... Chính phủ cũng có thể hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao để có thể đủ khả năng làm chủ được các công nghệ nhập khẩu.

### *3.2. Hạn chế xuất khẩu tài nguyên*

Xuất khẩu của Việt Nam vẫn đang phần lớn phụ thuộc vào việc khai thác tài nguyên không tái tạo như than đá và dầu thô. Trong khi đó, nhu cầu nội địa về hai mặt hàng này lại đang có chiều hướng gia tăng nhằm phục vụ cho sản xuất điện, lọc và chế biến dầu. Theo dự báo đến năm 2012, Việt Nam sẽ phải nhập khẩu than đá trở lại và đến năm 2020 sẽ khai thác hết than trong nước. Còn đối với dầu thô, hiện nay hai nhà máy lọc và chế biến dầu tại Dung Quất và Nghi Sơn đã bắt đầu phải nhập khẩu dầu thô từ Trung Đông. Đây quả là một nghịch lý!

Đảm bảo tăng trưởng bền vững trong tương lai đòi hỏi chúng ta phải dứt khoát hạn chế và dần đi tới cấm xuất khẩu các mặt hàng tài nguyên chiến lược không tái tạo như than đá và dầu thô. Các nước xung quanh như Úc, Trung Quốc và nhiều nước khác đã có những biện pháp hạn chế việc xuất khẩu các mặt hàng chiến lược này như tăng thuế xuất khẩu, giảm hoàn thuế xuất khẩu... Việt Nam cũng cần phải có những biện pháp tương tự để cải thiện tình trạng "bán tháo" tài nguyên như tăng thuế xuất khẩu tài nguyên, thậm chí có thể tiến tới cấm xuất khẩu tài nguyên chiến lược. Xuất khẩu các mặt hàng sử dụng quá nhiều tài nguyên cũng cần được hạn chế.

Bên cạnh hai mặt hàng tài nguyên quan trọng là dầu thô và than đá, cần có một đánh giá cẩn trọng tổng thể trữ lượng các khoáng sản quý hiếm khác như bôxit, đất hiếm và một số khoáng sản khác. Trên cơ sở đánh giá này mới có thể đưa ra quyết định hợp lý nên xuất khẩu các khoáng sản này đến một mức độ nào đó để tích lũy nguồn lực phục vụ công nghiệp hóa, còn sau đó cần phải hạn chế và đi tới cấm xuất khẩu.

### *3.3. Nâng cao hiệu quả kinh tế của các ngành thay thế nhập khẩu*

Các ngành thay thế nhập khẩu của Việt Nam đã được hưởng hàng rào bảo hộ một thời gian dài. Quá trình tự do hóa thương mại trong khuôn khổ WTO đã giảm bớt hàng rào bảo hộ đối với nhiều ngành chế biến, tuy nhiên mức độ bảo hộ vẫn còn cao so với các nước trong khu vực.

Một hệ quả đáng buồn của chính sách bảo hộ quá lâu này là các ngành "non trẻ" được bảo hộ mãi không "trưởng thành" lên được, trái lại kém hiệu quả và gây lãng phí nguồn lực quốc gia. Đây cũng chính là hệ quả tất yếu mà nhiều quốc gia thực hiện chiến lược công nghiệp hóa thay thế nhập khẩu ở châu Mỹ La Tinh và một số nền kinh tế chuyển đổi đã trải qua. Bài học kinh nghiệm này còn nguyên giá trị đối với Việt Nam.

Để cải thiện tình trạng trên, Việt Nam phải quyết tâm chủ động hạ thấp hàng rào bảo hộ, thậm chí thấp hơn mức cam kết WTO đối với các mặt hàng tiêu dùng cuối cùng có vai trò quan trọng thiết yếu đối với nền kinh tế như ô tô, xe máy, xi măng, đường và một số mặt hàng khác. Tuy nhiên, Chính phủ cần thông báo rõ cho phía doanh nghiệp lộ trình giảm thuế của mình để họ có chiến lược đầu tư một cách thích hợp, tránh trường hợp có những biện pháp kiểu "giật cục" như thời gian vừa qua, gây khó khăn cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Đối với một số mặt hàng cần kiểm soát số lượng phù hợp với năng lực hạn chế của hạ tầng giao thông, như ô tô, xe máy thì có thể sử dụng thuế tiêu thụ đặc biệt bổ sung cho việc giảm bớt hàng rào bảo hộ thuế quan. Điều này sẽ góp phần hạn chế tiêu dùng của

người dân nhưng đồng thời không phân biệt đối xử giữa hàng nội địa và hàng nhập khẩu, do vậy vẫn tạo một sân chơi bình đẳng giữa nhà sản xuất trong nước và ngoài nước, tạo sức ép cho nhà sản xuất trong nước nâng cao hiệu quả kinh tế, giảm giá thành, cạnh tranh với hàng nhập khẩu.

Chỉ với những biện pháp quyết liệt như vậy, hiệu quả kinh tế thấp kém của khu vực thay thế nhập khẩu mới được cải thiện.

***Tài liệu tham khảo***

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2010), Báo cáo *Tác động của Hội nhập kinh tế quốc tế đối với nền kinh tế sau ba năm Việt Nam gia nhập WTO*.

2. Phạm Văn Hà (2007), *Đánh giá tỷ lệ bảo hộ thực tế ở Việt Nam trong tiến trình hội nhập và khuyến cáo chính sách*, Nhóm tư vấn chính sách.

3. Viện Kinh tế Việt Nam (2001), *Tỷ lệ bảo hộ danh nghĩa và thực tế của các ngành Việt Nam: Đánh giá dựa trên thuế quan*, Báo cáo kỹ thuật, Dự án Viện kinh tế Việt Nam - IDRC/CIDA về Tự do hóa thương mại và năng lực cạnh tranh của một số ngành công nghiệp chế tạo ở Việt Nam.

4. Võ Trí Thành và Nguyễn Anh Dương (2006), *Việt Nam trong mạng sản xuất công nghiệp khu vực (Vietnam in the Regional Production Network),* Bài viết trình bày tại Hội thảo ở Đà Nẵng, tháng 2/2006.

# DỰ BÁO XU HƯỚNG BIẾN ĐỔI CỦA THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM

*PGS. TS. Phạm Tất Thắng*
**Nghiên cứu viên Cao cấp - Viện Nghiên cứu Thương mại**

Nếu nhìn vào thực tiễn phát triển kinh tế mấy năm qua, thấy sự phát triển thiếu bền vững được biểu hiện chủ yếu qua những dấu hiệu sau:

- Tăng trưởng theo chiều rộng bằng cách mở rộng qui mô là chính, trong khi đó tăng trưởng theo chiều sâu ít được chú ý.

- Tăng trưởng chủ yếu nhờ vào thâm dụng lao động, thâm dụng tài nguyên, tham gia thị trường thế giới chủ yếu bằng "hoạt động gia công", "cung cấp nguyên liệu thô", giữ khâu có giá trị gia tăng thấp nhất trong chuỗi giá trị gia tăng toàn cầu.

- Năng suất lao động thấp, hiệu quả sử dụng năng lượng, tài sản, vốn không cao và chậm được cải thiện.

- Tăng trưởng kinh tế nhưng kéo theo sau nó là sự bất ổn kinh tế vĩ mô; nguy cơ lạm phát luôn rình rập, thâm hụt cán cân thương mại, cán cân thanh toán ngày càng gia tăng, nợ công quá mức, dự trữ ngoại tệ ở ngưỡng không an toàn.

- Tăng trưởng kinh tế nhưng lại hủy hoại môi trường sinh thái, phá vỡ môi trường sống tốt đẹp đã được hình thành từ lâu đời trong cộng đồng dân cư, xâm hại truyền thống văn hóa, làm gia tăng khoảng cách giầu nghèo.

- Tăng trưởng kinh tế nhưng năng lực cạnh tranh quốc gia, cạnh tranh doanh nghiệp, cạnh tranh mặt hàng chậm được cải thiện, thậm chí tụt hậu.

Nhận thấy phát triển bằng mọi giá, phát triển thiếu bền vững là một mối hiểm nguy cho sự tồn vong của dân tộc, của đất nước và để lại di họa cho muôn đời con cháu sau này, nên Đảng và Nhà nước đã có chủ trương rất đúng là cần phải phát triển nhanh nhưng bền vững nền kinh tế Việt Nam. Chủ trương này được thể hiện rất rõ trong các văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI vừa qua và những Nghị quyết Trung ương gần đây (thí dụ Nghị quyết Trung ương 11 về giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô, kiềm chế lạm phát).

Để thực hiện được chủ trương có tính chiến lược đó đòi hỏi phải áp dụng hàng loạt biện pháp đồng bộ để giải quyết những vấn đề trong nội bộ nền kinh tế, ứng phó được với những tác động từ thị trường thế giới. Trong bài này chỉ đề cập đến một số xu hướng biến đổi của thị trường thế giới ảnh hưởng tới sự phát triển bền vững ở Việt Nam, đặc biệt tập trung vào những yếu tố từ thị trường thế giới có tác động trực tiếp tới ổn định kinh tế vĩ mô, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, tiếp nhận chuyển giao công nghệ và phát triển thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong thời kỳ từ nay đến 2020.

**Trước hết là những dự báo phát triển kinh tế thế giới sau khủng hoảng**:

Theo hãng dự báo và phân tích kinh tế tài chính hàng đầu thế giới ISH Global Insight đã nhận định ngay từ đầu năm 2010 là sau khủng hoảng 2007-2009, GDP thế giới

có thể đạt 2,8%/năm vào năm tiếp theo, đồng thời kinh tế thế giới có thể sẽ phát triển qua 10 diễn biến chính: 1) Sự khởi động phục hồi nền kinh tế Mỹ - đầu kéo của kinh tế thế giới - sẽ diễn ra chậm chạp; 2) Châu Âu và Nhật Bản sẽ phục hồi chậm hơn Mỹ và phải đối mặt với những khó khăn to lớn trong nội bộ của mình; 3) Các thị trường mới nổi sẽ đẩy nhanh tiến độ để chớp thời cơ; 4) G8 sẽ duy trì lãi suất ở mức rất thấp; 5) Hầu hết các nước đều giảm bớt liều lượng kích thích kinh tế, gia tăng các biện pháp thắt chặt; 6) Giá hàng hóa nói chung vẫn trong xu hướng giảm là chủ yếu; 7) Lạm phát hầu như không phải là vấn đề lớn và phổ biến trên toàn cầu; 8) Tình trạng mất cân đối toàn cầu sẽ diễn biến theo chiều hướng ngày càng trầm trọng hơn; 9) Đồng Đô la Mỹ chịu sự cạnh tranh khốc liệt của những đồng tiền khác và phải đối mặt với sức ép mất giá và 10) Tăng trưởng kinh tế thế giới sẽ rơi vào tình trạng trồi sụt khó lường theo mô hình chữ W...

Trong khi dự báo kinh tế thế giới bị phủ một mầu xám ảm đạm thì dự báo về tăng trưởng kinh tế châu Á (trong đó có Việt Nam) lại có những điểm sáng đáng kinh ngạc. Đáng chú ý là dự báo về kinh tế châu Á của Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) luôn được điều chỉnh, dự báo sau khả quan hơn những dự báo trước đó. Theo dự báo của cơ quan này, các nước đang phát triển của châu Á bao gồm 45 quốc gia là thành viên của ADB tại các khu vực Trung Á, Đông Á, Nam Á, Đông Nam Á và Thái Bình Dương sẽ phát triển ở mức trên 6,4% vào năm 2010 và có thể được đẩy nhanh hơn vào những năm tiếp theo, thậm chí có quốc gia sẽ có sự "bứt phá ngoạn mục" không chỉ bằng tốc độ tăng trưởng cao, mà còn thể hiện ở thặng dư thương mại, cán cân vãng lai, giá trị đồng tiền và chỉ số lạm phát. Theo tờ báo có uy tín của Anh Economist số ra ngày 18/12/2010: Từ tháng 11/2009 đến tháng 11/2010, thặng dư thương mại của Trung Quốc đạt mức 189,9 tỷ USD; của Indonesia đạt 20,6 tỷ USD; Hàn Quốc đạt 42,2 tỷ USD; Đài Loan đạt 41,9 tỷ USD; Thái Lan đạt 13,4 tỷ USD. Cũng theo tờ báo này, trong khi mức thặng dư thương mại của các nước kể trên đạt ở mức ấn tượng thì mức lạm phát lại đạt được ở mức độ rất thấp (nước có mức lạm phát cao nhất trong số các nước kể trên là Indonesia chỉ ở mức 6,3% và nước có mức lạm phát thấp nhất là Đài Loan 1,5%; Malaysia 2%). Điều đáng nói là mức lạm phát ở những quốc gia này đều thấp hơn nhiều so với mức tăng trưởng kinh tế của chính họ.

Một lực đẩy từ thị trường châu Á ngày càng rõ nét là trong khi vẫn chú trọng xuất khẩu của khu vực sang 3 thị trường trọng điểm Mỹ, EU và Nhật Bản, vẫn tạo ra một xu hướng tăng trưởng lâu dài trong quan hệ kinh tế thương mại quốc tế Nam - Nam. Một thí dụ điển hình cho xu hướng này là hơn 40% lượng hàng xuất khẩu của Hàn Quốc, trong đó chủ yếu là hàng điện tử, thiết bị máy móc, xe hơi... đã hướng vào thị trường của các nước đang nổi BRIC (Brazil, Nga, Ấn Độ, Trung Quốc). Theo nhận định của các chuyên gia thuộc IMF, nếu xu hướng này được hình thành rõ nét và ngày càng phát triển thì sẽ giúp cho các nước châu Á tăng cường được khả năng miễn dịch với các biến động bất lợi của thị trường thế giới bắt nguồn từ phương Tây. (Nếu cách đây 2 thập kỷ, lượng hàng xuất khẩu vào thị trường của các nước đang phát triển chỉ chiếm 25% tổng sản lượng toàn cầu thì ngày nay đã tăng lên gần 40% và xu hướng này còn đang tiếp tục gia tăng).

Trong lực đẩy từ châu Á, còn có sự đóng góp đáng kể của Trung Quốc. Với sự duy trì mức tăng trưởng luôn ở mức rất cao, liên tục, Trung Quốc đã vươn lên thay thế

Nhật Bản trở thành động lực tăng trưởng cho cả khu vực. Giáo sư Eswar Prasad thuộc Đại học Coruell đã nhận định "Trung Quốc đang là lực đẩy cho các nền kinh tế châu Á cũng như một số nền kinh tế sản xuất hàng hóa và nền kinh tế phát triển".

Sự phát triển của kinh tế thế giới trong thời gian tới còn phụ thuộc rất lớn vào một lực đẩy nữa là vai trò của G20. Những quyết sách của G20 thường làm thay đổi kinh tế thế giới và luôn được cả thế giới chăm chú theo dõi để hành động cho phù hợp. Hội nghị bàn về những giải pháp cấp bách của các nhà lãnh đạo cấp cao G20 trong năm 2010 là một minh chứng. Trong hội nghị cấp cao G20 ngày 26 - 27/6/2010 tại Tosouto đã nhận định về triển vọng phát triển kinh tế toàn cầu, đồng thời cùng nhất trí: 1) Tiếp tục các chính sách kích thích tài khóa và cùng phối hợp hành động nhằm củng cố tài khóa phù hợp với sự tăng trưởng kinh tế tại các nước đang phát triển; 2) Củng cố mạng lưới an sinh xã hội, nâng cao quản trị doanh nghiệp, quản lý thị trường tài chính, tăng đầu tư cho cơ sở hạ tầng, gia tăng sự linh hoạt tỷ giá ở một số thị trường mới nổi; 3) Theo đuổi chương trình tái cải cách hướng tới sự tăng trưởng ở tất cả các nước thành viên; 4) Chú trọng hơn tới việc tái cân bằng cung cầu, thương mại toàn cầu...

Trong hội nghị cấp cao G20 ngày 11 - 12/11/2010 tại Seoul - Hàn Quốc đã công bố những kết quả quan trọng trong thực hiện 3 định hướng lớn của G20 là: Triển khai khung khổ tăng trưởng mạnh mẽ, bền vững và cân bằng; Cải cách Qui định tài chính; và Cải cách các tổ chức tài chính quốc tế. Các cam kết chính của chương trình hành động bao gồm: Cam kết về chính sách vĩ mô, củng cố tài khóa khi cần thiết, nâng cao sự ổn định của thị trường tài chính, hướng tới hệ thống tỷ giá do thị trường quyết định; loại bỏ việc phá giá đồng tiền nhằm mục đích cạnh tranh, hỗ trợ tạo thêm việc làm, tăng cường tiềm năng tăng trưởng, giảm thiểu những mất cân bằng quá mức và duy trì sự cân băng cán cân vãng lai ở mức độ bền vững.

Điều này mở ra một khả năng đem lại sự ổn định và an toàn hơn cho hệ thống tài chính toàn cầu và có ảnh hưởng lớn lao tới thị trường toàn thế giới. Tuy nhiên, trong xu thế chung thế giới cùng hướng tới sự phối hợp để phục hồi kinh tế sau khủng hoảng thì cũng xuất hiện một số yếu tố cản trở quá trình này. Đáng chú ý nhất là sự gia tăng của chủ nghĩa bảo hộ và nguy cơ xảy ra một "cuộc chiến tranh tiền tệ". Bến cạnh đó, tình trạng giảm sút về mức sống, thất nghiệp gia tăng đang gây áp lực lên kinh tế của các nước có nền kinh tế phát triển. Tình trạng nợ công vẫn là "quả bom nổ chậm" đe dọa các nước phát triển.

Theo nhận định của L' Expansion (Pháp), mặc dù các nước G20 họp Hội nghị thượng đỉnh tháng 6/2010 ở Torouto đã đưa ra cam kết hiệp sức để mở cửa thị trường, thúc đẩy tự do thương mại thế giới, nhưng họ lại đưa ra tới 111 biện pháp bảo hộ mậu dịch mới. Nếu cộng thêm những biện pháp bảo hộ mậu dịch của những nước này trong thời gian khủng hoảng trước đó thì các biện pháp bảo hộ mậu dịch đã vượt con số 500. Điều này ảnh hưởng rất xấu tới sự phát triển bền vững của các nền kinh tế kém phát triển hơn, trong đó có Việt Nam.

**Thứ hai: Xu hướng biến đổi vị thế của các đồng tiền mạnh trên thế giới và ảnh hưởng của nó tới sự phát triển bền vững của Việt Nam:**

Một đồng tiền được coi là mạnh khi nó được chấp nhận rộng rãi trong thanh toán quốc tế, được nhiều quốc gia lựa chọn như một phương tiện dự trữ, đồng thời nó được sử dụng trong hoán đổi tiền tệ quốc tế.

Hiện nay có 8 đồng tiền được coi là mạnh, đó là: Đô la Mỹ (USD), Bảng Anh (GBP); đồng tiền chung châu Âu (Euro); Yên Nhật (JPY), Đô la Canada (CAD), Đô la Úc (AUD), Đô la Thụy Sỹ (CHF) và Đô la Hồng Công (HKD), trong đó USD đã nắm vị trí thống soái từ nhiều thập kỷ nay, vị thế của từng đồng tiền trên thị trường tiền tệ thế giới cũng biến đổi không nhiều.

Thế nhưng, sau khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế 2008, vị thế của các đồng tiền mạnh trên thế giới đã có nhiều biến động làm cho kinh tế thế giới tiềm ẩn nhiều rủi ro, bất định.

Kể từ 1945, kinh tế Mỹ thường chiếm từ 1/4 - 1/3 GDP toàn cầu, do đó trong nhiều năm nay USD thường được lựa chọn là phương tiện thanh toán và dự trữ chủ yếu (USD đảm đương tới 90% giao dịch thanh toán quốc tế và chiếm tới 70% lượng tiền dự trữ).

Gần đây và nhất là sau khủng hoảng 2008, tình trạng kinh tế ảm đạm, chậm phục hồi của nền kinh tế Mỹ đã dẫn đến hậu quả tất yếu là vị thế của USD bị giảm sút nhanh chóng và chưa thấy dấu hiệu phục hồi. Thậm chí có chuyên gia còn dự báo rằng nước Mỹ đang đối mặt với thách thức kinh tế, thách thức đối với đồng Đô la Mỹ lớn nhất trong lịch sử hiện đại của cường quốc này. Nhiều đánh giá còn lo ngại hơn trước sự suy yếu của USD do mức thâm hụt ngân sách Mỹ ngày càng cao, chạm ngưỡng 14.294 tỷ USD, thâm hụt ngân sách liên bang ở mức cao nhất sau thế chiến lần thứ 2. Theo báo cáo của Bộ Tài chính Mỹ, thâm hụt ngân sách của nước này trong năm tài khóa 2011 sẽ tăng thêm 40% so với dự báo trước, chủ yếu do tác động từ thỏa thuận cắt giảm thuế khổng lồ mà Tổng thống Obama đã đạt được với các nhà làm luật vào tháng 12/2010, trong khi đó các khoản chi tiêu bắt buộc của Chính phủ ngày càng tăng. Nếu như các khoản chi tiêu bắt buộc của Chính phủ chỉ chiếm 25% tổng ngân sách vào đầu những năm 70 thì nay đã chiếm tới 55%. Theo dự báo, hiện nay các khoản chi tiêu Chính phủ chiếm tới 9% GDP và theo đà này (nhất là việc mở rộng sự can thiệp của Mỹ vào tình hình thế giới) thì có thể sẽ đạt 20% vào năm 2025.

Trước thực trạng đó, nhiều đồng tiền khác và nhất là vàng đang được sử dụng thay thế cho đồng USD. Tuy nhiên, theo nhận định của nhiều chuyên gia, tổ chức có uy tín trên thế giới, USD vẫn khẳng định được vai trò hàng đầu của nó trong vòng 10 - 20 năm tới.

Đồng Euro đại diện cho sức mạnh kinh tế của các nước châu Âu có sử dụng đồng tiền chung. Euro đã được thế giới chấp thuận ngay kể từ khi được đưa vào sử dụng và hiện đang chiếm 28% tổng lượng dự trữ tiền tệ toàn cầu (Lượng dự trữ tiền tệ toàn cầu khoảng 4,4 ngàn tỷ USD). Việc châu Âu đang phải đối mặt với tình trạng nợ công tồi tệ, trái phiếu Chính phủ thay đổi, phí bảo hiểm nợ tăng, quĩ an sinh xã hội lớn, các gói cứu trợ ngày càng nặng nề..., đang làm ảnh hưởng nghiêm trọng tới hình ảnh và vị thế của đồng Euro. Thời kỳ hoàng kim, đồng Euro chiếm tới 31% dự trữ ngoại hối của các nước, nhưng nay đã giảm

xuống còn khoảng 25% do người ta nghi ngờ về tương lai của nó. Tuy nhiên, Euro vẫn là đồng tiền mạnh thứ 2 sau USD trong những năm tới.

Ngay từ những năm 80 của thế kỷ trước, với vị thế là nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới của Nhật sau Mỹ, đồng Yên Nhật luôn cố gắng cải thiện vị thế của mình so với USD và các đồng tiền khác trên thế giới. Tuy vậy, đồng Yên Nhật cũng chỉ chiếm 3% lượng dự trữ ngoại tệ quốc tế. Mặc dù Nhật có nguồn tài sản vô cùng lớn, sở hữu các tập đoàn kinh tế danh tiếng nhưng vẫn chưa vực được nền kinh tế Nhật, trong khi đó lại đang loay hoay đối phó với khoản nợ khổng lồ chiếm tới 200% GDP.

Để hỗ trợ cho xuất khẩu, ngày 15/9/2010, Chính phủ Nhật đã bán gần 300 tỷ Yên, mua vào USD để hạ giá đồng tiền của mình, đồng thời tuyên bố sẽ tiếp tục làm như vậy, nếu thấy cần.

Ngày 11/3/2011, nước Nhật bị tàn phá bởi động đất và sóng thần gây nên những thiệt hại khổng lồ về vật chất và tinh thần, làm đình đốn hoạt động sản xuất kinh doanh nhiều tập đoàn, tạo ra một lỗ hổng lớn trong chuỗi giá trị toàn cầu. Ngân hàng Trung ương Nhật (BOJ) đã quyết định bơm ngay 15.000 tỷ Yên nhằm khôi phục niềm tin của thị trường, quyết định giữ nguyên lãi suất cơ bản ở mức 0 - 0,1% để hỗ trợ sản xuất. Tuy nhiên, theo dự đoán của các chuyên gia, để tái thiết lại nước Nhật sẽ phải có một nguồn đầu tư khổng lồ, một sự cố gắng phi thường trong vòng 5 - 10 năm và dù sao thị trường thế giới cũng sẽ bị ảnh hưởng rất lớn bởi sự cố này.

Trung Quốc đã vươn lên trở thành siêu cường kinh tế thứ 2 thế giới. Theo ông Hồ Cẩm Đào, hệ thống tiền tệ thế giới với sự thống trị của USD đã là "sản phẩm của quá khứ" và thay vào chỗ trống đó sẽ là đồng Nhân dân tệ Trung Quốc (NDT)!?

Trên thực tế, đã từ nhiều năm qua, Trung Quốc theo đuổi một chiến lược để quốc tế hóa đồng NDT. Năm 2004, Trung Quốc tìm đường cho NDT vào thị trường Hồng Công thông qua khoản trợ cấp cho người dân trong khu vực, đưa tổng tài sản tính bằng NDT tại thị trường quốc tế Hồng Công lên 80 tỷ NDT. Từ 7/2009, Trung Quốc cho phép và khuyến khích các doanh nghiệp thanh toán các giao dịch quốc tế bằng NDT, đưa NDT đi theo các dự án đầu tư ra nước ngoài. Tháng 12/2010, Trung Quốc đạt được thoả thuận với Ngân hàng thế giới thực hiện đợt phát hành trái phiếu đầu tiên bằng đồng NDT, với mức huy động tới 500 triệu NDT (tương đương 76 triệu USD) với lãi suất 0,95%. Trung Quốc thúc đẩy mạnh hoạt động của các cơ sở trao đổi tiền tệ song phương đã được thành lập từ 2009 tại: Argentina, Belarus, CHLB Nga, Hồng Công, Hàn Quốc, Ai Len, Indonesia, Malaysia, Singapo, vì vậy tổng giá trị trao đổi tính đến cuối 2010 đã đạt tới 800 tỷ NDT (tương đương 12 tỷ USD).

Trong hội nghị G20 năm 2009, Trung Quốc chính thức đề nghị thay đồng USD trong dự trữ quốc tế và giao dịch thương mại bằng đồng tiền chung phi chủ quyền quốc gia. Giá trị của đồng tiền chung này được tính trên cơ sở "Rổ" tiền tệ của nhiều nước, trong đó có NDT. Mặt khác, nước này đang thực hiện một chủ trương "hiện thực hóa" tài sản của mình, phân tán sự rủi ro có nguồn gốc từ USD bằng cách sử dụng lượng dự trữ ngoại tệ khổng lồ của mình mua lại các doanh nghiệp có tên tuổi, tài sản lớn, nguồn tài nguyên... trên khắp thế giới, đồng thời tăng cường sự hiện diện của mình trong các tổ chức quốc tế

như IMF, ASEAN, trợ giúp cho các nền kinh tế ở châu Âu đang rơi vào tình trạng khốn khó...

Trước những động thái này, Trung Quốc gặp ngay phải những phản ứng gay gắt của Mỹ, phương Tây và các tổ chức tiền tệ thế giới. Đã nhiều lần Mỹ lên án Trung Quốc định giá thấp đồng NDT làm gia tăng sự thâm hụt thương mại của Mỹ với nước này. Quĩ tiền tệ quốc tế cũng nhận định là giá trị NDT luôn thấp hơn giá trị thực của nó. Với sự thúc ép đó, trước ngày khai mạc Hội nghị thượng định G20 ở Toronto vào tháng 6/2010, Trung Quốc đã quyết định nới rộng biên độ tỷ giá giữa NDT và USD, tuy vậy trong 6 tháng, đồng NDT cũng chỉ tăng có 2,9% so với USD.

Theo đánh giá chung, đồng NDT đang ngày càng mạnh lên một cách tương đối so với các đồng tiền mạnh khác, tuy nhiên trong tương lai 5 - 10 năm tới vẫn chưa thể đạt được tham vọng trở thành đồng tiền quốc tế của mình.

Nhìn lại toàn cảnh thị trường tiền tệ thế giới thấy trật tự của các đồng tiền mạnh đang được sắp xếp lại: Thế giới đang cố gắng thoát khỏi sự phụ thuộc quá mức vào nền kinh tế Mỹ, vào USD; nhiều đồng tiền đang theo đuổi xu thế tự giảm giá hoặc duy trì ở mức thấp giá trị để hỗ trợ cho thị trường xuất khẩu... Chính điều này đang có ảnh hưởng lớn lao tới quan hệ tỷ giá trên thị trường thế giới và do vậy cũng ảnh hưởng tới sự phát triển bền vững của Việt Nam trong thời gian từ nay đến 2020.

Việc giữ đồng tiền Việt Nam mạnh hay yếu, mạnh yếu ở mức nào có ảnh hưởng tới ổn định vĩ mô, phát triển bền vững của kinh tế Việt Nam.

Trên thực tế, đồng tiền Việt Nam (VND) đã giảm giá so với USD và các đồng tiền mạnh khác. Nếu cách đây 10 - 12 năm, 1 USD tương đương 10 - 12 ngàn VND, nay đã là 20 - 21 ngàn. Như vậy VND đã giảm giá một nửa. Việc xác định một quan hệ tỷ giá ở mức nào là phù hợp, theo mô hình nào dĩ nhiên không thể máy móc sao chép từ các mô hình kinh tế của nước ngoài. Trung Quốc dựa vào lợi thế qui mô lớn, sức lao động rẻ, có tỷ lệ nội địa hóa cao (Hàng công nghiệp của Trung Quốc chiếm tới 90 - 95% tổng lượng xuất khẩu hàng năm của nước này, trong đó tỷ lệ nội địa rất cao), nên họ cố gắng duy trì một đồng tiền yếu để có lợi thế cạnh tranh trong xuất khẩu. Ở các quốc gia phát triển như Mỹ, Đức, Nhật Bản... có nền sản xuất dựa vào công nghệ cao, hàm lượng chất xám đậm đặc cũng muốn có một đồng tiền yếu để hỗ trợ xuất khẩu. Việt Nam lại khác! Muốn xuất khẩu được, Việt Nam phải nhập khẩu, thậm chí có ngành hàng, mặt hàng các yếu tố nhập khẩu chiếm tới trên 70% giá trị hàng xuất khẩu. Vì vậy, nếu làm cho tiền yếu đi thì có lợi khi xuất khẩu nhưng lại bất lợi trong nhập khẩu. Điều này càng tồi tệ khi khối lượng nhập siêu của Việt Nam ngày càng tăng và chiếm tỷ trọng quá lớn so với nhập khẩu. Ngoài ra, nền kinh tế còn chịu bất lợi khi phải trả nợ nước ngoài, hoàn trả vốn vay ODA... bằng ngoại tệ trong điều kiện đồng nội tệ yếu đi. Cũng cần nói thêm: ODA thực sự quí giá đối với chúng ta nhưng ở đây không chỉ là sự ưu đãi. Muốn được vay lãi suất thấp, ân hạn dài, thậm chí viện trợ không hoàn lại luôn có những điều kiện đi kèm. Đó là phải sử dụng công nghệ, chuyên gia với mức lương rất cao của nước cấp vốn, thực hiện những đơn hàng đã được chỉ định... Đây là món nợ phải trả trong tương lai, vì vậy nếu quan hệ tỷ giá biến động theo chiều hướng đồng tiền nội tệ yếu đi thì sẽ làm món nợ này thêm nặng nề trong tương lai.

**Thứ ba: Dòng vận động của vốn đầu tư trên thị trường thế giới và khả năng tiếp nhận, hấp thụ vốn đầu tư của thị trường Việt Nam:**

Việt Nam cần vốn để phát triển, nếu không đủ vốn hoặc có vốn nhưng không hấp thu được đều dẫn tới sự phát triển thiếu bền vững.

Theo báo cáo đầu tư năm 2009 của hội nghị Liên hiệp quốc về thương mại và phát triển, đánh giá ảnh hưởng của khủng hoảng và suy thoái kinh tế, ngay từ năm 2009 nguồn vốn FDI của thế giới đã giảm từ 30 - 40% so với 2008. Theo WB, dòng FDI cũng giảm từ 1.500 tỷ USD năm 2007 xuống đến 1.000 tỷ USD vào năm 2008 và 500 tỷ USD năm 2009. Tình hình giảm sút này vẫn khó lòng cải thiện vào những năm tiếp theo. Nhưng theo dự báo, dòng vốn FDI sẽ chuyển dần sang những khu vực có sự ổn định, an toàn.

Trong xu thế đó, vốn FDI vẫn tăng khá ở Việt Nam. Nguồn vốn này năm 2010 đã chiếm 25,8% tổng vốn đầu tư toàn xã hội so với 25,5% của năm 2009, cụ thể đã đạt trên 11 tỷ USD, trong đó vốn thực hiện khoảng 8 tỷ USD. Năm 2011 tình hình cũng đã được cải thiện, vốn đăng ký đã đạt khoảng 20 tỷ USD, dự kiến thực hiện được khoảng 11 - 12,5 tỷ USD.

Cơ cấu vốn FDI của Việt Nam cũng đang có sự chuyển biến tích cực theo hướng vốn đầu tư cho công nghiệp chế biến, chế tạo ngày càng tăng. Đây là dấu hiệu tốt.

Tuy nhiên để có thể hấp thụ một cách có hiệu quả vốn FDI nhằm phát triển bền vững của Việt Nam cần phải lưu ý tới một số vấn đề sau:

- Nâng cao tính định hướng thống nhất cho vốn FDI của toàn bộ nền kinh tế, vùng lãnh thổ trong điều kiện đã phân cấp, phân quyền cho các địa phương được xét duyệt, tiếp nhận vốn FDI.

- Cơ sở hạ tầng kỹ thuật không đáp ứng được yêu cầu của các nhà đầu tư như mạng lưới giao thông, hệ thống điện, cấp nước, thoát nước...

- Lợi thế nhân công rẻ đang dần mất đi, đòi hỏi phải có được một hệ thống giáo dục, đào tạo đủ mạnh để có thể cung cấp được nguồn nhân lực có chất lượng cao cho toàn bộ nền kinh tế nói chung và của các dự án FDI nói riêng.

**Thứ tư: Sự biến động của thị trường hàng hóa thế giới, ảnh hưởng tới xuất nhập khẩu của Việt Nam:**

Xuất nhập khẩu là một động lực đặc biệt quan trọng trong phát triển kinh tế Việt Nam. Trong suốt thời gian qua, xuất nhập khẩu Việt Nam luôn tăng và là một trong những điểm sáng của nền kinh tế.

Thời gian sắp tới theo dự báo, thị trường thế giới vẫn trồi sụt khó lường. Tuy nhiên, hàng xuất khẩu Việt Nam vẫn nhận được nhiều tín hiệu tốt, vì những lý do sau:

- Hàng xuất khẩu Việt Nam chủ yếu là hàng thiết yếu cơ bản. Vì vậy, dù sức mua của người tiêu dùng tại các thị trường nhập khẩu có giảm sút, thì người ta vẫn phải tiêu dùng hàng thiết yếu, cơ bản, có giá phải chăng.

- Do khí hậu biến đổi thất thường, nhiều vùng gặp thiên tai nặng nề dẫn đến đình đốn sản xuất. Một số vùng, nhân tai cũng gây nên những thiệt hại khủng khiếp (thí dụ như vụ tràn dầu ở Vịnh Mexico), cộng thêm những tác động bất ổn từ những xung đột chính trị

(thí dụ như ở Trung Đông, Bắc Phi, một vài nước SNG...) cũng là những nhân tố làm giảm nguồn cung hàng hóa trên thị trường thế giới. Trong điều kiện đó, những hàng hóa thiết yếu có giá phải chăng như gạo, thủy hải sản, rau quả, dệt may, đồ gỗ... của Việt Nam được nhiều thị trường chấp nhận và ưa dùng, tạo điều kiện cho ta giữ được nhịp độ xuất khẩu.

Tuy nhiên để phát triển bền vững, Việt Nam cần sớm tập trung giải quyết vấn đề thâm hụt thương mại ngày càng gia tăng (Năm 2003 mức thâm hụt thương mại còn gần 2,6 tỷ USD thì năm 2008 con số này là gần 12,8 tỷ USD, tăng gấp 5 lần sau 5 năm. Năm 2009 mức thâm hụt là trên 15,4 tỷ USD và 2010 vẫn ở mức trên 12 tỷ USD).

Sự thiếu bền vững còn thể hiện trong cơ cấu hàng xuất nhập khẩu. Trong hàng xuất khẩu: nông, lâm sản chiếm khoảng 15%, trong đó chủ yếu xuất khẩu thô các mặt hàng gạo, hồ tiêu, cà phê, cao su. Hàng công nghiệp nặng và khoáng sản chiếm khoảng 34%, trong đó chủ yếu là bán tài nguyên than đá và dầu thô. Hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp chiếm 40%, trong đó chủ yếu là hàng làm gia công dệt may và giày da...

Trong hàng nhập khẩu: Nhóm hàng tư liệu sản xuất chiếm tới 92%, hàng tiêu dùng chiếm khoảng 8%. Trong hàng tư liệu sản xuất thì máy móc, thiết bị chiếm khoảng 29% và nguyên nhiên vật liệu chiếm khoảng 63%. Điều đáng nói là, những công nghệ, máy móc, thiết bị, nguyên vật liệu này chủ yếu được nhập khẩu tử thị trường Trung Quốc. Như vậy, nền kinh tế Việt Nam, các doanh nghiệp Việt Nam chưa tiếp cận được với công nghệ tiên tiến từ các nước phát triển mà chủ yếu sử dụng công nghệ của Trung Quốc. Điều này sẽ gây ra nguy cơ ngày càng phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc về nguyên vật liệu và do đó sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế của hàng Việt Nam sẽ ngày càng kém đi. Để có thể phát triển bền vững trong tương lai, cần phải có biện pháp giải quyết từ gốc rễ về vấn đề này.

Theo nhận định của Đảng và Nhà nước ta, bối cảnh quốc tế đang tạo ra được nhiều cơ hội và thách thức đối với quá trình phát triển kinh tế một cách bền vững của Việt Nam. Cụ thể là:

- Khoa học và công nghệ ngày càng trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp, thúc đẩy sự phát triển kinh tế tri thức, chuyển dịch nhanh cơ cấu kinh tế và thay đổi đời sống xã hội. Đáng lưu ý là những tiến bộ khoa học công nghệ trong các lĩnh vực: công nghệ vật liệu mới, công nghệ sinh học, công nghệ Nano, công nghệ gen, công nghệ nguyên tử và đặc biệt là công nghệ thông tin. Nếu quốc gia nào tận dụng cơ hội để tiếp cận và làm chủ được những cơ hội này thì sẽ có điều kiện để phát triển một cách bền vững.

- Đặc trưng của toàn cầu hóa là làm cho thế giới ngày càng "phẳng" đi, sự chuyển dịch các yếu tố của quá trình tái sản xuất trên phạm vi toàn cầu ngày càng lớn, chi phí thấp, hiệu quả cao. Trong quá trình đó, vấn đề đặc biệt quan trọng là chiếm giữ được khâu có lợi nhất cho quốc gia mình trong toàn bộ chuỗi gia tăng giá trị toàn cầu.

- Việt Nam nằm trong khu vực kinh tế châu Á - Thái Bình Dương - một khu vực năng động nhất. Đó chính là thời cơ và cũng là thách thức đối với kinh tế Việt Nam.

Tuy nhiên, để có thể phát triển bền vững, cần vượt qua được những thách thức, đó là: sự bất ổn kinh tế thế giới, xung đột khu vực có thể xảy ra ở nhiều nơi, sự phân hóa giầu

nghèo ngày càng rõ nét, áp lực cạnh tranh quốc tế ngày càng lớn, sự suy thoái môi trường sống, môi trường sinh thái, biến đổi khí hậu toàn cầu ngày càng rõ nét và nghiêm trọng.

Chỉ bao giờ tận dụng được những cơ hội và vượt qua được những thách thức đó thì mới có thể phát triển kinh tế - xã hội một cách bền vững trong những năm từ nay đến 2020 để đưa nước ta trở thành một nước công nghiệp hiện đại./.

# KHU VỰC THƯƠNG MẠI TỰ DO (FTA) VỚI MỤC TIÊU KHAI THÁC TIỀM NĂNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

*TS. Lê Quang Lân*
**Phó Vụ trưởng Vụ Chính sách Thương mại Đa biên**
**Bộ Công Thương**

Xu thế liên kết kinh tế khu vực chưa bao giờ ngừng vận động. Trong những năm 90 của thế kỷ XX, việc thiết lập các khu vực thương mại tự do (FTA) lại bùng lên mạnh mẽ, đặc biệt là sau những thất bại liên tiếp của Vòng đàm phán Đô-ha của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Không thể sớm nâng cấp hệ thống thương mại đa phương, các nước đã từng bước hướng nguồn lực sang xây dựng các liên kết khu vực quy mô nhỏ hơn nhưng hiệu quả rõ rệt hơn. Từ năm 2001 đến nay, đã có trên dưới 400 FTA song phương và khu vực xuất hiện với quy mô và hình thức khác nhau. So với các cam kết tự do hóa trong khuôn khổ WTO, các liên kết kinh tế khu vực thường có mức độ mở cửa thị trường mạnh mẽ, sâu sắc và triệt để hơn rất nhiều. Ngoài việc loại bỏ các hàng rào thuế và phi thuế quan, các FTA thường đưa ra các cam kết tự do hóa trong nhiều lĩnh vực như thương mại dịch vụ, đầu tư, thậm chí sẵn sàng hợp tác trên các lĩnh vực phi truyền thống trong thương mại khác như tiêu chuẩn lao động, môi trường...

Nước ta tiếp cận và tham gia FTA từ khá sớm. Ngay khi là thành viên ASEAN từ năm 1995, Việt Nam đã bắt đầu thực hiện giảm thuế theo Chương trình thuế quan ưu đãi có hiệu lực chung nhằm thiết lập Khu vực thương mại tự do ASEAN (CEPT/AFTA) từ năm 1996. Vượt qua nhiều thách thức, bỡ ngỡ trong giai đoạn đầu hội nhập, nước ta đã triển khai thuận lợi Chương trình CEPT/AFTA. Năm 2006, Việt Nam cơ bản hoàn thành CEPT/AFTA với việc đưa hầu hết các mức thuế quan về biên độ 0 - 5%. Các hàng rào phi thuế quan như hạn ngạch, giấy phép, tiêu chuẩn chất lượng cũng được từng bước hài hòa tương ứng với các nền kinh tế ASEAN khác. Từ năm 2002, dựa trên mối liên kết mật thiết với ASEAN, nước ta cũng lần lượt tham gia các FTA giữa ASEAN với rất nhiều nước đối tác lớn trong khu vực. Năm 2004, Khu vực thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA) được thành lập. Năm 2007, Hiệp định xây dựng Khu vực thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA) được ký kết. Năm 2008, Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản (AJCEP) được ký kết với mục tiêu xây dựng FTA vào năm 2015. Khu vực thương mại tự do ASEAN - Ấn Độ (AIFTA), Khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc và Niuzilân (AANZFTA) cũng lần lượt được thiết lập trong năm 2009 với mục tiêu loại bỏ hoàn toàn thuế quan đến năm 2020. Nhờ là thành viên của ASEAN, Việt Nam không những được tiếp cận thị trường của các đối tác một cách thuận lợi hơn mà còn có cơ hội bảo hộ hàng hóa sản xuất trong nước với lộ trình dài hơn.

Tuy vậy, quá trình tham gia FTA của nước ta có sự thay đổi về chất chỉ đến khi Việt Nam trở thành thành viên của Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Chúng ta đã tham gia một cách sòng phẳng hơn với động cơ chính của mọi cuộc đàm phán là vấn đề lợi ích trong quan hệ thương mại và đầu tư. Với các đối tác FTA, Việt Nam cũng đã chứng tỏ mình như

một đối tác tin cậy. Các FTA không chỉ được thực hiện trong khuôn khổ hợp tác ASEAN, mà chính chúng ta đã lựa chọn những đối tác phù hợp, có lợi cho chiến lược hội nhập của đất nước. Năm 2008, FTA song phương đầu tiên của Việt Nam là Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện với Nhật Bản, có hiệu lực từ tháng 10 năm 2009. Hiện nay, Việt Nam đang đàm phán FTA song phương với Chi Lê, tham gia đàm phán với tư cách thành viên chính thức của Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP). Các FTA ASEAN+3 (với Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc), ASEAN+6 (thêm Ấn Độ, Ôxtrâylia và Niuzilân) và FTA song phương với Liên bang Nga, Liên minh châu Âu và Hàn Quốc cũng đang được xem xét nghiêm túc.

Trong tất cả các cuộc đàm phán FTA, động lực quan trọng nhất của nước ta luôn gắn với mục tiêu phát huy lợi ích xuất khẩu của hàng hóa trong nước. Có lẽ, việc quan tâm đến xuất khẩu cũng chính là mối quan tâm đến nâng cao năng lực sản xuất của nền kinh tế. Tuy vậy, suy xét lợi ích xuất khẩu cũng được cân nhắc trên hai phương diện là ngắn hạn và dài hạn.

Trong ngắn hạn, mối quan tâm đến lợi ích xuất khẩu chính là sự so sánh tương quan trực diện về sức cạnh tranh với các hàng hóa giữa các quốc gia, nhất là những quốc gia trong khu vực như Thái Lan, Indonesia, Philippin với nước ta có ý nghĩa rất lớn. Cũng như bất cứ quốc gia nào khác trong khu vực, Việt Nam tham gia FTA một phần vì không muốn mất đi ưu thế xuất khẩu tương đối, sẵn có là động lực để ta cùng thiết lập FTA với các đối tác của mình. Hiện tại, đối tác FTA của ASEAN và Việt Nam đều là các quốc gia Đông Á. Đây là thị trường xuất khẩu quan trọng nhất của nước ta với kim ngạch gần 35 tỷ USD, tương đương với 48% tổng kim ngạch xuất khẩu. Trên thực tế, trên góc độ trực diện nhất, cơ hội xuất khẩu đối với các mặt hàng cụ thể của nước ta trong các FTA mà Việt Nam đã tham gia cũng rất đáng kể. Với Nhật Bản, 79% xuất khẩu nông sản của ta sẽ được hưởng ưu đãi thuế 0%. Mức thuế trung bình nhờ cam kết FTA đã giảm từ 8,1% xuống 4%. Các mặt hàng có lợi nhất là rau quả tươi, cà phê, chè, thịt lợn và các sản phẩm gỗ. Hàng thủy sản có thuế suất trung bình giảm từ 5,4% xuống 1,3%. Riêng đối với các sản phẩm công nghiệp, 100% thuế suất hàng công nghiệp sẽ đạt 0% ngay trong năm 2010. Các mặt hàng có lợi nhất là dệt may, giày dép, hóa chất, điện và điện tử. Với thị trường Úc và Niuzilân, mặc dù là thị trường có mức bảo hộ bằng thuế quan tương đối thấp nhưng khoảng 14% xuất khẩu của Việt Nam (chủ yếu là hàng may mặc, giày dép, một số sản phẩm kim loại) đang chịu mức thuế từ 7- 100% sẽ được giảm thiểu đáng kể từ 2013. 97% xuất khẩu của Việt Nam sang Úc sẽ có thuế suất 0% vào năm 2013 và 100% vào năm 2020. Tương tự, 44% hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Niuzilân đang chịu mức thuế suất từ 7 - 80%. Đến năm 2013, 90% xuất khẩu Việt Nam sang Niuzilân sẽ có mức thuế bảo hộ 0% và 100% xuất khẩu của ta sang Úc có mức bảo hộ 0% vào năm 2020. Với thị trưởng Ấn Độ, 72% xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ sẽ hưởng ưu đãi 0% từ năm 2016. Các mặt hàng được hưởng ưu đãi nhiều nhất là điện tử, dệt may, hóa chất và một số máy móc thiết bị. Riêng các mặt hàng cà phê, chè sẽ có lộ trình giảm thuế thấp hơn mức thuế mà Ấn Độ áp dụng cho các nước khác. Các thị trường Trung Quốc, Hàn Quốc về cơ bản đã không áp dụng thuế nhập khẩu đối với các hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam.

Trong dài hạn, bức tranh về lợi ích xuất khẩu thường được nhìn nhận thông qua các nhân tố tác động đến mục tiêu hình thành năng lực cạnh tranh của đất nước trong tương lai. Cơ

sở nhận diện lợi ích xuất khẩu tiềm năng của Việt Nam chính là khả năng điều chỉnh cơ cấu hàng xuất khẩu của nước ta khi tham gia các FTA của khu vực. Cho đến nay, việc thiết lập FTA với các nền kinh tế to lớn và năng động bậc nhất trong khu vực như Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Úc đã mang đến nhiều cơ hội lớn đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Từ năm 2004 đến 2010, kim ngạch hai chiều Việt Nam với các đối tác ASEAN và Đông Á đã tăng từ 32 tỷ USD lên 82 tỷ USD, tức là tăng gần 270%. Mức tăng trưởng hàng năm đạt 28%. Trong đó, tỷ trọng thương mại của các nước đối tác trong khu vực ASEAN và Đông Á là 53% trong tổng kim ngạch thương mại của Việt Nam, nếu tính thêm 3 đối tác là Úc, Niuzilân và Ấn Độ trong ASEAN+6 thì con số này là 56%. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam với các quốc gia Đông Á còn tăng trưởng với tốc độ cao. Có thể nói, tham gia vào FTA với ASEAN, Trung Quốc, Ấn Độ, Nhật Bản, Úc, Niuzilân, nước ta có cơ hội tiếp cận thuận lợi và khai thác thị trường khổng lồ chiếm hơn 50% dân số và GDP thế giới, mở ra nhiều tiềm năng xuất khẩu.

Nhóm nghiên cứu về tính khả thi của FTA Đông Á bao gồm ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc sẽ hình thành một thị trường khổng lồ với tổng số người tiêu dùng lên tới gần 2 tỷ và gần 3.000 tỷ USD về giá trị GDP. EAFTA dự kiến sẽ là một khu vực mậu dịch tự do lớn nhất thế giới về quy mô người tiêu dùng và đứng thứ 3 thế giới về GDP. Với sự năng động, nhạy bén của các nền kinh tế trong khu vực này, FTA Đông Á sẽ tác động không nhỏ đến lợi ích kinh tế, thương mại của từng nước, trong đó có Việt Nam. Cũng theo nghiên cứu này, một khi FTA Đông Á hoàn thành, tổng GDP của các nước Đông Á sẽ tăng lên 1,2 % và phúc lợi kinh tế lên 104,6 tỷ USD. Riêng đối với Việt Nam, FTA Đông Á dự kiến sẽ mang lại sự tăng trưởng 2,83% về GDP và lợi ích do sự phát triển của thương mại sẽ đạt 3,029 tỷ USD. Đây quả là con số rất ý nghĩa đối với lợi ích thương mại của nước ta.

Khác với những lợi ích xuất khẩu ngắn hạn, trực diện, lợi ích xuất khẩu trong dài hạn phụ thuộc vào sự thay đổi trong cơ cấu hàng xuất khẩu dưới tác động của các luồng thương mại và đầu tư. Hiện nay, cơ cấu xuất khẩu của nước ta còn rất đơn điệu, giá trị gia tăng tương đối thấp. 85% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vẫn là các sản phẩm dầu thô, nông, lâm, thủy sản, khoáng sản và dệt may. Đây là các mặt hàng mà ta có thế mạnh do lợi thế về tài nguyên và lao động nhưng giá trị gia tăng thấp, lợi ích kinh tế không cao, thiếu tính bền vững. Cơ cấu trao đổi thương mại với các nước Đông Á hiện nay phản án sự liên kết ngành chưa cao. Sự đóng góp trực tiếp của các ngành sản xuất của nước ta vào chuỗi cung ứng giá trị mang tầm khu vực còn rất hạn chế. Gần đây, một số mặt hàng xuất khẩu có hàm lượng gia tăng cao hơn như điện, điện tử, sản phẩm nhựa, dây điện đã bắt đầu xuất hiện nhưng tỷ trọng chưa đáng kể. Tình trạng này sẽ chỉ được cải thiện cho đến khi trạng thái cân bằng mới được xác lập trong dài hạn khi nước ta tham gia sâu hơn vào liên kết ngành trong khu vực, dẫn đến sự biến chuyển về cơ cấu chung của nền kinh tế theo hướng hội nhập. Nhờ sự gần gũi về địa lý, quan hệ kinh tế, chính trị giữa nước ta và các đối tác Đông Á là một trong những nhân tố quan trọng quyết định chất lượng phát triển của kinh tế nước ta.

Cùng với sự mở rộng của các FTA trong khuôn khổ ASEAN, lợi ích xuất khẩu của nước ta sẽ được phát huy mạnh mẽ hơn nữa nhờ các FTA song phương mà ta đã chủ động khởi xướng hoặc tham gia, ví dụ như các FTA song phương Việt Nam - EU, FTA Việt Nam - Nga hay Hiệp định Đối tác kinh tế Xuyên Thái Bình Dương (TPP). Việc thiết lập các FTA với EU, Hoa Kỳ và Nga sẽ hoàn tất chuỗi khu vực thương mại tự do mà Việt Nam tham gia

với các đối tác kinh tế lớn trên thế giới. Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch gần 12 tỷ USD, EU là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của nước ta với kim ngạch 10 tỷ USD. Đây là hai thị trường có mức tăng trưởng xuất khẩu tốt nhất, khoảng 400% trong vòng 7 năm từ 2003 đến 2010. Đây cũng là thị trường mà Việt Nam luôn duy trì trạng thái xuất siêu ổn định. Với Nga, dù thương mại chưa cao như mong đợi nhưng Nga luôn là thị trường xuất khẩu truyền thống và cực kỳ nhiều tiềm năng. Việc thiết lập FTA với các thị trường này sẽ là cú hích lớn cho thương mại Việt Nam.

Sự chủ động của các doanh nghiệp là nhân tố quyết định sự thành công của chính sách hội nhập kinh tế đất nước. Trong những năm qua, điều rất đáng lưu ý là các doanh nghiệp Việt Nam đã tỏ ra quan tâm hơn, tận dụng tốt hơn các ưu thế mà FTA mang lại. Năm 2010, gần 12% xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN đã hưởng ưu đãi thuế, tăng từ mức 6% năm 2005. 21,7% hàng xuất khẩu của ta được hưởng ưu đãi thuế của Trung Quốc, tăng từ mức 6,3% năm 2007. Đặc biệt, có đến 79% xuất khẩu của Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế từ Hàn Quốc. Đối với Nhật Bản, mặc dù mới triển khai FTA, 28% xuất khẩu của ta đã được hưởng ưu đãi thuế của nước này.

Rõ ràng, lợi ích của FTA không chỉ phụ thuộc vào vai trò định hướng của nhà nước, mà quan trọng hơn chính là sự tham gia của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam. Các doanh nghiệp Việt Nam cần phải chủ động trong việc: tìm hiểu những cam kết thuế quan, quy tắc xuất xứ, các quy định về vệ sinh, kiểm dịch và các quy định kỹ thuật khác đang tác động đến hoạt động kinh doanh của mình, nghiên cứu thị trường, nâng cao chất lượng, giá trị và trách nhiệm đối với uy tín  sản phẩm của mình. Từ phía các cơ quan quản lý, cần đặt ra mục tiêu hỗ trợ doanh nghiệp tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị của khu vực và toàn cầu. Điều đáng khích lệ là các doanh nghiệp Việt Nam đã tiệm cận và tận dụng khá tốt các ưu đãi trong khuôn khổ FTA./.

# MỘT SỐ NGUYÊN NHÂN CỦA THÂM HỤT THƯƠNG MẠI KÉO DÀI

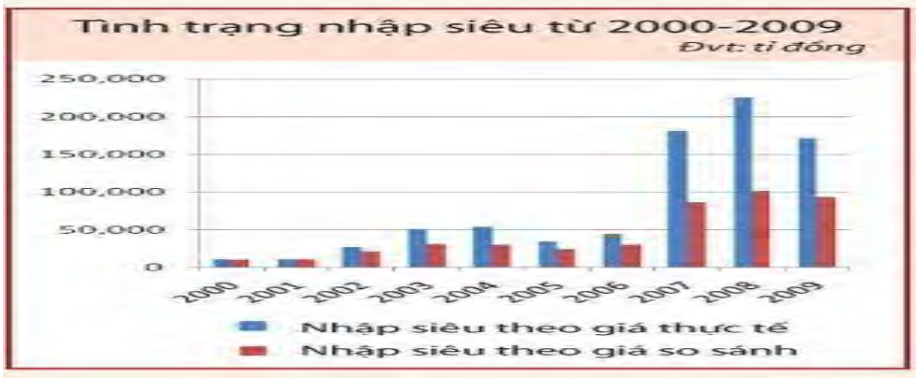
*TS. Nguyễn Văn Huân và Nhóm nghiên cứu*[37]
**Trung tâm nghiên cứu Chính sách phát triển bền vững (CSDP)**

## 1. Giới thiệu

Một trong những bất ổn vĩ mô hiện nay của Việt Nam là do thâm hụt thương mại kéo dài và có xu hướng ngày càng tăng cao. Tuy tốc độ tăng trưởng kinh tế bình quân của Việt Nam trong giai đoạn 2000-2009 là tương đối cao so với thế giới và khu vực (khoảng 7,3%/năm), nhưng đi kèm theo đó là tình trạng nhập siêu ngày càng tăng lên.

Tình trạng nhập siêu tăng liên tục từ năm 2000 đến nay là rất nghiêm trọng. Tốc độ tăng bình quân hàng năm của nhập siêu về hàng hóa giai đoạn 2000-2009 tính theo đô la Mỹ khoảng 31%. Còn nhập siêu về hàng hóa và dịch vụ tính theo tiền đồng và theo giá hiện hành tăng vào khoảng 35,8%, tốc độ tăng nhập siêu bình quân năm đã loại trừ yếu tố giá giai đoạn này vào khoảng 28% (Hình 1). Một điều rất phải cân nhắc khi sử dụng số liệu thống kê là nhập khẩu hàng hóa được tính theo giá CIF, tức là đã bao gồm một phần dịch vụ (cụ thể là dịch vụ vận tải và bảo hiểm). Từ năm 2007 (năm Việt Nam chính thức trở thành thành viên của WTO), dịch vụ cũng bị tình trạng nhập siêu, đó là do nhập siêu về phí vận tải và bảo hiểm. Về nguyên tắc, nhập khẩu hàng hóa phải được đo lường bằng giá FOB, còn phần vận tải và bảo hiểm được tính cho nhập khẩu dịch vụ, tổng của nhập khẩu như vậy vẫn theo giá CIF. Điều này sẽ giúp cân đối vĩ mô và phân tích số liệu được dễ dàng hơn, tránh gây nhầm lẫn.

***Hình 1:*** **Tình hình nhập siêu hàng hóa và dịch vụ 2000-2009**




[37] Bùi Trinh, Vũ Ngọc Anh và Nguyễn Việt Phong, Tổng cục Thống kê

Một vấn đề đặt ra là nhập khẩu chủ yếu phục vụ nhu cầu sản xuất trong nước (hơn 90%), sản phẩm cuối cùng của sản xuất trong nước (net domestic final demand) sẽ đi vào nhu cầu cuối cùng trong nước như tiêu dùng cuối cùng, tích lũy tài sản và xuất khẩu. Bài viết này cố gắng phân tích nguyên nhân và lượng hóa xem cái gì dẫn đến tình trạng nhập siêu ngày càng tăng trong những năm qua.

Nghiên cứu này dựa trên cấu trúc của nền kinh tế thông qua bảng Cân đối liên ngành (bảng Input - Output) được công bố bởi Tổng cục Thống kê và những lý thuyết cơ bản của J. Keynes và W. Leontief.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi đưa ra *chỉ số lan toả về kinh tế* và *chỉ số kích thích nhập khẩu,* hàm ý của vấn đề này nhằm giúp các nhà hoạch định chính sách lựa chọn ngành kinh tế trọng điểm và cơ cấu kinh tế phù hợp cho nền kinh tế.

Nghiên cứu này cũng đưa ra so sánh về chỉ số kích thích nhập khẩu và hệ số bảo hộ hữu hiệu (effective rate of protection) của các ngành, thông qua đó đưa ra các chính sách bảo hộ sản xuất phù hợp, nhất là trong bối cảnh thực hiện các cam kết với WTO.

## 2. Phương pháp

### *2.1. Chỉ số lan toả kinh tế và Chỉ số kích thích nhập khẩu*

Nghiên cứu dựa trên sự mở rộng quan hệ về thương mại của Keynes, theo đó nhân tử thương mại kiểu Keynes thường chỉ tính đến nhu cầu của nhập khẩu cho sản xuất để đáp ứng tiêu dùng cuối cùng. Điều này đôi khi không thực tế vì nhu cầu cuối cùng trong nước bao gồm cả tiêu dùng cuối cùng, tích lũy/đầu tư và xuất khẩu. Hệ thống cân đối liên ngành của Leontief mở rộng ý tưởng của Keynes và đã được phát triển dựa trên sự phân ra ảnh hưởng theo từng nhân tố của cầu[38].

Hệ thống Leontief mở rộng ý niệm về nhân tử thương mại của Keynes được phát triển đầu tiên bởi quan hệ:

$$X - A.X = C + I + E - M \qquad (1)$$

Ở đây: X, C, I, E và M là véc tơ giá trị sản xuất, tiêu dùng cuối cùng, đầu tư, xuất khẩu và nhập khẩu tương ứng.

Quan hệ (1) có thể được viết lại:

$$X - A.X = C + I + E - M^p - M^c \qquad (2)$$

Ở đây $M^p$ = ma trận nhập khẩu cho sản xuất (tiêu dùng trung gian), $M^c$ = Nhập khẩu cho nhu cầu cuối cùng và $M = M^p + M^c$.

Quan hệ (2) có thể được mở rộng:

$$X - A^d.X - A^m.X = C^d + I^d + E + C^m + I^m - M \qquad (3)$$

Ở đây $A.X = A^d.X + A^m.X$

$A^m.X. = M^p$

và $M^c = C^m + I^m$

$A^d$ là ma trận tiêu dùng trung gian sử dụng sản phẩm trong nước, $C^d$ là tiêu dùng cuối cùng sản phẩm trong nước và $I^d$ là véc tơ tích lũy gộp sản phẩm sản xuất trong nước.

Đặt $Y^d = C^d + I^d + E$, ở đây $Y^d$ là véc tơ nhu cầu cuối cùng sản phẩm trong nước, lúc đó quan hệ (3) được viết lại:

$$X = (I - A^d)^{-1}.Y^d = (1 + A + A^2 + A^3 + ...)\ Yd \qquad (4)$$

Ở đây $(I-A^d)^{-1}$ là ma trận nhân tử Leontief thể hiện nhu cầu cho nội tại nền kinh tế cho một đơn vị tăng lên của sản phẩm cuối cùng nội địa.

Từ ma trận nhân tử Leontief tính các mối liên hệ ngược (backward linkage) - đây là mối liên hệ quan trọng trong vận hành nền kinh tế. Những chỉ số này được Rasmussen (1957) miêu tả như ***chỉ số lan toả (Power of dispersion)*** của các ngành trong nền kinh tế $\mu_j$, về mặt toán học được định nghĩa:

$$\mu_j = \frac{\sum_{i=1}^{n} \ell_{ij}}{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{n} \ell_{ij}}$$

Ở đây $\ell_{ij}$ là phần tử của ma trận nhân tử Leontief. Như vậy, *có thể thấy chỉ số này của ngành nào lớn hơn 1 sẽ có ảnh hưởng đến sản xuất trong nước hơn các ngành khác*.

Mặt khác, quan hệ (3) cũng có thể được viết:

$$X - A^m.X = A^d.X + C^d + I^d + E + C^m + I^m - M = TDD - M^p$$

Đặt *tổng cầu trong nước* (bao gồm tiêu dùng trung gian, tiêu dùng cuối cùng, đầu tư và xuất khẩu) $TDD = A^d.X + C^d + I^d + E$, ta có:

$$X = (I - A^m)^{-1}.(TDD - M^p) \qquad (5)$$

Hoặc: $X = (I - A^m)^{-1}.(TDD + C^m + I^m - M^p)$ (6)

Ma trận $(I-A^m)^{-1}$ được gọi là ma trận nhân tử về nhập khẩu. Phương trình (5) và (6) nhu cầu về nhập khẩu lan tỏa bởi nhu cầu trong nước.

Như vậy, bảng I/O cần được lập dưới dạng "*nhập khẩu phi cạnh tranh (non - competitive import type)*". Bảng I/O của Việt Nam chỉ được lập ở dạng "*nhập khẩu cạnh tranh (competitive import type)*", do đó thường phải sử dụng phương pháp toán học để chuyển sang dạng "*nhập khẩu phi cạnh tranh"* Việc tính toán $A^m$ và $A^d$ theo công thức:

Gọi $m_i = M_i/TDD_i$. Ở đây: $M_i$ là nhập khẩu sản phẩm i và TDDi là tổng nhu cầu nội địa cả sản phẩm i. Chú ý rằng TDDi không bao gồm xuất khẩu và $m_i \leq 1$.

$$A^mX = \Phi.A.X \text{ và } A^dX = (I-\Phi).A.X \qquad (7)$$

Φ là ma trận đường chéo với các phần tử trên đường chéo là ($m_i$).

Và có thể định nghĩa $Mc = (I-A^m)^{-1}. C^d$ như là sự lan tỏa đến nhập khẩu gây nên bởi tiêu dùng cuối cùng sản phẩm trong nước và:

$M_I = (I-A^m)^{-1}. I^d$ là sự lan tỏa đến nhập khẩu gây nên bởi tích lũy trong nước.

$M_E = (I-A^m)^{-1}. E$ là sự lan tỏa đến nhập khẩu gây nên bởi xuất khẩu.

### *2.2. Hệ số bảo hộ hữu hiệu (ERP)*

Thông thường *mức thuế suất cho hàng hóa nhập khẩu được xem như sự bảo hộ danh nghĩa cho các sản phẩm sản xuất trong nước*. Như vậy, một vấn đề đặt ra cần xem xét là mức bảo hộ hữu hiệu cho sản xuất trong nước sẽ như thế nào? Việc chọn mức thuế suất cho sản phẩm nào sao cho những ngành có sức cạnh tranh và có độ lan tỏa cao đến nền kinh tế vẫn được bảo hộ ở mức hữu hiệu.

Hệ số bảo hộ hữu hiệu (effective rate of protection - ERP) cho thấy mức độ bảo hộ sản xuất thông qua thuế nhập khẩu (bảo hộ danh nghĩa: nominal rate of protection - NRP), hệ số này được tính toán bởi công thức sau:

$$ej = \frac{V(do)j - V(fo)j}{V(fo)j}$$

*Trong đó:* V(do)j Giá trị tăng thêm của ngành kinh tế j trong nước

V(fo)j Giá trị tăng thêm ngành kinh tế j của nước ngoài

ej Hệ số bảo hộ hữu hiệu của ngành kinh tế j

Việc so sánh giữa chỉ số lan tỏa kinh tế, chỉ số kích thích nhập khẩu và hệ số bảo hộ hữu hiệu nhằm giúp các nhà hoạch định chính sách chọn ngành trọng điểm là ngành có chỉ số lan toả kinh tế cao (>1), chỉ số kích thích nhập khẩu thấp (<1), từ đó có chính sách về thuế nhập khẩu cho phù hợp để vừa đảm bảm tiến trình hội nhập nhưng vẫn bảo hộ được sản xuất.

## 3. Kết quả nghiên cứu

### *3.1. Về chỉ số lan tỏa kinh tế và nhập khẩu*

Với phương pháp như trên và sử dụng bảng cân đối liên ngành năm 2007 do Tổng cục Thống kê công bố, Bảng 1 chỉ ra chỉ số lan tỏa và chỉ số kích thích nhập khẩu cho 16 ngành gộp. Kết quả chỉ ra chỉ có 2 nhóm ngành có chỉ số lan tỏa về kinh tế cao hơn 1 và chỉ số kích thích nhập khẩu lớn hơn 1, đó là nhóm ngành nông nghiệp và nhóm ngành công nghiệp chế biến sản phẩm từ nông nghiệp đáp ứng yêu cầu này. Hầu hết các ngành chế biến, chế tạo có chỉ số kích thích nhập khẩu rất cao. Điều này cho thấy các ngành này càng phát triển càng kích thích nhập khẩu mạnh mẽ. Nhóm ngành dịch vụ có chỉ số kích thích nhập khẩu thấp và chỉ số lan tỏa về kinh tế cũng thấp. Một nghiên cứu của trường Đại học Kinh tế thuộc Đại học quốc gia Hà Nội chứng minh rằng, nếu tăng cường hiệu quả sản xuất và chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu 20% từ khu vực công nghiệp sang khu vực dịch vụ, thì chỉ số lan tỏa về kinh tế sẽ cao hơn mức bình quân chung (>1) và cơ cấu dịch vụ lúc đó sẽ đạt

khoảng 50% GDP. Điều này đặt ra câu hỏi *phải chăng cơ cấu kinh tế với ưu tiên thứ tự công nghiệp, dịch vụ và nông nghiệp là một cơ cấu kinh tế sai lầm?*

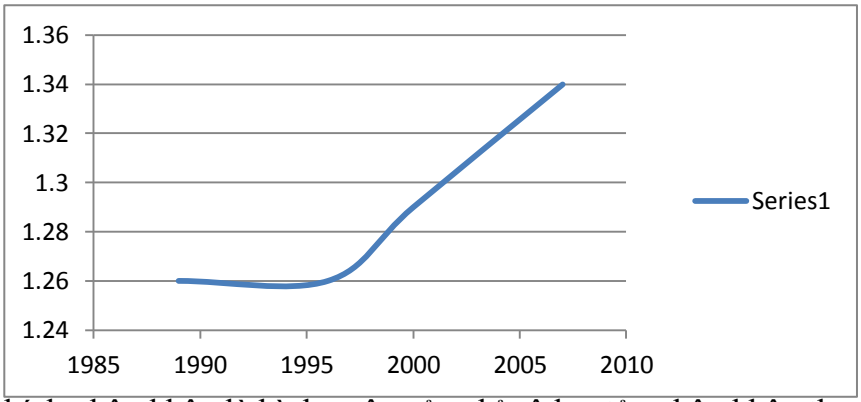
***Bảng 1:*** **Chỉ số lan toả về kinh tế và chỉ số kích thích nhập khẩu**

| Ngành hàng | Chỉ số lan tỏa về kinh tế | Chỉ số kích thích nhập khẩu |
|---|---|---|
| Nông nghiệp | 1,0293 | 0,9643 |
| Thủy sản | 1,3505 | 1,0276 |
| Lâm nghiệp | 0,8934 | 0,9959 |
| Khai khoáng, khai thác | 0,7774 | 1,0039 |
| Công nghiệp chế biến thực phẩm | 1,4492 | 0,9564 |
| Công nghiệp chế biến hàng tiêu dùng | 1,2093 | 1,3754 |
| Công nghiệp chế biến nguyên vật liệu | 1,2644 | 1,3595 |
| Máy móc, thiết bị | 1,2475 | 1,3279 |
| Điện | 0,7220 | 0,9011 |
| Xây dựng | 1,1949 | 1,2884 |
| Thương nghiệp | 0,7303 | 0,9406 |
| Vận tải | 1,0476 | 1,1619 |
| Bưu điện và thông tin liên lạc | 0,7748 | 0,9090 |
| Tài chính, ngân hàng, bảo hiểm | 0,7577 | 0,8853 |
| Dịch vụ cá nhân khác | 0,8133 | 0,9959 |
| Quản lý Nhà nước | 0,7384 | 0,9169 |

*Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu; mầu xanh: Tốt; mầu đỏ: Không tốt*

Hình 2 cho thấy trong giai đoạn từ 1989 đến nay, "chỉ số lan tỏa nhập khẩu" tăng từ 1,26 - 1,34. Điều này có nghĩa, trong giai đoạn trước khi tăng 1 đơn vị nhu cầu trong nước sẽ lan tỏa đến nhập khẩu 1,26 đồng, đến nay ảnh hưởng này tăng lên 1,34 đồng cho một đơn vị tăng lên của nhu cầu trong nước.

***Hình 2:*** **Chỉ số lan toả nhập khẩu bình quân cho một đơn vị nhu cầu cuối cùng trong nước giai đoạn 1989-2007**




Chỉ số kích thích nhập khẩu là bình quân của chỉ sô lan tỏa nhập khẩu theo ngành, ngành nào có chỉ số kích thích về nhập khẩu thấp hơn 1 có nghĩa thấp hơn mức bình quân chung của nền kinh tế, ngành nào có chỉ số này lớn hơn 1 có nghĩa lớn hơn mức bình quân chung của nền kinh tế.

Tính toán cho thấy, hầu hết các ngành thuộc nhóm ngành công nghiệp chế biến, chế tạo và xây dựng có chỉ số kích thích về nhập khẩu tăng lên theo thời gian. Đặc biệt, một số ngành như ngành sản xuất sản phẩm tiêu dùng khác (06), công nghiệp chế biến nguyên vật liệu (07) và công nghiệp chế tạo máy móc, thiết bị (08) trong giai đoạn hiện nay có ảnh hưởng về nhập khẩu cao hơn hẳn giai đoạn trước đó.

***Bảng 2:*** **Chỉ số kích thích về nhập khẩu theo ngành cho một đơn vị nhu cầu cuối cùng trong nước từ 1989-2007**

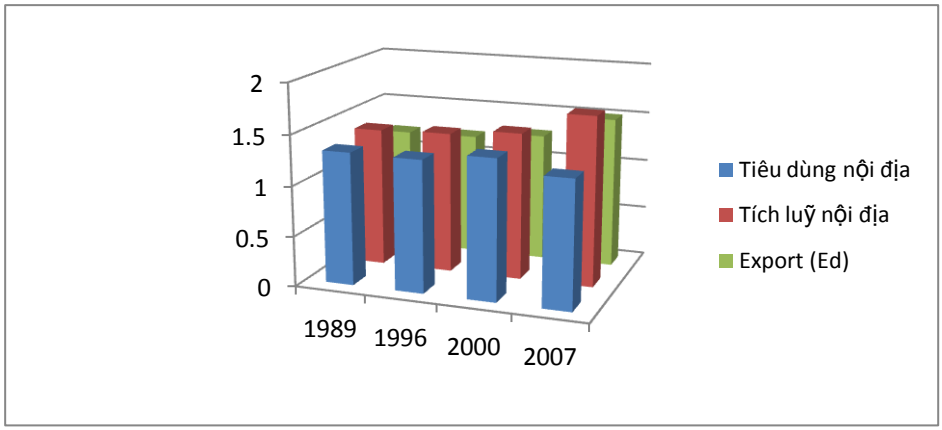
| Ngành hàng | 1989 | 1996 | 2000 | 2007 |
|---|---|---|---|---|
| Nông nghiệp | 0,8750 | 0,9066 | 0,9035 | 0,9643 |
| Thủy sản | 1,0141 | 0,9106 | 1,0086 | 1,0276 |
| Lâm nghiệp | 0,8877 | 0,8687 | 0,8774 | 0,9959 |
| Khai khoáng, khai thác | 1,0110 | 0,9493 | 0,8703 | 1,0039 |
| Công nghiệp chế biến thực phẩm | 0,9264 | 0,8829 | 0,9035 | 0,9564 |
| Công nghiệp chế biến hàng tiêu dùng | 1,0521 | 1,0513 | 1,1627 | 1,3754 |
| Công nghiệp chế biến nguyên vật liệu | 1,1066 | 1,0718 | 1,2086 | 1,3595 |
| Máy móc, thiết bị | 1,1762 | 1,3769 | 1,3556 | 1,3279 |
| Điện | 1,0726 | 1,0948 | 0,9596 | 0,9011 |
| Xây dựng | 1,1382 | 1,1319 | 1,2584 | 1,2884 |
| Thương nghiệp | 0,8394 | 0,8900 | 1,0315 | 0,9406 |
| Vận tải | 1,1359 | 1,0940 | 1,0465 | 1,1619 |
| Bưu điện và thông tin liên lạc | 0,9833 | 0,9659 | 0,9454 | 0,9090 |
| Tài chính, ngân hàng, bảo hiểm | 0,9833 | 0,8987 | 0,9327 | 0,8853 |
| Dịch vụ cá nhân khác | 0,9232 | 0,8995 | 0,9430 | 0,9959 |
| Quản lý Nhà nước | 0,8750 | 0,8979 | 0,9541 | 0,9169 |

Kết quả trong Hình 3 cho thấy cơ cấu về nhu cầu nhập khẩu giữa các yếu tố của cầu sản phẩm sản xuất trong nước thay đổi rõ rệt. Nếu trong giai đoạn trước, tiêu dùng sản phẩm sản xuất trong nước kích thích nhập khẩu nhiều nhất, thì trong giai đoạn hiện nay tích lũy tài sản từ sản phẩm sản xuất trong nước kích thích nhập khẩu nhiều nhất; nếu tích lũy tăng thêm 1 đơn vị sản phẩm sẽ kích thích đến nhập khẩu 1,69 đơn vị sản phẩm. Điều này có thể thấy, càng đầu tư không hiêu quả thì càng kích thích nhập khẩu mạnh. Nhiều nghiên cứu về hiệu quả đầu tư thông qua hệ số ICOR cho thấy, hiệu quả đầu tư trong giai đoạn hiện nay là khá thấp. Như vậy có thể thấy trong giai đoạn hiện nay, ***hiệu quả đầu tư thấp là một trong những nguyên nhân gây nên nhập siêu cao***.

Ngoài ra khi tăng 1 đơn vị sản phẩm xuất khẩu sẽ lan tỏa đến nhập khẩu 1,5 đơn vị nhập khẩu, chỉ số này tăng lên rất lớn so với giai đoạn trước (17%). Trong khi đó, tiêu dùng cuối cùng sản phẩm sản xuất trong nước lan tỏa đến nhập khẩu giảm so với giai đoạn trước: nếu trong 10 năm trước, tiêu dùng sản phẩm trong nước lan tỏa đến nhập khẩu là 1,4 thì trong giai đoạn hiện nay giảm xuống còn 1,26. Qua đây có thể thấy một số các ***chi phí đầu vào khi sản xuất sản phẩm trong nước đã được thay thế nhập khẩu bằng các sản phẩm sản***

***xuất trong nước.*** Điều này còn cho thấy, tốc độ tăng về các chỉ số kích thích nhập khẩu của xuất khẩu và tích lũy sản phẩm sản xuất trong nước tăng lên rất ấn tượng. Tất cả những lập luận trên cho thấy chúng ta cần cân nhắc hơn khi nói "Phá giá đồng Việt Nam để kích thích xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu". Trong một số trường hợp, điều này chỉ có lợi cho nước khác vì trong một số ngành thực chất là xuất khẩu hộ nước khác[39].

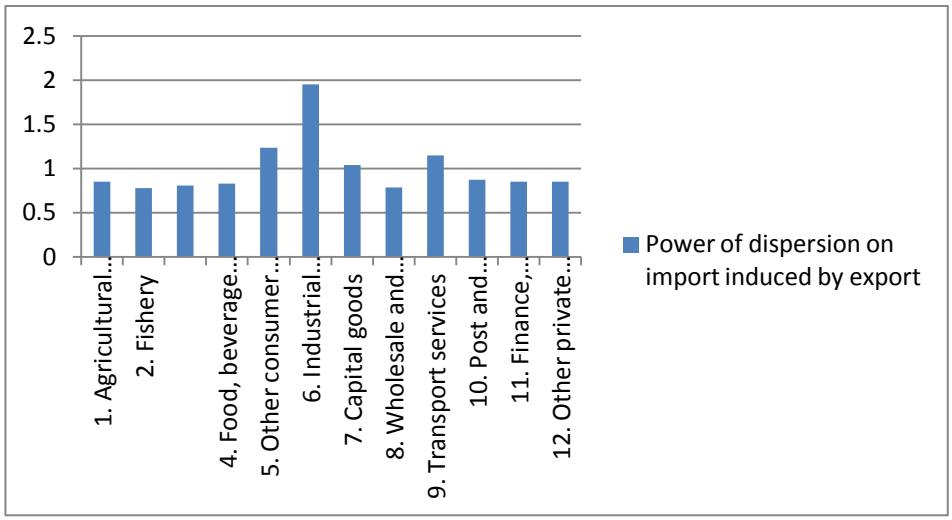
***Hình 3:*** **Nhập khẩu lan tỏa bởi các nhân tố của nhu cầu nội địa**




Hình 4 cho thấy hầu hết xuất khẩu của nhóm ngành công nghiệp chế biến, chế tạo kích thích nhập khẩu mạnh mẽ; chỉ số kích thích nhập khẩu lớn nhất là xuất khẩu sản phẩm của công nghiệp chế biến nguyên vật liệu, tiếp đến là xuất khẩu sản phẩm của công nghiệp chế biến vật phẩm tiêu dùng và công nghiệp chế biến máy móc, thiết bị. Xuất khẩu dịch vụ vận tải cũng kích thích nhập khẩu dịch vụ vận tải mạnh mẽ.

[39] Từ số liệu của Tổng cục Thống kê cho thấy, trong cơ cấu nhập siêu 10 năm qua, mức nhập siêu từ Trung Quốc tăng rất mạnh. Nếu năm 2000 nhập siêu từ Trung Quốc chiếm khoảng 10% trong tổng nhập siêu, thì đến năm 2009 ước tính con số này lên đến gần 90%.

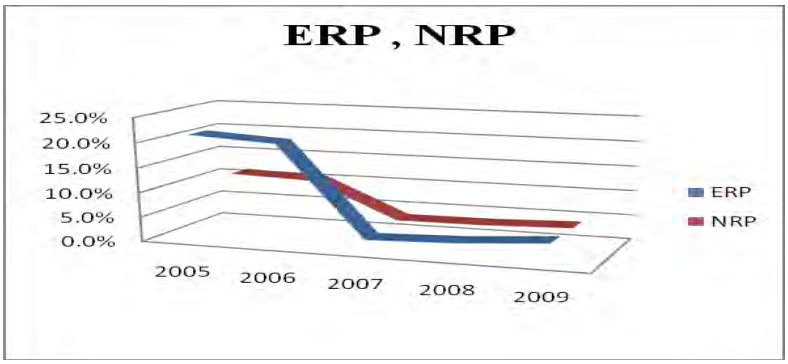
***Hình 4*: Chỉ số lan tỏa nhập khẩu gây nên bởi xuất khẩu**




### *3.2. Về hiệu quả bảo hộ*

Kết quả tính toán cho thấy, tỷ lệ bảo hộ hữu hiệu cho sản xuất giảm nhanh hơn tỷ lệ bảo hộ danh nghĩa. Tỷ lệ ERP giảm từ 21,4% trong năm 2005, đến năm 2009 giảm xuống chỉ còn 4%, trong khi bảo hộ danh nghĩa giảm từ 10% trong năm 2005 xuống 3,88% trong năm 2009 (xem Hình 5).

***Hình 5:* ERP và NRP trong giai đoạn 2005-2009**

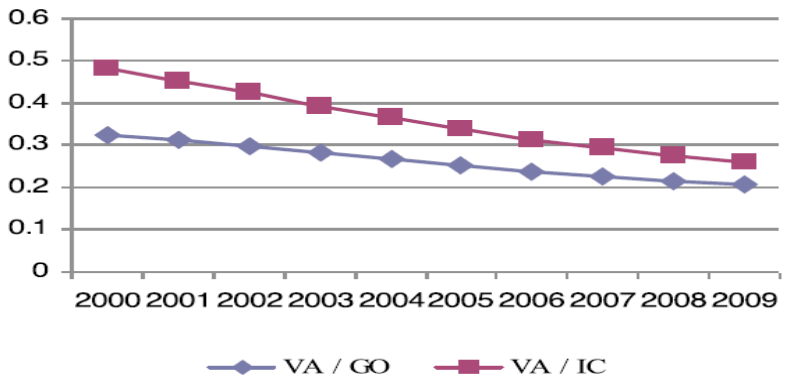



Điều này cho thấy, Việt Nam hội nhập một cách hối hả, việc hiệu quả bảo hộ hữu hiệu của Việt Nam giảm một cách nhanh chóng có mấy nguyên nhân do:

- Khi đánh thuế suất các mặt hàng nhập khẩu không chú ý đến vấn đề bảo hộ sản xuất.

- Nhưng nguyên nhân chính là do sản xuất của Việt Nam trong những năm gần đây tạo được ít giá trị gia tăng hơn, điều này đồng nghĩa với tỷ lệ giá trị tăng thêm trên giá trị sản xuất giảm liên tục qua các năm (xem Hình 6) và đầu vào chủ yếu trong chi phí trung gian hầu hết phải nhập khẩu.

***Hình 6:*** **Sự thay đổi tỷ lệ giá trị tăng thêm trên giá trị sản xuất (VA/GO) và tỷ lệ giá trị tăng thêm trên chi phí trung gian (VA/IC)**

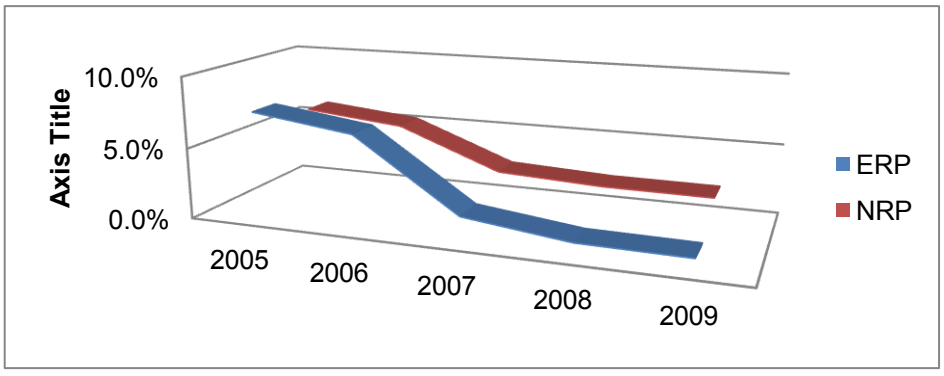



*Nguồn: TCTK và tính toán của ông Phí Vĩnh Tường (Viện kinh tế Việt Nam) cùng tác giả*

Nhưng nếu so sánh với một số nước trong giai đoạn 1995-1997 thì tỷ lệ bảo hộ hữu hiệu của Việt Nam vẫn cao hơn một số nước như Hàn Quốc - tỷ lệ ERP là 27%; Malaysia - 13%; Philippin - 10% và Thái Lan - 72%.

Như phần trên đã nêu, nhóm ngành nông, lâm nghiệp và thuỷ sản có chỉ số lan tỏa kinh tế lớn và chỉ số nhập khẩu nhỏ nên đây là nhóm ngành cần ưu tiên. Thật trớ trêu là nhóm ngành này có tỷ lệ bảo hộ hữu hiệu ngày càng giảm (Hình 7), thậm chí một số ngành trong nhóm ngành này có tỷ lệ bảo hộ hữu hiệu âm. Điều này dẫn đến những ngành có thể cạnh tranh đang mất dần sức cạnh tranh do chính sách bảo hộ của chính Việt Nam, từ đó nhập siêu là việc không thể tránh khỏi.

***Hình 7:*** **ERP và NRP của nhóm ngành nông, lâm, thủy sản**




Đặc biệt, nhóm ngành chăn nuôi có chỉ số lan tỏa kinh tế và chỉ số kích thích nhập khẩu rất ấn tượng, nhưng tỷ lệ bảo hộ hữu hiệu thậm chí là âm (Bảng 3).

*Bảng 3:* **So sánh giữa hệ số bảo hộ hữu hiệu, chỉ số lan tỏa kinh tế và chỉ số kích thích nhập khẩu của nhóm ngành chăn nuôi**

| | ERP, 2007 | Chỉ số lan tỏa kinh tế | Chỉ số kích thích nhập khẩu |
|---|---|---|---|
| Trâu, bò | -1,8% | 1,1491 | 0,72428 |
| Lợn | -18,2% | 1,7945 | 0,75176 |
| Gia cầm | -1,1% | 1,6159 | 0,74834 |

## 4. Kết luận

Nghiên cứu này chỉ ra những nguyên nhân trực tiếp và gián tiếp dẫn đến tình trạng nhập siêu của Việt Nam trong giai đoạn 2000-2009.

Nhóm nghiên cứu cho rằng, nguyên nhân của tình trạng nhập siêu không phải do nhu cầu tiêu dùng cuối cùng, bởi vì nhu cầu tiêu dùng cuối cùng hàng nhập khẩu chỉ chiếm chưa tới 10% trong tổng số nhập khẩu.

Nguyên nhân cơ bản của tình trạng này do nền công nghiệp chế biến, chế tạo của Việt Nam ngày càng yếu kém, sản xuất chủ yếu mang tính gia công, nhưng do chính sách chú trọng vào khu vực này nên nhóm ngành này phát triển về số lượng, khu công nghiệp, khu chế xuất mọc lên như nấm, song chủ yếu là làm gia công cho nước ngoài, một số ngành không làm gia công thì hầu hết các máy móc, nguyên vật liệu chính đều phải nhập khẩu. Ngoài ra, tình trạng này phần nào do hiệu quả sản xuất của Việt Nam ngày càng kém, tỷ lệ chi phí trung gian trên giá trị sản xuất tăng lên đáng kể từ 2000-2009 (Hình 6).

Cách thức bảo hộ thông qua thuế nhập khẩu của Việt Nam rất tùy tiện, dẫn đến những ngành có thể cạnh tranh thì hệ số bảo hộ hữu hiệu cho sản xuất ngày càng giảm, thậm chí âm. Một điều kỳ lạ là, những ngành có hệ số lan tỏa kinh tế cao và chỉ số kích thích nhập khẩu thấp thì lại không được bảo hộ hữu hiệu. Điều này dẫn đến Việt Nam tự mình đánh mất đi thế mạnh của mình.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhóm ngành nông nghiệp và công nghiệp chế biến sản phẩm từ nông nghiệp có chỉ số lan tỏa kinh tế cao và chỉ số kích thích thấp. Đây là những nhóm ngành cần được bảo hộ cho sản xuất (thông qua hệ số bảo hộ hữu hiệu EPR) và cần đầu tư hơn các nhóm ngành khác.

Tốc độ tăng về chỉ số kích thích nhập khẩu gây nên bởi xuất khẩu ngày càng lớn, nên khi nói "cần tăng cường xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu" dường như là một nghịch lý; từ đó có thể thấy, khi đưa ra một chính sách cần vô cùng thận trọng, không thể lấy nền kinh tế của Hoa Kỳ, Nhật Bản hoặc các nước phương Tây ra để làm khuôn mẫu trong nhiều trường hợp. Việc hạ giá Việt Nam đồng như vừa qua như phân tích trên có khi chỉ có lợi cho nước khác.

***Tài liệu tham khảo***

1. Bui Trinh, Pham Le Hoa, Bui Chau Giang (2009), *Import multiplier in input-output analysis,* Journal of Science Vietnam National University, Hanoi, Volumne 25, No. 5E.

2. Kwang Moon Kim, Bui Trinh, Kaneko, Francisco T. Secretario (2007): "*Structural Analysis of National Economy in Vietnam: Comparative time series analysis based on 1989-1996-2000's Vietnam I/O tables*", Presented at the 18th conference Pan Pacific Association of input-output studies, Chukyo University, November, 2007.

3. Kenichi Miyazawa (1960): "Input - output analysis and the consumption function", The quarterly Journal of Economics, No.1 (1960).

4. Ngoc. Q. Pham, Bui Trinh and Thanh. D. Nguyen (2006): "Structure change and economic performance of Vietnam, 1986-2000 evidence from three input output tables", Paper presented at intermediate meeting 2006 at Sendai, Japan.

5. Hà Quang Tuyên, Bùi Trinh (2011): "Thâm hụt thương mại kéo dài, do đâu?" Thời báo Kinh tế Sài Gòn, số 10, 03/03/2011.

# ĐỊNH HƯỚNG CHUYỂN DỊCH LỢI THẾ SO SÁNH CỦA VIỆT NAM: PHÂN TÍCH, NHẬN ĐỊNH VÀ KHUYẾN NGHỊ

*TS. Lê Quốc Phương*
**Phó Trưởng ban Phân tích và Dự báo**
**Trung tâm Thông tin và Dự báo kinh tế, xã hội Quốc gia**
**Bộ Kế hoạch và Đầu tư**

## 1. Phương pháp đánh giá lợi thế so sánh

### *1.1. Lợi thế so sánh*

Ricardo (1817) đưa ra khái niệm lợi thế so sánh để chỉ khả năng của một nước sản xuất ra một sản phẩm với chi phí thấp hơn so với sản xuất các sản phẩm khác. Tức là ngay cả khi một nước không có lợi thế tuyệt đối đối với bất kỳ sản phẩm nào, nước đó vẫn được lợi nếu tập trung sản xuất các sản phẩm có lợi thế so sánh, sau đó trao đổi với nước khác.

Herscher, Ohlin và Samuelson phát triển tiếp lý thuyết Ricardo thành lý thuyết "Lợi thế so sánh dựa trên sở hữu các yếu tố đầu vào". Theo Herscher, Ohlin và Samuelson, mỗi nước sở hữu các yếu tố đầu vào (như lao động, vốn, tài nguyên, công nghệ) với cường độ khác nhau. Có nước nhiều lao động và/hoặc đất đai song lại thiếu vốn và trình độ công nghệ lạc hậu. Có nước có nhiều vốn và công nghệ tiên tiến, song lại ít lao động và đất đai. Mặt khác, mỗi sản phẩm có mức độ sử dụng các yếu tố đầu vào khác nhau. Có sản phẩm sử dụng nhiều lao động, có sản phẩm sử dụng nhiều đất đai, có sản phẩm cần vốn đầu tư lớn, có sản phẩm đòi hỏi công nghệ hiện đại.

Do đó, lợi thế so sánh của một nước phụ thuộc vào cường độ các yếu tố đầu vào nước đó sở hữu. Một nước dồi dào lao động thường có lợi thế so sánh đối với các sản phẩm sử dụng nhiều lao động. Một nước khác dồi dào đất đai thường có lợi thế so sánh đối với các sản phẩm sử dụng nhiều đất đai. Đó là nguyên nhân tại sao các nước dư thừa nhân lực (như Trung Quốc, Ấn Độ) xuất khẩu hàng dệt may, giày dép và các sản phẩm sử dụng nhiều lao động. Còn các nước dồi dào đất đai (như Argentina, Australia) xuất khẩu thịt, bột mì và các sản phẩm sử dụng nhiều đất đai. Trong khi đó, các quốc gia có vốn lớn và trình độ công nghệ cao (như Mỹ, Nhật, Tây Âu) xuất khẩu máy bay, hàng điện tử cao cấp và các sản phẩm sử dụng nhiều vốn và công nghệ.

### *1.2. Đánh giá lợi thế so sánh bằng chỉ số RCA*

Theo lý thuyết Herscher- Ohlin- Samuelson, để đánh giá lợi thế so sánh của một nước thì cần đo cường độ tất cả các yếu tố đầu vào nước đó sở hữu. Đây là một việc phức tạp hầu như không thể thực hiện được. Balassa (1965) đề xuất một phương pháp khá đơn giản, dựa trên lập luận của lý thuyết lợi thế so sánh, đó là các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của một nước thường là các sản phẩm nước đó có lợi thế so sánh. Nói cách khác, cơ cấu lợi thế

so sánh của một nước được "biểu lộ" qua cơ cấu xuất khẩu. Từ đó, Balassa đưa ra chỉ số lợi thế so sánh biểu lộ RCA để đo lường lợi thế so sánh dựa trên số liệu xuất khẩu:

$$RCAXik = \frac{(Xik / Xi)}{(Xwk / Xw)} \qquad (1)$$

Trong đó: $RCAX_{ik}$ = chỉ số lợi thế so sánh biểu lộ trong xuất khẩu của nước i đối với sản phẩm k; $X_{ik}$ = kim ngạch xuất khẩu sản phẩm k của nước i; $X_i$ = tổng kim ngạch xuất của nước i; $X_{wk}$ = kim ngạch xuất khẩu sản phẩm k toàn cầu; $X_w$ = tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu.

Công thức (1) cho thấy, lợi thế so sánh của một nước đối với một sản phẩm k xét trong khung cảnh toàn cầu được đánh giá bằng cách so tỷ trọng sản phẩm này trong tổng xuất khẩu của nước đó với tỷ trọng sản phẩm này trong tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu:

$RCAX_{ik} > 1$ thể hiện nước i có lợi thế so sánh đối với sản phẩm k, vì xuất khẩu sản phẩm này với cường độ trên mức trung bình thế giới.

$RCAX_{ik} < 1$ cho thấy nước này không có lợi thế so sánh đối với sản phẩm k, vì xuất khẩu sản phẩm này dưới mức trung bình thế giới.

### *1.3. Số liệu dùng để phân tích*

Chỉ số RCA dùng để phân tích lợi thế so sánh trong bài này được tính toán từ số liệu thống kê thương mại quốc tế theo Tiêu chuẩn phân loại thương mại quốc tế SITC, do Cơ quan Thống kê Liên hiệp quốc xây dựng. Tiêu chuẩn SITC phân hàng hóa theo 5 mức, từ mức thô nhất là 1 chữ số phân toàn bộ hàng hóa thương mại quốc tế thành 10 cụm sản phẩm (Section), đến mức chi tiết nhất là 5 chữ số với hàng nghìn mục sản phẩm (Item).

Để phân tích lợi thế so sánh của Việt Nam, tác giả sử dụng 2 mức phân loại là mức 1 chữ số và 3 chữ số. Mức 1 chữ số cho bức tranh tổng quát về cơ cấu lợi thế so sánh, song mức này rất thô nên không cho phép đánh giá chi tiết. Để có bức tranh chi tiết hơn, mức phân loại 3 chữ số được sử dụng. *Thứ nhất*, mức này tránh được sự phức tạp của các mức 4 chữ số và 5 chữ số (có hàng nghìn mục sản phẩm). *Thứ hai*, mức này tương đối chi tiết để đánh giá lợi thế so sánh của Việt Nam, vì ở mức này nhiều mục hàng hóa là các sản phẩm độc lập, trong đó có các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như gạo, cà phê, chè, dầu thô.

## 2. Phân tích sự chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam

Để phân tích sự chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh qua các thời kỳ kể từ khi bắt đầu đổi mới đến nay, tác giả lựa chọn 3 mốc thời gian sau:

- Năm 1991: đại diện cho thời kỳ mới bắt đầu cải cách kinh tế.
- Năm 1996: đại diện cho thời kỳ giữa thập niên 1990 khi kinh tế Việt Nam phát triển khá nhanh, trước khi bị ảnh hưởng bởi khủng hoảng tài chính - tiền tệ châu Á 1997-1998.
- Năm 2007: đại diện cho thời kỳ gần đây.

### *2.1. Đánh giá tổng quát (mức SITC 1 chữ số)*

Chỉ số RCA của Việt Nam ở mức SITC 1 chữ số tại 3 thời điểm (Bảng 1) cho thấy bức tranh tổng quát về lợi thế so sánh từ khi bắt đầu đổi mới đến nay.

***Bảng 1:*** **Lợi thế so sánh của Việt Nam (chỉ số RCA ở mức SITC 1 chữ số)**

| **Cụm hàng hóa** | **Chỉ số RCA** | | |
|---|---|---|---|
| **(SITC 1 chữ số)** | **1991** | **1996** | **2007** |
| Cụm 0 - Thực phẩm, động vật tươi sống | **4,3** | **3,5** | **3,6** |
| Cụm 1 - Giải khát, thuốc lá | 0,1 | 0,1 | 0,4 |
| Cụm 2 - Nguyên liệu thô (trừ nhiên liệu) | **4,7** | 1,1 | 1,2 |
| Cụm 3 - Nhiên liệu | **3,4** | **2,5** | **1,6** |
| Cụm 4 - Dầu, mỡ động thực vật | 0,2 | **1,6** | 0,2 |
| Cụm 5 - Hóa chất | 0,03 | 0,1 | 0,2 |
| Cụm 6 - Hàng chế tác cơ bản | 0,3 | 0,4 | 0,6 |
| Cụm 7 - Máy móc, thiết bị vận tải | 0,01 | 0,1 | 0,3 |
| Cụm 8 - Hàng chế tác hỗn hợp | 0,8 | **3,0** | **3,1** |
| Cụm 9 - Hàng hóa không phân loại được | 0,1 | 0,1 | 0,2 |

*Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu thương mại quốc tế của Cơ quan Thống kê Liên hiệp quốc*

Chỉ số RCA cho thấy: năm 1991 (đại diện cho thời kỳ đầu đổi mới), lợi thế so sánh của nước ta chủ yếu dựa trên nông sản, khoáng sản, nguyên liệu thô là: Cụm 0 (Thực phẩm động vật tươi sống); Cụm 2 (Nguyên liệu thô); Cụm 3 (Nhiên liệu, chủ yếu là dầu thô).

Trong khi đó, nước ta chưa có lợi thế so sánh (RCA < 1) đối với các sản phẩm khác (hầu hết là công nghiệp) là: Cụm 1 (Giải khát/thuốc lá); Cụm 4 (Dầu, mỡ động/thực vật); Cụm 5 (Hóa chất); Cụm 6 (Hàng chế tác cơ bản); Cụm 7 (Máy móc, thiết bị vận tải); Cụm 8 (Hàng chế tác hỗn hợp).

Đó là do trong thời kỳ đầu đổi mới, nền kinh tế vẫn dựa chủ yếu vào nông nghiệp và khai thác khoáng sản. Do đó, cơ cấu lợi thế so sánh của nước ta cũng dựa chủ yếu vào các

mặt hàng này. Trong khi đó, các ngành công nghiệp của nước ta còn rất non yếu, hầu như chưa xuất khẩu được, do vậy cũng chưa thể hiện được lợi thế so sánh.

Tuy nhiên, đến năm 1996 (đại diện thời kỳ giữa thập niên 1990), tình hình đã thay đổi.

- Hàng chế tác hỗn hợp (Cụm 8), chủ yếu là các sản phẩm của ngành công nghiệp nhẹ sử dụng nhiều lao động (như dệt may, giày dép) đã trở thành có lợi thế so sánh (RCA = 3,0).

- Mặc dù vậy, các cụm nông, lâm, thủy sản, khoáng sản và nguyên liệu thô (Cụm 0, 2 và 4) vẫn duy trì vị trí lợi thế so sánh (với RCA tương ứng là 3,5; 2,5 và 1,6).

Điều này phản ánh thực tế giai đoạn 1991-1996 là thời kỳ kinh tế nước ta tăng trưởng khá nhanh. Luồng vốn FDI bắt đầu đổ vào Việt Nam từ năm 1988 và đạt đỉnh năm 1996. Một phần quan trọng của vốn FDI đổ vào khu vực công nghiệp nhẹ sử dụng nhiều lao động. Nguồn này chủ yếu đến từ các nền kinh tế công nghiệp mới (NIC) như Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Công. Ở các nền kinh tế này, giá nhân công tăng nhanh buộc doanh nghiệp các nước này di chuyển các ngành công nghiệp nhẹ sử dụng nhiều lao động sang các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam để tận dụng lợi thế chi phí lao động thấp và các ưu đãi đầu tư khác. Do vậy, ngành công nghiệp nhẹ ở nước ta tăng trưởng nhanh trong những năm 1991-1996. Kết quả là dệt may và giày dép nhanh chóng trở thành các mặt hàng xuất khẩu chủ lực có lợi thế so sánh.

Từ 1997 đến nay, tuy cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam vẫn tiếp tục thay đổi, song tốc độ thay đổi diễn ra khá chậm. Bảng 1 cho thấy các cụm sản phẩm có lợi thế so sánh của năm 2007 về cơ bản vẫn tương tự như năm 1996. Đó là: Cụm 0 (Thực phẩm, động vật tươi sống); Cụm 3 (Nhiên liệu, chủ yếu là dầu thô); Cụm 8 (Hàng chế tác hỗn hợp, chủ yếu là dệt may, giày dép).

### *2.2. Đánh giá chi tiết (mức SITC 3 chữ số)*

Từ số liệu trong Bảng 2, có thể thấy:

- Số sản phẩm xuất khẩu có lợi thế so sánh ngày càng tăng. Trong 265 nhóm sản phẩm ở mức SITC 3 chữ số, số sản phẩm xuất khẩu Việt Nam có lợi thế so sánh là: năm 1991 có 33 sản phẩm; năm 1996 có 41 sản phẩm; năm 2005 có 47 sản phẩm.

- Trừ một số ngoại lệ, hầu hết các sản phẩm xuất khẩu chủ lực cũng là các sản phẩm lợi thế so sánh. Điều này phù hợp với lý thuyết lợi thế so sánh, đó là những sản phẩm mà một nước xuất khẩu mạnh thường là những sản phẩm nước đó có lợi thế so sánh.

- Tỷ trọng của các sản phẩm có lợi thế so sánh trong tổng kim ngạch xuất khẩu của nước ta rất cao (trên dưới 90%), cho thấy xuất khẩu dựa chủ yếu vào một số sản phẩm có lợi thế so sánh cũng là các sản phẩm xuất khẩu chủ lực. Đáng lưu ý là phần lớn các sản phẩm dựa trên các yếu tố thuận lợi sẵn có như tài nguyên và lao động.

***Bảng 2:*** **Các sản phẩm có lợi thế so sánh của Việt Nam 1991-2007 (xét ở mức SITC 3 chữ số)**

| 1991 | % XK | RCA | 1996 | % XK | RCA | 2007 | % XK | RCA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sản phẩm | | | Sản phẩm | | | Sản phẩm | | |
| 025- Trứng | 0,7 | 16,7 | 025- Trứng | 0,3 | 9,0 | 022- Các SP sữa trừ ư | 0,3 | 1,1 |
| 031- Cá tươi, ướp ô | 16,5 | 18,5 | 031- Cá tươi, ướp thô | 8,1 | 11,1 | 034- Cá ươi/sống/ướp | 2,0 | 5,6 |
| 032- Cá đóng hộp, ế biến | 1,0 | 4,9 | 032- Cá đóng hộp, ế biến | 0,8 | 4,6 | 035- Cá sấy khô/muối | 0,2 | 4,4 |
| 042- Gạo | 8,0 | 64,0 | 042- Gạo | 6,1 | 48,2 | 036- Tôm, cua | 5,4 | 27,1 |
| 044- Ngô chưa xay | 0,5 | 1,8 | 044- Ngô chưa xay | 0,6 | 2,4 | 042- Gạo | 4,3 | 41,6 |
| 051- Hoa quả ươi/sấy khô | 2,6 | 4,4 | 051- Hoa quả tươi | 0,6 | 1,2 | 057- Hoa quả hạt ươi | 1,9 | 3,9 |
| 055- Rau đóng hộp, biến | 0,2 | 1,2 | 052- Hoa quả/sấy | 0,1 | 1,0 | 058- Hoa quả hạt ộng hộp | 0,1 | 1,1 |
| 071- Cà phê | 2,2 | 8,9 | 053- Hoa quả đóng ộp/c.biến | 0,3 | 1,1 | 071- Cà phê | 2,3 | 14,5 |
| 074- Chè | 0,3 | 3,5 | 054- Rau tươi/chế ến thô | 0,6 | 1,4 | 074- Chè | 0,3 | 8,6 |
| 075- Gia vị | 0,6 | 14,9 | 055- Rau đóng hộp, ế biến | 0,2 | 1,9 | 075- Gia vị | 0,5 | 17,6 |
| 211- Da chưa thuộc | 0,8 | 6,5 | 071- Cà phê | 5,8 | 21,5 | 122- Thuốc lá | 0,4 | 2,2 |
| 221- Hạt quả có dầu | 4,1 | 13,7 | 074- Chè | 0,3 | 6,5 | 223- Hạt có dầu ông mềm | 0,1 | 6,1 |
| 231- Cao su tự hiên, nhân tạo | 0,5 | 2,3 | 075- Gia vị | 1,0 | 26,0 | 231- Cao su tự nhiên | 2,2 | 21,2 |
| 241- Gỗ than củi | 0,1 | 4,3 | 221- Hạt quả có dầu | 1,1 | 3,8 | 232- Cao su nhân tạo | 0,1 | 1,2 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 242- Gỗ mộc thô | 3,1 | 13,1 | 231- Cao su tự nhiên, hân tạo | 1,1 | 4,0 | 245- Than gỗ, củi | 0,1 | 3,5 |
| 243- Gỗ mộc đã tạo ng | 6,0 | 11,3 | 241- Gỗ than củi | 0,0 | 4,9 | 246- Gỗ vụn | 0,3 | 10,3 |
| 261- Tơ lụa | 0,4 | 28,0 | 243- Gỗ mộc đã tạo ng | 0,5 | 1,1 | 261- Tơ lụa | 0,1 | 1,3 |
| 264- Sợi đay | 0,1 | 23,3 | 261- Tơ lụa | 0,1 | 2,3 | 264- Sợi đay | 0,1 | 3,1 |
| 265- Sợi thực vật | 0,1 | 4,5 | 265- Sợi từ cây | 0,1 | 5,7 | 265- Sợi thực vật | 0,1 | 5,0 |
| 273- Đá, cát, sỏi | 0,1 | 1,5 | 273- Đá, cát, sỏi | 0,1 | 1,6 | 277- Đá mài tự nhiên hác | 0,1 | 4,2 |
| 282- Sắt thép phế ệu | 0,6 | 11,8 | 291- Chất liệu thô từ ồng vật khác | 0,3 | 4,7 | 321- Than không ên kết | 2,1 | 4,2 |
| 291- Chất liệu thô từ ồng vật khác | 0,9 | 11,9 | 292- Chất liệu thô từ ực vật khác | 0,5 | 1,6 | 333- Dầu thô, nhựa rờng | 22,7 | 3,8 |
| 292- Chất liệu thô từ ực vật khác | 1,9 | 5,3 | 321- Than đá | 1,7 | 3,8 | 592- Hồ, cồn dán | 0,3 | 2,1 |
| 321- Than đá | 5,8 | 9,5 | 331- Dầu thô | 19,7 | 4,4 | 612- Các sản phẩm | 0,1 | 1,1 |
| 331- Dầu thô | 24,2 | 4,8 | 421- Dầu thực vật ềm | 0,2 | 1,1 | 621- Nguyên liệu từ ao su | 0,2 | 1,3 |
| 632- Các sphẩm từ ỗ khác | 0,4 | 1,5 | 422- Dầu thực vật hông mềm | 0,5 | 3,4 | 635- Các SP chế từ ỗ khác | 0,3 | 1,2 |
| 656- Các sản phẩm ệt | 0,7 | 3,0 | 612- Các sản phẩm | 0,3 | 2,3 | 651- Sợi dệt | 0,7 | 1,7 |
| 657- Thảm, lót sàn | 0,3 | 1,3 | 631- Gỗ dán | 0,5 | 1,6 | 658- Các thứ làm từ ri dệt | 0,8 | 2,5 |
| 666- Gốm sứ | 0,4 | 3,1 | 632- Các s.phẩm chế gỗ khác | 0,7 | 2,4 | 663- S phẩm từ khoáng sản | 0,5 | 2,3 |
| 671- Gang | 0,2 | 1,1 | 654- Vải tuyn, đăng n | 0,1 | 1,2 | 666- Gốm sứ | 0,1 | 1,5 |
| 687- Thiếc | 1,0 | 27,6 | 656- Các sản phẩm ệt | 1,1 | 5,1 | 687- Thiếc | 0,1 | 1,2 |
| 831- H hóa du lịch, i xách | 2,3 | 2,3 | 657- Thảm, lót sàn | 0,2 | 1,1 | 696- Dao kéo | 0,2 | 2,9 |
| 841- Q/áo không có ng | 2,4 | 2,4 | 666- Gốm sứ | 0,6 | 5,9 | 697- Th. bị gia dụng m từ kim loại cơ bản | 0,2 | 1,1 |
| **Tổng cộng 33 nhóm P** | **88.8** | | 686- Chì | 0,3 | 10,8 | 716- Th. bị quay hát điện | 0,6 | 1,1 |
| | | | 821- Nội thất | 2,7 | 2,9 | 773- Th.bị phân phối ện | 1,6 | 2,5 |
| | | | 831- Hàng hóa du ch, túi xách | 2,6 | 6,4 | 785- Xe máy, xe đạp | 0,7 | 1,9 |
| | | | 841- Quần áo không lông | 17,1 | 5,6 | 821- Nội thất | 4,3 | 4,2 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 851- Giày dép | 12,4 | 18,6 | 831- Vali, túi du lịch | 1,0 | 4,9 |
| | | | 894- Đồ chơi, thể ao | 0,6 | 1,0 | 841- Quần áo nam dệt | 4,1 | 8,2 |
| | | | 895- Văn phòng ẩm khác | 0,1 | 1,0 | 842- Quần áo nữ dệt | 3,7 | 6,0 |
| | | | 899- Các hàng chế c khác | 0,6 | 1,7 | 843- Quần áo nam đan móc | 1,3 | 9,5 |
| | | | **Tổng cộng 41 nhóm P** | **90,3** | | 844- Quần áo nữ đan móc | 1,9 | 7,8 |
| | | | | | | 845- Các loại q.áo khác | 2,9 | 3,4 |
| | | | | | | 846- Phụ kiện quần áo | 0,2 | 1,3 |
| | | | | | | 848- Quần áo không dệt | 0,4 | 1,8 |
| | | | | | | 851- Giày dép | 9,5 | 15,0 |
| | | | | | | 899- Hàng chế tác khác | 0,8 | 1,7 |
| | | | | | | **Tổng cộng 47 nhóm SP** | **90,1** | |

*Nguồn: Tính toán từ số liệu thương mại quốc tế của Cơ quan Thống kê Liên hiệp quốc*

Phân tích cơ cấu sản phẩm lợi thế so sánh của Việt Nam (Bảng 3), ta có được bức tranh chi tiết hơn về sự dịch chuyển của cơ cấu lợi thế so sánh đó trong giai đoạn 1991-2007.

***Bảng 3:*** **Cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam (xét ở mức SITC 3 chữ số)**

| **Cụm hàng hóa (SITC 1 chữ số)** | **Số sản phẩm có lợi thế so sánh (mức SITC 3 chữ số)** | | |
|---|---|---|---|
| | **1991** | **1996** | **2007** |
| Cụm 0 Thực phẩm, động vật tươi sống | 10 | 13 | 12 |
| Cụm 1 Giải khát, thuốc lá | - | - | 1 |
| Cụm 2 Nguyên liệu thô (trừ nhiên liệu) | 13 | 9 | 9 |
| Cụm 3 Nhiên liệu | 2 | 2 | 2 |
| Cụm 4 Dầu, mỡ động/thực vật | - | 2 | - |
| *Số sản phẩm dựa trên tài nguyên (Cụm 0+1+2+3+4)* | *25 (76%)* | *26 (63%)* | *22 (47%)* |
| Cụm 5 Hóa chất | - | - | 1 |
| Cụm 6 Hàng chế tác cơ bản | 6 | 8 | 10 |
| Cụm 7 Máy móc, thiết bị vận tải | - | - | 4 |
| Cụm 8 Hàng chế tác hỗn hợp | 2 | 7 | 14 |
| *Số sản phẩm chế tác (S3-5+6+7+8)* | *8 (24%)* | *15 (37%)* | *29 (54%)* |
| **Tổng số sản phẩm có lợi thế so sánh** | **33 (100%)** | **41 (100%)** | **53 (100%)** |

*Nguồn: Tính toán từ số liệu thương mại quốc tế của Cơ quan Thống kê Liên hiệp quốc*

Bảng 3 cho thấy:

- Số cụm hàng hóa có sản phẩm lợi thế so sánh: tăng từ 5 năm 1991 và 1996 lên 8 năm 2007 (trừ Cụm 4 - Dầu, mỡ động/thực vật và Cụm 9 - Hàng hóa không phân tổ được).
- Cơ cấu lợi thế so sánh: chủ yếu dựa trên nông, lâm, thủy sản, tài nguyên, chế tác hỗn hợp.
- Số sản phẩm thuộc cụm hàng nông sản, nguyên liệu thô (Cụm 0 và 2) giảm từ 23 năm 1991 xuống 19 năm 2007. Tương ứng, tỷ trọng của các sản phẩm có lợi thế so sánh thuộc cụm hàng nông sản và nguyên liệu thô giảm từ 76% năm 1991 xuống còn 63% năm 1996 và 47% năm 2007.
- Số sản phẩm chế tác (Cụm 5, 6, 7, 8) tăng từ 8 năm 1991 lên 29 năm 2007. Tương ứng, tỷ trọng của các sản phẩm có lợi thế so sánh thuộc cụm hàng chế tác tăng từ 24% năm 1991 lên 54% năm 2007.
- Năm 1996 mới chỉ có các sản phẩm lợi thế so sánh thuộc cụm hàng chế tác đơn giản (dệt may, giày dép, túi du lịch…). Năm 2007 có thêm các sản phẩm lợi thế so sánh thuộc cụm hàng chế tác cao hơn (Cụm 7) như thiết bị quay - phát điện (Nhóm 716); thiết bị phân phối điện (Nhóm 773); xe máy- xe đạp (Nhóm 785).

**3. Nhận định xu thế chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh**

***3.1. Một số xu thế chính***

Từ phân tích trên, có thể thấy các xu thế chính trong chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh:

**Giai đoạn 1986-1991**: Nền kinh tế chủ yếu dựa vào sản xuất nông nghiệp và khai thác khoáng sản. Do đó, cơ cấu lợi thế so sánh của nước ta cũng dựa chủ yếu vào các mặt hàng này. Trong khi đó, các ngành công nghiệp của nước ta còn rất non yếu và hầu như chưa xuất khẩu được, do vậy chưa thể hiện được lợi thế so sánh.

**Giai đoạn 1991-1996**: Sau 10 năm cải cách và mở cửa, đến năm 1996 cơ cấu kinh tế nước ta đã có bước chuyển dịch từ chỗ chủ yếu dựa vào nông nghiệp và khai khoáng sang một số ngành công nghiệp chế tác đơn giản có hàm lượng công nghệ và vốn thấp, sử dụng nhiều lao động (như dệt may, giày dép). Điều đó được phản ánh ở việc cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam trong giai đoạn này đã có sự dịch chuyển sang các ngành công nghiệp nhẹ. Các ngành sản xuất nông nghiệp và khai khoáng, tuy tỷ trọng giảm dần song vẫn duy trì vai trò quan trọng trong nền kinh tế cũng như trong cơ cấu lợi thế so sánh.

**Giai đoạn 1997 - nay**: Cơ cấu kinh tế đã có sự chuyển dịch sang công nghiệp chế tác bậc cao hơn như xe máy, thiết bị điện tử, thiết bị phân phối điện. Trong khi đó, ngành công nghiệp chế tác bậc thấp vẫn tiếp tục tăng trưởng mạnh. Các ngành nông nghiệp và khai khoáng, tuy tỷ trọng giảm dần song vẫn duy trì vị trí của mình trong cơ cấu kinh tế. Tương ứng, cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam trong giai đoạn này đã bước đầu có sự dịch chuyển sang các ngành công nghiệp có hàm lượng vốn và công nghệ cao hơn, trong khi ngành công nghiệp chế tác bậc thấp vẫn tiếp tục duy trì vị trí lợi thế so sánh. Các ngành

nông nghiệp và khai khoáng tuy có tỷ trọng giảm dần song vẫn duy trì vị trí của mình trong cơ cấu lợi thế so sánh.

### *3.2. Một số đặc điểm chính của quá trình chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh*

**Phạm vi lợi thế so sánh ngày càng được mở rộng.** Điều đó thể hiện qua số cụm hàng hóa có sản phẩm lợi thế so sánh tăng (từ 5 năm 1991 lên 9 năm 2007). Số sản phẩm lợi thế so sánh cũng tăng (từ 33 năm 1991 lên 41 năm 1996 và 47 năm 2007).

**Cơ cấu lợi thế so sánh chuyển dịch từ các sản phẩm dựa trên tài nguyên sang các sản phẩm chế tác**. Điều đó thể hiện qua việc tỷ trọng của các sản phẩm có lợi thế so sánh thuộc các cụm hàng nông, lâm, thủy sản và tài nguyên giảm (từ 76% năm 1991 xuống 47% năm 2007). Trong khi đó, tỷ trọng của các sản phẩm có lợi thế so sánh thuộc cụm hàng chế tác tăng (từ 24% năm 1991 lên 51% năm 2007).

**Những năm gần đây, có sự tiếp tục chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh từ các sản phẩm chế tác bậc thấp sang bậc cao hơn.** Năm 1996 mới chỉ có các sản phẩm lợi thế so sánh thuộc cụm hàng chế tác đơn giản (dệt may, giày dép, túi du lịch). Năm 2007 có thêm các sản phẩm lợi thế so sánh thuộc cụm hàng chế tác cao hơn (thiết bị quay phát điện, thiết bị phân phối điện, xe máy).

### *3.3. Một số nhận định chính rút ra từ phân tích*

- Cơ cấu lợi thế so sánh trong giai đoạn đầu cải cách chủ yếu dựa trên nông, lâm, thủy sản và khoáng sản. Xét theo yếu tố đầu vào, lợi thế so sánh giai đoạn đó chủ yếu dựa trên các yếu tố sẵn có (tài nguyên phong phú, lao động dồi dào, công lao động thấp).
- Giai đoạn 1991-1996 có sự chuyển dịch khá nhanh chóng cơ cấu lợi thế so sánh từ các sản phẩm nông, lâm, thủy sản và khoáng sản sang các sản phẩm chế tác đơn giản.
- Giai đoạn 1997-2007 có sự chuyển dịch tiếp tục từ các sản phẩm chế tác bậc thấp sang sản phẩm chế tác bậc cao. Tuy nhiên, bước chuyển này diễn ra khá chậm.
- Tuy cơ cấu lợi thế so sánh có sự chuyển dịch sang các sản phẩm chế tác (dệt may, giày da, điện, điện tử), song đó chủ yếu là các sản phẩm gia công cho nước ngoài với giá trị gia tăng rất thấp.
- Cơ cấu lợi thế so sánh tuy ngày càng đa dạng, song vẫn tập trung vào một số ít sản phẩm xuất khẩu chủ lực dựa trên các yếu tố thuận lợi sẵn có như tài nguyên và lao động.

## 4. Khuyến nghị chính sách chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu và cơ cấu lợi thế so sánh

Phân tích trên cho thấy, hiện cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam vẫn chủ yếu dựa trên các yếu tố thuận lợi sẵn có như tài nguyên, lao động dồi dào, công lao động thấp (tức là lợi thế so sánh tĩnh). Song xuất khẩu dựa trên các sản phẩm với lợi thế so sánh tĩnh không mang lại nhiều giá trị gia tăng.

Để nâng cao giá trị gia tăng trong xuất khẩu, cách giải quyết không phải là tiếp tục gia tăng số lượng (tức là tiếp tục tăng kim ngạch xuất khẩu, mà hiện đã ở mức khá cao), mà

phải chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh theo hướng nâng cao chất lượng xuất khẩu, cụ thể như sau:

**a) Sớm ngừng xuất khẩu nguyên liệu thô và tài nguyên**

Hiện tại nước ta vẫn đang có lợi thế so sánh đối với nhiều sản phẩm nông, lâm, thủy sản, khoáng sản. Tuy nhiên, xuất khẩu các sản phẩm dưới dạng nguyên liệu thô như nông, lâm, thủy sản (gạo, chè, cà phê, hạt điều) và khoáng sản (dầu thô, than, quặng kim loại) mang lại giá trị gia tăng rất thấp cho dù kim ngạch xuất khẩu có lớn. Để tăng giá trị gia tăng của khu vực này, cần nhanh chóng chuyển sang xuất khẩu các sản phẩm dưới dạng đã tinh chế và xử lý, có giá trị gia tăng cao hơn.

***Biện pháp chính sách:*** Để thực hiện mục tiêu đó, cần phát triển ngành công nghiệp chế biến thực phẩm và ngành công nghiệp xử lý khoáng sản (như hóa than, hóa dầu, luyện kim).

**b) Thoát khỏi gia công xuất khẩu**

Hiện nhiều sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam là các sản phẩm chế tác (như may mặc, giày dép, đồ gỗ, lắp ráp điện tử) do chúng ta đã phát huy lợi thế so sánh sẵn có là lực lượng lao động dồi dào và công lao động thấp. Xuất khẩu các sản phẩm gia công có một số điểm phù hợp với nền kinh tế của một nước đang phát triển trong giai đoạn đầu của công nghiệp hóa là:

- Không đòi hỏi vốn đầu tư lớn và trình độ công nghệ cao để xây dựng các nhà máy gia công lắp ráp.

- Tận dụng được nhân công giá rẻ và không cần có trình độ tay nghề cao.

- Giải quyết được công ăn việc làm cho một số lớn lao động.

- Nhanh chóng mang lại kim ngạch xuất khẩu lớn cho đất nước.

Tuy nhiên, nếu tiếp tục duy trì ngành công nghiệp chế tác gia công xuất khẩu trong một thời gian dài sẽ có nhiều bất lợi là:

- Giá trị gia tăng của khâu gia công xuất khẩu thấp, vì gia công là khâu có giá trị gia tăng thấp nhất trong chuỗi giá trị gia tăng.

- Gia công xuất khẩu không giúp nâng cao trình độ công nghệ của doanh nghiệp và quốc gia.

- Gia công xuất khẩu trong khi chưa phát triển được công nghiệp phụ trợ để cung cấp nguyên vật liệu, linh kiện, phụ kiện như hiện nay, sẽ dẫn đến càng xuất khẩu nhiều càng tăng nhập khẩu, do chúng ta phải nhập khẩu hầu hết nguyên vật liệu đầu vào. Do vậy, nhập siêu gia tăng mạnh. Chẳng hạn, ngành công nghiệp may xuất khẩu hiện nhập khẩu khoảng 70 - 80% nguyên vật liệu. Tương tự, ngành sản xuất giày dép nhập hầu hết bán thành phẩm để làm giày da và giày thể thao, ngành điện tử nhập hầu hết linh kiện để lắp ráp thiết bị điện tử.

Do đó, trong giai đoạn phát triển hiện nay của nền kinh tế nước ta, cần có định hướng chính sách để nhanh chóng thoát khỏi khâu gia công và vươn lên các nấc thang trên của chuỗi giá trị gia tăng.

***Biện pháp chính sách:*** Để thực hiện mục tiêu đó, một trong những biện pháp chính sách quan trọng là phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ. Đối với các ngành công nghiệp chế tác bậc thấp (may mặc, giày dép) thì tạo lập các cơ sở cung cấp nguyên liệu (bông vải sợi, da). Đối với các ngành công nghiệp chế tác bậc cao (điện, điện tử, máy tính, ô tô, xe máy) thì tạo lập các cơ sở cung cấp linh kiện, phụ kiện.

Kinh nghiệm của các nước nền kinh tế Đông Bắc Á (như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan) và các nước láng giềng ASEAN (như Malaysia, Thái Lan) cho thấy, các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) đóng vai trò rất quan trọng trong việc tạo lập ngành công nghiệp phụ trợ. Do vậy, chính sách phù hợp để phát triển công nghiệp phụ trợ là tạo một khung pháp lý thuận lợi và sự hỗ trợ cần thiết về nguồn lực để khuyến khích các SME tham gia mạnh vào lĩnh vực này.

**c) Chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh sang các sản phẩm chế tác bậc cao**

Cơ cấu lợi thế so sánh hiện vẫn chủ yếu dựa trên nguyên liệu thô và các sản phẩm chế tác bậc thấp. Từ năm 1996 đến nay, đã có sự chuyển dịch tiếp sang sản phẩm chế tác bậc cao, song bước chuyển này diễn ra rất chậm. Cơ cấu lợi thế so sánh năm 2007 không thay đổi nhiều so với năm 1996. Ngoài ra, tuy cơ cấu lợi thế so sánh đã chuyển dịch sang các sản phẩm chế tác, song đó chủ yếu là các sản phẩm gia công. Nếu không nhanh chóng dịch chuyển cơ cấu lợi thế so sánh, Việt Nam dễ có nguy cơ bị cố định hóa cơ cấu lợi thế so sánh vào các lĩnh vực nguyên liệu thô, các sản phẩm chế tác bậc thấp và gia công xuất khẩu.

Do đó, cần nhanh chóng chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh từ các sản phẩm nông, lâm, thủy sản, khoáng sản và các sản phẩm chế tác bậc thấp sang các sản phẩm chế tác bậc cao (như điện, điện tử, hóa chất).

***Biện pháp chính sách:*** Để thực hiện mục tiêu đó, cần có chính sách khuyến khích đầu tư (cả đầu tư trong nước và FDI) vào xây dựng các ngành công nghiệp có hàm lượng công nghệ cao và có giá trị gia tăng cao như điện, điện tử, hóa chất.

**d) Đa dạng hóa cơ cấu lợi thế so sánh**

Hiện tại, lợi thế so sánh vẫn tập trung chủ yếu vào một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực. Điều này dễ dẫn đến rủi ro khi có biến động bất lợi trên thị trường thế giới đối với các sản phẩm đó. Cần tiếp tục đa dạng hóa hơn nữa cơ cấu lợi thế so sánh của hàng hóa Việt Nam. Việc đa dạng hóa cần được tiến hành đồng thời theo 2 hướng:

- Phát triển thêm các sản phẩm xuất khẩu chủ lực.

- Chuyển dịch sang các sản phẩm giá trị gia tăng và hàm lượng công nghệ cao.

***Tài liệu tham khảo***

1. B. Balassa (1965), "Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage" (Tự do hóa thương mại và lợi thế so sánh biểu lộ), Manchester School of Economics and Social Studies, 33(2): 99-123.

2. B. Ohlin (1983), "Interregional and International Trade" (Thương mại liên khu vực và quốc tế), Cambridge, Mass: Harvard University Press.

3. Cơ quan Thống kê Liên hiệp quốc (UNSO), Số liệu thống kê thương mại theo Tiêu chuẩn SITC.

4. D. Ricardo (1817), "Principles of Political Economy and Taxation" (Các nguyên lý của chính trị kinh tế học và thuế), NXB Irwin (Homewood, Illinois, Mỹ) xuất bản năm 1963.

5. E. Heckscher (1919), "The Effects of Foreign Trade on the Distribution of Income" (Tác động của ngoại thương lên phân bố thu nhập), Ekomomisk Tidskrift: 497-512.

6. Lê Quốc Phương, Nguyễn Đức Thọ, J.S. Bandara (1997), "Vietnam -ASEAN Trade: Trade Intensity and Revealed Comparative Advantage" (Thương mại Việt Nam-ASEAN: cường độ thương mại và lợi thế so sánh biểu lộ), Đại học Griffith, Australia.

7. Lê Quốc Phương (2002) "Vietnam's Trade Liberalization in Regional and Global Context" (Tự do hóa thương mại của Việt Nam trong bối cảnh khu vực và toàn cầu), Luận án Tiến sỹ Kinh tế, Đại học Griffith, Australia.

8. Lê Quốc Phương, (2010), 'Evaluating Vietnam's Changing Comparative Advantage Patterns' (Đánh giá sự chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam', *ASEAN Economic Bulletin,* Vol.27/2 (August 2010).

# PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU BỀN VỮNG: NHỮNG VẤN ĐỀ TỪ NHẬN THỨC ĐẾN THỰC TIỄN Ở NƯỚC TA HIỆN NAY

*TS. Nguyễn Lương Thanh*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

## 1. Quá trình hình thành, phát triển khái niệm và nội dung "Phát triển bền vững" trên thế giới

Trên thế giới từ thời xa xưa đã xuất hiện những cơ sở nhận thức đầu tiên về phát triển bền vững, tuy chưa thể đưa ra được kết luận một cách khoa học, song có thể nhận định rằng nguồn gốc của phát triển bền vững được bắt đầu bởi các tôn giáo.

Theo quan niệm của Thiên chúa giáo, tự nhiên là môi trường sống chứ không phải là kẻ thù của con người. Con người không được sử dụng tự nhiên một cách bừa bãi, tùy tiện, bắt nó phục tùng một cách vô điều kiện như thể nó không có yêu cầu riêng, không có mục tiêu mà Chúa đã ban cho từ trước. Theo quan điểm của thiên chúa giáo, nguyên nhân sâu xa của sự ô nhiễm môi trường hiện nay là tham vọng muốn thống trị tự nhiên, vạn vật của con người một cách vô điều kiện. Sự thống trị này đã không tính đến những yêu cầu về mặt luân lý, đạo đức. Công giáo cho rằng, để giải quyết vấn đề môi trường, con người cần nhận thức đúng đắn mối quan hệ giữa con người và môi trường nhằm thay đổi lại quan niệm sai lầm cho rằng thiên nhiên chỉ là một đồ vật không hơn, không kém và con người có thể sử dụng và khai thác tùy ý.

Theo quan điểm của Phật giáo, vạn vật hay môi trường tự nhiên đều có yếu tố tâm linh, thiêng liêng và phải tìm cách bảo vệ nó, không sử dụng nó một cách tùy tiện. Phật giáo nhìn môi trường từ góc độ triết lý Duyên nợ và Vô thường, Vô ngã - tức là nhìn nhận con người và vũ trụ, môi trường tự nhiên trong một quan hệ phổ biến. Trong quan hệ này, các yếu tố luôn luôn tác động qua lại và phụ thuộc lẫn nhau. Tự nhiên là một phần hữu cơ của bản chất con người. Phật giáo cho rằng sự sống luôn vận động qua các vòng luân hồi của các kiếp. Sự sống không tách rời sự vận động và luân hồi của tự nhiên và vạn vật như bốn mùa, hoa trái, gió mưa... Chính bản thân Đức Phật với tính từ bi, bình đẳng với mọi sinh linh, Người phản đối việc giết súc vật và đưa tiêu chuẩn không sát sinh thành tiêu chuẩn hoàn thiện của một người thông thái.

Theo Nho giáo, nhất là Tân Nho giáo chủ trương xây dựng một xã hội hài hòa giữa con người, tự nhiên và trời đất. Theo Đạo giáo, các Đạo gia cho rằng đạo là khởi nguyên của toàn thể vũ trụ hoặc toàn thể trời đất và con người, đạo là quy luật vận hành của vũ trụ, tạo nên sự thống nhất của vũ trụ. Những người muốn khôi phục tư tưởng của Đạo gia cho rằng, tiến bộ của tri thức, công nghệ và nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của kinh tế thị trường đã dẫn tới lối sống tiêu thụ và dẫn tới khai thác quá mức tài nguyên thiên nhiên, gây ô nhiễm môi trường. Do vậy, cần phải nhìn nhận môi trường từ góc độ đạo đức và con người, cần

thay đổi đạo đức, lối sống của mình với môi trường... Ngoài các tôn giáo đã nêu còn có nhiều quan điểm tương đồng của các tôn giáo khác về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

*Tóm lại,* bảo vệ môi trường và phát triển bền vững là một quan điểm chung của các tôn giáo. Sở dĩ như vậy là vì giữa bảo vệ môi trường và tôn giáo đều thống nhất với nhau ở khía cạnh "Đạo đức", bảo vệ môi trường suy cho cùng là một hành vi đạo đức. Trong lịch sử phát triển của nhân loại, thì quan điểm nhận thức của tôn giáo về phát triển bền vững là sớm nhất. Hơn nữa, trong nhận thức về bảo vệ môi trường của các tôn giáo, thì phật giáo có tính khoa học hơn cả. Những quan điểm của nhà phật không những góp phần to lớn đối với việc bảo vệ môi trường trong suốt chiều dài lịch sử đã qua, mà nhiều nội dung của nó còn có ý nghĩa to lớn đối với nhận thức và hành động của chúng ta hiện nay và có lẽ là của cả mai sau.

Tham luận này sẽ không đi sâu vào nghiên cứu mối liên hệ giữa tôn giáo và bảo vệ môi trường, phần nội dung đã đề cập trên đây muốn chứng tỏ rằng nguồn gốc sâu xa của "Bảo vệ môi trường và phát triển bền vững" là bắt nguồn từ nhận thức các tôn giáo và chính điều đó đã được kế thừa và phát triển trong thời đại chúng ta.

Mặc dầu, trong lịch sử nhận thức về "Bảo vệ môi trường và phát triển bền vững" được ra đời sớm nhất ở châu Á, song tiên phong cho các trào lưu này trong thời đại chúng ta lại là Tây Âu và Bắc Mỹ. Uỷ ban bảo vệ môi trường Canada được thành lập năm 1915, nhằm khuyến khích con người tôn trọng những chu kỳ tự nhiên và cho rằng, mỗi thế hệ có quyền khai thác lợi ích từ nguồn vốn thiên nhiên, nhưng nguồn vốn này phải được duy trì nguyên vẹn cho những thế hệ tương lai để họ hưởng thụ và sử dụng theo một cách thức tương tự. Trong báo cáo với nhan đề "Toàn thế giới bảo vệ động vật hoang dã", tại Hội nghị Paris (Pháp) năm 1928, Paul Sarasin - nhà bảo vệ môi trường Thụy Sĩ đã đề cập đến việc cần phải bảo vệ thiên nhiên.

Mối quan hệ giữa bảo vệ thiên nhiên và sử dụng tài nguyên thiên nhiên cũng là mối quan tâm hàng đầu của các tổ chức quốc tế từ sau đại chiến thế giới II (UNDP, UNESCO, WHO, FAO và ICSU). Các tổ chức này đã phối hợp chặt chẽ trong việc tìm hiểu diễn biến môi trường tự nhiên, từ đó đưa ra chương trình hành động hướng các quốc gia phát triển theo mô hình bền vững. Năm 1951, UNESCO đã xuất bản một tài liệu đáng lưu ý với tiêu đề "Thực trạng bảo vệ môi trường thiên nhiên trên thế giới vào những năm 50". Tài liệu này được cập nhật vào năm 1954 và được coi là một trong số những tài liệu quan trọng của "Hội nghị về môi trường con người" (1972) do Liên hiệp quốc tổ chức tại Stockholm (Thụy Điển) và cũng được xem như là "tiền thân" của báo cáo Brundtland.

Thập kỷ 70, thuật ngữ xã hội bền vững tiếp tục xuất hiện trong các công trình nghiên cứu của các học giả phương Tây, với công trình của Barry Cômmner "Vòng tròn khép kín" (1971), Herman Daily "Kinh tế học nhà nước mạnh" (1973) và công trình "Những con đường sử dụng năng lượng mềm: về một nền hòa bình lâu dài" của Amory Lovins (1977). Khái niệm phát triển bền vững tiếp tục được đề cập và bổ sung với những đóng góp quan

trọng thể hiện trong các tác phẩm của Maurice Strong (1972) và Ignacy Sachs (1975). Đặc biệt, khái niệm này được đề cập toàn diện nhất trong công trình của Laster Brown "Xây dựng một xã hội bền vững" (1981).

Đầu thập niên 80, thuật ngữ phát triển bền vững lần đầu tiên được sử dụng trong chiến lược bảo tồn thế giới do Hiệp hội bảo tồn thiên nhiên và tài nguyên thiên nhiên quốc tế, Quỹ động vật hoang dã thế giới và Chương trình môi trường Liên hiệp quốc đề xuất, cùng với sự trợ giúp của UNESCO và FAO. Tuy nhiên, khái niệm này chính thức phổ biến rộng rãi trên thế giới từ sau báo cáo Brundrland (1987). Kể từ sau báo cáo Brundtland, khái niệm bền vững trở thành khái niệm chìa khóa giúp các quốc gia xây dựng quan điểm, định hướng, giải pháp tháo gỡ bế tắc trong các vấn đề phát triển. Đây cũng được xem là giai đoạn mở đường cho "Hội thảo về phát triển và môi trường của Liên hiệp quốc, Diễn đàn toàn cầu hóa được tổ chức tại Rio de Janeiro (1992) và Hội nghị thượng đỉnh thế giới về phát triển bền vững tại Johannesburg (2002)".

Theo Brundtland: *"Phát triển bền vững là sự phát triển thỏa mãn những nhu cầu của hiện tại và không phương hại tới khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai*". Đó là quá trình phát triển kinh tế dựa vào nguồn tài nguyên được tái tạo, tôn trọng những quá trình sinh thái cơ bản, sự đa dạng sinh học và những hệ thống trợ giúp tự nhiên đối với cuộc sống của con người, động vật và thực vật. Qua các bản tuyên bố quan trọng, khái niệm này tiếp tục mở rộng thêm và nội hàm của nó không chỉ dừng lại ở nhân tố sinh thái, mà còn đi vào các nhân tố xã hội, con người, nó hàm chứa sự bình đẳng giữa những nước giàu và nghèo và giữa các thế hệ. Thậm chí nó còn bao hàm sự cần thiết giải trừ quân bị, coi đây là điều kiện tiên quyết nhằm giải phóng nguồn tài chính cần thiết để áp dụng khái niệm phát triển bền vững…

Như vậy, khái niệm "Phát triển bền vững" được đề cập trong báo cáo Brundtlanđ với một nội hàm rộng, nó không chỉ là nỗ lực nhằm hòa giải kinh tế và môi trường, hay thậm chí phát triển kinh tế - xã hội và bảo vệ môi trường. Nội dung khái niệm còn bao hàm những khía cạnh chính trị - xã hội, đặc biệt là bình đẳng xã hội. Với ý nghĩa này, nó được xem là "tiếng chuông" hay nói cách khác là "tấm biển hiệu" cảnh báo hành vi của loài người trong thế giới đương đại.

Kể từ khi khái niệm này xuất hiện, nó đã gây được sự chú ý và thu hút sự quan tâm của toàn nhân loại (các tổ chức quốc tế, tổ chức phi chính phủ, đảng phái chính trị, các nhà tư tưởng, các phong trào xã hội và đặc biệt là giới khoa học với việc làm dấy lên các tranh luận về khái niệm này mà đến nay vẫn chưa ngã ngũ). Tâm điểm của các tranh luận thường xoay xung quanh hai vấn đề chính là hình thức diễn đạt của khái niệm và nội dung mà khái niệm đề cập đến.

- Trước hết, về hình thức diễn đạt của khái niệm, kể từ ngày đưa ra đến giờ đã có nhiều ý kiến đòi hỏi phải định nghĩa lại cho dễ hiểu hơn. Rất nhiều tổ chức, học giả và những người quan tâm đã đưa ra các định nghĩa riêng của họ, thế nhưng chưa có một định nghĩa nào đảm bảo độ chính xác, rõ ràng và dễ hiểu. Vì thế, một số nhà quan sát gọi phát triển

bền vững là một khái niệm gây nhiều tranh cãi nhất thế giới và không thể đưa đến thống nhất. Hơn nữa, nếu một ai đó có thể định nghĩa lại thì điều này cũng trở nên vô nghĩa về mặt thực tế và còn tệ hơn là nó phủ nhận gần như tất cả những gì đã được xây dựng từ bấy lâu nay. Người ta ví rằng những khó khăn cụ thể của phát triển bền vững ít nhất cũng đa dạng và phức tạp như xã hội loài người và hệ sinh thái tự nhiên trên thế giới. Vì đây là một khái niệm nên nó mang tính mở, nó có thể dễ dàng thay đổi câu chữ nhưng vẫn giữ được ý tưởng sao cho phù hợp với từng tình huống cụ thể, hoàn cảnh khác nhau, không gian và thời gian khác nhau. Tương tự như vậy, cũng chính vì khái niệm này có tính mở nên mọi người có thể diễn đạt nó theo những cách khác nhau phù hợp với từng tình huống cụ thể mà vẫn giữ nguyên ý tưởng muốn truyền đạt. Do vậy, khái niệm phát triển bền vững được đưa ra để giải quyết rất nhiều vướng mắc, kể từ việc hoạch định các thành phố phát triển bền vững đến các hộ gia đình phát triển bền vững, từ nền nông nghiệp bền vững đến nền phát triển thủy sản và cả Hội đồng doanh nghiệp thế giới về sự phát triển bền vững.

Định nghĩa về sự phát triển bền vững là một bộ những luật lệ và những giá trị mang tính hướng dẫn để đáp ứng nhu cầu con người, nhu cầu phát triển kinh tế và xã hội, giới hạn bởi hệ thống cung cấp cho sự sống con người trên hành tinh này. Hơn thế nữa, ý niệm về cả 2 từ gốc: "phát triển" và "bền vững" đều được mọi người công nhận, sự kết hợp của 2 từ này đã thống nhất về ý nghĩa của khái niệm.

- Về nội dung, các tranh luận thường xoay xung quanh vấn đề là bản chất cụ thể của phát triển bền vững bao gồm những yếu tố gì? và sự kết hợp giữa các yếu tố đó ra sao?

Trước đây, một bản báo cáo đã xác định nội dung của phát triển bền vững gồm 3 phạm trù chính là thiên nhiên, hệ thống hỗ trợ cuộc sống và cộng đồng xã hội. Tuy nhiên, trong đó một số quan điểm lại quá coi trọng về mặt thiên nhiên, nhấn mạnh tính hữu dụng của nó cho con người. Một số khác lại chú trọng về mặt cộng đồng xã hội như những yêu cầu đối với việc gìn giữ sự đa dạng văn hóa, cách kiếm sống, tổ chức và khu vực cấu thành những cộng đồng riêng biệt mà có nguy cơ bị đe dọa. Một bản báo cáo khác lại cho rằng, nội dung của phát triển bền vững là con người, kinh tế và xã hội, tuy nhiên nên chú trọng phát triển cái gì giữa con người, kinh tế và xã hội thì lại có những ý kiến khác nhau. Rất nhiều ý kiến tập trung vào việc phát triển kinh tế, họ cho rằng với những khu vực kinh tế hoạt động hiệu quả, cung cấp việc làm, đáp ứng nhu cầu về vật chất là có thể giải quyết mọi vấn đề. Một số khác lại giành sự chú ý đến việc phát triển con người, nhấn mạnh tầm quan trọng đặc biệt vào những giá trị và những mục tiêu về con người như tăng tuổi thọ, giáo dục, công bằng và cơ hội. Uỷ ban về Phát triển bền vững lại xác định nhu cầu phát triển xã hội mà nhấn mạnh vào những giá trị an ninh và sức khỏe, hạnh phúc của quốc gia, khu vực và các tổ chức như là trụ cột của mối quan hệ cộng đồng xã hội…

Một điều quan trọng hơn cả trong định nghĩa này là sự mở rộng và đặc biệt nhấn mạnh về sự phát triển kinh tế và vấn đề bảo vệ môi trường. Đó là sự kết hợp hài hòa giữa sự phát triển con người với xã hội và sự hòa đồng về bản chất con người với hệ sinh thái. Do giữa các hành động có tác động qua lại lẫn nhau và tổng thể các hành động đó lại tác động đến

mục đích cuối cùng, nên phát triển bền vững đòi hỏi kết hợp nhất quán giữa hành động và mục đích. Thực tiễn trên thế giới cho thấy, để đạt được sự nhất quán về giá trị, mục đích và hành động là một việc không dễ dàng gì, bởi vì giá trị mà mỗi người cần đạt được có thể đối lập với giá trị mà nhân loại cần vươn tới. Phát triển bền vững suy cho cùng là một khái niệm để hình dung và hành động theo cách nhìn nhận về thế giới mà trong đó nhu cầu cơ bản của con người được đáp ứng mà không làm phương hại đến bất kỳ những gì thuộc về thiên nhiên.

Mặc dầu, sự tranh luận xung quanh khái niệm phát triển bền vững đã trải qua một thời gian khá dài, cho đến nay vẫn chưa có được cách hiểu thống nhất, song hầu hết các ý kiến khác đã đồng ý cách định nghĩa về PTBV của hội nghị Rio de Jannerio, nhưng lưu ý rằng PTBV cần được vận dụng linh hoạt tùy từng thời kỳ lịch sử, từng nền kinh tế - xã hội khác nhau, nền văn hóa khác nhau của mỗi quốc gia. Bên cạnh 3 yếu tố là bền vững về kinh tế, xã hội và môi trường, cần phải có cả sự bền vững về an ninh, chính trị và bảo đảm công bằng xã hội. Khái niệm PTBV mang tính chất toàn cầu, vậy nên không thể hiểu PTBV chỉ trong phạm vi một nước mà không tính tới những yếu tố hợp tác quốc tế, yếu tố phối hợp cùng phát triển giữa các quốc gia, nhất là những ảnh hưởng trong lĩnh vực môi trường. Phát triển là quá trình gia tăng năng lực của con người hoặc môi trường dẫn đến đáp ứng nhu cầu của con người hoặc nâng cao chất lượng cuộc sống. Sản phẩm của sự phát triển là điều kiện sống của con người được cải thiện tốt hơn. Phát triển kinh tế không chỉ đơn thuần là việc khai thác và chế biến các nguồn tài nguyên thiên nhiên, xây dựng cơ sở hạ tầng, gia tăng khối lượng mua bán sản phẩm…, mà bao hàm cả những yếu tố khác không kém phần quan trọng như chăm sóc sức khỏe, an ninh xã hội, giáo dục, bảo vệ môi trường… Phát triển là một tổ hợp phức tạp bao gồm nhiều mặt liên quan đến cuộc sống của con người, theo một cách khác phát triển là sự cải thiện chất lượng của cuộc sống con người. Chất lượng cuộc sống là tổ hợp của các bộ phận cấu thành về kinh tế, xã hội và môi trường.

**2. Bản chất của phát triển bền vững là sự hài hòa**

Phát triển bền vững là sự phát triển dựa trên giải quyết hài hòa mối quan hệ kinh tế - xã hội - môi trường, giữa lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài, giữa tự nhiên và con người. Tiêu chí để đánh giá sự phát triển bền vững là sự tăng trưởng kinh tế ổn định; thực hiện tốt tiến bộ và công bằng xã hội; khai thác hợp lý, sử dụng tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ và nâng cao chất lượng môi trường sống. Nếu xét một cách riêng rẽ thì các nội dung và tiêu chí xác định sự phát triển các trụ cột của phát triển bền vững được hiểu như sau:

Phát triển bền vững về kinh tế, là sự tăng trưởng nền kinh tế liên tục, ổn định, có cơ cấu hợp lý, chuyển dịch theo hướng tiến bộ, đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của người dân, tránh được suy thoái và đình trệ trong tương lai. Độ đo kinh tế của sự phát triển bền vững về kinh tế được tính trên giá trị GDP hoặc GNP. Một số tổ chức quốc tế và quốc gia đã đưa ra bộ chỉ tiêu phát triển kinh tế bền vững như: Hiện trạng kinh tế, tài chính, tiêu dùng vật chất, sử dụng năng lượng, GDP bình quân đầu người, tỷ lệ đầu tư trong GDP, cán cân thương mại, tỷ lệ nợ/GDP, tổng viện trợ ODA…

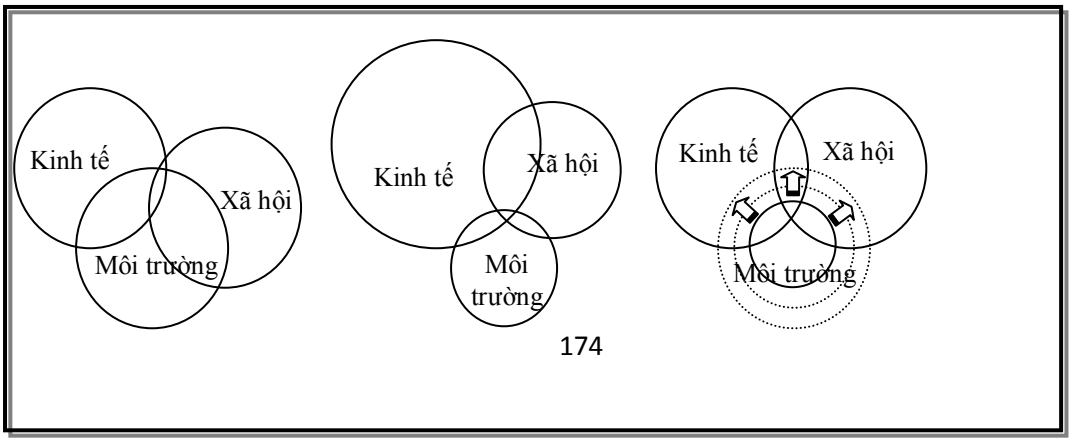
Phát triển bền vững về xã hội là sự phát triển mà trong đó chất lượng cuộc sống tinh thần được nâng cao không ngừng, bảo đảm được sự công bằng của người dân về các quyền lợi kinh tế, chính trị, xã hội. Để đo mức độ bền vững về xã hội của sự phát triển, người ta dùng chỉ số về phát triển con người (HDI), chỉ số tự do (HFI), mức độ tăng trưởng việc làm, thu nhập, tình hình cung cấp dịch vụ y tế, số học sinh tiểu học phổ cập... Liên hiệp quốc và một số tổ chức quốc tế khác cũng đã đưa ra các chỉ tiêu phát triển bền vững về xã hội bao gồm các chỉ tiêu cụ thể về công bằng, y tế, giáo dục, nhà ở, an ninh và dân số…

Phát triển bền vững về môi trường là sự phát triển bảo đảm tính bền vững của các hệ sinh thái, khai thác hợp lý tài nguyên thiên nhiên, có các biện pháp để cải thiện và quản lý môi trường. Độ đo môi trường của sự phát triển bền vững thông qua chất lượng các thành phần môi trường không khí, nước, đất, sinh thái; mức độ duy trì các nguồn tài nguyên tái tạo; việc khai thác và sử dụng hợp lý các nguồn tài nguyên không tái tạo; nguồn vốn của xã hội dành cho các hoạt động bảo vệ môi trường; khả năng kiểm soát của chính quyền đối với các hoạt động kinh tế xã hội, tiềm ẩn các tác động tiêu cực đối với môi trường, ý thức bảo vệ môi trường của người dân... Liên hiệp quốc và một số tổ chức quốc tế khác đã đưa ra các chỉ tiêu phát triển bền vững về môi trường với 21 nhóm chỉ tiêu về chất lượng không khí, đa dạng sinh học, đất, chất lượng nước, trữ lượng nước, ô nhiễm không khí, sức ép lên hệ sinh thái, quản lý tài nguyên, khả năng tham gia vào hợp tác quốc tế, sự tham gia của khu vực tư nhân, mức phát thải khí nhà kính, giảm áp lực lên môi trường toàn cầu…

Như vậy, nếu xét một cách riêng rẽ các trụ cột của PTBV thì vấn đề không có gì phức tạp. Tuy nhiên, tính phức tạp ở đây được thể hiện ở chỗ các trụ cột của PTBV có mối liên hệ chặt chẽ lẫn nhau. Sự phát triển của trụ cột này sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến trụ cột kia và như vậy sẽ phá vỡ tính hài hòa giữa chúng. Điều đó được thể hiện qua Mụ hỡnh phỏt triển bền vững của Jacobs và Sadler (1990).

Theo mô hình này, phát triển bền vững là kết quả của các tương tác qua lại và phụ thuộc lẫn nhau của ba hệ thống chủ yếu của thế giới: Hệ thống tự nhiên (bao gồm các hệ sinh thái tự nhiên và tài nguyên thiên nhiên, các thành phần môi trường của trái đất); Hệ thống kinh tế (hệ sản xuất và phân phối sản phẩm); Hệ thống xã hội (quan hệ của con người trong xã hội). Trong mô hình trên, sự phát triển bền vững không cho phép vì sự ưu tiên của hệ này dễ gây ra sự suy thoái và tàn phá đối với một hệ khác, hay phát triển bền vững là sự dung hòa các tương tác và thỏa hiệp của ba hệ thống chủ yếu trên.

***Hình 1:*** **Ba trụ cột của phát triển bền vững**



Lý thuyết Thực tiễn Sự thay đổi cần thiết

**Từ trái sang: Lý thuyết, Thực tế và Sự thay đổi cần thiết để đạt được mô hình cân bằng tốt hơn.**

Mô hình này mô tả sự phát triển của một đất nước không bền vững, cụ thể là: trong đất nước đó, Chính phủ đã quá ưu tiên cho mục tiêu phát triển kinh tế (làm cho vòng tròn kinh tế lớn hơn nhiều so với mô hình lý thuyết). Để đạt mục tiêu đó, Chính phủ phải đánh đổi bằng các mục tiêu về xã hội và môi trường (vòng tròn xã hội và môi trường bị thu hẹp lại). Sự thay đổi cần thiết là chính phủ phải giảm mục tiêu phát triển kinh tế và ưu tiên hơn cho các mục tiêu xã hội và môi trường để đảm bảo sự hài hòa giữa chúng, tức là phát triển bền vững.

Trong mô hình lý thuyết, ba trụ cột được kết hợp hài hòa hay đó chính là phát triển bền vững. Mô hình thực tiễn cho thấy, quá trình phát triển phải đánh đổi môi trường, xã hội để đạt được mục tiêu tăng trưởng kinh tế. Mô hình tiếp theo là cần phải tạo ra sự cân bằng mới, cụ thể là phải điều chỉnh mục tiêu kinh tế để phục hồi và phát triển yếu tố môi trường, xã hội.

Về lý thuyết, quan điểm phát triển bền vững không cho phép phát triển coi trọng mặt này hay mặt khác của PTBV. Tuy nhiên trên thực tế, nhiều người vẫn ưu tiên cho mục tiêu kinh tế. Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, khi mà cuộc chạy đua phát triển giữa các quốc gia, giữa các khu vực kinh tế của thế giới diễn ra ngày càng gay gắt, khốc liệt thì khuynh hướng "phát triển với bất cứ giá nào" vẫn được tôn sùng trên thực tế, đặc biệt là ở các nước đang phải đối đầu với nghèo đói, lạc hậu, kinh tế chậm phát triển. Người ta dễ có khuynh hướng hy sinh môi trường và các yếu tố khác cho phát triển kinh tế. Những người quá sốt ruột trước tình trạng lạc hậu, kém phát triển của nước mình thường lập luận rằng "cứ phát triển kinh tế đã rồi sẽ tính sau". Đây là quan điểm "Làm bẩn - Làm giàu - Làm sạch", tức là giải quyết vấn đề môi trường sau khi đã đạt được trình độ phát triển nhất định về kinh tế.

Ngược lại với khuynh hướng trên là khuynh hướng "*tăng trưởng bằng không hoặc âm"* (Zero or Negative Growth) để bảo vệ các nguồn tài nguyên hữu hạn, hoặc *"chủ nghĩa bảo vệ"* chủ trương không can thiệp vào các nguồn tài nguyên sinh học để bảo vệ chúng hay "*chủ nghĩa bảo tồn"* (Conservation) chủ trương không đụng chạm vào thiên nhiên, nhất là tại các địa bàn chưa được điều tra, nghiên cứu đầy đủ. Tất cả những khuynh hướng, quan điểm trên đều là không tưởng, đặc biệt đối với các nước đang và kém phát triển, nơi mà tài nguyên thiên nhiên là nguồn vốn cơ bản cho mọi hoạt động phát triển của con người.

Ngoài mô hình đã nêu trên, trên thế giới cũng như ở nước ta còn đưa ra một số mô hình khác rất đa dạng và phong phú. Tuy nhiên, *bản chất của các mô hình đều nói lên sự hài hòa của ba nhân tố chính là kinh tế, xã hội, môi trường.*

### 3. Phát triển bền vững ở Việt Nam

Khái niệm "Phát triển bền vững" được phổ biến ở Việt Nam vào khoảng cuối thập niên 80 đầu thập niên 90. Việt Nam là quốc gia tham dự ngay từ đầu vào các diễn đàn, hội nghị và chương trình nghị sự về phát triển bền vững của thế giới. Việt Nam cũng sớm đưa ra quan điểm riêng về động lực của phát triển bền vững. Chương trình nghị sự 21 do Chính phủ Việt Nam ban hành năm 2006 cho biết: "*Mục tiêu tổng quát của phát triển bền vững là đạt được sự đầy đủ về vật chất, sự giàu có về tinh thần và văn hóa, sự bình đẳng của các công dân và sự đồng thuận của xã hội, sự hài hòa giữa con người và tự nhiên; phát triển phải kết hợp chặt chẽ, hợp lý và hài hòa được ba mặt là phát triển kinh tế, phát triển xã hội và bảo vệ môi trường*".

Phát triển bền vững đã và đang trở thành đường lối, quan điểm của Đảng và định hướng chính sách phát triển của Nhà nước. Phát triển bền vững tiếp tục được tái khẳng định trong Dự thảo báo cáo chính trị của Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa X tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI của Đảng, đó là phải thực sự coi trọng chất lượng, hiệu quả tăng trưởng và phát triển bền vững, nâng cao chất lượng và hiệu quả của nền kinh tế.

Nhận thức được sự cần thiết của phát triển bền vững, Đảng ta đã kịp thời đề ra chiến lược phát triển đất nước từ tốc độ nhanh, mạnh, toàn diện sang phát triển bền vững. Việt Nam cũng đã cam kết và bắt tay vào hành động với Dự án VIE/01/021 "Hỗ trợ xây dựng và thực hiện Chương trình Nghị sự 21 của Việt Nam" bắt đầu từ tháng 11/2001 và kết thúc vào tháng 12/2005 nhằm tạo tiền đề cho việc thực hiện Vietnam Agenda 21. Đại hội lần thứ X của Đảng đã rút ra 5 bài học kinh nghiệm lớn từ thực tiễn phát triển hơn 20 năm đổi mới, đã nhấn mạnh "Bài học về phát triển nhanh và bền vững". Phát triển bền vững rõ ràng đã và đang trở thành đường lối, quan điểm của Đảng và định hướng chính sách phát triển của Nhà nước. Đã có nhiều chỉ thị, nghị quyết của Đảng, nhiều văn bản quy phạm pháp luật của Nhà nước đã được thể chế hóa và ban hành, triển khai thực hiện. Nhiều nội dung cơ bản về phát triển bền vững đã đi vào cuộc sống và đang trở thành xu thế tất yếu trong sự phát triển của đất nước.

Các chính sách xã hội và an sinh xã hội đã hướng vào phát triển con người, vì hạnh phúc của nhân dân và đã được Đảng, Nhà nước đặc biệt quan tâm, coi đó là động lực to lớn nhằm phát huy mọi tiềm năng sáng tạo của nhân dân, góp phần quan trọng vào sự tăng trưởng và phát triển bền vững của đất nước. Đảng đã khẳng định, tăng trưởng kinh tế gắn liền với tiến bộ và công bằng xã hội ngay trong từng bước đi và trong chính sách phát triển. Thực hiện tốt các chính sách xã hội trên cơ sở phát triển kinh tế gắn với quyền lợi. Có thể thấy, chính sách xã hội và an sinh xã hội gắn liền với phát triển, là yếu tố của sự phát triển, đầu tư cho chính sách xã hội và an sinh xã hội cũng chính là đầu tư cho phát triển.

Nhằm đẩy mạnh công tác bảo vệ môi trường, Việt Nam cụ thể hóa các mục tiêu cho công tác bảo vệ môi trường, đó là: ngăn ngừa, hạn chế mức độ gia tăng ô nhiễm, suy thoái và sự cố môi trường do hoạt động của con người và tác động của tự nhiên gây ra; sử dụng bền vững tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ đa dạng sinh học; khắc phục ô nhiễm môi trường, trước hết ở những nơi đã bị ô nhiễm nghiêm trọng, phục hồi các hệ sinh thái đã bị ô nhiễm,

từng bước nâng cao chất lượng môi trường; xây dựng Việt Nam trở thành một nước có môi trường tốt, có sự hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế, thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường. Để thực hiện được mục tiêu trên, Việt Nam đã xây dựng và ban hành Chiến lược bảo vệ môi trường quốc gia đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020. Có thể nói, đây là văn bản định hướng quan trọng cho công tác bảo vệ môi trường. Chiến lược nêu rõ: Chiến lược bảo vệ môi trường là bộ phận cấu thành không thể tách rời của Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, là cơ sở quan trọng đảm bảo phát triển bền vững đất nước. Phát triển kinh tế phải kết hợp chặt chẽ, hài hòa với phát triển xã hội và bảo vệ môi trường. Đầu tư bảo vệ môi trường là đầu tư cho phát triển bền vững.

Nước ta cũng đã triển khai nhiều công trình nghiên cứu liên quan đến phát triển bền vững như: "Tiến tới môi trường bền vững" (1995) của Trung tâm tài nguyên và môi trường, Đại học Tổng hợp Hà Nội. Công trình này đã tiếp thu và thao tác hóa khái niệm phát triển bền vững theo báo cáo Brundtland như một tiến trình đòi hỏi đồng thời trên bốn lĩnh vực: Bền vững về mặt kinh tế, bền vững về mặt nhân văn, bền vững về mặt môi trường, bền vững về mặt kỹ thuật.

"Nghiên cứu xây dựng tiêu chí phát triển bền vững cấp quốc gia ở Việt Nam - giai đoạn I" (2003) do Viện Môi trường và phát triển bền vững, Hội Liên hiệp các Hội Khoa học kỹ thuật Việt Nam tiến hành. Trên cơ sở tham khảo bộ tiêu chí phát triển bền vững của Brundtland và kinh nghiệm các nước Trung Quốc, Anh, Mỹ, các tác giả đã đưa ra các tiêu chí cụ thể về phát triển bền vững đối với một quốc gia là bền vững kinh tế, bền vững xã hội và bền vững môi trường. Đồng thời cũng đề xuất một số phương án lựa chọn bộ tiêu chí phát triển bền vững cho Việt Nam.

"Quản lý môi trường cho sự phát triển bền vững" đã trình bày hệ thống quan điểm lý thuyết và hành động quản lý môi trường cho phát triển bền vững. Công trình này đã xác định phát triển bền vững qua các tiêu chí: bền vững kinh tế, bền vững môi trường, bền vững văn hóa, đã tổng quan nhiều mô hình phát triển bền vững như mô hình 3 vòng tròn kinh kế, xã hội, môi trường giao nhau của Jacobs và Sadler (1990), mô hình tương tác đa lĩnh vực kinh tế, chính trị, hành chính, công nghệ, quốc tế, sản xuất, xã hội của WCED (1987), mô hình liên hệ thống kinh tế, xã hội, sinh thái của Villen (1990), mô hình 3 nhóm mục tiêu kinh tế, xã hội, môi trường của Ngân hàng thế giới.

Phát triển bền vững đòi hỏi mọi hoạt động của con người phải đảm bảo hài hòa các mục tiêu về kinh tế, xã hội và môi trường. Tuy nhiên, tính hài hòa không bắt buộc các chính phủ phải chia đều các nguồn lực của mình cho ba trụ cột mà căn cứ vào điều kiện cụ thể, người ta có thể ưu tiên cho một mục tiêu nào đó với một chừng mực nhất định. Nghĩa là sự ưu tiên này không làm ảnh hưởng quá lớn tới các mục tiêu còn lại. Căn cứ vào điều này, hiện nay hầu hết các nước trên thế giới thường ưu tiên cho mục tiêu kinh tế, tuy nhiên mức độ ưu tiên giữa các nước phát triển và các nước đang phát triển là rất khác nhau. Một trong những biện pháp để ưu tiên cho phát triển kinh tế phổ biến đối với các nước đang phát triển thường là gia tăng xuất khẩu, coi xuất khẩu là mục tiêu và động lực để phát triển kinh tế đất

nước. Vì vậy, sau đây tham luận đề cập sâu hơn về vấn đề "Phát triển xuất khẩu và bảo vệ môi trường theo hướng phát triển bền vững ở nước ta".

Theo quan điểm của phát triển bền vững, thì phát triển xuất khẩu bền vững là sự xuất khẩu đảm bảo hài hòa giữa các mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường, giữa lợi ích trước mắt và lâu dài. Cụ thể hơn, xuất khẩu theo quan điểm phát triển bền vững không phải là tìm cách tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bằng mọi giá, mà là sự tăng trưởng xuất khẩu đó phải luôn đảm bảo hài hòa giữa các mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường, giữa lợi ích trước mắt và lâu dài.

## 4. Đánh giá thực trạng xuất khẩu ở nước ta trong thời gian qua theo quan điểm phát triển bền vững

### *4.1. Một số kết quả bước đầu*

Phát triển xuất khẩu theo hướng bền vững được truyền bá rộng rãi và được nhiều quốc gia hưởng ứng. Tuy nhiên trong điều kiện toàn cầu hóa, tự do hóa thương mại, cạnh tranh ngày càng gay gắt, nên việc tăng trưởng xuất khẩu đáp ứng các yêu cầu của phát triển bền vững là điều không mấy dễ dàng. Do đó, nếu một nước không có các chính sách định hướng đúng, không có các biện pháp thích hợp, chỉ quan tâm đến tăng trưởng xuất khẩu bằng mọi giá..., thì sự tăng trưởng xuất khẩu đó có nguy cơ chệch hướng so với quan điểm tăng trưởng xuất khẩu theo hướng phát triển bền vững.

Ở nước ta, quan điểm, định hướng phát triển xuất khẩu, trong hệ thống chính sách xuất khẩu từ chủ trương đường lối của Đảng, đến các chính sách của chính phủ, nhìn chung đều quán triệt được quan điểm của phát triển bền vững. Cụ thể là trong Chiến lược phát triển xuất khẩu giai đoạn 2001-2010 đã nêu rõ "*Phát triển xuất khẩu với tốc độ tăng trưởng cao và bền vững, làm động lực thúc đẩy tăng trưởng GDP. Đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh, đồng thời tích cực phát triển các mặt hàng khác có tiềm năng thành những mặt hàng xuất khẩu chủ lực mới, theo hướng nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao; tăng sản phẩm chế biến, chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng xuất khẩu thô*". Sau khi gia nhập WTO, Đảng đã ban hành "*Một số chính sách và biện pháp phát triển kinh tế nhanh và bền vững sau khi Việt Nam trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới*". Trong đó đã đưa ra một số giải pháp để thực hiện liên quan đến XKBV như: phát triển khoa học và công nghệ, nguồn nhân lực; bảo vệ môi trường; thực hiện chính sách an sinh xã hội... Trong bối cảnh suy giảm tăng trưởng kinh tế do khủng hoảng tài chính toàn cầu, Chính phủ đã khuyến khích sản xuất và xuất khẩu trên cơ sở *"Đẩy nhanh quá trình cải cách và chuyển đổi mô hình tăng trưởng, từ mô hình tăng trưởng chủ yếu là dựa vào các yếu tố theo chiều rộng (dựa chủ yếu vào xuất khẩu tài nguyên, tăng đầu tư, nhất là đầu tư trong nước) sang mô hình tăng trưởng theo chiều sâu trên cơ sở phát huy nguồn lực và tính năng động của khu vực dân doanh, khai thác lợi thế so sánh, tăng đóng góp của yếu tố năng suất tổng hợp (công nghệ và quản lý, chất lượng nguồn nhân lực…) nhằm tạo ra năng lực cạnh tranh mới trong từng doanh nghiệp cũng như toàn bộ nền kinh tế*".

Chính phủ đã có chính sách nhằm mở rộng quyền kinh doanh xuất nhập khẩu nhằm bảo đảm công ăn việc làm, phát triển kinh tế bảo đảm công bằng xã hội. Từng bước cắt giảm và xóa bỏ hạn ngạch xuất khẩu đối với nhiều mặt hàng nhằm phát huy lợi thế so sánh, tránh tình trạng tập trung vào một số mặt hàng chủ lực nhất định, một mặt góp phần phát triển kinh tế, mặt khác nhằm giải quyết các vấn đề xã hội cũng như bảo vệ môi trường.

Các chính sách ban hành đã tạo ra môi trường cho xuất khẩu của các thành phần kinh tế nhằm tăng hiệu quả xuất khẩu như: mở cửa hội nhập để mở rộng thị trường xuất khẩu; phát

triển kết cấu hạ tầng và dịch vụ hậu cần cho xuất khẩu; phát triển khoa học, công nghệ, phát triển nguồn nhân lực; nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và sản phẩm…

Về nội dung, nhằm bảo đảm sự hài hòa giữa phát triển xuất khẩu và phát triển bền vững, khía cạnh môi trường đã từng bước được chú trọng. Trong các văn bản pháp luật đã ban hành đều có những quy định về cấm, hạn chế xuất khẩu các sản phẩm ảnh hưởng xấu đến môi trường, sức khỏe con người và động thực vật. Đã quy định chi tiết danh mục hàng hóa cấm xuất khẩu vì lý do bảo vệ môi trường, trong đó cấm xuất khẩu các loại hóa chất độc hại, gỗ tròn, gỗ xẻ từ gỗ rừng tự nhiên trong nước; than làm từ gỗ hoặc củi có nguồn gốc từ gỗ rừng tự nhiên trong nước; động vật hoang dã và động thực vật quý hiếm tự nhiên. Việt Nam cũng đã tham gia các công ước quốc tế về BVMT liên quan đến xuất khẩu như công ước CITES, đất ngập nước, biến đổi khí hậu, Bazel..., nhằm hạn chế thương mại các chất gây nguy hiểm đến môi trường, động thực vật quý hiếm. Đã ban hành Bộ tiêu chuẩn Việt Nam, trong đó quy định về tiêu chuẩn nói chung và tiêu chuẩn môi trường nói riêng đối với hàng hóa xuất khẩu như tiêu chuẩn đối với gạo, cà phê, thủy sản, chè, sản phẩm gỗ, thực phẩm… Đồng thời, ban hành các quy định về kiểm tra, giám sát chất lượng hàng xuất khẩu, các cơ sở sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu có ảnh hưởng đến môi trường.

Đã có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp bảo vệ môi trường trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế như về thông tin, tài chính, kỹ thuật..., khuyến khích giảm tỷ trọng hàng chế biến thô, tăng tỷ trọng hàng chế biến sâu bằng việc áp dụng công nghệ chế biến hiện đại đi đôi với các biện pháp bảo vệ môi trường, khuyến khích sản xuất sạch, hạn chế nhập khẩu công nghệ trung gian, tăng cường sử dụng các biện pháp phi thuế hợp lệ để bảo vệ môi trường trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế...

Tác dụng trong thực tế của những chính sách ban hành bước đầu đã thể hiện những mặt tích cực, đáp ứng được các tiêu chí của phát triển bền vững. Tăng trưởng xuất khẩu cao và ổn định trong thời gian qua đã góp phần tăng trưởng kinh tế nhanh và ở mức cao. Xuất khẩu đã trở thành động lực chủ yếu của tăng trưởng kinh tế. Xuất khẩu đã có những đóng góp vào ổn định kinh tế vĩ mô như làm lành mạnh cán cân thanh toán, hạn chế nhập siêu, tăng dự trữ ngoại tệ, giảm áp lực đối với nợ nước ngoài, giảm thất nghiệp. Tăng trưởng xuất khẩu góp phần tăng trưởng kinh tế, do đó tăng thu nhập cho người lao động. Mở rộng xuất khẩu tạo thêm công ăn việc làm, đặc biệt lao động nông nghiệp, thúc đẩy quá trình dịch chuyển lao động từ nông nghiệp sang công nghiệp, từ nông thôn sang thành thị. Mở rộng xuất khẩu góp phần xóa đói giảm nghèo ở vùng nông thôn. Phát triển xuất khẩu hạn chế các xung đột xã hội, góp phần ổn định chính trị.

Lợi ích từ xuất khẩu các sản phẩm đa dạng sinh học góp phần bảo tồn và phát triển chúng. Áp lực cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu buộc các doanh nghiệp phải đầu tư đổi mới công nghệ và phương thức sản xuất thân thiện môi trường. Xuất khẩu tạo thêm kinh phí để phục hồi và tái tạo môi trường.

### *4.2. Một số hạn chế và nguyên nhân*

- Xét về mặt kinh tế, đóng góp của xuất khẩu vào tăng trưởng kinh tế còn hạn chế do giá trị gia tăng thấp của hầu hết các mặt hàng xuất khẩu. Chưa có các mặt hàng xuất khẩu có sức cạnh tranh cao dựa vào công nghệ và chất lượng lao động. Xuất khẩu lệ thuộc quá mức vào thị trường thế giới, do đó dễ gây rủi ro khi có những biến động bất ổn. Mặc dù Chính phủ Việt Nam đã có những nỗ lực to lớn trong việc phát triển khu vực tư nhân, tuy nhiên trong một số trường hợp, các doanh nghiệp tư nhân vẫn bị hạn chế các quyền kinh doanh, khả năng tiếp cận các nguồn vốn, hỗ trợ nguồn nhân lực chất lượng cao. Sự tiến bộ không đồng đều trong phát triển khu vực tư nhân do không được tiếp thêm sức mạnh sẽ là thách thức lớn đối với Việt Nam trong việc thực hiện các cam kết phát triển thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế cũng như vấn đề công bằng xã hội.

Hệ thống cơ sở hạ tầng và chất lượng dịch vụ cho xuất khẩu của Việt Nam còn hạn chế làm cho khả năng cạnh tranh thấp. Chi phí dịch vụ xuất khẩu ở Việt Nam còn cao hơn các nước, thủ tục hành chính liên quan đến xuất khẩu còn khá phiền hà.

Cơ cấu xuất khẩu chưa thật bền vững, tỷ trọng hàng thô, sơ chế, giá trị gia tăng thấp còn cao, chưa khai thác được lợi thế cạnh tranh để phát triển những mặt hàng có hàm lượng công nghệ cao, giá trị gia tăng lớn. Chính sách xuất khẩu chưa có tác dụng tích cực trong việc chuyển đổi mô hình tăng trưởng. Chính sách thúc đẩy xuất khẩu còn thiên về thành thích, số lượng, chưa quan tâm đến chất lượng và những ảnh hưởng của xuất khẩu đến môi trường và xã hội.

Chất lượng tăng trưởng liên quan đến tỷ trọng đóng góp của năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) còn thấp. Sự tăng trưởng đạt được chủ yếu do tăng vốn đầu tư và số lượng lao động chứ không phải là do nâng cao chất lượng, hiệu quả đầu tư, trình độ công nghệ và chất lượng lao động. Điều này đe dọa tính bền vững trong hiện tại và tương lai, tạo ra mâu thuẫn giữa tốc độ tăng trưởng (số lượng) và chất lượng, hiệu quả tăng trưởng.

- Về bảo vệ môi trường, hàng xuất khẩu của Việt Nam còn thâm dụng nhiều tài nguyên thiên nhiên, do đó tăng trưởng bị hạn chế mang tính cơ cấu là diện tích, năng suất, khả năng khai thác, đánh bắt. Xuất khẩu nước ta chưa thể hiện xu thế công nghiệp hóa, hiện đại hóa, vẫn dựa chủ yếu vào các ngành công nghiệp trình độ thấp, sử dụng nhiều lao động, giá trị gia tăng thấp, ít  tạo ra giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Các mặt hàng nông sản xuất khẩu được sản xuất ra còn sử dụng các loại phân bón, hóa chất bảo vệ thực vật không đúng quy cách và quá mức gây ô nhiễm môi trường đất, nước. Các cơ sở chế biến hàng xuất khẩu (đặc biệt là tại các khu chế xuất) đang gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng, đặc biệt là các cơ sở chế biến thủy hải sản, nông sản, dệt may, da giày, sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ... Khai thác khoáng sản xuất khẩu, nhất là than và các loại khoáng sản tận thu đang gây ô nhiễm môi trường đất, nước, không khí và làm giảm đa dạng sinh học.

Tóm lại, xuất khẩu của Việt Nam đã và đang làm cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, suy giảm đa dạng sinh học và ô nhiễm môi trường. Tăng trưởng xuất khẩu, khuyến khích khai thác các nguồn lợi tự nhiên và sử dụng ngày càng nhiều thêm các yếu tố đầu vào là áp lực

gia tăng ô nhiễm. Nếu không có sự chuyển dịch mạnh mẽ cơ cấu xuất khẩu sang các ngành có hàm lượng công nghệ cao thì thiệt hại kinh tế từ việc suy thoái môi trường sẽ ngày càng lớn. Môi trường ở Việt Nam bị xuống cấp nhanh. Chất lượng các nguồn nước, gồm cả tầng nước mặt và nước ngầm đang suy giảm, điều kiện vệ sinh, cung cấp nước sạch ở nhiều nơi không bảo đảm. Không khí ở nhiều đô thị, khu công nghiệp, khu dân cư bị ô nhiễm nặng. Nhiều tài nguyên thiên nhiên bị khai thác quá mức. Đa dạng sinh học bị đe dọa, động thực vật được đưa vào Sách đỏ Việt Nam ngày càng tăng, có những loài đã tuyệt chủng. Quá trình đô thị hóa, xây dựng nhiều khu công nghiệp nhưng việc đầu tư bảo vệ môi trường ít được quan tâm, đồng thời các thảm họa do thiên tai gây ra đã để lại những hậu quả tiêu cực đến môi trường sinh thái.

- Về mặt xã hội, việc chia sẻ lợi ích giữa các nhóm xã hội trong hoạt động thương mại nói chung và xuất khẩu nói riêng chưa thật rõ ràng. Các biện pháp đảm bảo hài hòa lợi ích giữa người sản xuất, nhà xuất khẩu, nhà nước được sử dụng trong trường hợp đặc biệt, chưa có những quy định mang tính định hướng dài hạn. Do đó, việc xử lý hài hòa lợi ích giữa các nhóm xã hội thường bị động. Người thiệt hại nhất là những người sản xuất trực tiếp do bị ép giá, phụ thuộc vào điều kiện của các nhà xuất khẩu. Việc cải thiện việc làm ở nước ta còn rất hạn chế, so với các nước trong khu vực, Việt Nam có tốc độ tăng việc làm thấp nhất. Tăng trưởng xuất khẩu và kinh tế không tương xứng với tăng việc làm. Chất lượng lao động không cao và thu nhập của người lao động không ổn định. Khoảng cách giàu nghèo, bất bình đẳng trong thu nhập giữa các vùng, các tầng lớp dân cư ngày một gia tăng. Một số lượng lao động ở nước ta trong các ngành xuất khẩu chiếm dụng nhiều lao động như dệt may, da giày, nuôi trồng thủy sản, trồng các loại cây có giá trị xuất khẩu... chủ yếu là lao động giản đơn.

Thành tựu giảm nghèo còn thiếu bền vững, tính dễ bị tổn thương và nguy cơ tái nghèo cao, tỷ lệ tái nghèo lớn (khoảng từ 7 - 10% tổng số hộ vừa thoát nghèo) làm cho công cuộc xóa đói giảm nghèo ngày càng khó khăn. Hàng năm, số người phải cứu trợ đột xuất do thiên tai, mất mùa hàng trăm nghìn người, nhất là do bão lụt ở miền Trung. Hệ thống an sinh xã hội chưa đủ rộng và hiệu quả để giảm sốc cho nhóm người nghèo và cận nghèo (nhóm hộ nằm sát chuẩn nghèo chiếm khoảng 70%), chỉ cần gặp rủi ro lại rơi vào đói nghèo; kinh phí cho an sinh xã hội còn hạn hẹp, cả về vốn tín dụng và đầu tư từ ngân sách nhà nước. Chênh lệch phát triển giữa các vùng, các nhóm dân cư vẫn chưa được thu hẹp; nguy cơ tụt hậu của một nhóm dân cư khá cao. Hộ nghèo chủ yếu vẫn là ở khu vực nông thôn.

## 5. Giải pháp

Để phát triển xuất khẩu bền vững, cần tập trung thực hiện các nhóm giải pháp sau:

### *5.1. Giải pháp chung*

*Một là,* duy trì ổn định kinh tế vĩ mô thông qua các gói chính sách đồng bộ về chính sách tài khóa, tiền tệ và tăng cường giám sát hoạt động của các ngân hàng. Chủ động, linh hoạt

đối với các biến động bên trong và bên ngoài nhằm đảm bảo an ninh lương thực, an ninh năng lượng.

*Hai là,* huy động, thu hút có hiệu quả các nguồn lực khác để bảo đảm đạt tốc độ tăng trưởng cao, đồng thời nâng cao chất lượng tăng trưởng. Cần tiếp tục thực hiện chính sách xã hội hóa, thu hút đầu tư từ khu vực ngoài nhà nước, khu vực dân cư và đầu tư nước ngoài trong các lĩnh vực giáo dục đào tạo, y tế, văn hóa, thể thao… Cần nâng cao tính minh bạch và hiệu quả việc phân bổ và sử dụng các khoản kinh phí do cộng đồng đóng góp cho các chương trình bảo trợ xã hội, cứu trợ khẩn cấp cho đồng bào bị thiên tai, người tàn tật và người có công. Đối với nguồn FDI, cần rà soát kỹ lưỡng để loại bỏ và khuyến khích các dự án thân thiện với môi trường.

*Ba là,* tiếp tục đẩy mạnh việc thực hiện các chương trình mục tiêu quốc gia; các chương trình, dự án và các giải pháp, chính sách đã ban hành để hỗ trợ sản xuất, ổn định đời sống cho người nghèo, vùng nghèo, đồng bào dân tộc thiểu số còn khó khăn. Thực hiện giảm nghèo bền vững, đảm bảo cho người nghèo cùng được hưởng thành tựu của phát triển kinh tế. Thực hiện tốt các chính sách an sinh xã hội nhằm hỗ trợ thiết thực những đối tượng dễ gặp rủi ro. Giải quyết có hiệu quả các vấn đề xã hội còn bức xúc, nhất là tội phạm ma túy, tai nạn giao thông.

*Bốn là,* gắn phát triển kinh tế với bảo vệ môi trường, đẩy mạnh công tác bảo vệ môi trường trong tiến trình thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước; Đẩy mạnh công tác phòng ngừa và kiểm soát ô nhiễm; khắc phục tình trạng ô nhiễm và suy thoái môi trường nghiêm trọng; Bảo vệ và khai thác bền vững các nguồn tài nguyên thiên nhiên; Bảo vệ và cải thiện môi trường các khu vực trọng điểm; Bảo tồn thiên nhiên và đa dạng sinh học; Tăng cường hơn nữa công tác tuyên truyền, giáo dục nâng cao ý thức và trách nhiệm bảo vệ môi trường; Tăng cường quản lý Nhà nước, thể chế và pháp luật về bảo vệ môi trường; Đẩy mạnh áp dụng các công cụ kinh tế trong quản lý môi trường; Giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa phát triển kinh tế với thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường; Tăng cường và đa dạng hóa đầu tư cho bảo vệ môi trường; Tăng cường năng lực nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ về bảo vệ môi trường; Đẩy mạnh xã hội hóa công tác bảo vệ môi trường; tăng cường hợp tác quốc tế về bảo vệ môi trường.

### *5.2. Các giải pháp cụ thể*

*Trước hết*, nhằm bảo đảm các yêu cầu phát triển bền vững về mặt kinh tế, cần có chính sách đầu tư và chuyển đổi cơ cấu xuất khẩu thích hợp. Trong đó, tập trung chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo hướng nâng cao giá trị gia tăng. Từng bước giảm thiểu việc bảo hộ đối với nông nghiệp, chuyển nguồn bảo hộ trực tiếp sang gián tiếp thông qua việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, áp dụng khoa học kỹ thuật và đào tạo lao động. Tạo điều kiện thuận lợi để thu hút các nguồn vốn đầu tư nước ngoài và các doanh nghiệp trong nước. Áp dụng các biện pháp khuyến khích sản xuất và xuất khẩu thông qua các chính sách ưu đãi thuế, tín dụng, lãi suất, trợ cấp...

Tranh thủ cơ hội do mở cửa thị trường để nâng cao kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng có lợi thế. Nâng cao năng suất và chất lượng hàng nông sản xuất khẩu như thủy sản, gạo, cà phê, điều, chè, rau quả, cao su. Đa dạng hóa mặt hàng và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu. Chuẩn bị đối phó với các vấn đề tranh chấp thương mại, trước hết là việc áp thuế chống bán phá giá đối với hàng xuất khẩu Việt Nam. Cung cấp thông tin, hướng dẫn cách phòng tránh và xử lý các vụ kiện bán phá giá, nâng cao năng lực chuyên môn của các cơ quan tư vấn. Thành lập các cơ quan nghiên cứu sâu và cụ thể hơn về các tranh chấp thương mại và các phương án xử lý để tư vấn cho các doanh nghiệp khi bị kiện.

Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu, tăng cường công tác dự báo để định hướng cho hoạt động sản xuất, xuất khẩu. Thực hiện hiệu quả Chương trình xúc tiến xuất khẩu trọng điểm để đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa, từ điều tra, quy hoạch đến tổ chức sản xuất, tổ chức tiêu thụ. Củng cố tổ chức và vai trò các cơ quan đại diện ngoại giao, ngoại thương của ta ở nước ngoài, trợ giúp tiếp cận và thâm nhập thị trường quốc tế...

*Thứ hai,* để giải quyết hài hòa giữa tăng trưởng xuất khẩu và bảo vệ môi trường, cần nâng cao nhận thức về môi trường đối với các cơ quan quản lý và doanh nghiệp. Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các quy trình và công nghệ sản xuất thân thiện môi trường. Nghiên cứu các quy trình sản xuất thân thiện môi trường và đưa vào áp dụng tại các cơ sở sản xuất như quy trình rau an toàn, thịt an toàn, nuôi trồng thủy sản an toàn... Hỗ trợ việc áp dụng chứng chỉ môi trường đối với hàng xuất khẩu, thành lập các trung tâm kiểm định, tư vấn kỹ thuật, hỗ trợ tài chính để có được chứng nhận môi trường. Hỗ trợ xây dựng chiến lược kinh doanh thân thiện môi trường; áp dụng các quy định và tiêu chuẩn môi trường, mô hình quản lý môi trường tiên tiến như ISO 14000, HACCP...

Xây dựng tiêu chuẩn quốc gia theo hướng phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế như các quy định tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm, các tiêu chuẩn về quy trình sản xuất thân thiện môi trường (PPM), các quy định và tiêu chuẩn về bao bì, đóng gói, nhãn môi trường và nhãn sinh thái...

Hoàn thiện một số chính sách môi trường và xuất khẩu; Sửa đổi, bổ sung các sắc thuế và biểu thuế xuất khẩu nhằm khuyến khích xuất khẩu, đồng thời hạn chế việc lạm dụng quá mức nguồn tài nguyên thiên nhiên. Hạn chế xuất khẩu các mặt hàng ảnh hưởng đến đa dạng sinh học.

Áp dụng các nguyên tắc, công cụ kinh tế trong quản lý môi trường, tăng cường công tác kiểm tra, thanh tra hoạt động BVMT: Áp dụng rộng rãi nguyên tắc "người gây thiệt hại đối với tài nguyên và môi trường thì phải bồi hoàn". Xây dựng tiêu chí phát triển bền vững về môi trường. Tăng cường công tác quản lý môi trường, chia sẻ thông tin về các vấn đề môi trường tới các đối tượng có liên quan đến xuất khẩu nông sản như cơ quan quản lý, nhà sản xuất, nhà xuất khẩu và cộng đồng địa phương.

*Thứ ba,* nhằm đảm bảo hài hòa giữa tăng trưởng xuất khẩu và giải quyết các vấn đề xã hội, cần xây dựng cơ chế chia sẻ lợi ích bình đẳng trong thương mại, trước hết là cơ chế chia sẻ lợi ích trong việc khai thác tài nguyên thiên nhiên. Điều chỉnh thuế đối với một số

tài nguyên như đất, rừng, mặt nước. Chẳng hạn, thuế đối với đất rừng ngập mặn để nuôi tôm phải cao hơn đất canh tác nông nghiệp. Khắc phục tình trạng độc quyền trong sản xuất và độc quyền trong phân phối để hạn chế các nhà đầu cơ trục lợi gây thiệt hại cho người sản xuất.

Thiết lập hệ thống an sinh xã hội rộng khắp, có chính sách hỗ trợ đặc biệt đối với dân cư các vùng sâu, vùng xa và những đối tượng chính sách. Giải quyết vấn đề mất việc làm và thay đổi ngành nghề của người lao động.

Hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu thu hút nhiều lao động như dệt may, gia giày, thủy sản, nông sản, thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ trong trường hợp có biến động xấu hạn chế xuất khẩu để tránh người lao động mất thu nhập, việc làm. Kinh nghiệm quốc tế cho thấy, nông nghiệp là lĩnh vực bị tác động nhiều nhất trong điều kiện hội nhập nên Chính phủ phải có chính sách hỗ trợ nông dân.

Tăng cường công tác dự báo thị trường để hạn chế tối đa thiệt hại đối với người sản xuất. Có chính sách để phát triển nghề phụ tại nông thôn, đồng thời tăng cường công tác đào tạo nghề cho người lao động để giảm áp lực việc làm khi họ đối mặt với những hậu quả do thiên tai và thị trường gây ra.

Về bản chất, phát triển xuất khẩu nói chung và hàng hóa nông sản nói riêng theo hướng bền vững hoàn toàn phù hợp với mục tiêu phát triển đất nước mà Đảng ta đã chỉ ra là "Tăng trưởng kinh tế, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường". Tuy nhiên, để thực hiện mục tiêu này, ngoài những nỗ lực cố gắng thuộc về phía nhà nước, cần phát huy vai trò của các doanh nghiệp, các hiệp hội ngành hàng và toàn thể cộng đồng nông dân./.

***Tài liệu tham khảo***

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2009), *Tác động hội nhập đối với nền kinh tế sau hai năm Việt Nam gia nhập WTO,* Báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư trình Chính phủ, Hà Nội.

2. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2004): "Chiến lược bảo vệ môi trường quốc gia đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020", Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

3. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2005), *Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam, (Chương trình nghị sự 21),* được ban hành kèm theo Quyết định số 153/2004/QĐ-TTg, ngày 17/8/2004 của Thủ tướng Chính phủ.

4. Bộ Thương mại (2002), *Chiến lược xuất nhập khẩu Việt Nam thời kỳ 2001-2010.*

5. Hồ Trung Thanh (2006), "Phát triển thương mại và những vấn đề môi trường sinh thái ở nước ta hiện nay", Tạp chí quản lý Nhà nước, số 131, tháng 12/2006.

# XUẤT KHẨU VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG: NHÌN TỪ THỰC TIỄN THỰC THI CHIẾN LƯỢC XUẤT KHẨU GIAI ĐOẠN 2001-2010

***KS. Doãn Công Khánh,*** **Viện Nghiên cứu Thương mại**
***PGS. TS. Phạm Công Đoàn,*** **Đại học Thương mại**

Sau 25 năm đổi mới và mở cửa, xuất khẩu (XK) của Việt Nam đã mở rộng về quy mô, thị trường, chất lượng tăng trưởng từng bước đã được nâng cao. Nhịp độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân giai đoạn 1991-2010 là gần 18%/năm. Cơ cấu xuất khẩu đã có sự chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng của các mặt hàng xuất khẩu chế biến, chế tạo, giảm tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, khoáng sản. Thị trường xuất khẩu được mở rộng đến 220 quốc gia và vùng lãnh thổ. Năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu nước ta dần được cải thiện, nhiều mặt hàng có vị trí cao trên thế giới như gạo, cà phê, dệt may, cao su… Tăng trưởng xuất khẩu cao và trong thời gian dài đã góp phần to lớn vào phát triển kinh tế xã hội của đất nước, trở thành một trong những trụ cột chính của tăng trưởng kinh tế nước ta.

## 1. Thực trạng xuất khẩu

*1.1. Về quy mô và nhiệp độ tăng trưởng xuất khẩu*

Tăng trưởng kim ngạch XK với tốc độ cao đã đưa tỷ trọng của xuất khẩu trong GDP tăng cao. Nếu năm 1991, tỷ trọng xuất khẩu trên GDP là 24% thì đến năm 2010 tỷ lệ này là 70% và Việt Nam trở thành một trong những nước có tỷ lệ XK/GDP cao nhất thế giới. Các số liệu thống kê của Việt Nam và Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) cho thấy, từ xuất phát điểm chỉ với 2,814 tỷ USD năm 1990, kim ngạch XK nước ta đã đạt 72 tỷ USD, tăng 25,7 lần. Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam giai đoạn 2000-2009 đã tăng bình quân 17,76%/năm, cao gấp 2,45 lần so với 7,24%/năm của xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ thế giới.

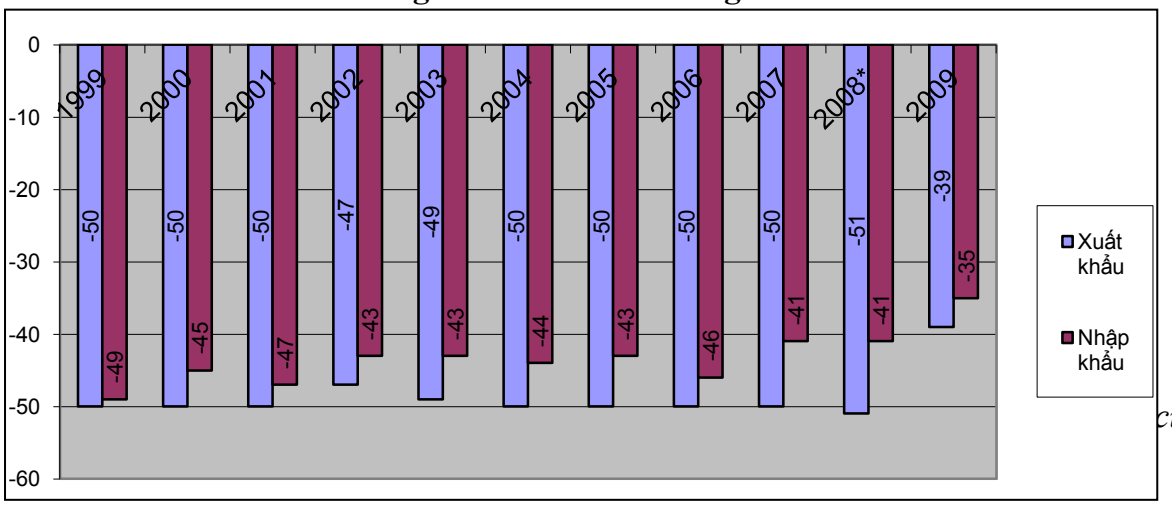
***Bảng 1:*** **Tỷ trọng GDP, xuất, nhập khẩu của Việt Nam trong GDP thế giới (%)**

| **Năm** | | **1990** | **1995** | **2000** | **2005** | **2006** | **2007** | **2008** | **2009** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| GDP (%) | | 0,030 | 0,070 | 0,097 | 0,116 | 0,123 | 0,127 | 0,148 | 0,158 |
| Xuất khẩu | **%** | 0,067 | 0,108 | 0,218 | 0,286 | 0,301 | 0,318 | 0,354 | 0,399 |
| | S.v GDP (lần) | 2,23 | 1,54 | 2,25 | 2,47 | 2,45 | 2,50 | 2,39 | 2,53 |
| Nhập khẩu | % | 0,085 | 0,140 | 0,227 | 0,306 | 0,328 | 0,414 | 0,458 | 0,500 |
| | S.v GDP (lần) | 2,83 | 2,00 | 2,34 | 2,64 | 2,67 | 3,26 | 3,09 | 3,16 |

*Nguồn: WB và Tính toán của nhóm nghiên cứu*

Bảng 1 cho thấy, tỷ trọng GDP và xuất nhập khẩu của Việt Nam trong GDP thế giới. Tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam so với GDP thế giới năm 1990 là 0,067% đã tăng lên 0,399% năm 2009.

***Biểu đồ 1:*** **Vị trí của Việt Nam trong bảng xếp hạng 50 quốc gia xuất và nhập khẩu hàng hóa nhiều nhất thế giới**




*cứu*

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam 10 năm qua (2000-2010 tăng trưởng khá nhanh và vững chắc, với nhịp độ trung bình hàng năm khoảng 19%/năm. Đây là một trong những mức tăng XK nhanh và cao nhất so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Kim ngạch XK hàng hóa theo đầu người cũng tăng nhanh. Nếu năm 2000, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa theo đầu người mới chỉ là 186,6 USD thì đến năm 2007 đã tăng lên mức 569 USD, gấp 3,05 lần. Năm 2009 và 2010, các con số tương ứng là 656,5 USD (3,52 lần) và 820,69 USD (4,41 lần).

Tăng trưởng XK thời gian qua đã thực sự trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế Việt Nam, góp phần tạo việc làm cho hàng triệu lao động, cải thiện thu nhập cho hàng triệu nông dân và các lao động khác nhờ tham gia xuất khẩu hàng nông sản, hàng dệt may, giày dép, hàng thủ công mỹ nghệ và các hàng hóa khác...

***Bảng 3:*** **Kim ngạch XNK của Việt Nam giai đoạn 2000-2010**

*Đơn vị tính: Triệu USD*

| Năm | Kim ngạch | Tăng trưởng (%) | Xuất khẩu | Tăng trưởng (%) | Nhập khẩu | Tăng trưởng (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2000 | 30.119,2 | 29,36 | 14.482,7 | 25,48 | 15.636,5 | 33,17 |
| 2005 | 69.208,2 | 18,40 | 32.447,1 | 22,51 | 36.761,1 | 14,99 |
| 2006 | 84.717,3 | 22,41 | 39.826,2 | 22,74 | 44.891,1 | 22,12 |
| 2007 | 111.326,1 | 31,41 | 48.561,4 | 21,93 | 62.764,7 | 39,82 |
| 2008 | 143.398,9 | 28,81 | 62.685,1 | 29,08 | 80.713,8 | 28,60 |
| 2009 | 125.444,0 | -12,52 | 56.734,0 | - 9,5 | 68.710,0 | - 14,9 |
| 2010 | 155.633 | 24,1 | 71.630 | 25,5 | 84.004 | 20,1 |

*Nguồn: Niên giám thống kê, Bộ Công thương*

*1.2. Về chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu*

Trong 10 qua, cơ cấu hàng xuất khẩu đã có những chuyển biến tích cực. Sản phẩm xuất khẩu đa dạng, phong phú hơn. Cơ cấu hàng xuất khẩu đã chuyển dịch theo hướng tăng dần các sản phẩm chế biến, giảm dần sản phẩm thô, nguyên liệu. Năm 2010, tỷ trọng nhóm

công nghiệp - chế tạo, nhóm hàng có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, đã tăng mạnh, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng này luôn đạt mức 34 - 35% so với cùng kỳ năm 2009.

***Bảng 4:*** **Cơ cấu XK hàng hóa phân theo khu vực kinh tế và nhóm hàng**

| | **2000** | **2005** | **2008** | **2009** | **2010** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Tổng số** | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| **Phân theo khu vực kinh ế** | | | | | |
| *- Khu vực kinh tế trong ước* | 53,0 | 42,8 | 44,9 | 46,8 | 45,8 |
| *- Khu vực có vốn đầu tư ước ngoài* | 47,0 | 57,2 | 55,1 | 53,2 | 54,2 |
| **Phân theo nhóm hàng** | | | | | |
| *- Hàng công nghiệp nặng à khoáng sản* | **37,2** | **36,1** | **30,6** | **28,8** | **25,3** |
| *- Hàng công nghiệp nhẹ và TTCN* | **33,9** | **41,0** | **45,6** | **48,3** | **53,7** |
| *- Hàng nông, lâm sản* | **18,8** | **14,5** | **16,6** | **15,8** | **14,1** |
| *- Hàng thủy sản* | **10,1** | **8,4** | **7,2** | **7,1** | **6,9** |

*Nguồn: Bộ Công thương, Tổng cục Thống kê và tính toán của tác giả*

Chính sách khuyến khích xuất khẩu hàng hóa trong thời gian quan đã huy động ngày càng đông đảo các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia XK. Đặc biệt, các doanh nghiệp FDI và các doanh nghiệp XK không thuộc khu vực kinh tế nhà nước. Các doanh nghiệp FDI đang đóng góp quan trọng nhất cho xuất khẩu với tỷ trọng trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước, đại diện cho xu thế công nghiệp hóa ở nước ta với việc triển các mặt hàng chế biến, chế tạo như điện tử, máy móc thiết bị, dệt may, da giày, bản mạch máy tính... Khu vực doanh nghiệp hoạt động theo luật doanh nghiệp tham gia xuất khẩu ngày càng nhiều (chiếm tỷ trọng 25% tổng kim ngạch xuất khẩu và tạo ra sự năng động lớn trong xuất khẩu hàng hóa thời gian vừa qua).

***Bảng 5:*** **Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng (%)**

(Năm sau so với năm trước

| **Mặt hàng** | **2000** | **2005** | **2008** | **2009** | **2010** |
|---|---|---|---|---|---|
| Dầu thô | 103,6 | 30,49 | 23,1 | -40 | -20,2 |
| Than đá | 99,72 | 76,06 | 44,4 | -4,5 | 17,6 |
| Hàng dệt may | 108,36 | 9,44 | 17,5 | -0,4 | 23,2 |
| Điện tử, vi tính, linh kiện | 134,87 | 37,55 | 25,1 | 5,2 | 28,8 |
| Giày dép | 106,12 | 6,98 | 18,2 | -15,8 | 24,9 |
| Sản phẩm gỗ | 106,13 | 30,38 | 16,5 | -9,9 | 31,2 |
| Thuỷ sản | 151,85 | 16,62 | 21,2 | -5,8 | 16,5 |
| Sản phẩm nhựa | - | 34,48 | 30,9 | -12,9 | 30,1 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Cà phê | 152,28 | 13,1 | 5,8 | -19 | 1,9 |
| Cao su | 103,80 | 31,8 | 13,2 | -25,2 | 93,7 |
| Nhân điều | 188,89 | 11,5 | 40,5 | -6,8 | 34,2 |
| Gạo | 77,13 | 46,7 | 94,8 | -5,3 | 20,6 |

*Nguồn: Niêm giám thống kê, Bộ Công thương*

*1.3. Về chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu*

Đến nay, Việt Nam đã có quan hệ với 220 quốc gia và vùng lãnh thổ. Thị trường xuất khẩu cũng không ngừng được mở rộng và đa dạng hóa. Chúng ta cũng đã đột phá xuất khẩu thành công vào thị trường Hoa Kỳ và duy trì được thị phần trên thị trường lớn nhất thế giới này. Ngoài ra, đã giảm dần được thị phần ở thị trường châu Á, củng cố thị trường EU, khôi phục thị trường Nga và Đông Âu, mở rộng thị trường châu Đại Dương, khai phá mạnh mẽ thị trường Trung Đông, châu Phi và Mỹ La Tinh...

Với việc tích cực tham gia đàm phán các hiệp định thương mại tự do (FTA), Việt Nam đang muốn mở rộng hơn nữa thị trường xuất khẩu. Việt Nam đang đàm phán trong Hiệp định thương mại xuyên Thái Bình Dương (TPP) với hy vọng khai thác tốt hơn thị trường Hoa Kỳ. Lần đầu tiên, một cuộc họp kỹ thuật của Tổ công tác giữa Liên minh thuế quan Nga - Belarus - Kazhakstan và Việt Nam đã được tổ chức tại Hà Nội để bàn về các vấn đề liên quan đến FTA giữa Việt Nam và liên minh này. Tháng 12/2010, đã diễn ra cuộc hội thảo giữa các cơ quan của Việt Nam và Hiệp hội mậu dịch tự do châu Âu (EFTA) để bàn về việc thiết lập một FTA giữa Việt Nam và EFTA.

***Bảng 6:*** **Cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa**

| | **2000** | **2001** | **2005** | **2007** | **2008** | **2009** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Tổng số** | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| ASEAN | 16,2 | 17,0 | 17,7 | 16,7 | 17,5 | 15,2 |
| EU | 17,6 | 20,0 | 17,0 | 18,7 | 18,2 | 16,6 |
| Hoa Kỳ | 0,05 | 7,1 | 18,3 | 20,8 | 18,9 | 20,1 |
| Nhật Bản | 16,9 | 16,7 | 13,4 | 12,5 | 13,6 | 11,1 |
| Trung Quốc | 0,1 | 9,4 | 10,0 | 7,5 | 7,2 | 8,7 |
| Quốc gia thác | 49,2 | 29,8 | 23,6 | 23,8 | 24,6 | 28,3 |

*Nguồn: Niên giám thống kê và Bộ Công thương*

Bên cạnh những kết quả đạt được nêu trên, hoạt động xuất khẩu thời gian qua còn một số hạn chế sau đây:

*Một là,* quy mô xuất khẩu của Việt Nam dù tăng nhanh vẫn còn khá nhỏ so với các nước trong khu vực, xét cả về tổng kim ngạch lẫn kim ngạch tính theo đầu người. XK nước ta chỉ mới khai thác được lợi thế so sánh sẵn có về tài nguyên và lao động rẻ, chưa khai thác được mạnh mẽ lợi thế về công nghệ và vốn của quá trình tự do hóa.

*Hai là,* tăng trưởng xuất khẩu nhanh nhưng chưa vững chắc và rất dễ bị thương tổn bởi các cú sốc từ bên ngoài. Điển hình của sự phụ thuộc này là khi giá cả thị trường thế giới

biến động tăng thì xuất khẩu của Việt Nam cũng tăng (xuất khẩu trong các năm 2004-2008) và khi giá cả thị trường thế giới giảm sút thì xuất khẩu cũng trì trệ. Sự phụ thuộc lớn cũng được thể hiện qua sự lúng túng và bị động trong ứng phó với các rào cản thương mại mới của nước ngoài (tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, môi trường, dư lượng kháng sinh, nhất là các vụ kiện chống bán phá giá.

Mặc dù cơ cấu XK đã có sự thay đổi theo hướng tích cực trong thời gian qua nhưng tốc độ chuyển dịch chưa đáp ứng yêu cầu biến đổi của thị trường và xu thế thế giới. Những mặt hàng có tốc độ tăng trưởng nhanh và chiếm tỷ trọng lớn đều là những mặt hàng hoặc là hạn chế về các yếu tố cơ cấu như năng suất, diện tích, khả năng khai thác (nhóm nông, thuỷ sản và khoáng sản) hoặc là phụ thuộc quá nhiều vào công nghệ và nguyên liệu cũng như thị trường nước ngoài, do đó giá trị gia tăng thấp (giày da và dệt may). Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua chủ yếu chuyển dịch theo chiều rộng mà chưa đi vào chiều sâu, xuất khẩu chủ yếu dựa vào khai thác lợi thế so sánh sẵn có mà chưa khai thác được lợi thế cạnh tranh thông qua việc xây dựng các ngành công nghiệp gắn bó, liên kết chặt chẽ với nhau hình thành chuỗi giá trị gia tăng xuất khẩu lớn. Đây chính là một thách thức lớn về mặt chất lượng, hiệu quả và tăng trưởng không bền vững của xuất khẩu.

Quá trình chuyển dịch cơ cấu thị trường diễn ra tương đối tốt trong những năm qua, tuy nhiên sự chuyển dịch này chưa được định hướng trên một tầm nhìn dài hạn (*chủ yếu mới chỉ là sự thích ứng với thay đổi của tình hình*), vì vậy đã nhanh chóng bộc lộ những điểm yếu. Mặc dù đã đa dạng hóa song việc tập trung quá lớn vào một số thị trường đã làm suy giảm khả năng thực hiện mục tiêu mở rộng thị trường mới, dẫn tới nguy cơ chúng ta đánh mất thị trường, khó có thể phát triển bền vững và duy trì tốc độ tăng trưởng cao.

Với giá trị gia tăng thấp như hiện nay, nếu không cải thiện năng lực cạnh tranh, chủ động nguồn nguyên liệu, trình độ công nghệ (còn thấp, lạc hậu với khu vực 1 - 2 thế hệ; với các nước tiên tiến 2 - 3 thế hệ), chất lượng lao động, giảm chi phí trung gian thì rất khó có thể tạo ra được những đột phá nâng cao chất lượng XK và cải thiện cán cân thương mại.

Tính gia công của sản xuất, tính đại lý của thương mại ở nước ta còn rất lớn. Tỷ trọng nguyên liệu nhập siêu cao cho thấy ngành công nghiệp phụ trợ nước ta đang còn kém phát triển, công nghiệp chế biến tăng trưởng chậm, các ngành sản xuất phụ thuộc quá nhiều vào nguyên liệu đầu vào NK. Điều này cũng sẽ cản trở việc cải thiện CCTM vì không thể giảm NK nguyên liệu.

Trong điều kiện nguồn tài nguyên đang có xu hướng cạn kiệt, phát triển XK theo hướng sử dụng ngày càng nhiều tài nguyên như hiện nay thì việc hạn chế tăng trưởng là điều khó tránh khỏi. Nhìn chung, những tồn tại, hạn chế là kết quả tất yếu đối với các nước mới CNH và hội nhập kinh tế.

Nằm trong những nước xuất khẩu nhiều chưa nói lên được nhiều về nền kinh tế của chúng ta. Chính *giá trị gia tăng của những mặt hàng xuất khẩu mang lại mới là quan trọng.* Khi bước chân ra thị trường thế giới, các doanh nghiệp Việt Nam cần có tầm nhìn toàn cầu. Xây dựng thương hiệu cho hàng xuất khẩu của Việt Nam phải là một phần quan

trọng trong chiến lược quốc gia. Mới đây, câu lạc bộ 500 doanh nghiệp lớn nhất của Việt Nam (VNR 500) đã ra đời, thể hiện tham vọng vươn ra trường quốc tế của các doanh nghiệp trong nước. Song trong 20 vị trí dẫn đầu của VNR 500 thì có đến 4 doanh nghiệp khai thác, sản xuất, kinh doanh dầu khí, còn lại là ngân hàng và viễn thông, không hề có một doanh nghiệp nào có thế mạnh xuất khẩu, chứ chưa nói đến việc tạo dựng được một thương hiệu cho hàng xuất khẩu Việt Nam.

Giáo sư John Quelch, Hiệu phó trường Kinh doanh Harvard (Hoa Kỳ) nhận xét: "*Việt Nam đang nổi lên như một trong số các nước có nhiều hàng hóa xuất khẩu vào Hoa Kỳ. Điều này tuy đáng mừng với các bạn, nhưng các sản phẩm đến từ Việt Nam cần phải có những thay đổi về chất lượng để khẳng định thương hiệu của mình. Trên thị trường thế giới, thương hiệu của Việt Nam sẽ phải cạnh tranh với hơn 200 quốc gia khác nhau*". Một ví dụ được ông John Quelch đưa ra đó là Việt Nam dù đã vượt qua Colombia về sản lượng cà phê xuất khẩu vào Hoa Kỳ, nhưng chính đất nước Nam Mỹ này mới có những thương hiệu cà phê nổi tiếng được nhiều người Hoa Kỳ biết đến. Nhiều lần trong cuộc phỏng vấn, Giáo sư John Quelch nhắc đi nhắc lại về tầm quan trọng của thương hiệu sản phẩm trên thị trường xuất khẩu quốc tế. *Thương hiệu và chất lượng* chứ không phải là số lượng, đó là điều khẳng định vị thế của Việt Nam.

*Tóm lại,* trong 25 năm qua, XK đã trở thành một trong những động lực chủ yếu của tăng trưởng kinh tế, góp phần tăng thu nhập, việc làm, ổn định kinh tế vĩ mô, nâng cao uy tín của Việt Nam trên trường quốc tế. Tuy nhiên, cũng có thể khẳng định, chất lượng tăng trưởng xuất khẩu chưa bền vững: tỷ trọng hàng xuất khẩu dưới dạng thô vẫn còn cao, xuất khẩu hàng công nghệ cao còn thấp, xuất khẩu đang phát triển theo hướng thâm dụng tài nguyên và lao động rẻ, hàng Việt Nam mới tham gia vào công đoạn tạo ra ít giá trị trong chuỗi giá trị toàn cầu.

**2. Một số vấn đề đặt ra**

**Khuyến khích xuất khẩu có góp phần tăng trưởng kinh tế hay không?**

Các nhà nghiên cứu gần đây đã đưa đến những kết luận thú vị. Một số nhận định tăng trưởng xuất khẩu kích thích nhu cầu về tăng sản lượng của đất nước, nới lỏng ràng buộc về ngoại hối, gia tăng nhập khẩu sản phẩm trung gian, nên đã góp phần tăng GDP thực tế. Tuy nhiên, một số chuyên gia của Ngân hàng thế giới (WB) lại cho rằng: *những liên kết giữa chiến lược thương mại và hiệu quả kinh tế vĩ mô là không hoàn toàn rõ ràng* và đặt ra vấn đề: *định hướng hướng ngoại dẫn tới hiệu quả kinh tế cao hơn hay là kết quả của việc tăng trưởng kinh tế mở đường cho định hướng hướng ngoại*. Lý thuyết về lợi thế so sánh của từng giai đoạn cho rằng, đến một mức phát triển kinh tế tối thiểu nào đó đòi hỏi sự tăng trưởng kinh tế phải hướng vào xuất khẩu; tuy vậy tỷ lệ tăng trưởng cao không nhất thiết được quyết định bởi xuất khẩu mà bởi các chính sách thương mại (*bao gồm cả việc mở rộng thị trường trong nước*). Đã có công trình khảo sát 87 nước trên thế giới cho thấy: chỉ có 07 nước trong số đó, tăng trưởng xuất khẩu tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế.

**Tăng trưởng xuất khẩu và việc thực hiện các mục tiêu kinh tế - xã hội?**

Nền kinh tế, thương mại thế giới hiện nay đang vận động trong bối cảnh toàn cầu hóa và khu vực hóa đang diễn ra rất sâu sắc và nhanh chóng, khái niệm, ranh giới giữa thị trường trong nước với thị trường nước ngoài đã bị thu hẹp. Các chiến lược phát triển hướng vào xuất khẩu hay thay thế nhập khẩu không còn giữ nguyên ý nghĩa cổ điển của nó nữa, bởi vì thị trường của mỗi quốc gia đều phải *"mở cửa"* thông qua việc cắt giảm hàng rào thuế quan và phi thuế quan. Cuộc chiến giành giật thị trường giữa hàng nội và hàng ngoại trở nên quyết liệt. Vòng đời sản phẩm được rút ngắn nên việc lựa chọn sản phẩm và tổ chức tốt thị trường là rất quan trọng. Như vậy, có thể khái quát hình tượng của nền kinh tế thương mại trong thế kỷ 21 như sau: *thị trường là toàn cầu, định chế quản lý là WTO và các định chế của các khối kinh tế khu vực, chủ thể kinh doanh chủ yếu là các Công ty xuyên quốc gia*.

Làm thế nào để một nước đang công nghiệp hóa được hưởng lợi (*không chịu thiệt hại quá nhiều*) của quá trình toàn cầu hóa? Trong bối cảnh ấy, nhiều ý kiến cho rằng mỗi quốc gia phải có một chiến lược dẫn tới "*điểm cân bằng"* giữa các nhân tố trong nước và nhân tố nước ngoài (*gắn với thương mại và đầu tư quốc tế*) - thay câu hỏi cũ "*làm thế nào để tăng sự tiếp cận thị trường để tăng xuất khẩu?*" bằng câu hỏi mới "*làm thế nào để người dân được hưởng lợi nhờ vào hội nhập kinh tế quốc tế, trong đó có xuất khẩu"*.

Một vấn đề chung được đặt ra cho tất cả các nước đang phát triển là nước nào thực sự được hưởng lợi và nước nào sẽ nghèo đi; làm gì để được hưởng lợi trong hội nhập kinh tế quốc tế, trong đó có gia tăng xuất khẩu (?). Điều đó phụ thuộc vào việc mỗi nước đã và sẽ chế tạo những sản phẩm gì để tham gia vào thị trường thế giới và thỏa mãn nhu cầu của thị trường nội địa. Đối với những nước có quy mô dân số trung bình như Việt Nam thì việc tìm ra *điểm cân bằng* đó là rất quan trọng.

Trong các nghiên cứu về quan hệ thị trường nội địa và thị trường quốc tế, hầu như các nhà nghiên cứu nước ta chưa quan tâm đến lý thuyết về *điểm cân bằng* này; do vậy, khó mà có được những kết luận khoa học của tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu so với GDP bao nhiêu là hợp lý (?), cũng như thị phần xuất khẩu của từng nhóm sản phẩm; mối tương quan giữa sản phẩm chế tác, sản phẩm trung gian và nguyên liệu thô.

Nhìn lại thập kỷ đã qua, chúng ta có quyền tự hào về thương mại đã góp phần tạo nên bức tranh kinh tế Việt Nam với nhiều gam mầu tươi sáng. Với nhịp độ gia tăng cao về xuất khẩu, chúng ta đang có thời cơ và vận hội để rút ngắn con đường phát triển mà lịch sử thế giới đã phải trải qua hàng trăm năm mới có. Tuy nhiên có thể nói: chúng ta hội nhập với tư cách là một nước nhỏ trên mọi giác độ. Trong thời gian tới, do nhiều nguyên nhân khác nhau, cường độ cạnh tranh sẽ gia tăng gấp bội, rào cản kỹ thuật được xem như *"binh pháp"* trong thương mại sẽ tái xuất hiện. Các thị trường khu vực và truyền thống sẽ trở nên *"vời xa"* do yêu cầu cao về chất lượng, mẫu mã và tiêu chuẩn môi trường... Đó là hàng loạt những khó khăn không dễ gì khắc phục trong một sớm một chiều. Trong bối cảnh ấy, làm thế nào để tiếp tục gia tăng kim ngạch và chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu? Câu hỏi đang cần lời giải.

Nền kinh tế công xưởng là nền kinh tế dựa vào xuất khẩu, nhưng điểm tựa để phát triển lại là công nghệ hỗ trợ. Nền kinh tế gia công như của chúng ta hiện nay thì khác hẳn. Nó

hoàn toàn phụ thuộc vào bên ngoài và tổ chức nhằm phục vụ nhu cầu của nước ngoài. Nó không những phải nhập khẩu nguyên vật liệu mà còn phải mượn tiền để xây dựng nhà máy, bằng cách bán khoáng sản và vay mượn để có ngoại tệ. Do dựa vào dòng vốn nước ngoài, lại cố chạy theo tốc độ, nó dễ biến chúng ta trở thành bãi rác công nghiệp, nhập công nghệ lạc hậu, ô nhiễm môi trường mà nước khác thải ra. Nhưng vì phải phục vụ dòng vốn đó, ta phải xây hạ tầng cơ sở: giao thông vận tải, điện nước, vì thế, suất đầu tư cho một đơn vị sản phẩm rất cao.

Với tốc độ tăng trưởng thương mại nhanh so với các nước trong khu vực như Indonesia, Philippin, Thái Lan và Trung Quốc, bên cạnh mặt tích cực, nền kinh tế nước ta cũng sẽ gặp nhiều khó khăn hơn trong thời kỳ hậu khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Hơn nữa theo đánh giá của UNDP, Việt Nam nằm trong top những nước đứng đầu thế giới dễ bị tổn thương nhất đối với biến đổi khí hậu (BĐKH). Đây là điều mà chiến lược xuất khẩu giai đoạn 2011-2020 cần phải tính đến.

### 3. Một số giải pháp

(**1)** Để đảm bảo phát triển nhanh và bền vững trong bối cảnh thực thi các cam kết gia nhập WTO, các ngành và doanh nghiệp phải chủ động xây dựng và thực thi chiến lược đa dạng hóa thị trường. Bên cạnh việc tập trung vào các thị trường và sản phẩm chủ lực, cần đa dạng hóa thị trường và mặt hàng để có thể chủ động phòng ngừa các biến động. Với mỗi thị trường, mỗi mặt hàng XK phải có những nghiên cứu và giải pháp thật cụ thể, rõ ràng.

**(2)** Trong điều kiện hội nhập, cần tích cực và chủ động tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu. Xây dựng quy trình và thực thi các biện pháp quyết liệt để kiểm tra chất lượng nhằm nâng cao uy tín và chất lượng hàng XK Việt Nam. Đổi mới nhanh công nghệ, thiết bị, áp dụng các quy trình kỹ thuật nghiêm ngặt... để sản xuất sản phẩm XK hợp chuẩn quốc tế.

**(3)** Tăng cường hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu để nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm hàng hóa. Đẩy mạnh việc xây dựng và quảng bá, đăng ký, bảo vệ thương hiệu nhằm duy trì vị thế của sản phẩm Made in Vietnam trên trường quốc tế. Xây dựng chuẩn mực văn hóa kinh doanh trong cộng đồng doanh nghiệp, trong đó thân thiện với cộng đồng và thân thiện với môi trường là hai nội dung cốt lõi.

**(4)** Phát huy vai trò và nâng cao năng lực hoạt động của các hiệp hội nhằm đáp ứng tốt nhất các yêu cầu ngày càng cao và nhiệm vụ ngày càng lớn. Công tác thị trường ngoài nước và hoạt động của thương vụ Việt Nam tại nước ngoài cần phải có những chuyển biến mạnh mẽ nhằm cung cấp kịp thời tình hình chính trị, thị trường, chính sách, biện pháp quản lý xuất nhập khẩu, quy phạm, rào cản... Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tìm kiếm đối tác, thị trường mới, mặt hàng mới, thâm nhập các kênh phân phối... được xem là những việc cần làm ngay.

**(5)** Điều chỉnh tỷ giá hối đoái phải hết sức thận trọng, cân nhắc tới mọi tác động của việc thay đổi để đạt được hiệu quả tổng thể. Quan điểm bao trùm là ổn định kinh tế vĩ mô nên tỷ giá phải điều chỉnh một cách linh hoạt, phù hợp với cung cầu, không gây ra những biến động lớn.

Khả năng bị kiện hay trả đũa chắc chắn sẽ gia tăng trong thời gian tới, vì vậy việc chuẩn bị và minh bạch hóa sổ sách, kế toán, theo dõi, phối hợp công bố thông tin, chuẩn bị nguồn nhân lực am hiểu luật lệ, vận động hành lang, ngoại giao... sẽ là những vấn đề mà doanh nghiệp phải tính tới.

Trước mắt, cần đẩy nhanh việc rà soát các thủ tục hành chính có ảnh hưởng tới hoạt động XK của từng ngành hàng, doanh nghiệp... để có biện pháp xử lý kịp thời. Xây dựng quy hoạch, chính sách và giải pháp để xây dựng các vùng sản xuất và cung ứng nguyên liệu tập trung, các vùng sản xuất lớn cho các ngành, doanh nghiệp sản xuất mặt hàng XK. Triển khai, phát triển nhanh công nghiệp hỗ trợ, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu.

**(6)** Chiến lược xuất khẩu giai đoạn 2011-2020 phải tính đến việc tạo lập *mặt hàng mới, cách thức buôn bán mới, thị trường mới* (buôn bán quota *phát thải*) để thích ứng với những thách thức của BĐKH đã, đang và sẽ diễn ra ở nước ta, cũng như những cơ hội mà nó đem lại.

**(7)** Vai trò của Việt kiều ở các quốc gia và vùng lãnh thổ phải được phát huy cao độ để hàng hóa mang thương hiệu Việt có thể lách chân và trụ vững trên các thị trường, đặc biệt là các thị trường ngách.

# NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2011-2020

*TS. Trịnh Thị Thanh Thủy*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

Sau hơn một phần tư thế kỷ thực hiện đường lối Đổi mới của Đảng, thương mại Việt Nam nói chung và hoạt động xuất nhập khẩu nói riêng đã thu được nhiều thành tựu rất cơ bản, khẳng định vai trò to lớn trong quá trình phát triển kinh tế xã hội, đánh dấu sự thành công của tiến trình chủ động hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước.

Thực hiện chủ trương đẩy mạnh xuất khẩu theo hướng đa phương hóa, đa dạng hóa thị trường và mặt hàng đã mang lại những kết quả khả quan, đến nay, Việt Nam đã có quan hệ thương mại với trên 220 quốc gia và vùng lãnh thổ, xuất khẩu nói riêng và xuất nhập khẩu nói chung tăng trưởng nhanh cả về số lượng, giá trị kim ngạch và thị trường. Năm 2010, số lượng và kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng của Việt Nam như gạo, cà phê, tiêu, cao su, điều… tiếp tục đứng ở thứ hạng cao trên thế giới, trong 18 nhóm hàng và mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu đạt trên 1 tỷ USD, có một số mặt hàng đã đạt kim ngạch xuất khẩu cao vượt trội (điển hình là hàng dệt may, đạt kim ngạch xuất khẩu trên 11 tỷ USD; thủy sản và giày dép đạt trên 5 tỷ USD, có 3 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 3 tỷ USD là đồ gỗ, gạo, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện điện tử; kim ngạch xuất khẩu cao su đạt trên 2 tỷ; cà phê 1,8 tỷ và hạt điều có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD; dầu thô xấp xỉ 5 tỷ; máy móc, thiết bị phụ tùng trên 3 tỷ; than đá, xăng dầu, sản phẩm chất dẻo, sắt thép, dây và cáp điện là những nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD…). Nhiều mặt hàng có nhịp độ tăng kim ngạch xuất khẩu liên tục và rất cao.

Mặc dù xuất khẩu của chúng ta thời gian qua liên tục tăng và có nhịp độ tăng nhanh, nhưng Việt Nam vẫn là nước có tỷ lệ nhập siêu lớn, đặc biệt, từ khi là thành viên của WTO và hội nhập sâu hơn vào kinh tế thế giới, xuất khẩu có xu hướng tăng chậm hơn so với tốc độ tăng của nhập khẩu. Rõ ràng là, chúng ta đã đạt được một số mục tiêu về tăng trưởng xuất khẩu, nhưng chất lượng tăng trưởng xuất khẩu đang là một trong những vấn đề cần đặt ra hàng đầu trong chương trình phát triển kinh tế - xã hội trong thập kỷ tới, khi sự tăng trưởng theo bề rộng luôn có các giới hạn. Mặt khác, sự đòi hỏi ngày càng cao về tính hiệu quả cũng như những giá trị gia tăng thu được từ quá trình này và tính bền vững của nó mới chính là mục tiêu cần đạt được của nền kinh tế thị trường dựa trên tri thức, để đẩy mạnh công cuộc công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước.

Tổng quan về cơ cấu xuất khẩu của nước ta thời kỳ 20 năm qua (từ 1991- 2010), cho thấy một số xu hướng và đặc trưng nổi bật như sau:

Sau một nửa thập kỷ khởi động công cuộc đổi mới và định hình các cơ chế, chính sách để vận hành nền kinh tế thị trường định hướng Xã hội chủ nghĩa, thương mại nước ta nói

chung và xuất khẩu nói riêng trong thời kỳ 1991-2010 đã phát triển mạnh mẽ. Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tăng bình quân trên 18%/ năm, cao gấp 2,4 lần nhịp độ tăng trưởng kinh tế (7,43%/năm). Bình quân, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ bằng 63% so với GDP (kim ngạch nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ bằng 70,75% so với GDP).

Trong xuất khẩu, do tăng trưởng chậm hơn nhiều so với hàng hóa, nên tỷ trọng của dịch vụ trong xuất khẩu nói chung giảm khá mạnh từ 14,56% xuống 9,17%, còn của hàng hóa tăng từ 85,44% lên 90,83%. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa tăng từ 2,404 tỷ USD năm 1990 lên 57,096 tỷ USD năm 2009, tăng bình quân 18,14%/năm, còn xuất khẩu dịch vụ chỉ tăng từ 0,410 tỷ USD lên 5,766 tỷ USD - tăng bình quân 14,93%/năm, thấp khá xa so với xuất khẩu hàng hóa. Xu thế phát triển này của xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ nước ta là trái với xu thế phát triển chung của thế giới. Theo số liệu thống kê của Liên hiệp quốc, trong cùng kỳ, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của toàn thế giới tăng từ 3.442 tỷ USD lên 12.461 tỷ USD, đạt nhịp độ tăng bình quân 7,01%/năm, kim ngạch xuất khẩu dịch vụ tăng từ 783 tỷ USD lên khoảng 3.310 tỷ USD, đạt nhịp độ tăng bình quân 7,88%/năm. Vì tăng nhanh hơn như vậy, nên tỷ trọng của dịch vụ trong xuất khẩu nói chung cùng kỳ đã tăng từ 18,53% lên 20,99%, của hàng hóa giảm từ 81,47% xuống 79,01%.

***Bảng 1:*** **Cơ cấu xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam và thế giới**

*Đơn vị: Tỷ USD và %*

| | **1991** | | | **2009** | | | **Nhịp độ tăng 1991-2009** | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Thế giới** | **Việt Nam** | ***VN so với TG*** | **Thế giới** | **Việt Nam** | ***VN so với TG*** | **Thế giới** | **Việt Nam** |
| Xuất khẩu hàng hóa | 3.509 | 2,087 | *0,059* | 12.461 | 57,096 | *0,458* | 7,01 | 18,14 |
| Xuất khẩu dịch vụ | 824 | 0,276 | *0,033* | 3.310 | 5,766 | *0,174* | 7,88 | 14,93 |

*Nguồn*: *WTO; Tổng cục Thống kê Việt Nam*

Năm 2009, các nhịp độ tăng trưởng bình quân của thế giới đều bị giảm sút nhanh do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính và kinh tế thế giới, xuất khẩu hàng hóa giảm tới 22,46%, nhưng xuất khẩu dịch vụ chỉ giảm 10,01% và đây là những mức giảm thấp nhất kể từ cuộc đại khủng hoảng kinh tế thế giới những năm 1930-1932. Ngược lại, mức giảm trong xuất khẩu dịch vụ của nước ta trong năm 2009 đã tới 18,10%, cao hơn hẳn so với mức giảm 8,92% trong xuất khẩu hàng hóa (gấp 2,03 lần).

Xu hướng này cũng được thể hiện khá rõ trong thị phần của xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của nước ta trong xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của thế giới. Năm 1991, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta trong kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của thế giới chỉ là 0,059%, đến năm 1999 đã tăng lên 0,202%, năm 2009 tiếp tục tăng lên 0,458%, nên nước ta đã lọt được vào danh sách 50 quốc gia xuất khẩu hàng hóa nhiều nhất thế giới của WTO từ năm 1999 đến nay (trừ năm 2008, trước năm 1999 WTO chỉ xếp hạng 30 quốc

gia) và thứ hạng này đã được cải thiện đáng kể vào năm 2009[40]. Mặt khác, tuy chiếm 0,033% vào năm 1991 và 0,2% năm 1999, nhưng thị phần kim ngạch xuất khẩu dịch vụ của nước ta trong xuất khẩu dịch vụ của thế giới năm 2009 đã giảm xuống còn 0,174%.

Như vậy, tuy cùng phát triển nhanh, nhưng cơ cấu hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu của nước ta hiện vẫn còn lạc hậu khá xa so với trình độ phát triển trung bình của thế giới.

Theo phân loại thống kê ở nước ta, hàng hóa xuất khẩu được chia thành bốn nhóm: (1) Hàng công nghiệp nặng và khoáng sản; (2) Hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp; (3) Hàng nông, lâm sản và (4) Hàng thủy sản. Bảng 2 cho thấy sự chuyển biến cơ cấu xuất khẩu hàng hóa theo nhóm hàng của Việt Nam trong 20 năm qua. Cụ thể:

***Bảng 2:* Cơ cấu nhóm hàng xuất khẩu thời kỳ 1991-2009**

*Đơn vị: Triệu USD và %*

| | 1991 | | 2009 | | Nhịp độ tăng trưởng bình quân 1991-2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| | Kim ngạch | Tỷ trọng | Kim ngạch | Tỷ trọng | |
| **Tổng số** | **2.087,1** | **100,00** | **57.096,3** | **100,00** | **18,14** |
| 1. Hàng công nghiệp nặng và khoáng sản | 697,1 | 33,40 | 7.621,0 | 13,35 | 14,15 |
| 2. Hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp | 300,1 | 14,38 | 37.727,0 | 66,08 | 23,97 |
| 3. Hàng nông, lâm sản | 803,5 | 38,50 | 7644,7 | 13,39 | 11,85 |
| 4. Hàng thủy sản | 285,4 | 13, 67 | 4251,3 | 7,45 | 16,36 |

*Nguồn*: *Tổng cục Thống kê Việt Nam*

- Nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp: Từ kim ngạch xuất khẩu 300,1 triệu USD và chiếm tỷ trọng 13,38% năm 1991, với nhịp độ phát triển cao nhất 23,97%/năm, nên đến năm 2009 nhóm hàng này đã đạt 37,727 tỷ USD và chiếm tỷ trọng cao nhất với 66,08% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa.

- Nhóm hàng công nghiệp nặng và khoáng sản: Đạt kim ngạch xuất khẩu 697,1 triệu USD và chiếm tỷ trọng 33,40% năm 1991, với nhịp độ tăng 14,15%/năm, sau 19 năm nhóm hàng này chỉ còn chiếm 13,35% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa. Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này giảm mạnh như vậy chủ yếu là do gần đây nước ta đã từng bước hạn chế xuất khẩu tài nguyên khoáng sản (điển hình là dầu thô và than đá). Mặt khác, do những tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và kinh tế toàn cầu vừa qua làm cho giá của nhóm hàng này bị giảm nhanh, đặc biệt là giá dầu.

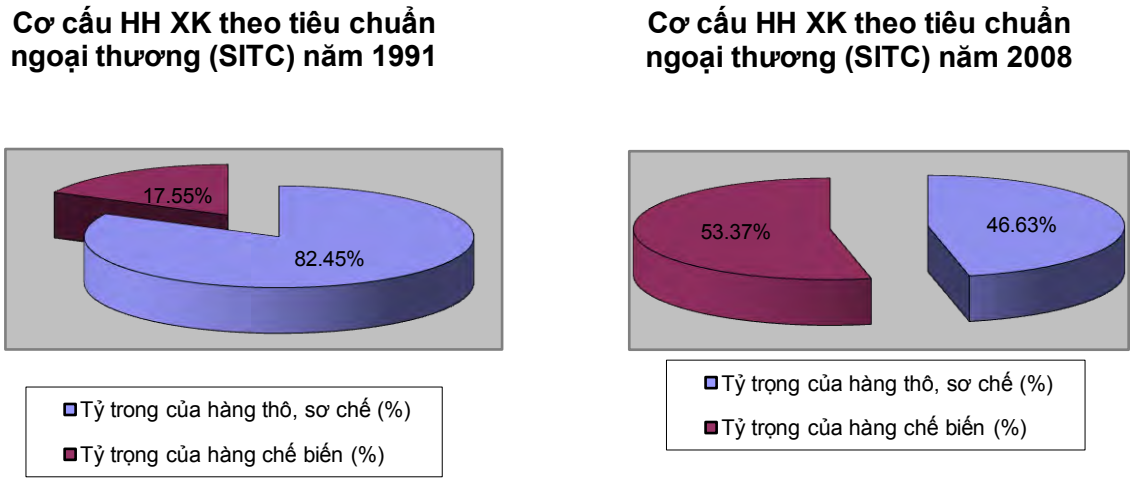
[40] Trong năm 2008, Việt Nam không có tên trong bảng xếp hạng 50 quốc gia xuất khẩu hàng hóa nhiều nhất thế giới của WTO (có thể Việt Nam đứng thứ 51 trong XK hàng hóa của thế giới, vì trong số liệu thống kê XK hàng hóa của gần 200 quốc gia và vùng lãnh thổ của WTO không có quốc gia hay vùng lãnh thổ nào có kim ngạch xuất khẩu lớn hơn của Việt Nam).

- Nhóm hàng thủy sản: Năm 1991, kim ngạch xuất khẩu đạt 285,4 triệu USD và chiếm tỷ trọng 13,67%, với nhịp độ tăng 16,36%/năm nên đến năm 2009, nhóm hàng này còn chiếm tỷ trọng 7,45% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa cả nước.

- Nhóm hàng nông, lâm sản: Năm 1991 đã đạt kim ngạch xuất khẩu 803,5 triệu USD và chiếm tỷ trọng 38,50%, nhưng với nhịp độ tăng khá khiêm tốn 11,85%/năm, nên tỷ trọng của nhóm hàng này sau 19 năm bị giảm chỉ còn 13,39% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa.

Thực tiễn trên cho thấy, sự chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu ở nước ta đã từng bước khắc phục được tình trạng phụ thuộc quá nặng nề vào các ngành khai thác tài nguyên. Điều này cũng được thể hiện rất rõ trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo tiêu chuẩn ngoại thương (theo tiêu chuẩn ngoại thương - SITC và cũng là thông lệ quốc tế, hàng hóa xuất khẩu được chia thành ba nhóm lớn: (1) Hàng thô hoặc đã sơ chế; (2) Hàng chế biến hoặc đã tinh chế và (3) Nhóm những hàng hóa không thể xếp vào hai nhóm hàng trên).

***Hình 1:*** **Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo tiêu chuẩn ngoại thương (SITC)**




*Nguồn*: *Tổng cục Thống kê Việt Nam*

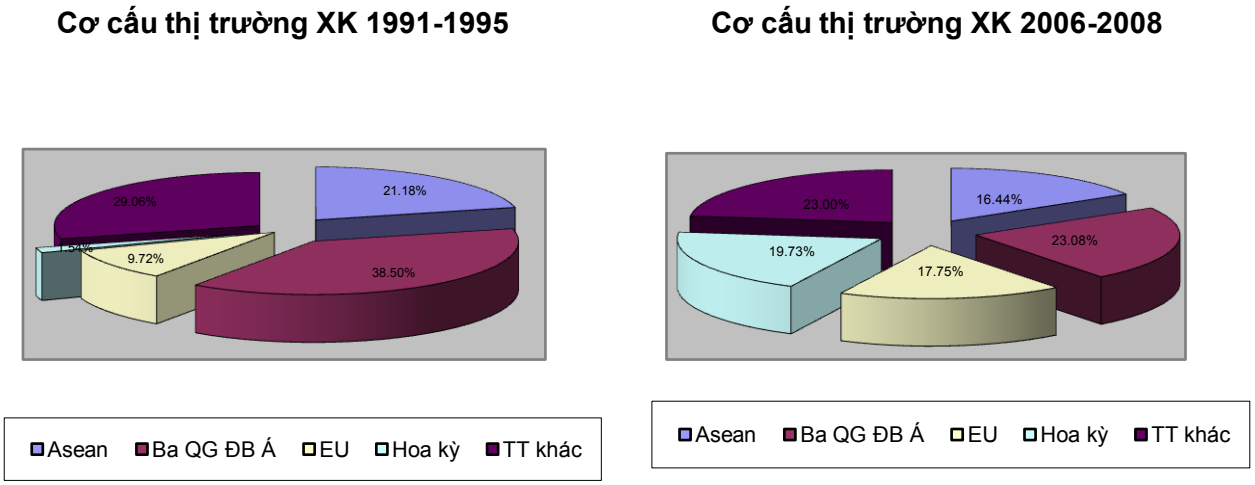
Năm 1991, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng thô và sơ chế đã đạt 2,087 tỷ USD và chiếm tới 82,42% trong kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta, nhưng với nhịp độ tăng trưởng thấp hơn khá nhiều so với nhịp độ tăng trưởng chung (17,43%/năm so với 20,10%/năm), nên nhóm hàng này năm 2008 chỉ còn chiếm 47,60%. Bên cạnh đó, nhóm hàng chế biến hoặc đã tinh chế tuy chỉ đạt 366,3 triệu USD và chỉ chiếm tỷ trọng 17,55% năm 1991, nhưng do đạt nhịp độ tăng trưởng vượt trội với 22,96%/năm, nên tỷ trọng của nhóm hàng này năm 2008 đã chiếm tới 53,33%.

Như vậy, mặc dù còn rất nhiều tồn tại và bất cập, nhưng cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của nước ta trong gần hai thập kỷ qua đã có những tiến bộ đáng kể, tỷ trọng xuất khẩu nhóm hàng thô và sơ chế có xu hướng giảm, tỷ trọng của nhóm hàng chế biến và tinh chế có xu hướng tăng dần.

Thị trường xuất khẩu của nước ta thời kỳ 20 năm qua cũng đã có những thay đổi quan trọng mang tính bước ngoặt và liên tục được điều chỉnh. Được đường lối đổi mới "cởi trói", xuất khẩu phát triển mạnh mẽ ngay từ nửa cuối thập kỷ 80, nhưng thị trường khu vực

I (các nước Xã hội chủ nghĩa, đặc biệt là Liên Xô) vẫn là thị trường chủ yếu. Từ thập kỷ 90 đến nay, với đường lối mở cửa, làm bạn với tất cả các nước, trong bối cảnh Liên Xô và các nước Xã hội chủ nghĩa Đông Âu bị sụp đổ, Việt Nam đã nhanh chóng thực hiện thành công bước ngoặt chuyển hướng thị trường. Giai đoạn 5 năm 1986-1990, xuất khẩu tăng rất mạnh, bình quân 32,11%/năm, trong đó xuất khẩu sang Liên Xô tăng 34,25%/năm và chiếm tỷ trọng 35,29% (tuy nhập khẩu chỉ tăng bình quân 6,31%/năm, nhưng quy mô nhập khẩu vẫn lớn gấp 1,80 lần xuất khẩu. Trong đó, bình quân nhập khẩu từ Liên Xô chiếm 60,78% và tỷ lệ nhập siêu từ thị trường này lên tới 210,72%). Có thể coi Liên Xô chính là thị trường xuất, nhập khẩu của nước ta trong giai đoạn 5 năm này.

***Hình 2:* Cơ cấu thị trường xuất khẩu**




*Nguồn*: *Tổng cục Thống kê và Tổng cục Hải quan Việt Nam*

Ngay sau khi Liên Xô và các nước Xã hội chủ nghĩa Đông Âu "tan rã" và bị mất các thị trường truyền thống này, Việt Nam đã thực hiện thành công bước ngoặt chuyển hướng chiến lược về thị trường xuất, nhập khẩu. Ngay trong nửa đầu thập kỷ 90, khi nhịp độ tăng xuất khẩu bình quân chỉ còn 17,78%/năm, nhưng xuất khẩu sang 3 quốc gia Đông Bắc Á (Nhật Bản, Trung Quốc và Hàn Quốc) đã tăng mạnh 40,58%/năm, riêng thị trường Nhật Bản tăng 33,83%/năm và chiếm tỷ trọng 29,90%, tính chung khu vực thị trường ASEAN+3 (các quốc gia ASEAN và Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc) tăng 33,39%/năm và chiếm tỷ trọng 59,67%, trong đó thị trường Nhật Bản là thị trường xuất khẩu lớn nhất của nước ta trong 11 năm liên tục (1991-2001).

Trong nửa cuối thập kỷ 90, nhịp độ tăng bình quân xuất khẩu sang khu vực thị trường ASEAN+3 đã giảm mạnh xuống còn 18,32%/năm, trong khi nhịp độ tăng xuất khẩu sang khu vực thị trường EU đã tăng kỷ lục 81,44%/năm và chính do sự điều chỉnh mạnh mẽ như vậy, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu sang khu vực thị trường ASEAN+3 trong kim ngạch xuất khẩu của nước ta đã giảm xuống 48,54% (giảm 11,13% so với giai đoạn 1991-1995), còn sang khu vực thị trường EU trong cùng kỳ đã tăng mạnh từ 9,72% lên 19,09%.

Tiếp tục giai đoạn tăng rất mạnh 228,55% trong thập kỷ trước, xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ trong nửa đầu thập kỷ này vẫn tăng nhanh 51,89%/năm, trong khi xuất khẩu giai đoạn này chỉ tăng 17,51% và nhịp độ tăng xuất khẩu sang khu vực thị trường ASEAN+3

cũng tiếp tục giảm mạnh xuống 14,56%/năm, nên tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu sang khu vực thị trường này cũng giảm xuống 42,47%, trong khi của thị trường Hoa Kỳ tăng rất nhanh từ 3,57% lên 16,61%.

Vì được điều chỉnh rất cơ bản theo hướng đa phương hóa như vậy, xuất khẩu của nước ta đã bớt dần phụ thuộc vào thị trường khu vực và hiện đã có mặt ở nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ, tỷ trọng của 4 thị trường xuất khẩu chủ yếu của nước ta đến năm 2009 khá "cân bằng": ba quốc gia Đông Bắc Á chiếm 23,23% (riêng thị trường Nhật Bản chiếm 11,02%); Hoa Kỳ 19,89%; EU 16,40% và ASEAN 15,60%.

Tuy nhiên, xét trên bình diện tổng thể xuất, nhập khẩu của nước ta lại cho thấy sự "lệch pha" giữa cơ cấu thị trường xuất và nhập khẩu và tình trạng nhập siêu kéo dài. Do nhịp độ tăng nhập khẩu nhanh hơn xuất khẩu, nên chẳng những nhập siêu ngày càng tăng mạnh cả về quy mô lẫn tỷ lệ, mà còn xuất hiện hai loại thị trường chủ yếu, thị trường "chuyên nhập siêu" (ASEAN và 3 quốc gia Đông Bắc Á) và thị trường "chuyên xuất siêu" đối lập nhau.

Như vậy, "căn bệnh" trong thương mại quốc tế của nước ta không chỉ là nhập siêu, mà cân bằng cán cân thương mại với các thị trường, trước hết là với các thị trường chủ yếu cũng là vấn đề rất cần được quan tâm và cần được điều chỉnh. Việc không ít các vụ kiện chống bán phá giá xuất phát từ cả hai thị trường xuất siêu chủ yếu là Hoa Kỳ và EU cũng minh chứng rất rõ điều đó.

Tập trung xuất khẩu và xuất siêu vào các trung tâm kinh tế thế giới là tình trạng phổ biến trong các quốc gia đang phát triển theo định hướng xuất khẩu, nhưng việc hạn chế nhập khẩu từ các thị trường công nghệ nguồn, và ngược lại, tăng nhập khẩu các công nghệ trung gian, thậm chí cả các công nghệ lạc hậu từ các thị trường mà chúng ta đang nhập siêu lớn rõ ràng là không đáp ứng được yêu cầu nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của các hàng hóa "made in Vietnam", trước hết là nhằm đáp ứng cho nhu cầu xuất khẩu.

Từ xuất phát điểm rất cao so với một số quốc gia phát triển theo cùng định hướng trong khu vực, xuất khẩu của nước ta vẫn tăng trưởng rất nhanh và trở thành nguồn động lực quan trọng thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Ở cùng thời điểm năm 1991, tỷ trọng của kim ngạch xuất khẩu hàng hóa so với GDP của Việt Nam đã bằng 30,79%, của Thái Lan là 28,93%, của Trung Quốc là 17,57%, nếu so với thời điểm đầu thập kỷ 70 khi các quốc gia này còn ở trình độ phát triển tương đương nước ta hiện nay thì tỷ trọng này của Thái Lan là 9,96% và của Trung Quốc là 2,52%. Bình quân gần hai mươi năm qua, trong khi nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu của nước ta là 18,37%/năm và kim ngạch xuất khẩu hàng hóa bằng khoảng 62% so với GDP, thì nhịp độ tăng của Trung Quốc sau 20 năm cải cách, mở cửa đầu tiên là 15,69%/năm và bằng khoảng 18,04% so với GDP, đến 19 năm gần đây cũng chỉ là 18,88%/năm và độ mở hiện tại là 24,48%, còn cặp số liệu này của Thái Lan cùng ở hai thời điểm này chỉ là 14,25%/năm và 27,79%; 10,67%/năm và 57,79%.

Trên bình diện toàn cầu, từ xuất phát điểm kim ngạch xuất khẩu bình quân đầu người chỉ với 31,2 USD năm 1991, với nhịp độ tăng 21,59%/năm trong thập kỷ này, năm 1999 nước ta đã lọt vào bảng xếp hạng 50 quốc gia xuất khẩu hàng hóa nhiều nhất thế giới, còn với 186,6 USD kim ngạch xuất khẩu bình quân đầu người năm 2000, nước ta đã thoát khỏi nhóm nước có nền ngoại thương kém phát triển và gia nhập đội ngũ các quốc gia có nền ngoại thương tương đối phát triển.

Như vậy, tuy còn ở trình độ phát triển rất thấp so với nhiều quốc gia trong khu vực (GDP bình quân đầu người của nước ta năm 2009 mới đạt 1.055 USD trong khi của Trung Quốc là 3.678 USD, Thái Lan là 3.940 USD), nhưng nước ta đã sớm phát triển theo định hướng xuất khẩu và đầu ra này đã nhanh chóng trở thành nguồn động lực chủ yếu thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

Thực tiễn đã cho thấy, những thành tựu trong xuất khẩu đã được khẳng định trên nhiều phương diện cả về lượng và chất và đã phản chiếu được công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Nhưng xuất khẩu của nước ta thời gian qua cũng đã bộc lộ những hạn chế rất căn bản và là nguyên nhân khiến cho các lợi ích thu được từ xuất khẩu và sự tăng trưởng xuất khẩu chưa thực sự bền vững. Điều này không chỉ xuất phát từ sự bất hợp lý về tính cơ cấu trong xuất khẩu (phần nhiều quy định bởi trình độ phát triển của nền kinh tế, cơ cấu kinh tế và cơ cấu ngành), mà còn do các nguyên nhân chủ quan và kỹ thuật, công nghệ của quá trình xuất khẩu.

Nếu như cơ cấu hàng hóa và dịch vụ trong xuất khẩu của chúng ta đang lạc hậu so với trình độ trung bình của thế giới, thì ngay trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu cũng thể hiện tính hiệu quả chưa cao của sản xuất và xuất khẩu. Mặc dù tỷ phần của hàng hóa chế biến và tinh chế cao hơn hàng thô và sơ chế và đang có xu hướng tăng dần, nhưng những tiến bộ này chủ yếu lại dựa trên nền tảng nhập khẩu các sản phẩm chế biến (nguyên, phụ liệu, linh kiện...) để gia công, lắp ráp. So sánh một cách hình ảnh, trong không ít các sản phẩm xuất khẩu tuy là "Made in Vietnam", nhưng hầu hết các phụ kiện và nguyên liệu cấu thành nên sản phẩm đều phải nhập khẩu, trong đó chủ yếu là từ khu vực "ASEAN+3", hàm lượng tri thức (chất xám) và hàm lượng khoa học kỹ thuật trong hàng hóa xuất khẩu chưa cao, giá trị gia tăng còn thấp, thể hiện nền sản xuất còn mang nặng tính gia công lắp ráp. Bên cạnh đó, trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu, hàng hóa thuộc nhóm tài nguyên (dầu thô, than đá…) vẫn có kim ngạch xuất khẩu khá cao so với tương quan kim ngạch với nhóm hàng hóa khác.

Để đáp ứng cho nhu cầu tăng nhanh của xuất khẩu hàng hóa, hàng năm chúng ta phải tăng nhanh nhập khẩu (tỷ trọng nhập khẩu nguyên, nhiên, vật liệu luôn chiếm tới trên 60% xấp xỉ 70%, thêm vào đó là nhập khẩu cả những cơn sốt nóng về giá cả của những hàng hóa này), đây cũng là một trong những căn nguyên khiến căn bệnh nhập siêu của chúng ta kéo dài nhiều năm đồng hành với tăng trưởng nhanh của xuất khẩu hàng hóa.

Trong xuất khẩu hàng hóa, mặc dù cũng đã phản ánh được quá trình khai thác lợi thế so sánh của đất nước, khi hầu hết các sản phẩm có lợi thế sản xuất của Việt Nam đều có kim ngạch xuất khẩu cao và chiếm vị trí xếp hạng cao trên thế giới về quy mô xuất khẩu, nhất là nhóm hàng nông sản và thủy sản. Nhưng, thực tế, giá cả xuất khẩu những hàng hóa này của ta còn thấp, hầu hết giá xuất khẩu hàng nông sản chủ yếu (gạo, cà phê, cao su, tiêu…), thủy sản đều rất thấp so với hàng hóa cùng loại của các nước khác. Điều này đã gây ra tác động bất lợi kép, khi những gì chúng ta thu được là ít ỏi từ quá trình phân chia lợi ích trong các chuỗi giá trị toàn cầu, chúng ta lại luôn phải đối mặt với nguy cơ bị khởi kiện và áp đặt thuế chống bán phá giá đối với hàng hóa xuất khẩu. Đó là chưa kể, những nhà sản xuất, đặc biệt là nông dân vốn là người sản xuất ra những hàng hóa này, cũng chính là thành phần thu được ít lợi ích nhất, được "chia phần" ít nhất từ quá trình xuất khẩu và tự do hóa thương mại, lại là người bị tổn thương nhiều nhất khi có tranh chấp thương mại quốc tế và khi hàng hóa không xuất khẩu được.

Bên cạnh hạ tầng cơ sở kỹ thuật thương mại còn lạc hậu, dịch vụ hỗ trợ cho xuất khẩu kém phát triển, thiết bị kỹ thuật hiện đại cho ngành còn thiếu thốn, thì thái độ, nhận thức, năng lực, trình độ và kinh nghiệm của các chủ thể tham gia trong lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu vẫn còn nhiều hạn chế, cũng như sự thiếu vắng các tập đoàn, các doanh nghiệp và đặc biệt là sản phẩm hàng hóa có  thương hiệu mạnh trong buôn bán, trao đổi quốc tế, là những nguyên nhân quan trọng khiến cho chất lượng của hoạt động xuất khẩu của nước nhà rất chậm được cải thiện.

Trong thập niên tới, trong bối cảnh đẩy nhanh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, thực hiện tái cấu trúc nền kinh tế, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp căn cơ nhằm khắc phục những hạn chế, bất cập và những căn bệnh trong xuất khẩu, nhằm nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất khẩu. Theo đó, không thể thiếu vắng công tác "thiết kế, quy hoạch" cho xuất khẩu trên cơ sở xây dựng chiến lược xuất, nhập khẩu, trả lời những câu hỏi cơ bản như xuất khẩu và nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ gì, phục vụ mục tiêu nào, công nghệ gì, từ thị trường nào, theo phương thức nào…

# NHẬP SIÊU CỦA VIỆT NAM VỚI TRUNG QUỐC: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

*TS. Hồ Trung Thanh*
*Ths. Đỗ Quang*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

Trong nhiều năm qua, đặc biệt là sau khi nước ta gia nhập WTO, cán cân thương mại Việt Nam luôn ở trong tình trạng thâm hụt với mức độ ngày càng lớn. Nếu như trong giai đoạn 2000-2006, mức thâm hụt cán cân thương mại trung bình hàng năm khoảng 5 tỷ USD thì từ năm 2007 đến nay, nhập siêu đã tăng lên ở mức đáng báo động. Năm 2007, nhập siêu của Việt Nam là 12,4 tỷ USD, bằng 25,7% kim ngạch xuất khẩu; năm 2008 là 18 tỷ USD, chiếm 30% kim ngạch xuất khẩu; năm 2009 mức nhập siêu và tỷ lệ nhập siêu tương ứng là 12,9 tỷ USD và 22,5%. Năm 2010, nhập siêu tuy có giảm nhưng vẫn ở mức cao là 12,6 tỷ USD, bằng khoảng 17,4% kim ngạch xuất khẩu. Nhập siêu lớn và kéo dài đang tác động bất lợi đối với ổn định kinh tế vĩ mô ở nước ta. Vì vậy, kiềm chế nhập siêu là một trong những nhiệm vụ cấp bách hiện nay, được Chính phủ và các Bộ, ngành rất quan tâm.

Một điều đặc biệt là, trong những năm gần đây, nhập siêu của Việt Nam chủ yếu là với Trung Quốc. Năm 2009, nhập siêu từ Trung Quốc chiếm đến 90% tổng nhập siêu của Việt Nam. Năm 2010, nhập siêu từ quốc gia này đạt mức kỷ lục 12,7 tỷ USD, chiếm trên 100% tổng nhập siêu cả nước. Chính vì vậy, để giảm nhập siêu của nước ta, theo chúng tôi, trước hết và quan trọng nhất là phải giảm nhập siêu với Trung Quốc.

## 1. Thực trạng và nguyên nhân

Nhập siêu từ Trung Quốc tăng nhanh trong 10 năm qua. Hiện nay, Việt Nam chủ yếu là nhập siêu với Trung Quốc. Nếu như năm 2001, Việt Nam nhập siêu từ Trung Quốc là 787 triệu USD thì năm 2009 là 11,5 tỷ USD, chiếm 90% tổng số nhập siêu của Việt Nam. Bảng 1 dưới đây cho thấy nhập siêu từ Trung Quốc tăng nhanh từ năm 2005 đến nay. Năm 2005 là 3,1 tỷ USD, năm 2006 là 4,9 tỷ USD, năm 2007 là 8,6 tỷ USD, năm 2008 là 10,7 tỷ USD và năm 2009 là 11,5 tỷ USD. Năm 2010, nhập siêu từ Trung Quốc ở mức cao tới 12,7 tỷ USD, chiếm trên 100% tổng nhập siêu của Việt Nam (nhập siêu năm 2010 là 12,6 tỷ USD).

***Bảng 1:*** **Kim ngạch xuất nhập khẩu và cán cân thương mại của Việt Nam với Trung Quốc, 2001-2010**

*Đơn vị tính: Triệu USD*

| Năm | KN xuất khẩu | KN nhập khẩu | Tổng KN | Cán cân thương mại |
|---|---|---|---|---|
| 2001 | 1010,8 | 1797,8 | 2.808,6 | -787,0 |
| 2002 | 1115,9 | 2148,4 | 3.264,3 | -1.032,5 |
| 2003 | 1456,7 | 3182,7 | 4.639,4 | -1.726,0 |
| 2004 | 2482,0 | 4260,0 | 6.742,0 | -1.778,0 |
| 2005 | 2552,8 | 5643,9 | 8.196,7 | -3091,1 |
| 2006 | 2486,1 | 7463,4 | 9.949,5 | -4.977,3 |
| 2007 | 3226,3 | 11.895,0 | 15.121,3 | -8.668,7 |
| 2008 | 4336,3 | 15.122,1 | 19.458,4 | -10.785,8 |
| 2009 | 4746,7 | 16.300,9 | 21047,6 | -11.554,2 |
| 2010 | 7.308,8 | 20.018,8 | 27.327,6 | -12.710,0 |

*Nguồn: Niên giám thống kê Việt Nam, Tổng cục Thống kê Trung Quốc*

Như vậy, tình trạng thâm hụt cán cân thương mại của Việt Nam với Trung Quốc từ năm 2005 đến nay không những không được cải thiện mà ngày càng gia tăng. Tình trạng của này Việt Nam không giống các nước ASEAN như Malaysia, Philippin, Indonesia, Thái Lan… Những nước này nhìn chung, đều xuất siêu sang Trung Quốc trong những năm gần đây. Năm 2009, Thái Lan xuất siêu 11,5 tỷ USD, Malaysia xuất siêu 12,5 tỷ USD, Philippin là 3,3 tỷ USD.

Để nhận diện được thực chất của vấn đề nhập siêu của nước ta với Trung Quốc làm căn cứ cho việc đề xuất các biện pháp hạn chế, trước hết, cần phân tích những nguyên nhân chủ yếu của tình trạng này. Theo chúng tôi, nhập siêu của Việt Nam với Trung Quốc do những nguyên nhân sau đây:

*Thứ nhất, chậm chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu*: Kết quả nghiên cứu cho thấy, sở dĩ các nước trong khu vực như Thái Lan, Malaysia, Philippin thặng dư thương mại với Trung Quốc là do họ đã có quan hệ thương mại với Trung Quốc theo chiều ngang, tức là cùng nhập và xuất những mặt hàng tương tự, chủ yếu là hàng công nghiệp. Còn quan hệ thương mại của Việt Nam với Trung Quốc chủ yếu là quan hệ theo hàng dọc, có tính chất quan hệ thương mại Bắc - Nam. Việt Nam chủ yếu là xuất khẩu sản phẩm thô, khoáng sản, nông sản nhiệt đới và chủ yếu nhập khẩu công nghệ, máy móc thiết bị, nguyên liệu cho sản xuất công nghiệp, đặc biệt là nguyên liệu cho các ngành hàng xuất khẩu như da giày, dệt may, điện tử… Số liệu thống kê cho thấy, trong 10 năm qua (2001-2010), tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng công nghiệp trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc gần như không thay đổi, chỉ chiếm khoảng 8 - 10%. Điều này chứng tỏ rằng Việt Nam chưa khai thác được lợi thế để đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp sang Trung Quốc, từ đó có thể hạn chế nhập siêu với nước này. Nếu chỉ dựa vào xuất khẩu các mặt hàng nông sản, thủy sản và khoáng sản thô thì rất khó tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu do những hạn chế mang tính cơ cấu như diện tích, năng suất, khả năng khai thác, đánh bắt. Điều này thể hiện ở mức tăng trưởng

xuất khẩu của ta sang Trung Quốc thấp hơn nhiều so với nhập khẩu từ Trung Quốc. Trong giai đoạn 2001-2009, nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc, mặc dầu tăng ở mức tương đối cao, 21,33%, song vẫn thấp hơn nhiều so với nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu là 31,73 %.

*Thứ hai, chênh lệch về trình độ phát triển:* Trung Quốc có trình độ phát triển cao hơn, cải cách kinh tế và hội nhập sớm hơn. Hơn nữa, Trung Quốc hiện nay là công xưởng của thế giới, hàng hóa sản xuất tại Trung Quốc rẻ hơn, chất lượng cao hơn. Nếu ví Trung Quốc như một công xưởng sản xuất của thế giới thì nhập khẩu từ Trung Quốc có thể xem như là nhập khẩu từ thế giới. Theo nguyên tắc lợi thế so sánh, các doanh nghiệp của ta sẽ mua đầu vào, công nghệ ở thị trường mà hàng hóa đó được bán rẻ hơn. Hơn nữa, hàng hóa sản xuất tại Trung Quốc đã bù đắp sự thiếu hụt về nguyên liệu đầu vào, máy móc thiết bị, hàng tiêu dùng cho Việt Nam. Nếu xét theo khía cạnh này, gia tăng nhập khẩu từ Trung Quốc là tất yếu.

*Thứ ba, sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam chậm được cải thiện:* Điều này dễ dàng nhận thấy nếu so sánh khả năng cạnh tranh của các mặt hàng công nghiệp chế biến sử dụng nhiều lao động như dệt may, da giày, điện tử, những mặt hàng mà hai nước đều có lợi thế, sức cạnh tranh của Trung Quốc là vượt trội. Trong 10 năm qua, Trung Quốc đã vươn lên một nấc thang mới về trình độ sản xuất, trong khi đó các lợi thế của Việt Nam vẫn bị cố định hóa, khó chuyển dịch lên mức cao hơn. Một Trung Quốc trỗi dậy rất nhanh, trong khi Việt Nam đang thiếu sự chuẩn bị và chiến lược để bứt phá. Nếu theo đà này, Việt Nam ngày càng lệ thuộc vào Trung Quốc. Sự trỗi dậy của Trung Quốc, xét một khía cạnh nào đó, chưa phải là sức ép để Việt Nam bứt phá. Việt Nam chưa có định hướng phát triển rõ ràng và hình như chúng ta đang phải đi theo Trung Quốc. Đó là nhập khẩu công nghệ trung bình, lạc hậu không làm cải thiện trình độ công nghệ của nền kinh tế, nâng cao sức cạnh tranh dài hạn.

*Thứ tư, chưa khai tác được cơ hội mở của thị trường để đa dạng hóa nhập khẩu, tranh thủ nhập khẩu công nghệ từ các nước công nghệ nguồn:* Về mặt lý thuyết, nhập khẩu hiện tại có thể làm tăng xuất khẩu trong tương lai, nhờ đó cải thiện được cán cân thương mại, nâng cao trình độ công nghệ của nền kinh tế, tức là tăng khả năng cạnh tranh. Nhập khẩu công nghệ vẫn chủ yếu từ thị trường công nghệ trung gian như ASEAN, Trung Quốc. Điều này cho thấy, tự do hóa thương mại chưa khuyến khích các nước công nghệ nguồn như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản… xuất khẩu công nghệ vào nước ta. Hơn nữa, các doanh nghiệp chưa nhận thức sâu sắc về việc đổi mới công nghệ để nâng cao sức cạnh tranh trong dài hạn. Do đó, nhập khẩu tăng nhưng không làm cải thiện trình độ công nghệ. Việt Nam chưa tận dụng được cơ hội cho phép nhập siêu để nhập khẩu máy móc, thiết bị hiện đại. Hậu quả là càng nhập siêu, nhập khẩu công nghệ trung bình và lạc hậu, Việt Nam càng khó cải thiện năng lực cạnh tranh và lại phải tiếp tục nhập khẩu và nhập siêu là tất yếu.

*Thứ năm, thực hiện cam kết trong ACFTA:* Nhập siêu của Việt Nam có nguyên nhân khách quan là do ta tiến hành mở cửa thị trường, đặc biệt là với khu vực châu Á, trong đó có Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc. Hiện nay, chúng ta đang xúc tiến đàm phán ký kết các FTA với các nước có trình độ phát triển cao hơn Trung Quốc như Hoa Kỳ, EU (đàm phán trong Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình

Dương - TPP, FTA với EU). Nếu đàm phán thành công, Việt Nam sẽ có cơ hội nhập khẩu công nghệ, thiết bị trình độ tiên tiến hơn từ các đối tác nói trên.

*Thứ sáu, công tác quản lý nhập khẩu và điều hành kinh tế vẫn còn bất cập:* Tình trạng nhập siêu của Việt Nam còn có nguyên nhân từ sự yếu kém của hệ thống quản lý điều hành nền kinh tế. Đó là tình trạng tham nhũng, đầu tư dàn trải, lãng phí, sự thiếu trách nhiệm của một số cán bộ trong quản lý nhập khẩu. Chúng ta chưa áp dụng một cách hiệu quả các biện pháp hạn chế nhập khẩu theo nguyên tắc thương mại tự do như tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm. Tình trạng nhập lậu từ Trung Quốc chưa được xử lý.

*Như vậy,* tình trạng nhập siêu của Việt Nam kéo dài và ngày càng lớn từ Trung Quốc có cả nguyên nhân khách quan và chủ quan. Nhiều nhận định cho rằng, Việt Nam nhập siêu từ Trung Quốc nhưng lại xuất siêu sang các thị trường khác như Hoa Kỳ, EU, Úc. Tuy nhiên, nhiều nước trong khu vực có trình độ phát triển như Việt Nam vẫn xuất siêu sang Trung Quốc và các thị trường khác. Theo chúng tôi, nhập siêu nói chung và nhập siêu từ Trung Quốc nói riêng có nguyên nhân sâu xa từ nội tại nền kinh tế. Đó là sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam chậm được cải thiện, các lợi thế của Việt Nam dường như vẫn đang bị cố định hóa, khó chuyển dịch lên trình độ cao hơn.

## 2. Dự báo xu hướng nhập siêu từ Trung Quốc và các giải pháp hạn chế

Nhiều nhận định cho rằng, nhập siêu từ Trung Quốc chưa thể giải quyết trong ngắn hạn. Việt Nam vẫn cần nhập khẩu từ Trung Quốc để bù đắp thiếu hụt của nền kinh tế như đầu vào cho các ngành hàng xuất khẩu, thiết bị máy móc, kể cả hàng tiêu dùng. Hơn nữa, trong thời gian tới, Việt Nam là một trong những điểm thuận lợi cho Trung Quốc thực hiện việc chuyển hướng đầu tư và xuất khẩu công nghệ và sản phẩm chất lượng thấp. Các yếu tố đó là tiền lương ở Trung Quốc đang tăng lên, nên quốc gia này khó duy trì lợi thế cạnh tranh về nguồn lao động rẻ; nhân dân tệ tăng giá; chính sách của Trung Quốc khuyến khích đầu tư vào các ngành công nghệ cao; năm 2015 Việt Nam thực hiện đầy đủ ACFTA… Xu hướng thương mại này là bất lợi cho Việt Nam. Việt Nam sẽ đứng trước thách thức là tiếp tục nhập khẩu thiết bị và gia tăng nhập siêu từ Trung Quốc, và chống đỡ với làn sóng đầu tư công nghệ thấp và trung bình từ nước láng giềng. Nếu tiếp tục kéo dài xu hướng này, không loại trừ khả năng cố định hóa quan hệ thương mại và đầu tư theo kiểu Bắc - Nam giữa Trung Quốc và Việt Nam, theo đó, Việt Nam sẽ bị rơi vào bẫy thu nhập thấp và tiếp tục tồn tại như một nền kinh tế nằm ở đẳng cấp thấp hơn so với Trung Quốc.

*Đứng trước nguy cơ nói trên, câu hỏi đặt ra là Việt Nam dựa vào đâu để có bước đột phá về tăng trưởng xuất khẩu và hạn chế nhập siêu? Thực tế xử lý vấn đề nhập siêu trong thời gian qua cho thấy, hạn chế nhập siêu không thể bằng biện pháp hành chính. Theo chúng tôi, để giải quyết vấn đề nhập siêu cần áp dụng phối hợp các biện pháp, trong đó, các biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, doanh nghiệp và sản phẩm là quan trọng nhất.*

*Trước hết,* tạo ra những đột phá về mặt thể chế, môi trường kinh doanh, kết cấu hạ tầng và chất lượng nguồn nhân lực. Đây là điều kiện tiên quyết để Việt Nam bứt phá lên một nấc thang giá trị cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu, từ đó đẩy mạnh xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu.

*Thứ hai,* chuyển đổi mô hình tăng trưởng. Chuyển nền kinh tế từ tăng trưởng chủ yếu theo chiều rộng sang phát triển chủ yếu theo chiều sâu, trên cơ sở sử dụng có hiệu quả các thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến để tăng năng suất lao động và nâng cao sức cạnh tranh của các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ, nâng cao hiệu quả của nền kinh tế nói chung và hiệu quả của vốn đầu tư nói riêng. Chuyển nền kinh tế từ khai thác và sử dụng tài nguyên dưới dạng thô sang chế biến tinh xảo hơn, nâng cao giá trị gia tăng từ mỗi một đơn vị tài nguyên được khai thác. Triệt để tiết kiệm các nguồn lực trong phát triển, sử dụng có hiệu quả nguồn tài nguyên.

*Thứ ba*, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp nhà nước. Cần có những chính sách hỗ trợ nâng cao sức cạnh tranh quốc tế của doanh nghiệp nhằm tạo ra những tập đoàn kinh tế mạnh, có thương hiệu mạnh.

*Thứ tư,* tăng cường quản lý nhập khẩu. Tăng cường kiểm soát nhập khẩu hàng tiêu dùng mà trong nước có thể sản xuất được. Đồng thời ngăn chặn việc nhập lậu hàng từ Trung Quốc để bảo vệ hàng sản xuất trong nước; áp dụng các biện pháp hạn chế nhập khẩu như tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm, các biện pháp phòng vệ thương mại như bán phá giá, tự vệ.

*Thứ năm,* đa dạng hóa thị trường nhập khẩu, hạn chế sự phụ thuộc quá mức vào một số thị trường, ưu tiên nhập khẩu công nghệ nguồn. Đẩy nhanh quá trình đàm phán FTA với EU, TPP để tận dụng cơ hội nhập khẩu công nghệ nguồn từ các nước này.

*Thứ sáu,* điều chỉnh chính sách tỷ giá hợp lý theo hướng khuyến khích xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu hàng tiêu dùng và hàng xa xỉ; đẩy mạnh xuất khẩu dịch vụ để giảm sức ép đối với thâm hụt CCTM hàng hóa và có thể mở rộng hơn nhập khẩu cạnh tranh; đẩy mạnh cải cách thể chế kinh tế thị trường để hạn chế các hành vi gian lận thương mại.

***Tài liệu tham khảo***

1. Bộ Công Thương, *Báo cáo hoạt động ngành công thương các năm 2008, 2009, 2010,* Hà Nội.

2. Trần Văn Thọ (2005): "Biến động kinh tế Đông Á và con đường công nghiệp hóa Việt Nam", Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

# TĂNG CƯỜNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ NHẬP KHẨU TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

*Ths. Nguyễn Đức Kha*
*Ths. Nguyễn Hải Ninh*
**Học viện Chính trị, Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh**

**1.** Quản lý nhà nước (QLNN) về hoạt động nhập khẩu (NK) là sự tác động có tổ chức và bằng quyền lực của Nhà nước tới các đối tượng (chủ thể và khách thể) tham gia hoạt động NK nhằm đảm bảo cho sự vận động của hoạt động NK hướng đến các mục tiêu kinh tế - xã hội mà Nhà nước đặt ra trong những giai đoạn nhất định.

Tăng cường QLNN về NK là yêu cầu cấp thiết đối với mọi quốc gia trong quá trình mở cửa, HNKT quốc tế. Mục tiêu của việc QLNN về NK là để kiểm soát luồng hàng NK phục vụ cho phát triển và ổn định kinh tế - xã hội, tận dụng cơ hội của quá trình hội nhập để phát triển kinh tế, nâng cao mức sống của người dân. Trong bối cảnh hiện nay, tăng cường QLNN về NK trở thành xu thế tất yếu đối với mọi quốc gia trên thế giới, kể cả các nước phát triển, nếu muốn tận dụng tối đa cơ hội và đối phó với những thách thức của toàn cầu hóa (TCH). Ví dụ, cuộc khủng khoảng tài chính và suy thóa kinh tế toàn cầu hiện nay, cũng như sự bế tắc của vòng đàm phán thương mại đa phương Doha đã thúc đẩy các nước tăng cường quản lý NK để bảo vệ thị trường, sản xuất trong nước. Cho dù đã cam kết và tham gia tự do hóa thương mại, nhưng các quốc gia vẫn tạo nên những hàng rào phi thuế quan. Hoa Kỳ, một nước có nền ngoại thương phát triển và cam kết tự do hóa thương mại toàn diện cũng đang áp dụng nhiều biện pháp để quản lý NK, đặc biệt là áp thuế bán phá giá, tự vệ… nhằm mục tiêu vực dậy nền kinh tế sau khủng hoảng.

Các quốc gia sử dụng chính sách và biện pháp quản lý NK không giống nhau và luôn được điều chỉnh cho phù hợp với những giai đoạn nhất định. Chẳng hạn, đối với các quốc gia gia nhập WTO, tăng cường quản lý NK là một trong những ưu tiên trong chính sách quản lý của nhà nước. Chính sách NK trong thời kỳ này phải hướng tới việc tận dụng cơ hội của mở cửa thị trường (cắt giảm thuế quan và phi thuế quan) để phục vụ cho nhu cầu tăng trưởng kinh tế, ổn định kinh tế vĩ mô, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người dân về những hàng hóa và dịch vụ trong nước chưa sản xuất được hoặc sản xuất với chi phí cao hơn. Bên cạnh đó, chính sách NK cũng cần linh hoạt để tận dụng những ngoại lệ bảo hộ hợp lý sản xuất trong nước, bảo vệ lợi ích người tiêu dùng, bảo vệ môi trường, nguồn tài nguyên thiên nhiên, sức khỏe của người tiêu dùng. Chính sách NK được các nước áp dụng để hạn chế các hành vi trục lợi phi thương mại như buôn lậu, gian lận thương mại… Chính sách NK hợp lý có tác dụng đối với ổn định kinh tế vĩ mô như điều chỉnh CCTM, xử lý biến động bất thường của thị trường (chẳng hạn NK để bình ổn giá cả trong nước).

Như vậy, trong điều kiện HNKT quốc tế, các nước cần phải liên tục điều chỉnh chính sách NK phù hợp với những cam kết HNKT quốc tế. Các biện pháp hạn chế NK phải được áp dụng phù hợp với nguyên tắc thương mại tự do như không phân biệt đối xử, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh, hàng rào thuế quan và phi thuế quan phải dần được dỡ bỏ. Các hiệp định thương mại tự do cũng khuyến khích các nước áp dụng các biện pháp NK để bảo vệ hợp lý sản xuất trong nước (tự vệ, chống bán phá giá), bảo vệ môi trường, sức khỏe con người. Tuy nhiên, những biện pháp này không được áp dụng với tính chất là những rào cản trá hình hạn chế thương mại, bảo hộ mậu dịch.

Như vậy, QLNN về NK là một hoạt động chủ động, tự giác của nhà nước (chính phủ) tác động vào toàn bộ quá trình NK nhằm khai thác cơ hội mở cửa thị trường để phát triển kinh tế - xã hội và hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực từ quá trình này. Những cơ hội đó là khắc phục được sự thiếu hụt của nền kinh tế về công nghệ, máy móc thiết bị, nguyên vật liệu, hàng tiêu dùng trong nước chưa đáp ứng được. Thông qua NK, đặc biệt

là NK cạnh tranh, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trong dài hạn, thay đổi trình độ công nghệ và nâng cao năng lực cạnh tranh. Những tác động tiêu cực mà QLNN cần khắc phục là ổn định kinh tế vĩ mô, mất cân đối XK - NK, nhất là tình trạng nhập siêu, các biện pháp tự vệ để bảo vệ cho các ngành sản xuất trong nước, chống buôn lậu, kiểm soát chất lượng hàng NK, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, bảo vệ môi trường…

**Hình 2.1. 2**. Trong 10 năm gần đây, chính sách mở cửa, HNKT quốc tế của Việt Nam đã có tác dụng tích cực đối với tăng trưởng NK phục vụ cho nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

**Hình 2.2.** Tốc độ tăng trưởng NK bình quân thời kỳ 2000-2009 là 19,6%, vượt mức chỉ tiêu kế hoạch đề ra trong Chiến lược phát triển XK, NK thời kỳ 2001-2010 (14%). Nếu năm 1991 tổng kim ngạch đạt 3,3 tỷ USD thì năm 2008 là 79,9 tỷ USD, mức cao nhất từ trước đến nay. Tăng trưởng NK của nước ta giai đoạn vừa qua là tương đối ổn định và ở mức cao (ngoại trừ 2 năm là 2001 tăng 3,4% và 2009 giảm 15,8% do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính châu Á và khủng khoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới gần đây).

NK tăng mạnh, đặc biệt là trong năm đầu tiên gia nhập WTO đã đưa tỷ trọng của Việt Nam trong tổng KNNK thế giới lên 0,433% trong năm 2007, tăng mạnh so với mức 0,364% của năm 2006 và tiếp tục tăng lên 0,497% trong năm 2008. Tuy KNNK giảm đi trong năm 2009 cùng với tình trạng suy giảm của hoạt động ngoại thương toàn cầu, tỷ trọng của Việt Nam trong tổng KNNK thế giới vẫn tăng lên tới 0,564% trong năm 2009.

NK tăng nhanh hơn XK đã làm cho thâm hụt thương mại của Việt Nam tăng mạnh trong những năm qua. Nhập siêu lên tới 14,2 tỷ USD trong năm 2007 và tiếp tục tăng lên tới 18 tỷ USD trong năm 2008 so với mức bình quân khoảng 5 tỷ USD của giai đoạn 2004-2006. Tuy nhiên, nhập siêu trong năm 2009 đã giảm xuống còn 11 tỷ USD nhờ XK đạt tốc độ tăng trưởng cao hơn NK.

Cơ cấu NK này nhìn chung là hợp lý cho các nước đang phát triển trong quá trình chuyển đổi cơ cấu kinh tế. Ngành công nghiệp ở các nước đang phát triển chủ yếu tập trung vào gia công, lắp ráp sản phẩm để XK. So với các nước đang phát triển trong khu vực, có tỷ lệ NK máy móc - thiết bị thường chiếm 30 -40% tổng kim ngạch NK thì tỷ trọng NK máy móc ở Việt Nam như vừa qua vẫn còn thấp. NK nguyên, nhiên liệu chiếm gần 70% KNNK. Điều này cho thấy việc Diễn đàn kinh tế thế giới xếp nước ta vào hàng rất thấp về đổi mới công nghệ và về khả năng cạnh tranh của nền kinh tế là điều không khó hiểu.

Nguyên phụ liệu NK chiếm tỷ trọng cao, đồng thời tỷ trọng NK máy móc thiết bị khá nhỏ bé và hầu như không được cải thiện trong khoảng thời gian dài, cho thấy XK nước ta quá phụ thuộc vào nguyên liệu nước ngoài và công nghệ chậm được thay đổi và mở rộng. Nó cũng cho thấy sự phát triển yếu kém của ngành công nghiệp phụ trợ cũng như sản xuất thay thế NK, sự yếu kém về khả năng cạnh tranh của nền kinh tế xét theo tiêu chí năng suất

nhân tố tổng hợp (TFP)[41]. Do đó, nếu không đổi mới công nghệ, việc NK các sản phẩm trung gian sẽ không cải thiện được giá trị gia tăng của hàng XK. Điều này sẽ hạn chế việc cải thiện CCTM trong dài hạn.

Về cơ cấu thị trường nhập khẩu, đến hết năm 2009, thị trường NK của Việt Nam đã được mở rộng tới 170 nước và vùng lãnh thổ. Khu vực châu Á chiếm tới hơn 70% thị phần NK, châu Âu đứng thứ hai với khoảng 15%, châu Mỹ khoảng hơn 4%, các khu vực khác chiếm tỷ trọng không đáng kể. Như vậy, khu vực châu Á (chủ yếu là ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Công, Đài Loan) là thị trường NK lớn nhất của nước ta trong thời gian qua do có những lợi thế về vị trí địa lý, giá cả.

Trung Quốc đã trở thành thị trường NK lớn nhất của Việt Nam. Tỷ trọng NK từ Trung Quốc năm 2009 là 23,1%. Các thị trường NK lớn khác của Việt Nam vẫn là các nước trong khu vực như Hàn Quốc, Singapo, Nhật Bản và Đài Loan.

Từ năm 1986 đến nay, CCTM nước ta luôn ở trong tình trạng thâm hụt. Tuy nhiên, thâm hụt CCTM tăng mạnh trong giai đoạn 2001-2010. Tỷ lệ nhập siêu năm 2002 là 18,1%; năm 2003: 25,0%; năm 2004: 20,5%, 2005 là 14,4%; 2006: 12,1%. Tỷ lệ nhập siêu đặc biệt tăng trong các năm 2007, 2008 và 2009: năm 2007 là 28,7%, năm 2008 là 29,1 và 2009 là 21,3 và đạt mức thâm hụt cao nhất là 18 tỷ USD năm 2008. Dự kiến mức nhập siêu khoảng 24% kim ngạch XK cho năm 2010.

Nhập siêu từ Trung Quốc tăng nhanh trong 10 năm qua. Hiện nay, Việt Nam chủ yếu là nhập siêu với Trung Quốc. Nếu như năm 2001, Việt Nam nhập siêu từ Trung Quốc là 787 triệu USD thì năm 2009 là 11,5 tỷ USD. Năm 2009, nhập siêu từ Trung Quốc chiếm 90% tổng số nhập siêu của Việt Nam. Trong 7 tháng đầu năm 2010, nhập siêu từ Trung Quốc chiếm 75% tổng nhập siêu của Việt Nam. Thực tế cho thấy, trong ngắn hạn, ta chưa có cách nào để hạn chế nhập siêu từ Trung Quốc.

Mặc dù kết quả đạt được trong quản lý nhà nước về NK là rất khả quan nhưng vẫn còn những hạn chế nhất định:

- Công tác thông tin, dự báo thị trường còn nhiều bất cập. Đội ngũ cán bộ tham tán thương mại ở các nước, nhất là ở những nước - thị trường nhập khẩu chủ chốt của nước ta chưa làm tốt nhiệm vụ cung cấp thông tin kinh tế xác thực, phân tích dự báo chính xác, làm căn cứ để Chính phủ ra những khuyến nghị kịp thời cho các doanh nghiệp, tránh cho doanh nghiệp những thua thiệt về kinh tế trong quá trình đàm phán, ký kết hợp đồng. Đồng thời, công tác tư vấn, giới thiệu bạn hàng cho các doanh nghiệp trong nước, tư vấn về thể chế pháp lý, thói quen, phong tục tập quán đàm phán, thương thảo hợp đồng của các đối tác nước ngoài cho các doanh nghiệp nhập khẩu trong nước cũng rất hạn chế.

[41] Nghiên cứu của Robert Z. Lawrence và David E. Weinstein (2002) về trường hợp của Hàn Quốc cho thấy khi NK cạnh tranh xuất hiện trong một ngành đang lạc hậu về công nghệ thì sẽ có rất ít ảnh hưởng đến tăng năng suất. Xem: Ngân hàng Thế giới, Suy ngẫm lại sự thần kỳ Đông Á, Nxb CTQG, Hà Nội, 2002, tr. 503.

- Mặc dù khá chủ động, linh hoạt trong xây dựng và thực hiện chính sách quản lý nhập khẩu, tuy nhiên, trong những thời điểm nhất định vẫn còn những lúng túng nhất định, dẫn đến phản ứng chậm trễ, gây nên khó khăn cho sản xuất và tiêu dùng trong nước. Những cơn sốt phân đạm, tăng giá xăng dầu hay sốt vàng trong những tháng gần đây là những minh chứng cho sự lúng túng trong thực hiện chính sách quản lý nhập khẩu.

- Điều hành tỷ giá còn nhiều bất cập; chênh lệch quá lớn giữa tỷ giá chính thức và tỷ giá trên thị trường tự do gây thêm rất nhiều khó khăn và chi phí cho doanh nghiệp tìm kiếm ngoại tệ để nhập khẩu. Mặt khác, tỷ giá dao động với biên độ mạnh trong những kỳ hạn ngắn luôn luôn là thách thức đối với mỗi doanh nghiệp trong quá trình nhập khẩu.

- Đơn giản hóa thủ tục hành chính trong các lĩnh vực thuế, hải quan là yêu cầu quan trọng của cải cách hành chính. Tuy nhiên, nếu tiến hành không nhịp nhàng, đồng bộ sẽ tạo nên những "lỗ hổng" lớn để các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp lợi dụng. Những vụ việc không xác định được chủ nhân của hàng trăm công-tơ-nơ hàng phế thải độc hại nhập về cảng Hải Phòng hay tình trạng dây dưa, nợ và trốn thuế nhập khẩu lên đến hàng nghìn tỷ đồng đang là những hồi chuông báo động đối với công tác xây dựng và thực thi chính sách quản lý nhập khẩu.

- Nhập siêu vẫn tăng nhanh mặc dù Chính phủ đã có những biện pháp và chính sách kịp thời. Nguyên nhân chính là do việc thực thi các chính sách còn hạn chế. Các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp nhà nước vẫn tiến hành NK nhiều chủng loại hàng hóa trong nước sản xuất được, NK hàng xa xỉ (chẳng hạn NK ô tô có giá trị lớn). Nhiều dự án đầu tư công vẫn NK trang thiết bị đắt tiền gây lãng phí (không sử dụng hết công suất). Chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ chậm đi vào cuộc sống, do đó NK nguyên phụ liệu cho các ngành sản xuất phục vụ nhu cầu trong nước và XK vẫn gia tăng.

- Công tác quản lý NK hạn chế nhập lậu vẫn còn nhiều bất cập. Tình trạng nhập lậu hàng hóa qua biên giới, nhất là từ Trung Quốc, Căm-pu-chia vẫn còn phổ biến. Có nhiều nguyên nhân, song nguyên nhân chính là do công tác quản lý còn hạn chế, tinh thần trách nhiệm của cán bộ quản lý NK chưa cao, sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý còn bất cập. Theo số liệu của Bộ Công an, trong giai đoạn 2001-2009, lực lượng Quản lý thị trường trong cả nước đã xử lý hơn 102.000 vụ làm hàng giả, buôn lậu và buôn bán hàng giả, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, tổng số tiền xử phạt vi phạm hành chính hơn 124 tỷ đồng, trong số đó có nhiều vụ nhập lậu từ các nước như Trung Quốc, Căm-pu-chia.

- Xảy ra nhiều vụ NK hàng hóa, phế liệu không đảm bảo về chất lượng, an toàn và vệ sinh môi trường. Chẳng hạn như vụ NK 5.000 tấn phế liệu độc hại qua cảng Hải Phòng năm 2001, NK thiết bị y tế không đảm bảo vệ sinh và an toàn, NK bao bì nhựa từ Căm-pu-chia, NK hàng điện tử cũ, phế liệu giấy, bông không đảm bảo quy định về môi trường…

- Việc quản lý NK hóa chất, thuốc bảo vệ thực vật, thực phẩm không đảm bảo quy định về chất lượng và an toàn vẫn chưa được ngăn chặn, nhất là NK hàng kém chất lượng từ Trung Quốc.

- Các biện pháp quản lý NK chưa thật sự có tác dụng hạn chế hiệu quả các hành vi gian lận thương mại. Chế tài xử phạt các vụ vi phạm quy định NK chưa đúng mức, chưa có tác dụng răn đe các hành vi gian lận thương mại trong NK.

**3.** Nghị quyết Đại hội XI của Đảng tiếp tục khẳng định xu hướng tăng cường HNKT quốc tế, phát huy nội lực, tranh thủ các nguồn lực bên ngoài để thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật của CNXH. Tăng cường quản lý nhà nước đối với hoạt động NK, để NK đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ nêu trên là một tất yếu khách quan.

Trong trung hạn, quản lý hoạt động NK ở nước ta chịu sự tác động của các yếu tố trong và ngoài nước. ***Các yếu tố quốc tế*** gồm:

- Toàn cầu hóa, tự do hóa thương mại đang ngày càng được đẩy mạnh, xu thế mở cửa hội nhập, nới lỏng các rào cản thương mại đang được tăng cường tại các khu vực trên thế giới. Các hiệp định thương mại khu vực và song phương đang được các nước ký kết và thúc đẩy thành lập. Các hàng rào thương mại ngày càng được dỡ bỏ, thuế NK được cam kết cắt giảm về 0, tự do hóa dịch vụ tài chính, đầu tư đang được đẩy mạnh. Dưới tác động của các xu thế nói trên, hàng hóa và dịch vụ được tự do thâm nhập lẫn nhau giữa các nước trên thế giới. Trước tình hình đó, các nước đều tăng cường sử dụng các biện pháp phù hợp với nguyên tắc thương mại tự do để bảo vệ sản xuất trong nước, lợi ích người tiêu dùng, bảo vệ môi trường và ngăn chặn các hành vi gian lận thương mại.

- Khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu đang làm hạn chế các nỗ lực thúc đẩy tự do hóa thương mại. Để vượt qua khủng hoảng, vực dậy nền kinh tế, các nước, nhất là các nước phát triển đang áp dụng ngày càng nhiều hơn và tinh vi hơn các biện pháp quản lý NK mang tính bảo hộ mậu dịch, đồng thời mở rộng XK vào các nước có các quy định thấp hơn và ít ngặt nghèo hơn. Trong điều kiện như vậy, các nước phát triển như Việt Nam cần nghiên cứu để áp dụng linh hoạt các biện pháp quản lý NK, bảo vệ hợp lý sản xuất trong nước.

- Ô nhiễm môi trường qua biên giới có xu hướng gia tăng trong điều kiện tự do hóa thương mại. Do đó các nước đang phát triển như Việt Nam cần tăng cường các biện pháp để hạn chế ô nhiễm môi trường, cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ sức khỏe con người và động, thực vật.

- NK từ Trung Quốc tiếp tục gia tăng do trong ngắn hạn Việt Nam chưa thể bù đắp sự thiếu hụt về công nghệ và hàng hóa được sản xuất từ Trung Quốc. Đặc biệt, năm 2015, Hiệp định ASEAN - Trung Quốc sẽ được thực hiện hoàn toàn. Những dự báo cho thấy, Việt Nam là một trong những điểm thuận lợi cho Trung Quốc thực hiện việc chuyển hướng đầu tư và XK công nghệ và sản phẩm chất lượng thấp. Xu hướng thương mại này là rất bất

lợi cho nước ta. Việt Nam sẽ đứng trước thách thức là chống đỡ với làn sóng đầu tư công nghệ thấp và trung bình từ nước láng giềng. Chúng ta cần tăng cường công tác QLNN về NK nhằm hạn chế tác động của xu hướng này; đa dạng hóa thị trường nhập khẩu, nhất là thị trường các nước phát triển với máy móc, thiết bị và công nghệ tiên tiến.

- Các FTA khu vực và song phương cũng được đẩy mạnh như ASEAN -Trung Quốc (ACFTA), ASEAN - Ấn Độ (AIFTA), ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA), ASEAN - Úc - Niuzilân (AANZFTA), Việt Nam ngày càng thu hút sự quan tâm của nhiều nước trong khu vực và các đối tác lớn trên thế giới. Tăng cường mở cửa, hội nhập với khu vực và thế giới đồng nghĩa với việc ngày càng tự do hóa NK hàng hóa vào nước ta.

***Các yếu tố trong nước:***

- Trong những năm tới, Việt Nam sẽ đẩy mạnh hội nhập KTQT với việc thực hiện CEPT/AFTA, cam kết WTO, các FTA khu vực và song phương. NK vẫn sẽ tăng trưởng với tốc độ cao trong 5 năm tới. Việt Nam có thể tận dụng cơ hội này để hiện đại hóa nền kinh tế, khắc phục những thiếu hụt hiện nay về nguyên, nhiên liệu, máy móc, thiết bị. Nếu định hướng tốt vào NK cạnh tranh thì NK sẽ góp phần tăng năng suất nhân tố tổng hợp, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế nói chung, của mỗi loại hàng hóa và doanh nghiệp nói riêng. Tuy nhiên, xu hướng tăng NK có nguy cơ làm trầm trọng thêm tình trạng thâm hụt của CCTM nước ta vốn đã ở trong tình trạng quá cao và bất ổn, tiềm ẩn nhiều nguy cơ, rủi ro đối với ổn định kinh tế vĩ mô. Việt Nam là một trong số các nước có độ mở thương mại cao trên thế giới, cả kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu đều chiếm tỷ lệ cao so với GDP. Nhu cầu trong nước và XK đều dựa chủ yếu vào NK hàng hóa. NK của ta chủ yếu từ Trung Quốc và ASEAN và trong ngắn hạn, Việt Nam chưa thể phát triển các ngành công nghiệp trong nước để hạn chế NK từ các nước nói trên. Vì thế, doanh nghiệp nước ta vẫn cần NK từ Trung Quốc và các nước châu Á. Điều này dẫn đến vòng luẩn quẩn là càng NK nhiều từ Trung Quốc và ASEAN, công nghệ, máy móc thiết bị có trình độ trung bình, chúng ta lại càng phụ thuộc vào NK từ họ do không thể cải thiện được năng lực cạnh tranh. Do đó, để hạn chế NK, cải thiện CCTM, trong những năm tới, Việt Nam cần phải có chiến lược phát triển các ngành theo hướng nâng cao sức cạnh tranh quốc tế, từ đó, định hướng NK để nhanh chóng nâng cao trình độ công nghệ và sức cạnh tranh của nền kinh tế. Mặt khác, cần tăng cường công tác quản lý NK để hạn chế NK máy móc, công nghệ lạc hậu, NK hàng hóa trong nước sản xuất được.

- Việt Nam cũng cần cải thiện hơn nữa môi trường kinh doanh để tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp NK phục vụ mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội. Môi trường kinh doanh bao gồm nhiều nội dung, trong đó có vấn đề về thể chế quản lý, hệ thống thủ tục, nguồn nhân lực, hệ thống dịch vụ và hệ thống cơ sở hạ tầng. Sự yếu kém của cơ sở hạ tầng thương mại cũng là những cản trở để Việt Nam thực hiện tự do hóa NK.

- Nhiều vấn đề liên quan đến quản lý NK chưa được giải quyết triệt để là những thách thức đối với công tác quản lý NK của Việt Nam như chất lượng, năng lực của bộ máy quản

lý, trình độ chuyên môn, phẩm chất đạo đức, năng lực hoạch định và thực thi chính sách, tính năng động của cơ chế, chính sách, công cụ điều tiết trong một môi trường cạnh tranh đầy biến động. Tư duy cục bộ, tầm nhìn ngắn hạn ở một số cá nhân, địa phương trong quản lý NK cũng là nhân tố ảnh hưởng đến công tác quản lý nhập khẩu.

**4.** Tăng cường quản lý nhà nước đối với NK trong thời gian tới cần tuân theo những quan điểm, định hướng:

- Hoàn thiện QLNN về NK phù hợp với quá trình cải cách hành chính. Quá trình cải cách hành chính ở nước ta đang được đẩy mạnh trên các nội dung chủ yếu là hoàn thiện thể chế quản lý, bộ máy quản lý, chất lượng cán bộ, công chức và cải cách tài chính công. Những lĩnh vực này cũng là những lĩnh vực cần cải cách đối với QLNN về NK. Đặc biệt trong các lĩnh vực như thuế, hải quan, quản lý thị trường. Do đó, hoàn thiện QLNN về NK phải dựa trên các nguyên tắc, định hướng của cải cách hành chính nước ta.

- Hoàn thiện QLNN về NK phải phù hợp với chủ trương đẩy mạnh HNKT quốc tế, tuân thủ các nguyên tắc thương mại tự do, quản lý NK phải thúc đẩy quá trình hội nhập, tạo thuận lợi cho việc mở cửa thị trường, không đưa ra các biện pháp mang tính bảo hộ, trái với nguyên tắc thương mại tự do, các biện pháp quản lý NK phải phù hợp với các cam kết hội nhập. Tuy nhiên, Việt Nam cũng cần áp dụng linh hoạt các biện pháp phòng vệ thương mại để bảo vệ hợp lý thị trường trong nước, bảo vệ môi trường và lợi ích của người tiêu dùng.

- Hoàn thiện QLNN về NK phải thúc đẩy phát triển kinh tế nhanh và bền vững. Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam đặt ra trong giai đoạn 2011-2020 là thúc đẩy phát triển kinh tế nhanh và bền vững. Do đó, chính sách và biện pháp quản lý NK phải phục vụ hiệu quả cho mục tiêu nói trên, tức là NK thúc đẩy phát triển kinh tế, ổn định chính trị, xã hội, bảo vệ môi trường, bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng. Cụ thể là chính sách và biện pháp NK phải làm thế nào để NK được công nghệ tiên tiến, máy móc và thiết bị hiện đại để nâng cao trình độ công nghệ của nền kinh tế, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, hạn chế nhập siêu, ngăn chặn các hành vi gian lận thương mại, hàng hóa kém chất lượng.

- Hoàn thiện QLNN về NK phải đảm bảo ổn định chính trị, kinh tế, xã hội. Trước hết là ổn định kinh tế vĩ mô, cân bằng CCTM, cán cân thanh toán quốc tế, ổn định thị trường trong nước, khắc phục những biến động bất thường của thị trường. Thứ hai, NK phải đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của nhân dân, tạo niềm tin cho người tiêu dùng, hạn chế ô nhiễm môi trường qua biên giới và bảo vệ sức khỏe của nhân dân.

- Hoàn thiện QLNN về NK phải đảm bảo độc lập tự chủ về kinh tế. Đảm bảo độc lập tự chủ về kinh tế là xác lập vị thế quốc gia trong chuỗi sản xuất và cung ứng dịch vụ toàn cầu, đảm bảo cho nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững, đối phó với các "cú sốc" kinh tế trong bối cảnh TCH. NK là một trong những biện pháp để đạt được mục tiêu này. Tuy nhiên, NK phải có sự lựa chọn để nâng cao năng lực cạnh tranh dài hạn của nền kinh tế.

- Hoàn thiện quản lý nhà nước về nhập khẩu phải hướng tới một cán cân thương mại lành mạnh, đảm bảo an ninh tài chính quốc gia, phòng chống các nguy cơ lệ thuộc về kinh tế, tài chính hay nguy cơ bị các cá nhân, tổ chức, quốc gia khác chi phối nền kinh tế - tài chính quốc gia. Tăng cường dự trữ ngoại tệ, sẵn sàng đối phó với những cú sốc về giá cả trên thị trường quốc tế, nhất là những mặt hàng nhập khẩu chiến lược đối với nền kinh tế quốc dân cũng như đời sống người dân. Nghiên cứu xây dựng cơ chế, chính sách, đầu tư từng bước xây dựng những kho dự trữ đối với một số mặt hàng nhập khẩu chiến lược như xăng dầu, phân bón cho sản xuất nông nghiệp...

**5.** Từ việc phân tích thực trạng QLNN về NK, bối cảnh trong nước và quốc tế, quan điểm hoàn thiện QLNN về NK ở Việt Nam trong những năm tới, định hướng hoàn thiện QLNN về NK của nước ta trong thời gian tới cần tập trung vào những nội dung sau đây:

*Một là,* hoàn thiện chính sách và các biện pháp quản lý NK. Đây là khâu then chốt để quản lý NK. Trước hết, cần xây dựng chiến lược, chính sách NK phù hợp với điều kiện HNKT quốc tế của Việt Nam và thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế nhanh và bền vững. Thứ hai, hoàn thiện các biện pháp quản lý NK phù hợp với nguyên tắc HNKT quốc tế, điều kiện cụ thể của đất nước.

*Hai là*, nâng cao chất lượng bộ máy QLNN về NK. Đây là điều kiện tiên quyết để nâng cao chất lượng quản lý. Suy cho cùng, chất lượng quản lý phụ thuộc vào con người và bộ máy quản lý. Do đó, nhiệm vụ đặt ra là phải kiện toàn bộ máy quản lý, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ và phẩm chất chính trị của cán bộ quản lý. Tăng cường đấu tranh với các hành vi vòi vĩnh, những nhiễu doanh nghiệp trong các hoạt động quản lý xuất nhập khẩu, quản lý thị trường; móc nối, thông đồng với doanh nghiệp trong các hành vi trốn lậu thuế của Nhà nước.

*Ba là*, nâng cao khả năng xử lý và kiểm soát hoạt động NK, đặc biệt là xử lý các vấn đề cấp bách trong hoạt động NK như thúc đẩy NK cạnh tranh, hạn chế nhập siêu, ổn định thị trường, ngăn chặn nhập lậu...

*Bốn là,* đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính theo hướng đơn giản, ít đầu mối, tạo thuận lợi tối đa cho người dân và doanh nghiệp. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, các tiêu chuẩn quản lý chất lượng công việc, trang bị máy móc, phương tiện kỹ thuật hiện đại cho các lực lượng kiểm soát hàng hóa nhập khẩu.

*Năm là,* kiểm soát chặt chẽ thị trường, đấu tranh ngăn chặn các hành vi gian lận thương mại, nhập lậu hàng hóa; tạo môi trường thuận lợi cho sản xuất và kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất cũng như các doanh nghiệp nhập khẩu hàng hóa.

# ĐIỀU HÀNH CHÍNH SÁCH TỶ GIÁ CỦA VIỆT NAM NHẰM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

*TS. Nguyễn Thị Kim Thanh*
**Viện trưởng Viện Chiến lược Ngân hàng**

Từ năm 2002 đến nay, cán cân thương mại nước ta luôn ở trong tình trạng thâm hụt với mức ngày càng tăng. Thâm hụt thương mại gia tăng là gánh nặng đối với cán cân thanh toán quốc tế và làm cho tài khoản vãng lai rơi vào tình trạng thâm hụt. Năm 2007 thâm hụt tài khoản vãng lai lên tới 6,9 tỷ USD, năm 2008 là 9 tỷ USD, năm 2009 là 7,3 tỷ USD, năm 2010 khoảng 5,5 tỷ USD. Thâm hụt tài khoản vãng lai lớn trong khi cán cân vốn không đủ bù đắp đã ảnh hưởng xấu đến dự trữ ngoại hối và đặc biệt làm cho tỷ giá thiếu cơ sở để ổn định. Thâm hụt tài khoản vãng lai trong những năm qua gia tăng chủ yếu do thâm hụt thương mại lớn. Trong hoàn cảnh đó, cần thiết phải thúc đẩy xuất khẩu để thu về ngoại tệ, cùng với hạn chế nhập khẩu để giảm dần thâm hụt cán cân thương mại. Để làm được điều này, cần phải thực hiện nhiều giải pháp chính sách đồng bộ để giải quyết những vấn đề căn nguyên làm tăng thâm hụt thương mại, trong đó chính sách tỉ giá là một giải pháp để góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh hàng xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu. Song vấn đề đặt ra là chính sách tỷ giá cần được điều hành như thế nào để phát huy hiệu quả một cách cao nhất?

Về nguyên lý, tỷ giá hối đoái thay đổi sẽ làm thay đổi mức giá tương đối của hàng hóa và dịch vụ bằng đồng tiền trong nước và đồng tiền nước ngoài, nên tỷ giá sẽ có ảnh hưởng nhất định đến xuất nhập khẩu. Tuy nhiên, do tỷ giá có tác động không chỉ đến xuất nhập khẩu mà nó có tác động đến lạm phát và ổn định thị trường tài chính. Chính vì vậy, tỷ giá là một công cụ quản lý vĩ mô rất quan trọng của chính phủ các nước, và khi sử dụng công cụ này trong quản lý vĩ mô, có hai vấn đề quan trọng mà các nhà hoạch định chính sách các nước đều phải xem xét khi quyết định cơ chế điều hành tỷ giá, đó là (i) ảnh hưởng của tỷ giá đến ổn định vĩ mô và (ii) ảnh hưởng của tỷ giá đến xuất nhập khẩu.

Đánh giá mức độ ảnh hưởng của tỷ giá đến việc tăng khả năng xuất khẩu của Việt Nam còn có những hạn chế nhất định, do trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là hàng nông thủy sản, sản phẩm tài nguyên như dầu thô, cao su... Thêm vào đó, trong cấu thành các mặt hàng xuất khẩu, nguyên liệu nhập khẩu chiếm tỷ trọng đến 70% là giá trị hàng nhập khẩu. Mặt khác, xuất khẩu của Việt Nam cũng như các nước khác chịu tác động rất nhiều của các yếu tố như: thuế xuất khẩu, mức giá cả hàng hóa trong nước và nước ngoài, năng suất lao động của ngành hàng xuất khẩu, cơ cấu hàng xuất khẩu, chất lượng và mức độ đa dạng hóa chủng loại, công tác tiếp thị, xúc tiến thương mại... Trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam thì dầu thô, hàng dệt may, thủy sản và gạo chiếm tỷ trọng tương đối lớn (khoảng gần 40%), mà giá trị xuất khẩu của các mặt hàng này chủ yếu dựa vào kết quả của hoạt động sản xuất và khả năng chiếm lĩnh thị trường quốc tế hơn là tỷ giá hối đoái. Do vậy, một sự giảm giá VNĐ không chắc đã làm tăng cường khả năng cạnh tranh

của hàng xuất khẩu. Bởi năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu chịu tác động bởi nhiều yếu tố đan xen nhau. Bên cạnh đó, năng lực sản xuất hàng hóa thay thế nhập khẩu và hàng hóa đủ tiêu chuẩn xuất khẩu ở Việt Nam đều còn hạn chế.

***Bảng 1:*** **Tỷ trọng các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam**

*Đơn vị: %*

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | T2. 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Thủy sản** | 8,50 | 8,49 | 7,84 | 7,25 | 7,45 | 6,95 | 5,95 |
| **Gạo** | 4,34 | 3,30 | 3,00 | 4,61 | 4,67 | 4,50 | 4,96 |
| **Dầu thô** | 22,92 | 21,02 | 17,52 | 16,61 | 10,85 | 6,87 | 7,95 |
| **Cao su** | 2,44 | 3,21 | 2,89 | 2,54 | 2,15 | 3,31 | 4,31 |
| **Gỗ và sản phẩm gỗ** | 4,71 | 4,81 | 4,89 | 4,42 | 4,55 | 4,76 | 4,44 |
| **Dệt, may** | 14,91 | 14,65 | 16,09 | 14,48 | 15,88 | 15,53 | 17,46 |
| **Giày dép** | 9,32 | 8,98 | 8,19 | 7,47 | 7,12 | 7,10 | 7,49 |
| **Điện tử, máy tính** | 4,47 | 4,47 | 4,50 | 4,30 | 4,84 | 4,97 | 4,29 |

*Nguồn: Tổng cục Thống kê*

Tuy nhiên, phân tích từng lĩnh vực xuất nhập khẩu cụ thể, nếu VNĐ lên giá thì một số lĩnh vực cũng bị ảnh hưởng, nhưng tựu chung lại là tác động không lớn. Chẳng hạn khối doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông, lâm, thuỷ sản là nhóm hàng chủ yếu sản xuất ở trong nước chịu tác động bất lợi hơn đối với các doanh nghiệp sản xuất hàng gia công chế biến, lắp ráp linh kiện điện tử. Khối khai thác dầu khí chịu bất lợi khi VNĐ lên giá, nhưng do giá thế giới lên cao, nên tác động không lớn.

Trong khi đó, tỷ giá đang có những ảnh hưởng tương đối lớn đến ổn định vĩ mô ở khía cạnh gây ra lạm phát kỳ vọng và ổn định thị trường ngoại hối. Thực tế hiện nay nền kinh tế đang phải đối mặt với áp lực lạm phát và sự bất ổn của thị trường ngoại hối. Chính vì vậy, Chính phủ đã có những biện pháp quyết liệt để ngăn ngừa lạm phát và bình ổn thị trường ngoại hối (Nghị quyết số 11/NQ-CP, ngày 24/2/2011). Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng trong kỳ họp Chính phủ tháng 2/2011 đã chỉ đạo trong thời gian trước mắt phải giữ cho được ổn định tỷ giá để ổn định kinh tế vĩ mô và bình ổn thị trường ngoại hối.

Từ thực tế như vậy, việc điều hành tỷ giá nhằm thúc đẩy xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu là vấn đề mang tính trung hạn.

Về mặt lý thuyết, cơ chế tỷ giá có thể tác động đến xuất nhập khẩu qua 3 kênh. Thứ nhất, chính sách tỷ giá có thể tác động trực tiếp đến các dòng thương mại, từ đó dẫn đến áp lực phải can thiệp bằng các chính sách thương mại như trợ giá hoặc thuế quan. Kênh thứ hai là thông qua tác động chung của chính sách tỷ giá đến cán cân thanh toán nói chung.

Kênh cuối cùng là thông qua tác động gián tiếp của chính sách tỷ giá đến tăng trưởng và lạm phát trong nước.

*Về kênh thứ nhất*, như thường thấy, thay đổi tỷ giá danh nghĩa sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến các nhà xuất khẩu biên (marginal exporters) hoặc các nhà sản xuất thay thế hàng nhập khẩu, các nhóm lợi ích này có thể sẽ gây áp lực buộc Chính phủ phải gia tăng bảo hộ đối với ngành nghề của họ. Tuy nhiên, đây chỉ là một phần nhỏ của câu chuyện vì bản thân Chính phủ cũng có thể nghiêng về hướng gia tăng bảo hộ thương mại, vì cả tỷ giá danh nghĩa lẫn các biện pháp kỹ thuật hạn chế nhập khẩu hiện hữu có thể chưa đủ để đảm bảo cân bằng tài khoản vãng lai. Lý do chính là vì tài khoản vãng lai không chịu ảnh hưởng của tỷ giá danh nghĩa mà là tỷ giá thực hiệu quả (REER), khi tỷ giá thực hiệu quả được dùng để xác định giá tương đối của hàng hóa và dịch vụ có thể trao đổi thương mại (tradeables) với các hàng hóa và dịch vụ sản xuất và tiêu thụ trong nước và không dễ thay thế bằng hàng nhập khẩu hoặc xuất sang nước khác (non - tradeables). Theo Krueger (1997) và Corden (1991), tỷ lệ cân bằng tài khoản vãng lai liên quan chặt chẽ với mức tiêu dùng trong nước thực tế và tỷ giá thực hiệu quả. Nghĩa là, trong những trường hợp nhất định, tỷ giá danh nghĩa không đảm bảo bảo hộ hiệu quả các ngành trong nước và dẫn đến thâm hụt cán cân vãng lai ngày càng nghiêm trọng. Vì vậy, Krueger và Corden đã cảnh báo về nguy cơ tự do thương mại không đi kèm bằng các chính sách tỷ giá hiệu quả, chẳng hạn như phá giá nội tệ.

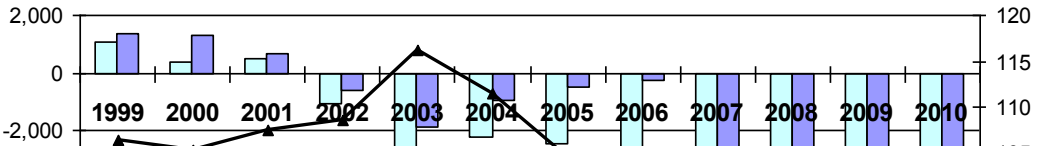
*Kênh thứ hai* vận hành qua tác động của tỷ giá đến sự thay đổi của các luồng vốn. Sự bất ổn của các luồng vốn không nhất thiết phải được hiểu theo nghĩa là sự biến động tuyệt đối mà là độ dao động từ mức vốn cần thiết để bù đắp cho thâm hụt tài khoản vãng lai. Đây vẫn là chủ đề còn nhiều bàn cãi (xem Frenkel 1996, pp. 153 - 54). Tuy nhiên, cuộc tranh luận về tác động của các biện pháp hạn chế tài khoản vốn đối với tỷ giá thực đã ngã ngũ qua nghiên cứu của Mussa (1984), khi tác giả phát hiện ra rằng các biện pháp này có tác động không đáng kể đến tỷ giá thực dài hạn, mà chỉ có có tác động đáng kể đến sự phản ứng của tỷ giá thực đối với các biến động kinh tế vĩ mô.

*Kênh thứ ba* vận hành thông qua tác động của chính sách tỷ giá đến tình hình kinh tế vĩ mô qua các biến vĩ mô chính như tăng trưởng và lạm phát. Trước tình hình kinh tế vĩ mô không mấy sáng sủa có thể một phần do cơ chế tỷ giá gây ra, cả Chính phủ lẫn doanh nghiệp đều có thể có áp lực phải điều chỉnh chính sách thương mại để cải thiện cán cân thanh toán.

Vì vậy, khi nghiên cứu ảnh hưởng của tỷ giá đến xuất nhập khẩu, cần xem xét hai biến số cơ bản là hệ số co giãn của xuất nhập khẩu với tỷ giá và tỷ giá thực hiệu quả (so sánh mức độ cạnh tranh của hàng hóa trong nước với rổ hàng hóa của nhiều nước khác nhau).

Nghiên cứu ảnh hưởng của tỷ giá thực hiệu quả (REER) đến cán cân thương mại của Việt Nam từ năm 2000-2010 cho thấy có mối quan hệ tương đối chặt chẽ.

**Biểu đồ 1:Tỷ giá thực đa phương và cán cân thương mại của Việt Nam giai đoạn 1999-2010**



*Nguồn: Ngân hàng Nhà nước và tính toán của Viện Chiến lược Ngân hàng*

Lý thuyết đã chứng minh, khi chỉ số tỷ giá thực REER > 1, nghĩa là tỷ giá thực tăng, VND giảm giá thực và sức cạnh tranh thương mại quốc tế của Việt Nam được cải thiện. Ngược lại, khi chỉ số REER < 1, nghĩa là tỷ giá thực giảm, VND lên giá thực và sức cạnh tranh thương mại quốc tế của Việt Nam bị xói mòn.

Xem xét thống kê giữa biến động của tỷ giá thực REER và thâm hụt cán cân thương mại giai đoạn 2000-2010 cho thấy có sự liên quan chặt chẽ giữa hai yếu tố này. Biểu đồ 1 cho thấy tỷ giá thực có tác động nhất định đến cán cân thương mại, hay nói cách khác là có ảnh hưởng đến xuất nhập khẩu. Trong giai đoạn 1999-2003, tỷ giá thực có xu hướng tăng, điều này phù hợp với cán cân thương mại giai đoạn này được cải thiện, thậm chí là thặng dư chút ít trong một số năm. Tuy nhiên, từ năm 2004 đến nay, tỷ giá thực có xu hướng giảm nên về lý thuyết sẽ làm giảm khả năng cạnh tranh thương mại quốc tế của Việt Nam. Thực tế thâm hụt cán cân thương mại ngày càng tăng trong giai đoạn này cũng phần nào chứng minh cho mối quan hệ này.

Như vậy, sự biến động về thâm hụt cán cân thương mại qua 2 giai đoạn 2000-2003 và 2004-2010 đã chịu những tác động nhất định của tỷ giá thực: khi chỉ số REER tăng thì thâm hụt cán cân thương mại được cải thiện và khi chỉ số REER giảm, mức độ thâm hụt cán cân thương mại tăng lên. *Điều đó chứng tỏ tỷ giá thực hiệu quả có tác động nhất định đến xuất nhập khẩu.*

Do tỷ giá thực hiệu quả có tác động nhất định đến xuất nhập khẩu theo phân tích ở trên nên câu hỏi đặt ra ở đây là: Biện pháp phá giá có ảnh hưởng như thế nào đến việc giải quyết tình trạng thâm hụt cán cân thương mại? Để đánh giá tác động của phá giá đối với cân bằng cán cân thương mại có thể sử dụng kết quả ước lượng từ hệ số co giãn.

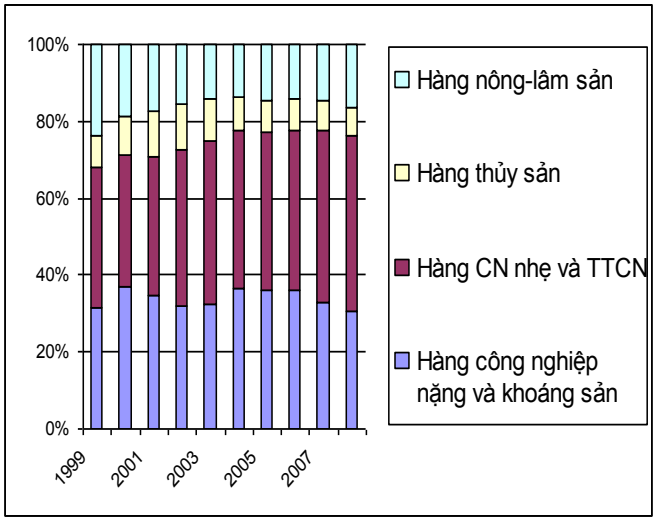
Trong giai đoạn 1989-2000, luận án tiến sĩ kinh tế cấp nhà nước được thực hiện năm 2002 bởi nghiên cứu sinh Dương Thị Thanh Mai "Vận dụng mô hình phân tích chính sách

tỷ giá ở Việt Nam" ước lượng hệ số co giãn cầu xuất nhập khẩu của Việt Nam đối với tỷ giá hối đoái thực cho kết quả < 1. Cụ thể độ co giãn của cầu xuất nhập khẩu đối với tỷ giá thực bằng 0,227. Do vậy, *sự thay đổi của tỷ giá thực trong giai đoạn này không có tác động đến xuất nhập khẩu*. Kết quả kiểm định này cũng phù hợp với cơ cấu xuất nhập khẩu của Việt Nam tập trung chủ yếu là các mặt hàng thô sơ chế và những mặt hàng chế biến có tỷ trọng nguồn nguyên liệu đầu vào nhập khẩu cao, còn cơ cấu nhập khẩu chủ yếu vẫn là tư liệu sản xuất của giai đoạn từ năm 1989-2000.

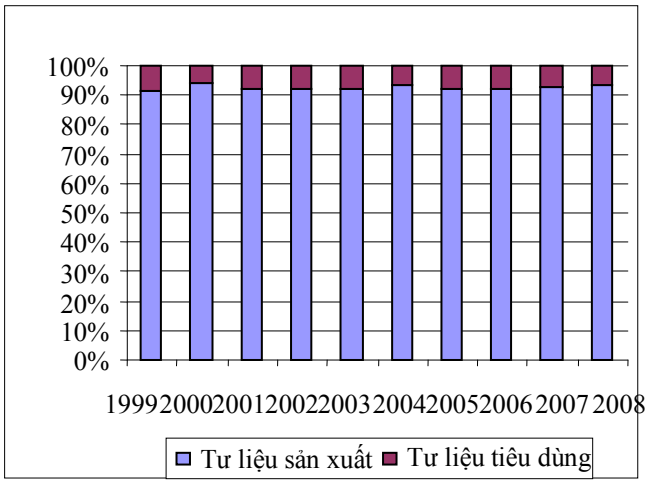
Trong giai đoạn tiếp theo từ 2000 đến nay, cơ cấu xuất nhập khẩu đã có sự thay đổi đáng kể. Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam trong những năm gần đây đã có sự thay đổi theo hướng tích cực. Theo báo cáo của MUTRAP (2008)[42], tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình các mặt hàng chế biến cao hơn tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa trung bình khoảng 1 điểm phần trăm. Do vậy, tỷ trọng của xuất khẩu nhóm hàng này trong tổng lượng hàng hóa xuất khẩu tăng từ 46,8% năm 2000 lên 49,6% năm 2005 và 51,l% năm 2007. Cơ cấu nhập khẩu cũng có những sự thay đổi theo xu hướng tích cực. Do đó, hệ số co giãn của cầu xuất nhập khẩu theo tỷ giá trong giai đoạn sau có thể đã có những thay đổi đáng kể và tiến gần đến 1.

Như vậy, kiểm nghiệm hệ số co giãn cầu xuất nhập khẩu Việt Nam có thể rút ra kết luận: việc giảm giá đồng nội tệ với điều kiện hiện tại của Việt Nam trong ngắn hạn có thể sẽ không cải thiện đáng kể cán cân thương mại. Nhưng nếu chính sách tỷ giá được thực hiện với sự hỗ trợ từ các chính sách vĩ mô khác để tái cơ cấu nền kinh tế và tái cơ cấu lại hoạt động xuất nhập khẩu trong dài hạn thì sẽ có thể cải thiện được cán cân thương mại.

***Biểu đồ 2:* Cơ cấu hàng xuất khẩu**




***Biểu đồ 3:* Cơ cấu hàng nhập khẩu**



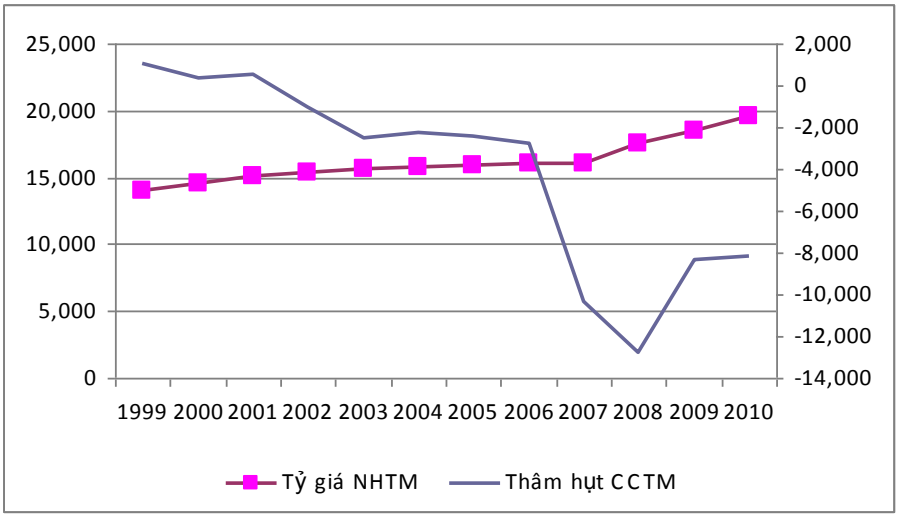

*Nguồn: Tổng cục thống kê*

[42] MUTRAP, Đánh giá tác động tổng thể khi Việt Nam trở thành thành viên WTO đến thay đổi xuất nhập khẩu và thể chế, Hà Nội, 2008

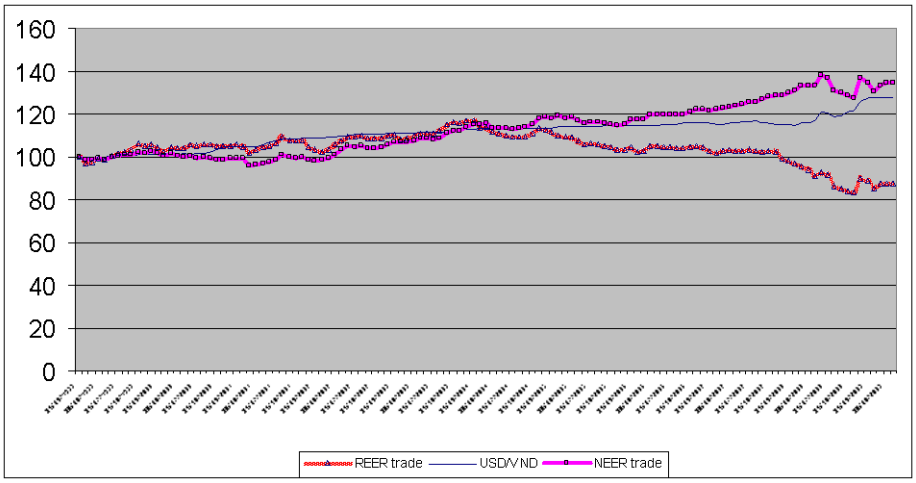
Qua nghiên cứu tác động của REER đến XNK cho thấy, REER có ảnh hưởng đáng kể đến XNK, đặc biệt khi có sự thay đổi trong cơ cấu XNK. Do đó, việc thực hiện chính sách tỷ giá cần kết hợp với các chính sách kinh tế vĩ mô khác nhằm chuyển đổi cơ cấu xuất nhập khẩu theo hướng hiện đại hóa, từ đó đảm bảo cải thiện được cán cân thương mại trong dài hạn.

Chính sách tỷ giá của Việt Nam trong thời gian qua cho thấy, ảnh hưởng của tỷ giá danh nghĩa chưa rõ nét trong việc tác động đến xuất nhập khẩu, trong khi đó tỷ giá thực hiệu quả lại có tác động rất rõ nét đến thâm hụt thương mại. Điều này chứng tỏ tỷ giá danh nghĩa chưa sát với tỷ giá thực hiệu quả. Bởi mục tiêu điều hành tỷ giá trong thời gian qua được coi là công cụ để neo lạm phát có tính đến yếu tố khuyến khích xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu.

***Biểu đồ 4*: Mối quan hệ giữa tỷ giá danh nghĩa với thâm hụt thương mại**




***Biểu đồ 5:* Mối quan hệ giữa REER[43] và tỷ giá danh nghĩa**



Dựa trên cơ sở lý luận cũng như thực tế về tác động của tỷ giá hối đoái đến xuất nhập khẩu và tình hình vĩ mô hiện nay Việt Nam đang phải đối mặt, nguy cơ lạm phát gia tăng, thì chính sách tỷ giá cần đưa ra mục tiêu điều hành rõ ràng. Trong thời gian hiện nay nên theo đuổi mục tiêu ổn định tỷ giá, song điều hành tỷ giá danh nghĩa nên bám sát tỷ giá thực hiệu quả, điều đó từng bước tạo điều kiện cho tỷ giá trở thành công cụ khuyến khích xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu trong trung hạn.

*Tuy nhiên, trong trung hạn tỷ giá cần trở thành công cụ hỗ trợ tích cực trong việc cải thiện cán cân thương mại, tăng khả năng cạnh tranh trong xuất khẩu, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế.*

Mục tiêu này chỉ có thể đặt ra khi nền kinh tế đã đạt được những điều kiện nhất định:

+ Tiềm lực tài chính của quốc gia đã đủ mạnh;

+ Thị trường tài chính phát triển đầy đủ và vận hành ổn định;

+ Tình trạng đô la hóa trong nền kinh tế được kiểm soát, lạm phát ở mức ổn định;

+ Cơ cấu xuất nhập khẩu có sự thay đổi căn bản, theo hướng xuất khẩu các mặt hàng tinh chế, tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng thô giảm, giá trị hàng xuất được hình thành chủ yếu bằng nguyên, vật liệu trong nước.

Nếu như các điều kiện trên đều được thỏa mãn, để tỷ giá trở thành công cụ hỗ trợ tích cực trong việc cải thiện cán cân thương mại, tăng khả năng cạnh tranh trong xuất khẩu, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế thì nên định giá VNĐ theo hướng thấp hơn giá trị của nó. Điều này sẽ tăng khả năng cạnh tranh quốc tế của doanh nghiệp xuất khẩu và các doanh nghiệp cạnh tranh với nhập khẩu, từ đó đảm bảo tính bền vững của cán cân thanh toán nói riêng và tăng trưởng kinh tế nói chung. Đặc biệt, các doanh nghiệp xuất khẩu có tỷ lệ đầu vào của các nguyên vật liệu trong nước trong cơ cấu sản phẩm xuất khẩu cao - điều mà Việt Nam muốn khuyến khích - càng được lợi từ chính sách tỷ giá cạnh tranh này./.

***Tài liệu tham khảo***

1. NCS. Dương Thị Thanh Mai (2002): "Vận dụng mô hình phân tích chính sách tỷ giá ở Việt Nam", Luận án tiến sĩ kinh tế.

2. Thông tin trên trang Web của Ngân hàng Nhà nước.

3. Thông tin trên trang Web của Tổng cục Thống kê.

4. Tỷ giá hối đoái và các nguyên lý kinh tế cơ bản: Khuôn khổ phân tích của IMF.

# PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC TRONG ĐIỀU KIỆN LIÊN THÔNG VỚI THỊ TRƯỜNG NƯỚC NGOÀI, TẠO CƠ SỞ ĐỂ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG NỀN KINH TẾ VIỆT NAM

***PGS. TS. Hoàng Thọ Xuân***
***Chuyên gia kinh tế Cao cấp - Viện Nghiên cứu Thương mại***

*Thế giới ngày càng "phẳng" hơn. Tốc độ phát triển nhanh đến chóng mặt của công nghệ thông tin và việc ứng dụng những thành tựu của nó vào nền kinh tế tri thức, cùng với quá trình hội nhập sâu rộng của các nước vào nền kinh tế toàn cầu đã làm cho khoảng cách thời gian và không gian giữa thị trường của một quốc gia với phần còn lại của thế giới ngày càng trở nên không đáng kể, hoàn toàn chỉ còn là tương đối. Vì thế, trong hoàn cảnh phải đi qua những "cơn bão xuyên lục địa", thị trường trong nước không phải chỉ là "bộ đệm", mà còn phải là "chiếc động cơ dự phòng" để đoàn tàu nền kinh tế luôn tiếp tục lăn bánh…*

Thị trường trong nước, nói hẹp hơn là các hệ thống phân phối hàng hóa, ngày càng thể hiện vị trí và vai trò cực kỳ quan trọng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội nước ta. Trước hết, thông qua việc cung cấp đầu vào (gồm cả tín hiệu của thị trường) và giải phóng đầu ra cho sản xuất, nó quyết định đối với chu trình tái sản xuất và tái sản xuất mở rộng. Đồng thời, thông qua việc cung cấp đầu vào cho tiêu dùng, nó quyết định đến sự phát triển của tiêu dùng và góp phần thực hiện an sinh xã hội. Nói cách khác, lưu thông hàng hóa vừa là điều kiện bảo đảm, vừa là động lực thúc đẩy cho tăng trưởng kinh tế. Mặt khác, bản thân lưu thông hàng hóa cũng tạo ra một bộ phận giá trị gia tăng chiếm khoảng 15% GDP của cả nền kinh tế.

*Những năm gần đây, thị trường trong nước liên tục đạt được những bước phát triển rất quan trọng và rất tích cực*. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng liên tục tăng qua các năm. Giai đoạn 2006-2010 tốc độ tăng bình quân hàng năm là 25,25% (năm 2006 đạt 596.207,1 tỷ đồng, năm 2007 đạt 731.809 tỷ đồng, năm 2008 đạt 983.803,4 tỷ đồng, năm 2009 đạt 1.214.500 tỷ đồng và năm 2010 đạt 1.561.600 tỷ đồng).

*Đặc biệt, trong điều kiện khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, chính thị trường trong nước đã làm "chỗ dựa" để duy trì và phục hồi sản xuất kinh doanh, qua đó duy trì và phục hồi tăng trưởng kinh tế*. Năm 2009, với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng hơn 1.200.000 tỷ đồng (tương đương trên 66 tỷ USD), tiêu thụ đại bộ phận khối lượng hàng hóa sản xuất trong nước, cân đối cung cầu và đáp ứng thỏa đáng đòi hỏi của sản xuất và đời sống về các vật tư hàng hóa thiết yếu, kiềm chế chỉ số giá tiêu dùng 6,52% là những cơ sở và tiền đề kinh tế bảo đảm chặn đà suy giảm và tạo đà phục hồi tăng trưởng. Nói như các học giả kinh tế danh tiếng thế giới là nhờ có thị trường nội địa, Việt Nam là một trong số ít các nước đã chữa trị được các tổn thương do khủng hoảng kinh tế toàn cầu đem đến mà không để lại các "vết sẹo" nào đáng kể.

*Tuy thế, thị trường trong nước vẫn chưa khắc phục được một số yếu kém và hạn chế rất cơ bản như:*

- Quá ít những doanh nghiệp và những hệ thống phân phối đủ mạnh, có khả năng tài chính, có mạng lưới kinh doanh, có lực lượng con người, có công nghệ quản lý và điều hành phù hợp với xu thế hiện đại hóa và chuyên nghiệp hóa, tương xứng với các đối tác quốc tế trong quá trình hội nhập và mở cửa thị trường trong nước với bên ngoài. Nói cách khác, trên thị trường thiếu những doanh nghiệp và hệ thống phân phối giường cột và nòng cốt, bảo đảm kiểm soát và chi phối được thị trường xã hội, nhất là trong những tình huống căng thẳng, gay gắt... Hầu hết các doanh nghiệp thương mại đều chưa có một cấu trúc phân phối được tổ chức mang tính hệ thống, bám sát quy trình vận động của hàng hóa từ thượng nguồn đến hạ nguồn, trải rộng trên các địa bàn, trong đó quan trọng nhất là hệ thống phân phối chuyên nghiệp, bao gồm hệ thống phân phối trực thuộc doanh nghiệp và hệ thống đại lý do doanh nghiệp lập ra và quản lý, kiểm soát hoạt động.

- Quá nhiều loại hình tổ chức mua bán và thương nhân nhỏ lẻ (chợ, cửa hàng độc lập, hộ kinh doanh cá thể) không được định hình phát triển, không được tổ chức thành đối tượng của quản lý nhà nước, hoạt động tự do và độc lập "ngoài vòng kiểm soát"; làm cho thị trường trở nên manh mún, tản mạn, lộn xộn và rối loạn, pháp luật của Nhà nước và lợi ích của người tiêu dùng không được tôn trọng. Bên trên các cửa hàng độc lập và các hộ cá thể không có một đơn vị hoặc chủ thể nào làm đầu mối tổ chức và kinh doanh.

*Về nguyên nhân của những tồn tại trên, có thể thấy rất rõ là:*

- Nhận thức, quan điểm về lưu thông hàng hóa và thị trường chưa đầy đủ, chưa rõ ràng và thiếu nhất quán. Lâu nay, trong nhận thức và quan điểm luôn coi sản xuất là gốc, mọi vấn đề đều quy về sản xuất và đều xuất phát từ sản xuất. Lẽ ra, trong thời đại hiện nay, lưu thông hàng hóa và thị trường phải là khâu năng động và linh hoạt nhất của chu trình tái sản xuất, là điểm nút xung yếu và có tác động chi phối sự vận hành trôi chảy của toàn bộ sợi dây chuyền trong đời sống kinh tế - xã hội.

Do nhận thức và quan điểm như vậy nên thị trường và thương mại trong nước ít được quan tâm đầu tư phát triển. Nhà nước chưa phát huy được chức năng tổ chức thị trường cũng như quy hoạch, thiết kế chính sách, định hướng phát triển và quản lý thị trường. Suốt quá trình đổi mới nền kinh tế, không xây dựng kịch bản đổi mới về lưu thông hàng hóa, cả trong tư duy kinh tế cũng như trong hành động thực tiễn đều có khuynh hướng để cho thị trường và thương mại phát triển tự do và thông thoáng một cách thái quá, từ chỗ trên thị trường và trong lưu thông hàng hóa cái gì cũng được tổ chức và quản lý sang chỗ không tổ chức và quản lý cái gì cả. Cũng vì thế mà dẫn đến tình trạng là Nhà nước không có công cụ và địa chỉ để tổ chức triển khai và kiểm tra, kiểm soát quá trình thực thi pháp luật, cơ chế và chính sách.

- Thị trường trong nước rộng lớn đòi hỏi phải có một thể chế phù hợp. Trong khi đó, các văn bản quy phạm pháp luật hiện nay mới chỉ điều chỉnh những khía cạnh riêng lẻ, chưa có

căn cứ, thiếu đồng bộ và không có tính hệ thống, ý nghĩa và giá trị pháp lý thấp làm cho vai trò quản lý nhà nước về tổ chức phát triển hệ thống phân phối trên thị trường bán lẻ còn mờ nhạt.

Bây giờ vấn đề đặt ra là, để tiếp tục ổn định và tăng trưởng nhanh và bền vững nền kinh tế nước nhà trong điều kiện vẫn tiếp tục hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, lại đang trong thời kỳ hậu khủng hoảng kinh tế thế giới, cần phát triển thị trường trong nước theo chiến lược nào, nội dung kịch bản ra sao?

**1. Về quan điểm và mục tiêu phát triển**

*a) Quan điểm:*

- Hài hòa và đa dạng hóa các kênh phân phối, các loại hình tổ chức và phương thức hoạt động, các thành phần kinh tế, các chế độ sở hữu, các địa bàn thị trường và các nguồn lực tham gia đầu tư phát triển.

- Kết hợp thương mại truyền thống với thương mại hiện đại. Xây dựng và củng cố các hệ thống phân phối lớn trên phạm vi cả nước đi đôi với tổ chức và phát triển mạng lưới phân phối nhỏ của địa phương.

- Thúc đẩy phát triển, đồng thời tăng cường quản lý nhà nước đối với các hệ thống phân phối, bảo đảm hài hòa giữa các lợi ích của Nhà nước, của doanh nghiệp và của người tiêu dùng. Phát triển phải trong sự quản lý và kiểm soát, quản lý và kiểm soát để phát triển đúng mục tiêu.

*b) Mục tiêu:*

- Thúc đẩy sản xuất phát triển, ổn định và từng bước nâng cao đời sống nhân dân, tích cực đóng góp cho tăng trưởng kinh tế bền vững của đất nước.

- Góp phần bảo đảm thị trường phát triển trong sự ổn định, cân bằng và hài hòa, vận hành có tổ chức và phù hợp với quy luật khách quan, hoạt động trong môi trường cạnh tranh lành mạnh dưới sự quản lý và điều hành vĩ mô của Nhà nước.

- Từng bước tạo tiền đề tổ chức và cơ sở kinh tế cho quá trình chủ động thực hiện thành công các cam kết gia nhập WTO về mở cửa lĩnh vực dịch vụ phân phối hàng hóa.

**2. Về định hướng chiến lược phát triển các hệ thống phân phối tạo "cốt vật chất" cho thị trường trong nước phát triển mạnh và bền vững**

*a) Phát triển các hệ thống phân phối, gắn hệ thống phân phối với hệ thống sản xuất về một số vật tư hàng hóa chiến lược*

- Phát triển mạnh đồng thời hai mạng lưới cửa hàng bán lẻ trực thuộc hệ thống phân phối của tập đoàn, tổng công ty và cửa hàng của hệ thống tổng đại lý, đại lý bán lẻ đối với một số vật tư hàng hóa chiến lược như xăng dầu, xi măng, sắt thép, lương thực, phân bón và

dược phẩm trở thành mạng lưới phân phối chủ lực, nòng cốt và có thể chi phối, chủ đạo được trên thị trường.

Gắn kết sự phát triển các cửa hàng trực thuộc và cửa hàng của các đại lý, tổng đại lý trong hệ thống phân phối của mình với quy hoạch phát triển mạng lưới kinh doanh các mặt hàng chiến lược trên địa bàn các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương. Đặc biệt chú trọng đến các khu vực, vùng, miền trọng điểm, như: khu sản xuất hàng hóa tập trung, khu công nghiệp, khu chế xuất, khu kinh tế, khu kinh tế cửa khẩu, khu đô thị, các tuyến giao thông huyết mạch và các hành lang kinh tế.

*b) Phát triển một số hệ thống phân phối chủ lực về hàng tiêu dùng, hướng tới mô hình các tập đoàn phân phối mạnh*

Các doanh nghiệp phân phối lớn về hàng tiêu dùng tổng hợp như Tổng công ty thương mại Hà Nội, Tổng công ty thương mại Sài Gòn, Liên hiệp hợp tác xã thương mại thành phố Hồ Chí Minh, Công ty cổ phần tập đoàn Phú Thái, Công ty CP Intimex tiếp tục phát triển rộng rãi hệ thống phân phối bán buôn và bán lẻ của mình, trước hết và chủ yếu tập trung vào các loại hình tổ chức và phương thức phân phối bán lẻ tiên tiến, hiện đại và chuyên nghiệp, hoạt động trên thị trường cả nước, như:

+ Phát triển các trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, siêu thị quy mô lớn (ở các đô thị hạng I và hạng II) và quy mô vừa, quy mô nhỏ (ở các đô thị hạng III trở xuống); kết nối lại thành các chuỗi trung tâm mua sắm, chuỗi siêu thị từ các đô thị hạng cao kéo dài và mở rộng xuống tới các đô thị hạng thấp hơn.

+ Phát triển các công ty bán lẻ hiện đại và chuyên nghiệp trên cơ sở thu hút và hội tụ đông đảo các cửa hàng bán lẻ truyền thống, các hộ bán lẻ độc lập; hướng dẫn, hỗ trợ và cải biến dần thành các cửa hàng tiện lợi, bố trí rộng rãi trên các đường phố và trong các khu chung cư, khu đô thị mới, khu công nghiệp tập trung... để làm mạng lưới chân rết bán lẻ hàng hóa cho công ty.

+ Phát triển một số trung tâm logistics (hậu cần phân phối) để thực hiện đồng bộ các dịch vụ chuẩn bị hàng hóa (theo chế độ đơn hàng) cho toàn bộ hệ thống phân phối bán lẻ; trên cơ sở đó, từng bước xây dựng và phát triển mô hình chuỗi phân phối và ứng dụng rộng rãi phương thức nhượng quyền thương mại.

*c) Phát triển các mô hình phân phối văn minh, hiện đại và chất lượng dịch vụ cao tại các thị trường đô thị*

+ Trung tâm thương mại, siêu thị: phát triển mạnh các loại hình này tại các khu vực thành thị, trước hết là tại các thành phố, thị xã lớn với qui mô khác nhau tùy thuộc vào hạng đô thị. Ngoài ra, phát triển loại hình này tại các khu công nghiệp tập trung, khu kinh tế lớn, khu đô thị mới, khu du lịch, khu dân cư tập trung, các cửa khẩu và các thị trấn, thị tứ. Trong mỗi loại hình, từng bước đổi mới tổ chức và hoạt động theo hướng văn minh và hiện đại, liên kết thành các hệ thống, các chuỗi phân phối.

+ Khu thương mại - dịch vụ tập trung: tại vùng ngoại thành của các đô thị lớn, hình thành và phát triển các khu mua sắm, khu thương mại - dịch vụ tập trung trên cơ sở liên kết và hội tụ các trung tâm thương mại lớn, các đại siêu thị, các trung tâm cung ứng dịch vụ, trung tâm hội chợ triển lãm cùng với các công trình văn hóa, thể thao, vui chơi giải trí, tạo ra một không gian rộng lớn phục vụ đời sống vật chất và tinh thần của đông đảo cư dân đô thị và khách du lịch, nhất là vào những ngày nghỉ cuối tuần và dịp lễ tết.

+ Phát triển các trung tâm hội chợ triển lãm theo qui hoạch ở ba cấp độ: cấp quốc gia, cấp vùng và cấp tỉnh; đồng thời khuyến khích phát triển các hội chợ chuyên ngành nhằm hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thị trường, phát triển sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh cả ở thị trường trong và ngoài nước.

*d) Phát triển hệ thống phân phối kết hợp hiện đại với truyền thống, gắn cung cấp vật tư và hàng tiêu dùng với thu mua nông sản thực phẩm trên thị trường nông thôn*

- Hình thành các kênh tiêu thụ cấp độ lớn đối với vùng sản xuất nông sản hàng hóa tập trung với sự tham gia của các doanh nghiệp nòng cốt (doanh nghiệp 100% vốn nhà nước, doanh nghiệp nhà nước cổ phần hóa), doanh nghiệp khác thuộc các thành phần kinh tế, liên hiệp HTX thương mại, hộ kinh doanh, hệ thống đại lý, chợ đầu mối nông sản cấp vùng và cấp tỉnh. Gắn với kênh này là việc xây dựng mô hình thí điểm tiêu thụ một số nông sản chủ yếu (thóc gạo, rau quả xuất khẩu, muối....) thông qua HTX với phương thức ký hợp đồng ngay từ đầu vụ sản xuất.

- Tại những vùng sản xuất nông sản hàng hóa chưa phát triển, phân tán, tạo lập các kênh lưu thông ở cấp độ vừa và nhỏ, phù hợp với cung cầu thị trường, với sự tham gia của doanh nghiệp, HTX thương mại, hộ kinh doanh... tiêu thụ hàng hóa nông sản thông qua mạng lưới chợ, siêu thị, cửa hàng tiện lợi tại các thị trấn, thị tứ; chợ dân sinh và cửa hàng tạp hóa ở địa bàn xã. Gắn với kênh này là việc xây dựng mô hình thí điểm tiêu thụ một số nông sản chủ yếu thông qua các hộ kinh doanh với phương thức ký hợp đồng kinh tế vào thời điểm thu hoạch.

- Tại các vùng nguyên liệu cho công nghiệp chế biến, xây dựng mối liên kết kinh tế bền vững giữa hộ nông dân HTX thương mại với cơ sở sản xuất - chế biến, giữa cơ sở sản xuất - chế biến với doanh nghiệp thương mại.

- Phát triển mạng lưới kinh doanh vật tư nông nghiệp theo hướng củng cố, hoàn thiện mạng lưới chợ tư liệu sản xuất, hệ thống phân phối, đại lý của các chủ thể sản xuất kinh doanh. Triển khai xây dựng mô hình thí điểm cung ứng vật tư phục vụ sản xuất nông nghiệp (phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, giống, tư liệu sản xuất khác...) theo hướng gắn với các mô hình thí điểm tiêu thụ nông sản.

- Căn cứ nhu cầu, thị hiếu và mức thu nhập của cư dân nông thôn, thiết lập mạng lưới kinh doanh hàng tiêu dùng với quy mô và phương thức hoạt động phù hợp từng địa bàn; phát triển mạng lưới chợ dân sinh tổng hợp, hệ thống đại lý, cửa hàng tại các trung tâm xã, các HTX thương mại, hộ kinh doanh theo phương thức đại lý hoặc nhượng quyền. Từng

bước phát triển chuỗi cửa hàng tiện lợi, siêu thị, trung tâm thương mại trong quá trình cải tạo mạng lưới chợ truyền thống ở nông thôn, trước hết là tại các chợ ở thị trấn, thị tứ.

*e) Xây dựng mô hình trung tâm logistics, kho bán buôn tạo tiền đề để xây dựng cơ chế chủ động điều tiết cung cầu bằng dự trữ lưu thông*

Xây dựng một số trung tâm logistics, trung tâm (kho) bán buôn (gồm cả hàng hóa chuyên ngành và hàng hóa tổng hợp) dưới 2 dạng: trung tâm như một đơn vị thuộc cơ cấu tổ chức kinh doanh của tập đoàn, công ty mẹ - con và trung tâm hoạt động độc lập tại một số địa bàn thị trường lớn (đô thị, vùng sản xuất hàng hóa tập trung). Thông qua phương thức hợp đồng và đơn hàng, các trung tâm này đảm nhận các khâu và các công đoạn trong quá trình đưa hàng từ nhà cung ứng (nhà sản xuất, nhà nhập khẩu) đến nhà bán lẻ cũng như quá trình đưa hàng từ nhà sản xuất đến nhà xuất khẩu. Trên cơ sở đó, hình thành cơ chế sử dụng các trung tâm logistics, các kho bán buôn như những cái "van" để điều tiết lưu thông hàng hóa theo qui luật cung cầu.

### 3. Về một số chủ trương, biện pháp lớn trong những năm trước mắt

*a) Tập trung thực hiện các chính sách phát triển hạ tầng thương mại, trong đó chú trọng đặc biệt tới hạ tầng thương mại nông thôn và miền núi*

- *Chính sách chung:* để phát triển hạ tầng thương mại, bên cạnh sự nỗ lực của từng doanh nghiệp, Nhà nước cần sửa đổi, bổ sung chính sách khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho các thành phần kinh tế trong và ngoài nước tham gia đầu tư, khai thác, sử dụng có hiệu quả nguồn vốn tự có và các nguồn vốn khác để phát triển hạ tầng thương mại tại các địa phương. Đồng thời, để phát triển nhanh, đồng bộ hạ tầng thương mại nhằm phát huy vai trò quan trọng của hệ thống phân phối trong nước đối với sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam và nâng cao khả năng cạnh tranh đối với các tập đoàn, hãng phân phối của nước ngoài, cần sửa đổi, điều chỉnh cơ chế, chính sách ưu đãi hiện hành theo hướng bổ sung các dự án đầu tư hạ tầng thương mại (bao gồm chợ các loại, kho bán buôn, trung tâm logistics, trung tâm triển lãm giới thiệu sản phẩm, cửa hàng đại lý, trung tâm mua sắm...) vào danh mục lĩnh vực được hưởng chính sách ưu đãi đầu tư theo qui định của Nghị định số 108/2006/NĐ-CP ngày 22/9/2006 của Chính phủ Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư, được vay vốn tín dụng ưu đãi theo qui định của Nghị định số 151/2006/NĐ-CP ngày 20/12/2006 (và Nghị định số 106/2008/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị định số 151 nói trên) của Chính phủ về tín dụng đầu tư và tín dụng xuất khẩu...

Trước mắt, trong những năm đầu của kế hoạch 5 năm (2011-2015), tập trung thực hiện đầy đủ các chính sách hỗ trợ, ưu đãi và khuyến khích đầu tư xây dựng hạ tầng thương mại, nhất là trên thị trường nông thôn và miền núi, được qui định tại Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23/12/2009 của Chính phủ ''Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ''; Quyết định số 23/2010/QĐ-TTg ngày 06/01/2010 của Thủ tướng Chính phủ ''Phê duyệt đề án phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010-2015 và định hướng đến năm 2020'';

Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 04/6/2010 của Chính phủ ‘‘Chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn’’...

*- Một số chính sách cụ thể:*

+ Chính sách đất đai: khi chỉ đạo xây dựng quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương, Uỷ ban nhân dân các tỉnh cần quan tâm chỉ đạo dành quỹ đất cho đầu tư phát triển hạ tầng thương mại. Một mặt, bảo đảm nhu cầu hiện tại, mặt khác, phù hợp với sự gia tăng của các dự án đầu tư và mở rộng quy mô hoạt động của các loại hình hạ tầng thương mại trong tương lai. Đồng thời, có giải pháp và chính sách tích cực, đồng bộ trong việc giải phóng mặt bằng, di dân tái định cư nhằm tạo thuận lợi cho các nhà đầu tư khi xây dựng hạ tầng thương mại trên địa bàn. Từng địa phương cần công bố kịp thời và công khai khung giá thuê đất cho từng khu vực tạo điều kiện cho các nhà đầu tư lựa chọn.

+ Chính sách tín dụng: chính sách tín dụng đầu tư cần tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp có dự án xây dựng hạ tầng thương mại được tiếp cận các nguồn tài chính một cách bình đẳng, nhanh chóng, đảm bảo nguồn vốn để tiến hành dự án đầu tư được cấp phép như những doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh khác. Khuyến khích, tạo điều kiện cho các hình thức liên doanh, liên kết đầu tư giữa chủ thể đầu tư và tổ chức tín dụng.

+ Chính sách thuế: sử dụng công cụ thuế, phí một cách linh hoạt, phù hợp với các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế để khuyến khích cạnh tranh bình đẳng, đồng thời bảo hộ hợp lý cho các nhà đầu tư trong nước tham gia đầu tư vào phát triển hạ tầng thương mại.

Đối với các doanh nghiệp phát triển hạ tầng thương mại với mô hình tổ chức và áp dụng phương thức kinh doanh hiện đại, công nghệ quản lý tiên tiến được hưởng chính sách ưu đãi về thuế thu nhập để hỗ trợ doanh nghiệp tích tụ vốn phục vụ cho quá trình phát triển kinh doanh theo quy định của Chính phủ.

Đối với thuế nhập khẩu các trang thiết bị phục vụ cho hoạt động của các công trình hạ tầng thương mại được miễn thuế như nhà đầu tư nước ngoài cùng lĩnh vực hoặc như các doanh nghiệp sản xuất có dự án thuộc diện khuyến khích đầu tư để hỗ trợ doanh nghiệp kiến tạo tài sản cố định ban đầu.

+ Chính sách hỗ trợ phát triển nhân lực: tranh thủ các nguồn vốn trong và ngoài nước để hỗ trợ đào tạo cho các doanh nghiệp, trong đó phân bổ hợp lý và sử dụng có hiệu quả nguồn kinh phí từ ngân sách nhà nước. Hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại về đào tạo, đào tạo lại đội ngũ cán bộ quản trị doanh nghiệp, quản trị chuỗi cung ứng, quản lý trung tâm logistics... và đào tạo các nhân viên có kỹ năng hiện đại, chuyên nghiệp trong nghiệp vụ kinh doanh thương mại nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển của doanh nghiệp và hội nhập kinh tế quốc tế, thông qua hệ thống các trường thuộc Bộ Công Thương và các trường đại học, cao đẳng liên kết với các trường này.

+ Chính sách khoa học công nghệ: củng cố và hình thành một số trung tâm nghiên cứu về thương mại, có đủ khả năng tiếp cận và khai thác thông tin nhanh nhạy và chính xác. Đồng thời, có chính sách hỗ trợ một phần kinh phí từ Trung ương hoặc địa phương để đổi mới, chuyển giao công nghệ, mua thiết kế, đào tạo nhân lực, tìm ra các giải pháp hữu ích để phát triển hạ tầng thương mại... Bên cạnh đó, Nhà nước cũng cần nhanh chóng thiết lập mạng lưới thanh toán bằng thẻ điện tử nhằm tạo điều kiện cho hoạt động mua bán, giao dịch nói chung và tại các siêu thị nói riêng diễn ra một cách thuận tiện...

*b) Trên cơ sở lấy Chương trình xúc tiến thương mại nội địa làm nòng cốt, tiếp tục triển khai thực hiện cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"*

Trước đây, nền kinh tế Việt Nam tăng trưởng cao là nhờ vào xuất khẩu, bởi trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu phát triển ổn định thì thị trường xuất khẩu ít có đột biến nên luôn duy trì đà tăng trưởng. Vì vậy, Nhà nước và doanh nghiệp đều tập trung nhiều nguồn lực cho tìm kiếm thị trường nước ngoài mà chưa đầu tư thỏa đáng phát triển thị trường nội địa. Đến nay, khi thị trường xuất khẩu bị thu hẹp và suy giảm, Chính phủ đã đưa ra nhiều chính sách để giúp doanh nghiệp khai thác thị trường nội địa. Hiệu quả và cơ hội của các chương trình kích cầu đầu tư, tiêu dùng đã tạo ra môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp củng cố và phát triển các kênh phân phối, mở rộng thị phần, vươn tới mọi miền đất nước.

Trên cơ sở lấy Chương trình xúc tiến thương mại nội địa làm nòng cốt, tiếp tục thực hiện cuộc vận động của Bộ Chính trị về "*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*" theo hướng thúc đẩy thị trường nội địa phát triển trên 3 phương diện, có thể xem là 3 "trụ cột".

+ Sản phẩm hàng hóa đa dạng, phong phú về chủng loại, mẫu mã đẹp, chất lượng tốt và giá cả cạnh tranh.

+ Dịch vụ phân phối thuận tiện, chu đáo, văn minh và từng bước hiện đại, chuyên nghiệp.

+ Người tiêu dùng khôn ngoan và sáng suốt, biết tự hào và luôn tin cậy hàng Việt, ưu ái và ưa chuộng sử dụng hàng Việt.

Để có được một thị trường đồng bộ và phát triển tương thích với một nền kinh tế của một nước công nghiệp theo hướng hiện đại, rõ ràng không phải là một cuộc "cách mạng qua đêm", mà phải là một chặng đường dài, một quá trình "cháy chậm" với nhiều bước đi vững chắc. Nhưng đi như thế nào thì cuối cùng "mọi con đường đều dẫn tới La Mã", thị trường phải được dựa trên các hệ thống phân phối chủ lực và trọng yếu - "cốt vật chất" của một thị trường khỏe mạnh, bền vững, sống động và hiệu quả. Một thị trường như thế, sẽ là cơ sở để phát triển bền vững nền kinh tế Việt Nam.

*Mọi người đều biết, trong một thế giới đầy biến động, "mọi thứ đều thay đổi, chỉ có bản thân sự thay đổi là không thay đổi". Nhưng mọi người cũng nên nhớ, "mặc dù không thay đổi được hướng gió, nhưng hoàn toàn có thể thay đổi được cánh buồm để tiếp tục lái con thuyền vững vàng hướng về bến bờ đã định". Trong trường hợp này, "cánh buồm" đó là thị trường trong nước rộng lớn với "mãi lực" của hàng chục triệu con người.*

# CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI

***PGS. TS. Lê Trịnh Minh Châu***

**Viện Nghiên cứu Thương mại**

Trở thành thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Việt Nam đang thực hiện các cam kết về mở cửa thị trường nói chung và thị trường dịch vụ phân phối nói riêng. Điều đó làm thay đổi nhanh chóng thị trường trong nước và đặt ra những yêu cầu mới về quản lý quá trình phát triển kết cấu hạ tầng thương mại của nước ta.

Đồng thời, Việt Nam cũng đã thỏa thuận hợp tác song phương với Trung Quốc về kế hoạch phát triển hai hành lang và một vành đai kinh tế, cùng với các nước ASEAN xây dựng kế hoạch phát triển tuyến đường xuyên Á, các hành lang kinh tế Đông - Tây... Do đó, việc phát triển các hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại được đặt ra như một trong những nội dung quan trọng hàng đầu của hợp tác kinh tế quốc tế và khu vực.

Nền kinh tế Việt Nam đang bước vào thời kỳ phát triển nhanh và bền vững, với mục tiêu đến năm 2020 sẽ cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại. Điều đó cho thấy, thời kỳ đến năm 2020 là thời kỳ chuyển biến mạnh mẽ của nền kinh tế Việt Nam từ nền kinh tế nông nghiệp sang nền kinh tế công nghiệp, thời kỳ phát triển mạnh mẽ cả về lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất. Trong đó, nền thương mại của Việt Nam cũng chuyển biến mạnh mẽ từ nền thương mại nhỏ lên nền thương mại lớn và hiện đại với những thay đổi to lớn về cách thức tổ chức kinh doanh, phương thức cung ứng, phương thức tiêu thụ... Những chuyển biến đó đòi hỏi quá trình phát triển kết cấu hạ tầng thương mại phải thuận lợi hơn, mang lại hiệu quả bền vững hơn.

*Hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại* trong nền kinh tế, bao gồm:

+ Hệ thống kết cấu hạ tầng phục vụ cho hoạt động xuất - nhập khẩu hàng hóa, như: Khu thương mại cửa khẩu; Khu thương mại tự do; Khu bảo thuế;

+ Hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại bán buôn, như: Chợ; Trung tâm bán buôn; Tổng kho hàng hóa;

+ Hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ, như: Trung tâm mua sắm; Trung tâm thương mại; Đại siêu thị; Chợ dân sinh;

+ Hệ thống kết cấu hạ tầng phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại, bao gồm các trung tâm hội chợ triển lãm quốc gia.

Xác lập các chính sách phát triển kết cấu hạ tầng thương mại phù hợp với những yêu cầu phát triển bền vững các hoạt động thương mại của nền kinh tế nước ta trong quá trình thực hiện CNH, HĐH và mở cửa thị trường, hội nhập kinh tế quốc tế trong thời kỳ đến năm 2020, là một trong những nội dung quan trọng của chính sách thương mại. Đồng thời, qua đó góp phần thúc đẩy nhanh và bền vững quá trình chuyển biến từ nền thương mại nhỏ, lạc hậu tiến lên nền thương mại văn minh, hiện đại.

## 1. Chính sách đầu tư

### *a/ Chính sách chung*

**Vốn đầu tư xã hội vào ngành thương mại, sửa chữa** phân theo thành phần kinh tế, bao gồm: Kinh tế Nhà nước; Kinh tế ngoài Nhà nước; Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài. Thực tế, trong những năm vừa qua, vốn của khu vực kinh tế Nhà nước so với tổng vốn đầu tư xã hội vào ngành thương mại có xu hướng tăng, từ 15% năm 2005 lên 26,6% năm 2009, trong khi tỷ trọng vốn đầu tư vào ngành thương nghiệp của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài và khu vực kinh tế ngoài Nhà nước giảm tương ứng từ 85% năm 2005 còn 73,4% năm 2009.

Trong giai đoạn 2011-2020, các nguồn vốn đầu tư phát triển thương mại nói chung và đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại nói riêng, nguồn vốn của doanh nghiệp là nguồn vốn chủ yếu, bao gồm vốn tự có của doanh nghiệp, vốn liên doanh, liên kết… Tuy nhiên, để phát triển các hoạt động thương mại trên qui mô lớn, phạm vi rộng, khu vực kinh tế Nhà nước vẫn cần tiếp tục duy trì mức đầu tư vào ngành thương mại. Đồng thời, việc đa dạng các hình thức đầu tư huy động vốn là hết sức cần thiết và cần kết hợp lồng ghép giữa các nguồn vốn để bảo đảm hiệu quả sử dụng. Cụ thể:

+ Tạo điều kiện thuận lợi để thu hút vốn đầu tư từ mọi thành phần kinh tế dưới nhiều hình thức vào xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại cả ở trong và ngoài nước. Nhà nước cần đưa ra chính sách định hướng để thu hút vốn của doanh nghiệp, các Liên hiệp HTX tập trung phát triển hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại, chợ đầu mối, chợ hạng I; vốn của các hợp tác xã và doanh nghiệp qui mô nhỏ và vừa, hộ kinh doanh chủ yếu đầu tư phát triển các chợ bán lẻ (hạng II, hạng III); vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài để đẩy mạnh quá trình hình thành và phát triển kết cấu hạ tầng thương mại theo hướng văn minh, hiện đại. Tuy nhiên, Nhà nước cần có sự kiểm soát thật hợp lý để bảo vệ các nhà đầu tư trong nước; đồng thời ban hành danh mục dự án cấp phép đầu tư nước ngoài rõ ràng, trên cơ sở các mục tiêu và tiêu chí nhất quán. Nhà nước không nhất thiết phải can thiệp vào hoạt động của doanh nghiệp, song phải quan tâm, coi trọng việc phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, coi đó là một biện pháp nhằm phát triển thị trường nội địa, hệ thống phân phối trong nước, tạo tiền đề vững chắc cho hội nhập kinh tế và thương mại quốc tế thông qua các chính sách, biện pháp hỗ trợ cụ thể để nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam với các doanh nghiệp nước ngoài.

+ Nghiên cứu ban hành chính sách hỗ trợ đối với các doanh nghiệp đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại ở nước ngoài; khuyến khích các doanh nghiệp xuất khẩu, các nhà phân phối trong nước đầu tư xây dựng trung tâm thương mại, các cơ sở bán hàng ở nước ngoài.

+ Áp dụng chính sách hiện hành về hỗ trợ vốn đầu tư từ ngân sách đối với một số kết cấu hạ tầng thương mại theo loại hình và theo địa bàn đầu tư. Thương nhân hoạt động thương mại thường xuyên tại vùng khó khăn được vay vốn theo ưu đãi về tín dụng đối với thương nhân hoạt động thương mại tại vùng khó khăn. Các dự án đầu tư hạ tầng thương mại trên địa bàn nông thôn được hưởng chính sách ưu đãi đầu tư.

+ Cần có sự bổ sung một số loại hình kết cấu hạ tầng thương mại vào danh mục các dự án được hỗ trợ đầu tư từ ngân sách nhà nước, như trung tâm logistics, kho hàng công, trung tâm bán buôn hàng công nghiệp.

+ Cần có chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế trong và ngoài nước tham gia đầu tư; đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp khai thác và sử dụng có hiệu quả nguồn vốn tự có và các nguồn vốn khác để đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại tại các địa phương.

+ Nghiên cứu áp dụng hình thức Nhà nước đầu tư xây dựng một số kết cấu hạ tầng thương mại qui mô lớn cho các thương nhân thuê khai thác, nhất là các loại hình kết cấu hạ tầng bán buôn.

+ Tạo điều kiện thuận lợi để nhanh chóng xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại, ưu tiên xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại tại các đô thị để giải quyết tình trạng ùn tắc giao thông, hạn chế ô nhiễm môi trường và nâng cao trình độ văn minh tại các thành phố lớn, đặc biệt là thủ đô Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.

+ Chú trọng tạo quỹ đất hợp lý cho phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, đặc biệt là kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại qui mô lớn có ảnh hưởng ở phạm vi vùng và cả nước; kết hợp phát triển hợp lý các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại để sử dụng quỹ đất một cách hiệu quả; quy hoạch các khu dân cư đô thị để tạo thêm quỹ đất cho phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị. Xây dựng, thực hiện quy hoạch phát triển kết cấu hạ tầng thương mại nông thôn hài hòa, hợp lý gắn với quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông thôn.

+ Tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp được tiếp cận các nguồn tài chính để phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại. Khuyến khích, tạo điều kiện cho các hình thức liên doanh, liên kết đầu tư giữa các doanh nghiệp phân phối và tổ chức tín dụng đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại.

+ Ngoài các chính sách thu hút vốn đầu tư của Trung ương, các địa phương cần có những chính sách riêng, đặc thù nhằm thu hút nguồn vốn đầu tư vào kết cấu hạ tầng thương mại. Các địa phương cân đối nguồn ngân sách hàng năm để có cơ chế ưu đãi, hỗ trợ đầu tư. Trích lập một phần ngân sách tạo nguồn vốn đầu tư xây dựng các công trình mang tính trọng điểm của địa phương, hỗ trợ các chủ thể đầu tư trong việc thực hiện việc giải phóng mặt bằng, xây dựng hoàn thiện cơ sở hạ tầng đảm bảo cho hoạt động của các dự án. Đa dạng hóa các hình thức tạo vốn, nhất là nguồn vốn của các doanh nghiệp, vốn trong các thành phần kinh tế qua các hình thức đầu tư. Phát huy tiềm năng đất đai như đổi đất lấy cơ sở hạ tầng, cho thuê đất xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại, dùng mặt bằng thay vốn đầu tư trong hợp tác, liên doanh, liên kết….

+ Sử dụng công cụ kiểm tra nhu cầu kinh tế theo cam kết gia nhập WTO về mở cửa thị trường dịch vụ phân phối để hỗ trợ hợp lý cho các nhà đầu tư trong nước đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại.

***b/ Chính sách đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ hoạt động xuất, nhập khẩu hàng hóa***

- Nhà nước cần có những chính sách thu hút và sử dụng các nguồn vốn như sau:

*+ Vốn từ ngân sách Trung ương*

Đối với quy hoạch các khu kinh tế của cả nước, cần đưa các dự án trong khu kinh tế vào danh mục được ưu tiên, ưu đãi, hỗ trợ vốn xây dựng cơ sở hạ tầng. Đặc biệt đẩy nhanh tốc độ đầu tư xây dựng hạ tầng các khu kinh tế cửa khẩu tạo điều kiện để kêu gọi các nhà đầu tư tham gia hoạt động đầu tư, kinh doanh. Ngân sách Trung ương tập trung ưu tiên cho các công trình trọng điểm, thiết yếu như đường giao thông, cấp điện, cấp thoát nước... Đồng thời đưa các dự án hạ tầng thương mại như chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm; khu thương mại - dịch vụ tập trung; tổng kho bán buôn và hệ thống xử lý, chế biến, phân hạng, bảo quản thu mua nông, lâm, thủy sản hàng hóa; trung tâm logistics; trung tâm hội chợ - triển lãm; sở giao dịch hàng hóa; trung tâm đấu giá; sàn giao dịch thương mại điện tử tại các khu kinh tế, vào danh mục được hỗ trợ đầu tư xây dựng từ ngân sách Trung ương.

Hiện nay, chính sách hỗ trợ tài chính đối với các dự án kết cấu hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội của khu kinh tế cửa khẩu đã được ban hành với nhiều chính sách khuyến khích và hỗ trợ từ Nhà nước. Tuy nhiên, việc quy định về nguồn vốn hỗ trợ đầu tư từ ngân sách Trung ương chưa được cụ thể và rõ ràng, như xác định dự án nào là quan trọng; những điều kiện, nguyên tắc, hạng công trình nào được hỗ trợ. Vì vậy, để thúc đẩy tiến độ các dự án phát triển kết cấu hạ tầng tại khu kinh tế cửa khẩu, cần bổ sung những quy định làm rõ những vấn đề trên, qua đó khuyến khích các chủ dự án đầu tư và đẩy nhanh tiến độ thực hiện, kịp thời đưa vào sử dụng, đáp ứng đòi hỏi của các hoạt động sản xuất - kinh doanh trong khu kinh tế.

*+ Vốn từ ngân sách địa phương*

Để đảm bảo sử dụng có hiệu quả, tránh lãng phí, thất thoát nguồn vốn hạn hẹp của địa phương, cần tăng cường quản lý thu chi ngân sách. Các địa phương có thế mạnh về hoạt động xuất nhập khẩu cần tập trung cải cách cơ cấu chi ngân sách địa phương theo hướng giảm dần tỷ trọng chi thường xuyên, tăng dần chi đầu tư phát triển và chi hỗ trợ đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại phục vụ cho hoạt động xuất nhập khẩu như hệ thống kho, hệ thống bảo quản, sơ chế, phân hạng hàng hóa, sàn giao dịch, trung tâm thông tin...

- Chính sách khuyến khích đầu tư:

+ Ngoài việc thực hiện có hiệu quả những chính sách hỗ trợ và ưu đãi đối với khu kinh tế cửa khẩu, Chính phủ cần xem xét sửa đổi một số chính sách theo hướng bổ sung các dự án đầu tư kết cấu hạ tầng phục vụ xuất nhập khẩu cũng được hỗ trợ vốn từ nguồn vốn đầu tư phát triển của ngân sách địa phương và nguồn vốn hỗ trợ có mục tiêu của ngân sách Trung ương.

+ Nhà nước dành nguồn vốn để tập trung đầu tư nâng cấp kết cấu hạ tầng phục vụ cho xuất nhập khẩu, như cải tạo hệ thống giao thông, vận tải nội địa, mở các tuyến

đường bộ, đường sắt xuyên quốc gia; cải tạo và nâng cấp hệ thống kho bãi, cầu cảng để nâng cao năng lực xếp dỡ; hình thành sự liên kết giữa các hạng hình vận tải nhằm khai thác và tận dụng ưu thế của mỗi hạng hình vận tải trong từng khu vực.

***c/ Chính sách đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại bán buôn***

- Mặc dù hệ thống kết cấu hạ tầng bán buôn nước ta hiện nay chủ yếu là hệ thống chợ đầu mối và chợ hạng 1 truyền thống đã được Nhà nước quan tâm hỗ trợ vốn đầu tư, song trong những năm vừa qua, hệ thống chợ hạng 1 và chợ đầu mối được đầu tư còn manh mún, chưa theo quy hoạch mang tính tổng thể, hơn nữa quá trình đầu tư cải tạo, nâng cấp các loại hình chợ này diễn ra còn chậm và phần lớn không đúng tiến độ. Vì vậy, cần tiếp tục hỗ trợ vốn từ Ngân sách nhà nước xây dựng cơ sở hạ tầng của các chợ đầu mối nông, lâm, thủy sản và thực phẩm tại những vùng sản xuất hàng hóa tập trung, đặc biệt là các chợ đầu mối nông sản cấp quốc gia và vùng ở vùng sản xuất hoặc ở vùng tiêu thụ lớn.

UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương cần có cơ chế rõ ràng về việc phân bổ và sử dụng vốn đầu tư xây dựng chợ nói chung, xây dựng chợ hạng một và chợ đầu mối nói riêng.

- Cần thu hút đầu tư để hình thành một số sàn giao dịch hàng hóa tại các chợ đầu mối nông sản, các trung tâm bán buôn, trung tâm logistics...

- Cần thu hút đầu tư để phát triển các loại hình doanh nghiệp, hợp tác xã nông nghiệp và khuyến khích liên kết giữa các hợp tác xã với các doanh nghiệp bán lẻ trong việc tăng cường đầu tư cơ sở vật chất để cung ứng các dịch vụ phân hạng, sơ chế, đóng gói bao bì đối với hàng nông sản thực phẩm. Hàng hóa vào các chợ đầu mối phải đảm bảo chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, phải được sơ chế, phân hạng, đóng gói, bao bì, dán nhãn mác hàng hóa từ nơi thu hoạch đến nơi sản xuất, chế biến.

- Cần có nhiều biện pháp để tăng cường công tác kiểm tra chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm đối với  hàng hóa lưu thông qua hệ thống kết cấu hạ tầng bán buôn.

***d/ Chính sách đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ***

Hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ có mật độ bao phủ lớn hơn hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại xuất nhập khẩu và bán buôn, yêu cầu vốn để đầu tư xây dựng từng công trình tuy thấp hơn, nhưng lại đòi hỏi áp dụng nhiều công nghệ, khoa học kỹ thuật hiện đại, đa dạng, thời gian đầu tư đến khi khai thác thu hồi vốn ngắn hơn nên thu hút nguồn vốn từ các chủ thể sản xuất - kinh doanh dễ dàng hơn. Đây là nguồn vốn có vai trò quan trọng trong việc phát triển các dự án kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ. Nhà nước cần có chính sách khuyến khích ưu đãi, để các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế, hộ kinh doanh và nhân dân bỏ vốn đầu tư xây dựng các công trình thương mại bán lẻ với phương châm Nhà nước và nhân dân cùng làm.

Muốn thu hút có hiệu quả nguồn vốn này cần công khai về qui hoạch sử dụng đất, qui hoạch kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ của toàn quốc, của từng vùng và từng địa phương, thông tin về danh mục các dự án đầu tư có thứ tự ưu tiên, hỗ trợ đầu tư; công khai các chính sách khuyến khích ưu đãi đầu tư của trung ương và địa phương như chính sách tín

dụng, chính sách ưu đãi thuế tạo điều kiện cho các chủ thể khai thác dự án đầu tư để thu hồi vốn và mang lại lợi ích kinh tế cho họ. Đồng thời, khuyến khích các doanh nghiệp tăng cường liên kết đầu tư. Doanh nghiệp chủ đầu tư đứng ra chịu trách nhiệm trước pháp luật, cơ quan có thẩm quyền về dự án đầu tư, còn các doanh nghiệp khác cùng góp vốn đầu tư xây dựng, khai thác và phân chia lợi ích theo tỷ lệ vốn góp hay theo sự thỏa thuận của các bên tham gia góp vốn. Khuyến khích các doanh nghiệp khai thác vốn đầu tư từ nhiều nguồn khác nhau như tín dụng ngân hàng, phát hành cổ phiếu, trái phiếu công ty hoặc có thể niêm yết trên thị trường chứng khoán…

Để đảm bảo thực hiện quy hoạch kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ đạt kết quả bằng nguồn vốn này cần có kế hoạch, phương pháp lựa chọn nhà đầu tư sao cho phù hợp, có đủ năng lực để thực hiện dự án đầu tư đã được cấp phép. Vì vậy, mỗi dự án cần thẩm định kỹ nhu cầu về kỹ thuật, công nghệ, tài chính…, từ đó làm cơ sở để thẩm định và lựa chọn chủ đầu tư.

***e/ Chính sách đầu tư phát triển các trung tâm hội chợ triển lãm***

- Hội chợ triển lãm là một bộ phận quan trọng trong hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại, nó có những đặc điểm khác biệt rõ rệt so với các loại hình khác về quy mô, tính chất sử dụng theo vụ mùa và đặc biệt đòi hỏi vốn đầu tư rất lớn, thời gian thu hồi vốn dài. Do vậy, vốn đầu tư là vấn đề cần được quan tâm giải quyết đối với cả doanh nghiệp và Nhà nước thông qua các giải pháp:

+ Khuyến khích và thu hút đầu tư: Huy động vốn từ nhiều nguồn khác nhau, sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn vay và hỗ trợ của ngân sách Nhà nước, có chính sách ưu đãi, thông thoáng để thu hút nguồn vốn đầu tư nước ngoài.

+ Trong điều kiện ngân sách có hạn, vốn Nhà nước chỉ nên tập trung cho các công trình cơ sở hội chợ triển lãm quan trọng, trong đó chủ yếu là hỗ trợ xây dựng cơ sở hạ tầng (san lấp mặt bằng, xây dựng hệ thống điện, cấp nước, thoát nước, đường giao thông nội bộ…) và cần kết hợp với các nguồn vốn khác. Nhà nước có thể miễn hoặc giảm thu tiền sử dụng đất, giao đất để xây dựng các cơ sở hội chợ triển lãm.

+ Nhà nước cần tập trung hỗ trợ vốn bước đầu để khuyến khích các doanh nghiệp tiếp tục tham gia xây dựng cơ sở hội chợ triển lãm, cần đưa ra cơ chế hỗ trợ minh bạch, rõ ràng từ hạng mục, mức chi hỗ trợ đến cấp hỗ trợ đối với từng hạng mục của cơ sở hội chợ triển lãm.

+ Việc đầu tư xây dựng, khai thác và quản lý cơ sở hội chợ triển lãm phải dựa trên quy hoạch và chương trình quốc gia, kết hợp quản lý theo ngành với địa phương và vùng lãnh thổ.

- Nhà nước cần xây dựng định hướng phát triển đối với hội chợ triển lãm thương mại. Việc vạch ra định hướng, chiến lược phát triển dài hạn cho hoạt động hội chợ triển lãm thương mại là hết sức cần thiết nhằm khắc phục những điểm yếu, những hạn chế và tăng cường khả năng, mức độ hỗ trợ doanh nghiệp cũng như nâng cao hiệu quả tham gia các chương trình hội chợ thương mại của doanh nghiệp. Hoạt động hội chợ triển lãm thương

mại cần được cải thiện theo hướng chuyên nghiệp hóa ở ba cấp độ: thứ nhất là các cơ quan quản lý nhà nước đối với hoạt động hội chợ triển lãm thương mại; thứ hai là các doanh nghiệp tổ chức hội chợ triển lãm thương mại và cuối cùng là các doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm thương mại. Đối với các cơ quan quản lý nhà nước, trong thời gian tới, định hướng trọng tâm trong hoạt động hội chợ triển lãm thương mại là hỗ trợ doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu, đó cũng là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu đối với công tác xúc tiến thương mại của nước ta. Nội dung của việc hỗ trợ doanh nghiệp phải bao trùm cả 3 lĩnh vực: phát triển thị trường, phát triển sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Để các hoạt động hội chợ triển lãm góp phần tích cực cho việc hỗ trợ, thúc đẩy phát triển thương mại trong nước, đẩy mạnh xuất khẩu cần tập trung phát triển các hoạt động hội chợ theo hướng giảm dần các hội chợ quy mô nhỏ mang tính hình thức, nâng dần quy mô của các hội chợ, giảm dần các hội chợ tổng hợp, địa phương, không thường xuyên; nâng dần tỷ trọng các hội chợ chuyên ngành, thường xuyên, quốc gia và quốc tế. Có biện pháp thích hợp để giảm bớt số doanh nghiệp tổ chức hội chợ triển lãm hiện nay, giải thể một số doanh nghiệp kinh doanh hội chợ không đủ năng lực, đồng thời hỗ trợ nhằm hình thành một số doanh nghiệp mạnh trong lĩnh vực tổ chức hội chợ triển lãm trong và ngoài nước.

**2. Chính sách phát triển nguồn nhân lực**

**Hình 2.3.** Mặc dù nhân lực hoạt động trong ngành thương mại đang chiếm tỷ trọng lớn so với các ngành khác, tuy nhiên còn chậm phát triển so với yêu cầu phát triển ngành. Nhà nước cần đặc biệt quan tâm ưu tiên phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực các doanh nghiệp thương mại, bao gồm:

**Hình 2.4.** - Hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại về đào tạo để phát triển nguồn nhân lực nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển của doanh nghiệp và hội nhập kinh tế quốc tế như: đào tạo cán bộ quản trị doanh nghiệp, quản trị chuỗi cung ứng, quản trị các trung tâm logistics, trung tâm mua sắm, trung tâm bán buôn... và đào tạo các nhân viên có kỹ năng chuyên nghiệp trong vận hành công nghệ hiện đại…

- Thực hiện các đề án hỗ trợ đào tạo nâng cao năng lực quản trị kinh doanh cho các cán bộ quản lý chợ, hợp tác xã thương mại, các hộ kinh doanh. Mở rộng hình thức đào tạo, đào tạo lại và bồi dưỡng kiến thức cho đội ngũ cán bộ quản lý thương mại.

- Chú trọng đào tạo nghề để có đội ngũ cán bộ, công nhân kỹ thuật, nhân viên nghiệp vụ lành nghề đủ khả năng nắm bắt và sử dụng thành thạo các phương tiện kỹ thuật và công nghệ hiện đại, nhất là tại các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại. Tổ chức đào tạo lại đội ngũ cán bộ kỹ thuật và quản lý, nâng dần chất lượng đào tạo lên ngang tầm các nước trong khu vực và thế giới.

- Tranh thủ các nguồn vốn trong và ngoài nước để hỗ trợ đào tạo cho các doanh nghiệp, trong đó phân bổ hợp lý và sử dụng có hiệu quả nguồn kinh phí từ ngân sách nhà nước.

- Tạo cơ hội cho các nhà quản lý học tập về kinh nghiệm quản lý và áp dụng tiến bộ khoa học vào quản trị các hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại.

- Nhà nước cần quan tâm đến nguồn nhân lực dành cho hoạt động khai thác cơ sở hội chợ triển lãm thương mại. Những hạn chế lớn của nguồn lực hoạt động hội chợ triển lãm là thiếu kiến thức về kinh tế thị trường, về luật pháp quốc tế, về thương mại quốc tế toàn cầu hóa và tự do hóa, thiếu các kỹ năng chuyên môn cơ bản về hội chợ triển lãm và không biết cách sử dụng các phương tiện thông tin hiện đại để có thể tiến hành hoạt động hội chợ triển lãm. Ngay tại các Sở Công Thương hiện nay, số cán bộ có chuyên môn nghiệp vụ về hội chợ triển lãm cũng còn rất hạn chế, nhiều Sở Công Thương còn không có cán bộ nào am hiểu về lĩnh vực này. Do vậy, cần tuyển dụng thêm cán bộ để bổ sung vào nguồn nhân lực đang còn rất thiếu cho hoạt động này; có kế hoạch đào tạo lại nguồn nhân lực theo yêu cầu nhiệm vụ của công tác xúc tiến thương mại, hội chợ triển lãm thời gian tới, dựa trên chiến lược ngành hàng cụ thể và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp; đa dạng hóa hạng hình và phương pháp đào tạo, áp dụng các phương pháp đào tạo tiên tiến, sử dụng các phương tiện đào tạo điện tử…; tạo môi trường làm việc thuận lợi và tiện nghi, có chính sách tiền lương hợp lý và sử dụng các đòn bẩy kinh tế để khuyến khích người làm công tác xúc tiến thương mại đạt năng suất, chất lượng và hiệu quả…

**3. Chính sách về khoa học công nghệ**

Hiện trạng về công nghệ kỹ thuật ngành thương mại của Việt Nam vẫn còn thấp so với các nước trong khu vực, kể cả công nghệ phần cứng lẫn công nghệ phần mềm. Ngoài ra, việc nghiên cứu ứng dụng các công trình khoa học chưa được chú trọng. Vì vậy trong thời gian tới, Nhà nước cần xem xét ban hành và tổ chức thực hiện có hiệu quả một số chính sách sau:

- Tập trung chỉ đạo và hỗ trợ các tổ chức nghiên cứu khoa học công nghệ công lập thuộc lĩnh vực thương mại trong quá trình thực hiện Nghị định số 115/2005/NĐ-CP ngày 5 tháng 9 năm 2005 của Chính phủ quy định cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm của các tổ chức khoa học và công nghệ công lập và Nghị định số 80/2007/NĐ-CP của Chính phủ về doanh nghiệp khoa học công nghệ.

- Củng cố và hình thành trung tâm nghiên cứu, dự báo thị trường có đủ khả năng tiếp cận và khai thác thông tin nhanh nhạy và chính xác. Đồng thời, Nhà nước cần tiếp tục đẩy mạnh việc thực hiện chính sách hỗ trợ một phần kinh phí để đổi mới, chuyển giao công nghệ  hoặc mua thiết kế, đào tạo nhân lực...

- Các tỉnh dành một phần ngân sách địa phương hàng năm để hỗ trợ cho nghiên cứu triển khai áp dụng các chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học, áp dụng các giải pháp hữu ích để phát triển hoạt động thương mại...Ứng dụng rộng rãi các công nghệ và phương thức kinh doanh tiên tiến và hiện đại trong hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại.

- Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu dùng chung và nâng cao năng lực cung cấp thông tin nhanh và hiệu quả cho các doanh nghiệp, tạo điều kiện dễ dàng để các doanh nghiệp tiếp cận các Website về quy hoạch, quy định pháp luật và chính sách đối với đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại của các cơ quan nhà nước.

- Đẩy nhanh tốc độ phát triển thương mại điện tử trên cơ sở thực hiện các giải pháp và chính sách đã được xác định trong kế hoạch phát triển thương mại điện tử của Chính phủ.

Với việc áp dụng các chính sách chủ yếu như trên, hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại sẽ có triển vọng phát triển nhanh và bền vững, góp phần đưa ngành thương mại nước ta tăng trưởng theo hướng bền vững.

# ĐỊNH HƯỚNG CHUYỂN DỊCH THỊ TRƯỜNG XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA NHẰM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM

*TS. Nguyễn Thị Nhiễu*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

Thực hiện đường lối Đổi mới và Chiến lược xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001-2010, Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, hoạt động xuất nhập khẩu của nước ta đã đạt được những thành tựu to lớn, góp phần quan trọng vào việc thực hiện những mục tiêu kinh tế - xã hội, phát triển đất nước giai đoạn 2001-2010. Tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước đã tăng từ 14,45 tỷ USD năm 2000 lên 32,4 tỷ USD năm 2005 và khoảng 71,630 tỷ USD vào năm 2010, đạt tốc độ trưởng bình quân 17,35%/năm trong giai đoạn 2001-2010. Tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa tăng từ 15,635 tỷ USD năm 2000 lên 36,978 tỷ USD năm 2005 và khoảng 84 tỷ USD năm 2010, tốc độ tăng nhập khẩu trung bình hàng năm giai đoạn 2001-2010 là 18,3%, nhanh hơn 0,95 điểm phần trăm so với tốc độ tăng xuất khẩu cùng kỳ.

Đến nay, Việt Nam có quan hệ thương mại với hơn 220 nước và vùng lãnh thổ, là thành viên của 63 tổ chức quốc tế và có quan hệ với hơn 650 tổ chức phi chính phủ trên thế giới. Việc gia nhập WTO vào cuối năm 2006 đánh dấu bước hội nhập đầy đủ và sâu rộng của Việt Nam trong cộng đồng quốc tế. Thị trường hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam ngày càng được mở rộng về quy mô, số lượng và không ngừng được đa dạng hóa đã góp phần quan trọng vào tăng trưởng và cải thiện hiệu quả xuất nhập khẩu.

Tuy nhiên, công tác phát triển thị trường xuất nhập khẩu của Việt Nam thời gian qua còn bộc lộ nhiều yếu kém và bất cập làm ảnh hưởng đến hiệu quả và tính bền vững của hoạt động ngoại thương. Cụ thể: (1) Chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất nhập khẩu không đạt như mong muốn. Hoạt động xuất nhập khẩu còn tập trung lớn vào một số thị trường truyền thống khiến cho rủi ro về tính bất ổn của thị trường còn cao; (2) Phát triển thị trường xuất nhập khẩu vẫn chủ yếu theo bề rộng, khả năng phát triển thị trường theo chiều sâu còn hạn chế; (3) Có sự mất cân đối lớn giữa xuất khẩu và nhập khẩu trên hầu khắp các thị trường, dẫn tới tình trạng xuất siêu lớn trên một số thị trường phát triển nhưng lại nhập siêu trầm trọng từ một số thị trường đang phát triển làm ảnh hưởng tới hiệu quả và tính bền vững của nền kinh tế Việt Nam...

Những vấn đề này cần được nghiên cứu sâu sắc để có định hướng và giải pháp phát triển thị trường xuất nhập khẩu nhằm phục vụ mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam thời gian tới. Đây cũng chính là mục tiêu mà bài tham luận này nhằm tới.

## 1. Khái quát thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam hiện nay

### *1.1. Thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam*

Nếu như trước năm 2000, Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang châu Á (trên 60%) thì từ năm 2001 trở lại đây, thị trường xuất khẩu đã được đa dạng hóa mạnh mẽ và mở rộng tới khắp các châu lục trên thế giới. Đặc biệt, Việt Nam đã có những giải pháp mạnh, thậm chí là đột phá để thâm nhập và tăng nhanh thị phần trên các thị trường lớn nhất thế giới như Mỹ, Nhật Bản, EU, Trung Quốc và mở rộng thị trường sang các nước châu Phi, Trung Đông và châu Đại Dương.

***Bảng 1:*** **Cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam theo khu vực giai đoạn 2001-2010**

| Nội dung | Năm 2001 | | Năm 2005 | | Năm 2006 | | Năm 2007 | | Năm 2008 | | Năm 2009 | | Năm 2010[1] | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng |
| **Tổng XK HH** | **15.029** | **100** | **32.442** | **100** | **39.826** | **100** | **48.561** | **100** | **62.685** | **100** | **57.096** | **100** | **71.630** | **100** |
| ***Châu Á*** | ***8.610*** | ***57,3*** | ***16.383*** | ***50,5*** | ***18.271*** | ***49,9*** | ***21.904*** | ***45,1*** | ***19.771*** | ***31,5*** | ***25.270*** | ***44,2*** | ***33.508*** | ***46,7*** |
| ASEAN | 2.556 | 17,0 | 5.450 | 16,8 | 6.632 | 16,6 | 8.110 | 16,7 | 10.338 | 16,5 | 8.592 | 15,0 | 9.168 | 12,8 |
| Trung Quốc | 1.418 | 9,4 | 3.082 | 9,5 | 3.243 | 8,1 | 3.646 | 7,5 | 4.850 | 7,7 | 4.909 | 8,59 | 7.309 | 10,2 |
| Nhật Bản | 2.510 | 16,7 | 4.639 | 14,3 | 5.240 | 13,1 | 6.090 | 12,5 | 8.468 | 13,5 | 6.292 | 11,0 | 7.727 | 10,8 |
| ***Châu Âu*** | ***3.515*** | ***23,4*** | ***5.872*** | ***18,1*** | ***7.821*** | ***19,6*** | ***9.986*** | ***20,5*** | ***12.472*** | ***19,9*** | ***12.280*** | ***21,5*** | ***14.515*** | ***20,2*** |
| EU-25 | 3.152 | 21,0 | 5.450 | 16,8 | 7.094 | 17,7 | 9.096 | 18,7 | 10.896 | 17,4 | 9.378 | 16,4 | 11.385 | 15,9 |
| ***Châu Mỹ*** | ***1.342*** | ***8,9*** | ***6.910*** | ***21,3*** | ***9.062*** | ***22,7*** | ***11.746*** | ***24,2*** | ***14.198*** | ***22,6*** | ***12.946*** | ***22,7*** | ***16.286*** | ***22,7*** |
| Hoa Kỳ | 1.065 | 7,1 | 6.553 | 20,2 | 7.845 | 19,7 | 10.104 | 20,8 | 11.887 | 18,9 | 11.356 | 19,9 | 14.238 | 19.9 |
| ***Châu Phi*** | ***176*** | ***1,2*** | ***681*** | ***2,1*** | ***602*** | ***1,5*** | ***658*** | ***1,3*** | ***1.277*** | ***2,0*** | ***1.986*** | ***3,4*** | ***2.879*** | ***4,0*** |
| ***Châu Đ.Dương*** | ***1.072*** | ***7,1*** | ***2.595*** | ***8,0*** | ***3.814*** | ***9,6*** | ***3.892*** | ***8,0*** | ***4.532*** | ***7,2*** | ***2.347**** | ***4,1*** | ***2.827**** | ***3,94*** |

*Chú thích: [1] Số liệu sơ bộ; (*) chỉ gồm Úc và Niuzilân*

*Nguồn: Bộ Công Thương, Thống kê XNK hàng năm 2006-2010, Tổng cục Hải quan, Thống kê XNK hàng năm 2006-2010, Tổng cục Thống kê, Thống kê XNK hàng năm 2006-2010*

*Xét về cơ cấu thị trường xuất khẩu theo khu vực*, giai đoạn 2001-2005, khu vực thị trường châu Á đã giảm dần tỷ trọng từ 57,3% năm 2001 xuống 50,5% năm 2005 song vẫn chiếm ưu thế trong cơ cấu xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Tỷ trọng xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Âu có xu hướng giảm nhẹ nhưng giá trị tuyệt đối năm sau vẫn tăng và đóng góp trên 20% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Trong khi đó, xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Mỹ có sự tăng đột biến vào thời kỳ này, từ chiếm tỷ trọng 8,9% năm 2001 đã tăng lên 21,3% vào năm 2005 chủ yếu là do xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ tăng mạnh từ 7,1% năm 2001 lên 20,2% năm 2005. Khu vực thị trường châu Phi có tỷ trọng tăng từ 1,2% năm 2001 lên 2,1% năm 2005 và tăng được kim ngạch xuất khẩu gấp gần 4 lần trong giai đoạn này từ 176 triệu USD năm 2001 lên 681 triệu USD năm 2005. Tỷ trọng của khu vực thị trường châu Đại Dương tăng chậm và khá ổn định từ 7,1% năm 2001 lên 8,0% năm 2005.

Giai đoạn 2006-2010, diễn biến thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam có một số thay đổi như sau: Thị trường châu Á có xu hướng giảm tỷ trọng từ khoảng 50% năm 2005 xuống còn 46% tổng KNXKHH của năm 2010. Xuất khẩu Việt Nam sang châu Đại Dương biến động mạnh nhất, sau khi đã tăng mạnh vào những năm giữa thập kỷ, lại giảm mạnh vào những năm 2009, 2010. Châu Âu và châu Mỹ giữ thị phần tương đối ổn định ở khoảng 20 - 22% tổng KNXKHH của Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu, trong khi phát triển xuất khẩu sang châu Phi được cải thiện đáng kể những năm cuối thập niên 2000 như Bảng 1.

*Xét theo thị trường nước/vùng lãnh thổ* thì Hoa Kỳ đã thay thế Nhật Bản trở thành thị trường nhập khẩu lớn nhất hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam từ năm 2002 đến nay. KNXKHH vào thị trường Hoa Kỳ tăng mạnh giai đoạn 2001-2010, từ 732,8 triệu USD năm 2000 lên 14.238,1 triệu USD năm 2010 (gấp 19,4 lần), đạt tốc độ tăng trung bình hàng năm 34,5%, cao gấp khoảng 2 lần tốc độ tăng trung bình của tổng KNXKHH cùng giai đoạn, để nước này duy trì thị phần ở khoảng 19 - 20% tổng KNXKHH của Việt Nam, kể cả năm 2009 do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ giảm sút nhưng nước này vẫn chiếm 19,9% tổng KNXKHH của Việt Nam.

Nhật Bản là thị trường nhập khẩu lớn thứ hai của hàng xuất khẩu Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu sang Nhật Bản, nguyên là thị trường lớn nhất của XKHH Việt Nam những năm 90 của thế kỷ trước, vẫn tăng đều đặn hàng năm và đạt đỉnh cao 8.467,8 triệu USD năm 2008, tới khi xảy ra khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu năm 2009 thì giảm mạnh xuống còn 6.291,8 triệu USD. Xuất khẩu tuy đã phục hồi mạnh năm 2010 nhưng cũng chỉ đạt 7.727,6 triệu USD, chưa bằng mức cao đạt được năm 2008. Tốc độ tăng XKHH trung bình hàng năm sang Nhật Bản giai đoạn 2001-2010 đạt 12%, chỉ bằng khoảng 2/3 tốc độ tăng trưởng XKHH chung. Điều này lý giải vì sao Nhật Bản không còn là thị trường nhập khẩu lớn nhất hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam nữa.

Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn thứ ba đối với HHXK của Việt Nam. Xuất khẩu hàng hóa sang Trung Quốc đã tăng từ 1.536,4 triệu USD năm 2000 lên 7.308,8 triệu USD năm 2010, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm là 17,45 % giai đoạn 2001-2010, cao hơn chút ít so với tốc độ tăng XKHH chung của Việt Nam (17,35%). Điểm sáng ở đây là xuất khẩu sang Trung Quốc tăng liên tục hàng năm từ 2001 đến nay mà không bị giảm sút ngay cả khi xảy ra khủng hoảng 2009.

Xuất khẩu sang Hàn Quốc đã đạt được tốc độ tăng trưởng ấn tượng 24,1%/năm trong giai đoạn 2001-2010 khiến nước này vươn lên vị trí nước XKHH lớn thứ tư của Việt Nam hiện nay với kim ngạch 3,09 tỷ USD năm 2010.

Thị trường xuất khẩu lớn thứ năm của Việt Nam hiện nay là Úc, với kim ngạch đạt 2,7 tỷ USD năm 2010. Tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam sang Úc chỉ đạt tốc độ tăng trung bình 7,85%/năm trong thập niên qua, tức là chỉ bằng 45% tốc độ tăng của XKHH của Việt Nam. Việt Nam xuất khẩu sang Úc chủ yếu là dầu thô, nhưng trong thời gian 2009-2010, việc giảm xuất khẩu dầu thô để phục vụ cho nhà máy lọc dầu Dung Quất đã ngay lập tức làm giảm KNXK của Việt Nam sang Úc.

***Bảng 2:*** **Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam theo nước và vùng lãnh thổ giai đoạn 2001-2010**

*Đơn vị: Triệu USD*

| | 2000 | 2001 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010[1] |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **TỔNG SỐ** | **14482,7** | **15029,2** | **32447,1** | **39826,2** | **48561,4** | **62685,1** | **57096,3** | **71630,0** |
| **Phân theo khối nước chủ yếu** | | | | | | | | |
| ASEAN | 2619,0 | 2553,6 | 5743,5 | 6632,6 | 8110,3 | 10337,7 | 8591,9 | 9168 |
| APEC | 10097,6 | 10084,0 | 24169,7 | 29337,9 | 35048,8 | 44213,1 | - | - |
| EU | 2845,1 | 3002,9 | 5517,0 | 7094,0 | 9096,4 | 10895,8 | 9378,3 | 11385 |
| OPEC | 643,2 | 757,7 | 877,5 | 1415,9 | 1687,3 | 1866,1 | - | - |
| **Phân theo nước và vùng lãnh thổ chủ yếu** | | | | | | | | |
| 1. Mỹ | 732,8 | 1065,3 | 5924 | 7845,1 | 10104,5 | 11886,8 | 11355,8 | 14238,1 |
| 2. Nhật Bản | 2575,2 | 2509,8 | 4340,3 | 5240,1 | 6090 | 8467,8 | 6291,8 | 7727,6 |
| 3. CHND Trung Hoa | 1536,4 | 1417,4 | 3228,1 | 3242,8 | 3646,1 | 4850,1 | 4909 | 7308,8 |
| 4. Hàn Quốc | 352,6 | 406,1 | 663,6 | 842,9 | 1243,4 | 1793,5 | 2064,5 | 3092,2 |
| 5. Úc | 1272,5 | 1041,8 | 2722,8 | 3744,7 | 3802,2 | 4351,6 | 2276,7 | 2704 |
| 6. Thụy Sĩ | 166,4 | 94,8 | 103,9 | 155,7 | 236,9 | 522 | 2486,5 | 2651,9 |
| 7. Đức | 730,3 | 721,8 | 1085,5 | 1445,3 | 1854,9 | 2073,4 | 1885,4 | 2372,7 |
| 8. Singapo | 885,9 | 1043,7 | 1917 | 1811,7 | 2234,4 | 2713,8 | 2076,3 | 2121,3 |
| 9. Malaysia | 413,9 | 337,2 | 1028,3 | 1254 | 1555 | 2030,4 | 1681,6 | 2093,1 |
| 10. Philippin | 478,4 | 368,4 | 829 | 782,8 | 965,1 | 1824,7 | 1461,9 | 1706,4 |
| 11. Hà Lan | 391 | 364,5 | 659,2 | 857,4 | 1182,1 | 1577,4 | 1334,7 | 1688,3 |
| 12. Anh | 479,4 | 511,6 | 1015,8 | 1179,7 | 1431,3 | 1581 | 1329,2 | 1681,9 |
| 13. Campuchia | 141,6 | 146 | 555,6 | 780,6 | 1041,1 | 1531,6 | 1146,9 | 1551,6 |
| 14. ĐKHC Hồng Công (TQ) | 315,9 | 317,2 | 353,1 | 453 | 582,5 | 877,2 | 1034,1 | 1464,2 |
| 15. Đài Loan | 756,6 | 806 | 935 | 968,7 | 1139,4 | 1401,4 | 1120,6 | 1442,8 |
| 16. Indonesia | 248,6 | 264,3 | 468,8 | 957,9 | 1153,2 | 751,2 | 748,2 | 1433,4 |
| 17. Thái Lan | 372,3 | 322,8 | 863 | 930,2 | 1030 | 1288,5 | 1266,1 | 1182,8 |
| 18. Tây Ban Nha | 137,3 | 158,5 | 410,8 | 558 | 759,6 | 962,2 | 939,9 | 1110,8 |
| 19. Pháp | 380,1 | 467,5 | 652,9 | 797,2 | 884,4 | 970,8 | 808,6 | 1095,1 |
| 20. Ấn Độ | 47,2 | 45,4 | 97,8 | 137,8 | 179,7 | 389 | 419,6 | 991,6 |

*Chú thích: [1] Số liệu sơ bộ*

*Nguồn: Tổng cục thống kê Việt Nam hàng năm 2006-2010*

Năm trong số mười thị trường xuất khẩu lớn tiếp theo của Việt Nam lần lượt là Thụy Sĩ, Đức, Singapo, Malaysia và Philippin. Trong đó, xuất khẩu sang Thụy Sĩ tăng mạnh thời gian 2009-2010 chủ yếu là do Việt Nam tăng xuất khẩu vàng sang thị trường này. Trong khi xuất khẩu sang các thị trường khác đều giảm mạnh năm 2009 do khủng hoảng và chỉ phục hồi vào 2010…

### *1.2. Thị trường nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam*

Thực hiện chính sách tự do hóa thương mại, mở cửa hội nhập với thế giới và khu vực, thị trường nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam, cũng giống như thị trường xuất khẩu, không

ngừng được mở rộng và đa dạng hóa để đáp ứng nhu cầu của công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

***Bảng 3:*** **Cơ cấu thị trường nhập khẩu của Việt Nam theo khu vực giai đoạn 2001-2010**

| Nội dung | Năm 2001 | | Năm 2005 | | Năm 2006 | | Năm 2007 | | Năm 2008 | | Năm 2009 | | Năm 2010[1] | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng | KN | Tỷ trọng |
| **Tổng NK HH** | **16217** | **100** | **36761** | **100** | **44891** | **100** | **62765** | **100** | **80713** | **100** | **69948** | **100** | **84004** | **100** |
| ***Châu Á*** | ***12863*** | ***79,3*** | ***29847*** | ***81,2*** | ***36278*** | ***80,8*** | ***51071*** | ***81,3*** | ***65061*** | ***80,6*** | ***54419*** | ***77,8*** | ***65523*** | ***78,0*** |
| ASEAN | 4172 | 25,7 | 9326 | 25,3 | 12546 | 27,9 | 15908 | 25,3 | 19556 | 24,2 | 13813 | 19,7 | 15960 | 19,0 |
| Trung Quốc | 1606 | 9,9 | 5899 | 16,0 | 7391 | 16,5 | 12709 | 20,2 | 15973 | 19,8 | 16441 | 23,5 | 20018 | 23,8 |
| Nhật Bản | 2183 | 13,5 | 4074 | 11,1 | 4702 | 10,5 | 6188 | 9,8 | 8240 | 10,2 | 7468,1 | 10,6 | 9016 | 10,7 |
| ***Châu Âu*** | ***2168*** | ***13,4*** | ***4480*** | ***12,2*** | ***5127*** | ***11,4*** | ***6841*** | ***10,9*** | ***8908*** | ***11,0*** | **-** | **-** | | |
| EU-25 | 1506 | 9,3 | 2581 | 7,0 | 3129 | 7,0 | 5142 | 8,2 | 5476 | 6,8 | 5831,3 | 8,3 | 6361 | 7,5 |
| ***Châu Mỹ*** | ***600*** | ***3,7*** | ***1557*** | ***4,2*** | ***1815*** | ***4,0*** | ***3164*** | ***5,0*** | ***4168*** | ***5,2*** | **-** | **-** | | |
| Hoa Kỳ | 410 | 2,5 | 862 | 2,3 | 987 | 2,2 | 1700 | 2,7 | 2646 | 3,3 | 3009,4 | 4,3 | 3767 | 4,5 |
| ***Châu Phi*** | ***43*** | ***0,26*** | ***221*** | ***0,6*** | ***206*** | ***0,4*** | ***268*** | ***0,42*** | ***775*** | ***0,96*** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| ***Châu Đ. Dương*** | ***413*** | ***2,5*** | ***643*** | ***1,7*** | ***1277*** | ***2,8*** | ***1330*** | ***2,1*** | ***1709*** | ***2,1*** | ***1499**** | ***2,1*** | ***1895**** | ***2,2*** |

*Chú thích: [1] Số liệu sơ bộ; (*) chỉ gồm Úc và Niuzilân*

*Nguồn: Bộ Công Thương, Thống kê XNK hàng năm 2006-2010, Tổng cục Hải quan, Thống kê XNK hàng năm 2006-2010, Tổng cục Thống kê, Thống kê XNK hàng năm 2006-2010*

*Xét về cơ cấu thị trường nhập khẩu theo khu vực*, số liệu tại Bảng 3 cho thấy nhập khẩu của Việt Nam tuy đã được mở ra cho nguồn cung cấp toàn cầu nhưng mức độ tập trung nhập khẩu đặc biệt cao đối với khu vực châu Á. Trong thập niên 2000, nhập khẩu từ châu Á luôn chiếm tỷ trọng khoảng 80% tổng KNNKHH của Việt Nam (77,8 - 81,3%), trong khi nhập khẩu từ ASEAN có xu hướng giảm tỷ trọng từ mức cao nhất là 27,9% năm 2006 xuống mức thấp nhất thập niên là 19% năm 2010 thì nhập khẩu từ Trung Quốc lại ngày càng lớn, từ mức 8,9% tổng KNNKHH của Việt Nam năm 2000, lên tỷ trọng 16% năm 2005 và đến năm 2010, nhập khẩu từ Trung Quốc đã chiếm tới 23,8% tổng KNNKHH của Việt Nam, lớn hơn bất kỳ một nước hay khu vực nào khác. Nhập khẩu từ thị trường châu Âu chiếm thị phần lớn thứ hai trong tổng KNNKHH của Việt Nam trong thập kỷ qua với thị phần khoảng 11 - 12% và mức độ cải thiện thị phần hầu như không đáng kể. Châu Mỹ có mức độ cải thiện thị phần đáng kể, nhưng thị phần đến nay vẫn khá nhỏ bé, chỉ khoảng 6 - 7% trong tổng KNNKHH của Việt Nam. Nhập khẩu từ châu Đại

Dương, nhất là từ châu Phi đến nay vẫn chỉ chiếm thị phần không đáng kể trong tổng KNNKHH của Việt Nam.

***Bảng 4:*** **Thị trường nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2001-2010**

*Đơn vị: Triệu USD*

| | 2000 | 2001 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010[1] |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **TỔNG SỐ** | **15636** | **16217** | **36761,10** | **44891,10** | **62764,70** | **80713,80** | **69948,80** | **84004,00** |
| **Phân theo khối nước chủ yếu** | | | | | | | | |
| ASEAN | 4449 | 4172,3 | 9326,3 | 12546,6 | 15908,2 | 19567,7 | 13813,1 | 10805.2 |
| APEC | 13242,9 | 13185,9 | 30686,8 | 37467,7 | 52637,9 | 67232,2 | - | - |
| EU | 1317,4 | 1506,3 | 2581,2 | 3129,2 | 5142,4 | 5581,5 | 5830,3 | 6361.7 |
| OPEC | 525,9 | 435,8 | 1301,0 | 1408,8 | 1758,6 | 2346,9 | - | - |
| **Phân theo nước và vùng lãnh thổ chủ yếu** | | | | | | | | |
| 1. Trung Quốc | 1401,1 | 1606,2 | 5899,70 | 7391,30 | 12710,00 | 15973,60 | 16441,00 | 20018,80 |
| 2. Hàn Quốc | 1753,6 | 1886,8 | 3594,10 | 3908,40 | 5340,40 | 7255,20 | 6976,40 | 9761,30 |
| 3. Nhật Bản | 2300,9 | 2183,1 | 4074,10 | 4702,10 | 6188,90 | 8240,30 | 7468,10 | 9016,10 |
| 4. Đài Loan | 1879,9 | 2008,7 | 4304,20 | 4824,90 | 6946,70 | 8362,60 | 6252,60 | 6976,90 |
| 5. Thái Lan | 810,9 | 792,3 | 2374,10 | 3034,40 | 3744,20 | 4905,60 | 4514,10 | 5602,30 |
| 6. Singapo | 2694,3 | 2478,3 | 4482,30 | 6273,90 | 7613,70 | 9378,00 | 4248,40 | 4101,10 |
| 7. Mỹ | 363,4 | 410,8 | 862,90 | 987,00 | 1700,50 | 2646,60 | 3009,40 | 3766,90 |
| 8. Malaysia | 388,9 | 464,4 | 1256,50 | 1482,00 | 2289,90 | 2596,10 | 2504,70 | 3413,40 |
| 9. Indonesia | 345,4 | 288,9 | 700,00 | 1012,80 | 1353,90 | 1728,90 | 1546,10 | 1909,20 |
| 10. Ấn Độ | 178,4 | 228,0 | 596,00 | 880,30 | 1357,00 | 2094,30 | 1634,80 | 1762,00 |
| 11. Đức | 295,2 | 396,7 | 661,90 | 914,50 | 1308,50 | 1479,90 | 1587,30 | 1742,40 |
| 12. Úc | 293,5 | 266,4 | 498,50 | 1099,70 | 1059,40 | 1357,90 | 1050,00 | 1443,60 |
| 13. Thụy Sĩ | 103,9 | 94,7 | 893,40 | 1357,10 | 1016,20 | 1898,60 | 406,60 | 1006,60 |
| 14. LB Nga | 240,5 | 376,4 | 766,60 | 455,80 | 552,20 | 969,60 | 1414,70 | 999,10 |
| 15. Pháp | 334,2 | 300,4 | 447,70 | 421,10 | 1155,40 | 816,50 | 864,40 | 968,90 |
| 16. ĐKHC Hồng Công (TQ) | 598,1 | 537,6 | 1235,00 | 1440,80 | 1950,70 | 2633,30 | 825,60 | 860,40 |
| 17. Áchentina | 29,4 | 58,7 | 271,20 | 240,80 | 409,40 | 379,10 | 587,30 | 826,30 |
| 18. Italia | 170,3 | 196,8 | 288,10 | 335,30 | 686,10 | 668,30 | 726,20 | 822,40 |
| 19. Philippin | 62,9 | 53,5 | 209,90 | 342,60 | 414,20 | 389,10 | 498,40 | 700,30 |
| 20. Braxin | 10,7 | 12,6 | 75,60 | 146,60 | 230,70 | 373,90 | 372,80 | 543,60 |

*Chú thích: [1] Số liệu sơ bộ*

*Nguồn: Tổng cục thống kê Việt Nam hàng năm 2006-2010*

*Xét theo thị trường nước và vùng lãnh thổ*, từ năm 2002 Trung Quốc đã vươn lên là nhà cung cấp lớn nhất hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam. Nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc thời kỳ 2001-2010 đã tăng trưởng với tốc độ trung bình hàng năm 30,5%, cao gấp 1,66 lần tốc độ tăng nhập khẩu hàng hóa chung của Việt Nam, đưa thị phần nhập khẩu từ Trung Quốc lên 20 tỷ USD, chiếm 23,8% tổng KNNKHH của Việt Nam năm 2010. Điều cần lưu ý ở đây là trong khi NKHH từ Trung Quốc tăng mạnh thì XKHH sang Trung Quốc lại tăng không tương xứng khiến cho nhập siêu từ Trung Quốc ngày càng trở nên trầm trọng. Nghiên cứu cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu sẽ giúp chúng ta có cái nhìn rõ rệt hơn về tình trạng nhập siêu của Việt Nam. Trong khi Việt Nam xuất sang Trung Quốc chủ yếu là hàng nông sản, khoáng sản, nhiên liệu thô thì Việt Nam lại nhập khẩu từ Trung Quốc chủ yếu là máy móc thiết bị và sản phẩm trung gian, nguyên phụ liệu đầu vào cho các ngành chế biến, chế tạo… Phấn đấu để giảm nhập siêu tiến tới cân bằng xuất nhập khẩu với Trung Quốc sẽ

tiếp tục là một trong những nhiệm vụ chủ yếu của phát triển thị trường xuất nhập khẩu thời gian tới.

Thị trường cung cấp hàng hóa lớn thứ hai cho Việt Nam là Hàn Quốc, NKHH của Việt Nam từ Hàn Quốc đã tăng từ 1,75 tỷ USD năm 2000 lên 9,76 tỷ USD năm 2010, tốc độ tăng NK trung bình hàng năm là 19%, tuy thấp hơn tốc độ tăng XKHH của Việt Nam sang Hàn Quốc (24,1%), nhưng do quy mô nhập khẩu lớn hơn so với quy mô xuất khẩu nên nhập siêu từ Hàn Quốc có xu hướng ngày càng lớn. Như vậy, Việt Nam cần tập trung nỗ lực nhiều hơn nữa cho việc đẩy mạnh xuất khẩu sang Hàn Quốc thời gian tới.

Nhật Bản là thị trường cung cấp hàng hóa lớn thứ ba và là thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn thứ hai của Việt Nam. Tuy nhiên, cả tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản (tăng 12%/năm) và nhập khẩu từ Nhật Bản (tăng 14,6%/năm) đều chậm hơn tốc độ tăng chung của XNKHH của Việt Nam. Ngoài ra, do nhập khẩu tăng nhanh hơn xuất khẩu đã đưa cán cân thương mại của Việt Nam với Nhật Bản từ xuất siêu trong suốt thời kỳ 2001-2008, chuyển sang nhập siêu vào năm 2009 và 2010. Nhập siêu với Nhật Bản thời gian qua có thể do kết quả của việc thực hiện Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản. Với mức nhập siêu không lớn lắm và do đây là thị trường công nghệ nguồn nên tác giả cho rằng tình trạng nhập siêu như hiện nay của Việt Nam với Nhật Bản là không đáng ngại. Vấn đề là thời gian tới phải tiếp tục các nỗ lực phát triển theo chiều sâu hoạt động xuất nhập khẩu với Nhật Bản.

Đài Loan là thị trường cung cấp hàng lớn thứ tư nhưng chỉ là thị trường xuất khẩu lớn thứ 15 của Việt Nam năm 2010. Kim ngạch nhập khẩu từ Đài Loan tăng khá mạnh trong thập niên qua, từ mức 1,87 tỷ USD năm 2000 lên 4,3 tỷ USD năm 2005 và lên tới 6,97 tỷ USD vào năm 2010, tốc độ tăng nhập khẩu trung bình hàng năm đạt 14,8%. So với tốc độ tăng xuất khẩu của Việt Nam sang Đài Loan cùng kỳ chỉ là 6,95% thì cao gấp hơn 2 lần, nhất là quy mô XK của Việt Nam lại nhỏ nên nhập siêu từ Đài Loan ngày càng lớn. Hơn nữa, Đài Loan chỉ là thị trường công nghệ trung gian nên không tránh khỏi những tác động tiêu cực của nhập siêu lớn từ vùng lãnh thổ này tới phát triển kinh tế Việt Nam.

Thị trường nhập khẩu lớn thứ năm của Việt Nam hiện nay là Thái Lan với KNNK là 5,6 tỷ USD, chiếm khoảng 6,7% trong tổng KNNKHH của Việt Nam năm 2010, tốc độ tăng nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan thời kỳ 2001-2010 đạt trung bình 21,5% (lớn hơn tốc độ 18,3% của NKHH chung) và lớn gấp gần 2 lần tốc độ tăng XKHH của Việt Nam sang Thái Lan chỉ là 12%. Đó là chưa kể tới quy mô xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan còn nhỏ bé. Phân tích về XNKHH giữa Việt Nam và Thái Lan cho thấy những hạn chế lớn trong trao đổi thương mại của Việt Nam với Thái Lan trong quá trình thực hiện tự do hóa thương mại trong khuôn khổ AFTA và ATIGA. Trong thời gian tới, cần tập trung các nỗ lực của Việt Nam trong việc đẩy nhanh hơn nữa việc XKHH sang thị trường Thái Lan.

Năm thị trường NKHH lớn tiếp theo của Việt Nam là Singapo, Mỹ, Malaysia, Indonesia và Ấn Độ. Nhập khẩu từ 10 thị trường này chiếm 76,7% tổng KNNKHH của Việt Nam năm 2010. Một nhận xét khác là trong 10 thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam, duy

chỉ có Mỹ là nằm ngoài châu Á, đây là vấn đề cũng cần được xem xét kỹ trong định hướng thị trường NK của Việt Nam thời gian tới.

### *1.3. Đánh giá chung về thị trường XNKHH của Việt Nam thời gian qua*

*a/ Những kết quả đạt được*

Trong thời gian 10 năm của thập niên 2000, công tác phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng. Thị trường hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam ngày càng được mở rộng về quy mô, số lượng và không ngừng được đa dạng hóa, góp phần quan trọng vào tăng trưởng và cải thiện hiệu quả xuất nhập khẩu. Đến nay, hàng hóa xuất khẩu của nước ta đã vươn tới hầu hết các quốc gia và vùng lãnh thổ (220/240 quốcgia/vùng lãnh thổ). Điều này cho phép Việt Nam hoàn thành vượt mức mục tiêu xuất nhập khẩu đặt ra trong Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu giai đoạn 2001-2010 và hoạt động xuất nhập khẩu thực sự trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Thực tế cho thấy, trong thời gian một thập kỷ qua, Việt Nam không những đã củng cố và tăng cường sự hiện diện của mình trên các thị trường truyền thống, mà chúng ta còn có nhiều nỗ lực đa dạng hóa và phát triển thêm nhiều thị trường mới cho hàng xuất khẩu Việt Nam. Nếu như năm 2001 chỉ có 5 nước/vùng lãnh thổ có KNXK đạt trị giá trên 1 tỷ USD là Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, Úc, Singapo thì đến năm 2005 đã tăng lên thành 8 nước/vùng lãnh thổ (thêm Malaysia, Anh, Đức) và đến năm 2010 đã tăng lên tới 19 nước và vùng lãnh thổ, tăng thêm 11 thị trường nữa gồm: Đài Loan, Thái Lan, Philippin, Campuchia, Indonesia, Hàn Quốc, Hà Lan, Pháp, Thụy Sĩ, Tây Ban Nha, Hồng Công (TQ)... Không những tăng được kim ngạch trên các thị trường Hoa Kỳ, EU và Đông Á, Việt Nam còn khai phá mạnh mẽ thị trường châu Phi, Trung Đông..., nhờ vậy mà trong thời gian xảy ra khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới năm 2009, XNKHH của Việt Nam giảm sút ít hơn so với mức giảm trung bình của thương mại toàn cầu.

Sự thay đổi cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua đã chứng tỏ một cách rõ ràng rằng: Bên cạnh việc giữ vững và tăng thị phần ở các thị trường truyền thống, các doanh nghiệp Việt Nam đã và đang có những bước tiến mạnh mẽ để đưa hàng hóa của mình sang tiêu thụ ở các thị trường lớn nhiều tiềm năng, đồng thời với việc nghiên cứu, đầu tư để thâm nhập và khai thác một số thị trường mới (châu Phi, các nước Trung Đông...). Điều này đã góp phần quan trọng đưa kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tăng mạnh hàng năm, đồng thời cải thiện một bước chất lượng và hiệu quả hoạt động xuất nhập khẩu.

Phát triển và đa dạng hóa thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa thời gian qua không đơn thuần chỉ có ý nghĩa về mặt kinh tế mà còn góp phần quan trọng trong việc quảng bá, giới thiệu hình ảnh đất nước, sản phẩm và con người Việt Nam ra thế giới, thúc đẩy hội nhập quốc tế, tăng cường vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

*b/ Những tồn tại, hạn chế*

Tuy đạt được những thành tựu to lớn như đã nêu trên, công tác phát triển thị trường XNKHH thời gian qua còn bộc lộ những tồn tại và hạn chế như sau:

*Thứ nhất*, chuyển dịch cơ cấu thị trường XNK không đạt như mong muốn. Hoạt động xuất nhập khẩu còn tập trung lớn vào một số thị trường truyền thống khiến cho rủi ro về tính bất ổn của thị trường còn cao. Bất chấp những nỗ lực đa dạng hóa và phát triển thị trường mới, thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam vẫn tập trung chủ yếu vào khu vực châu Á với khoảng 45 - 50% tổng KNXKHH và 77 - 80% tổng KNNKHH. Nhất là, việc tập trung nhập khẩu quá lớn vào Trung Quốc và các nước ASEAN có thể ảnh hưởng lâu dài đến việc nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế vì Việt Nam không tiếp cận được công nghệ nguồn.

Hiện nay, khoảng 10% số lượng thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam đang chiếm tới hơn 80% KNXKHH của cả nước, còn 90% số lượng thị trường chỉ chiếm chưa đến 20% KNXKHH chung. Có nghĩa là, mức độ tập trung thị trường XKHH của Việt Nam còn rất cao, đặt ra yêu cầu đa dạng hóa mạnh mẽ thị trường xuất khẩu thời gian tới.

***Bảng 5:* Số lượng mặt hàng có năng lực cạnh tranh (RCA ≥ 1) tại các thị trường xuất khẩu chính**

| Thị trường | Năm | Hàng sử dụng công nghệ cao | Hàng sử dụng công nghệ thấp | Hàng sử dụng công nghệ trung bình | Hàng nguyên liệu thô | Hàng sử dụng nhiều nguyên liệu thô |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Hoa Kỳ | **2001** | 63 | 153 | 70 | 67 | 190 |
| | **2006** | 61 | 127 | 63 | 59 | 152 |
| | **2007** | 85 | 202 | 109 | 81 | 184 |
| | **2008** | 78 | 199 | 106 | 84 | 183 |
| | **2009** | 86 | 201 | 107 | 86 | 184 |
| Nhật Bản | **2001** | 85 | 411 | 155 | 153 | 281 |
| | **2006** | 92 | 406 | 176 | 152 | 276 |
| | **2007** | 112 | 516 | 228 | 191 | 294 |
| | **2008** | 119 | 479 | 235 | 183 | 295 |
| | **2009** | 117 | 514 | 256 | 188 | 314 |
| EU -15 | **2001** | 79 | 448 | 83 | 123 | 238 |
| | **2006** | 80 | 470 | 84 | 119 | 200 |
| | **2007** | 104 | 540 | 135 | 153 | 233 |
| | **2008** | 100 | 568 | 132 | 148 | 231 |

*Nguồn: Tính toán của Viện NCQLKTTƯ theo số liệu COMTRADE*

*Thứ hai*, phát triển thị trường xuất nhập khẩu của Việt Nam vẫn chủ yếu theo bề rộng, khả năng phát triển thị trường theo chiều sâu còn hạn chế. Biểu hiện rõ rệt là vị thế và giá trị gia tăng của hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trên các thị trường chủ chốt của thế giới còn rất thấp, dựa chủ yếu trên khai thác lợi thế so sánh (Bảng 5).

*Thứ ba*, còn có sự mất cân đối lớn giữa xuất khẩu và nhập khẩu hàng hóa trên hầu hết các thị trường, đặc biệt tình trạng xuất siêu lớn đối với các thị trường phát triển Hoa

Kỳ, EU và nhập siêu khổng lồ tại các thị trường Trung Quốc, Hàn Quốc và một số thị trường ASEAN đã đặt ra những vấn đề nghiêm trọng đối với tình hình kinh tế vĩ mô, tình trạng công nghệ và theo đó là tính hiệu quả và bền vững của nền kinh tế...

Như đã phân tích ở trên, Việt Nam đạt mức xuất siêu rất cao đối với các thị trường Hoa Kỳ và EU, tuy nhiên chúng ta lại nhập siêu rất lớn từ Trung Quốc, ASEAN, Hàn Quốc, Đài Loan...

***Bảng 6:*** **Cán cân thương mại của Việt Nam với các đối tác chủ yếu**

*Đơn vị: 1.000 USD*

| Nước | 2001 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010* |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Thế giới | | | | | | | |
| Hoa Kỳ | 4.563,3 | 6.014,3 | 8.164,8 | 9.522,6 | 11.063,7 | 9.930,7 | 10.471,2 |
| Nhật Bản | 677,7 | 952,3 | 1.154,4 | 456,3 | 1.280,3 | *-1176* | *-1.288,4* |
| Trung Quốc | *-1.778,0* | *-3.091,0* | *-4.977,2* | *-8.668,7* | *-10.785,8* | *-11.554,2* | *-12.710,0* |
| Đức | 719,0 | 1.052,8 | 1.284,3 | 1.250,9 | 2.032,5 | 1.617,9 | 630,338 |
| Australia | 1.313,2 | 2.059,1 | 2.547,4 | 2.545,5 | 3.051,7 | 1.382,5 | 1.260,3 |
| Hàn Quốc | *-2.582,2* | *-2.737,6* | *-3.002,6* | *-4.368,4* | *-5.767,7* | *-4.779,5* | *-6.669,1* |
| Singapo | *-1.774,8* | *-2.604,4* | *-3.806,2* | *-4.368,1* | *-6.327,4* | *-4.701,4* | *-1.979,8* |
| Malaysia | *-564,4* | *-139,5* | *-346,3* | *-489,3* | *-112,5* | *-255,2* | *-1.320,3* |
| Thụy Sĩ | 26,8 | 63,4 | 67,1 | 16,9 | 90,1 | 1.456,3 | 1.645,3 |
| Pháp | 694,6 | 806,8 | 1.052,3 | 1.089,2 | 1.252,6 | 938,2 | 126,2 |
| Anh | 1.181,1 | 1.224,2 | 1.338,7 | 1.462,0 | 1.593,9 | 1.311,2 | 1.170,8 |
| Philippin | *-215,4* | 523,0 | 369,1 | 470,2 | 1.415,8 | 1.036,309 | 1.006,1 |
| Thái Lan | *-1.433,4* | *-1.463,8* | *-2.185,6* | *-2.846,6* | *-3.520,2* | *-3.292,9* | *-4.419,4* |
| Hồng Công | *-794,1* | *-809,1* | *-947,5* | *-1.705,4* | *-2.214,9* | *-2.144,6* | 603,8 |
| Hà Lan | 319,9 | 284,5 | 339,9 | 400,8 | 540,1 | 602,5 | 1.160,5 |
| Tây Ban Nha | 469,7 | 594,5 | 767,0 | 1.010,2 | 1.446,2 | 887,3 | 880,1 |
| Italia | 151,3 | 316,5 | 388,7 | 256,5 | 523,5 | 308,3 | 157,6 |
| Canada | 261,8 | 293,5 | 390,0 | 439,1 | 598,9 | 733,4 | 452,7 |
| Đài Loan | *-2.827,8* | *-3.367,9* | *-4.019,3* | *-5.802,0* | *-6.706,0* | *-5.066,1* | *-5.534,1* |

*Nguồn: International Trade Centre Staticstics, 2010; Tổng cục Thống kê Việt Nam, 2011*

*(*) Số liệu sơ bộ*

Xét một cách tổng thể thì cán cân thương mại của Việt Nam diễn biến theo chiều hướng nhập siêu ngày càng tăng trong thời gian một thập kỷ qua. Những năm đầu thập niên 2000,

CCTM của Việt Nam khá cân đối, tuy có nghiêng về nhập siêu nhưng mức nhập siêu nhỏ và nằm trong tầm kiểm soát. Nhưng bắt đầu từ giữa những năm 2000, nhập siêu tăng tốc và đến cuối thập niên thì nhập siêu đã ở mức nghiêm trọng dẫn đến nhiều rủi ro về bất ổn kinh tế vĩ mô. Nhập siêu không lành mạnh còn thể hiện ở chỗ Việt Nam chủ yếu nhập siêu từ thị trường châu Á, thị trường công nghệ trung gian, điều này ảnh hưởng tới năng suất, chất lượng và hiệu quả cũng như tính bền vững của nền kinh tế. Nhập siêu trầm trọng là một trong những thách thức lớn đặt ra trong định hướng phát triển thị trường XNK của Việt Nam thời gian tới.

*c) Nguyên nhân của những hạn chế và bất cập trong công tác phát triển thị trường XNKHH của Việt Nam thời gian qua*

Bên cạnh những nguyên nhân khách quan là do sự thay đổi của môi trường kinh doanh quốc tế, bất ổn chính trị, biến đổi khí hậu, thiên tai và dịch bệnh, khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu những năm 2008-2009, thì những nguyên nhân chủ quan khiến công tác phát triển thị trường XNKHH của Việt Nam chưa đạt như mong muốn phải kể tới: (1) Năng lực còn hạn chế của Việt Nam xét trên cả phương diện quản lý vĩ mô, quản trị doanh nghiệp và chất lượng nguồn nhân lực thấp, cũng như tình trạng yếu kém và lạc hậu của kết cấu hạ tầng của nền kinh tế nói chung và xuất nhập khẩu nói riêng; (2) Cơ cấu kinh tế của Việt Nam còn lạc hậu và chuyển dịch cơ cấu theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa còn diễn ra chậm chạp khiến cho cơ cấu trao đổi thương mại của Việt Nam chưa đáp ứng được yêu cầu của phát triển thị trường xuất nhập khẩu; (3) Việt Nam chưa có các chiến lược và chính sách phù hợp và thực thi cho phát triển thị trường xuất nhập khẩu, hơn nữa tính chủ động, năng động, sáng tạo và chuyên nghiệp trong phát triển thị trường xuất nhập khẩu chưa cao...

## 2. Định hướng phát triển thị trường XNKHH của Việt Nam thời gian tới

### *2.1. Bối cảnh mới của phát triển thị trường xuất nhập khẩu*

Nước ta bước vào thời kỳ chiến lược 2011-2020 trong điều kiện và bối cảnh mới. Ở trong nước, Việt Nam đã kết thúc thắng lợi Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2001-2010, đất nước đã ra khỏi tình trạng kém phát triển, bước vào nhóm nước đang phát triển có thu nhập trung bình. Năm 2010, tổng sản phẩm trong nước bình quân đầu người đạt 1.168 USD. Kinh tế tăng trưởng nhanh, đạt tốc độ bình quân 7,26%/năm. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng tích cực. Thể chế kinh tế thị trường định hướng Xã hội chủ nghĩa tiếp tục được xây dựng và hoàn thiện. Các lĩnh vực văn hóa, xã hội đạt thành tựu quan trọng trên nhiều mặt, nhất là xóa đói, giảm nghèo. Đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân được cải thiện rõ rệt; dân chủ trong xã hội tiếp tục được mở rộng. Chính trị - xã hội ổn định; quốc phòng, an ninh được giữ vững. Công tác đối ngoại, hội nhập quốc tế được triển khai sâu rộng và hiệu quả, góp phần tạo môi trường hòa bình, ổn định và tăng thêm nguồn lực cho phát triển đất nước.

Diện mạo của đất nước có nhiều thay đổi. Thế và lực của nước ta vững mạnh thêm nhiều; vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế được nâng lên, tạo ra những tiền đề quan

trọng để đẩy nhanh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và nâng cao chất lượng cuộc sống của nhân dân. Hoạt động xuất nhập khẩu được mở rộng về quy mô, tốc độ, chất lượng và hiệu quả xuất nhập khẩu được cải thiện, thị trường xuất nhập khẩu được mở rộng và đa dạng hóa trên phạm vi toàn cầu.

Bối cảnh thế giới đang thay đổi rất nhanh, phức tạp và khó lường. Trong 10 năm tới, hòa bình, hợp tác và phát triển tiếp tục là xu thế lớn, nhưng xung đột sắc tộc và tôn giáo, tranh giành tài nguyên và lãnh thổ, nạn khủng bố và tội phạm xuyên quốc gia có thể gia tăng cùng với những vấn đề toàn cầu khác như đói nghèo, dịch bệnh, biến đổi khí hậu, các thảm họa thiên nhiên... buộc các quốc gia phải có chính sách đối phó và phối hợp hành động.

Các nước Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á bước vào thời kỳ hợp tác mới theo Hiến chương ASEAN và xây dựng Cộng đồng dựa trên ba trụ cột: chính trị - an ninh, kinh tế, văn hóa - xã hội; hợp tác với các đối tác theo công thức ASEAN+ tiếp tục phát triển và đi vào chiều sâu. Khu vực châu Á - Thái Bình Dương tiếp tục phát triển năng động và đang hình thành nhiều hình thức liên kết, hợp tác đa dạng hơn. Tuy vậy, vẫn tiềm ẩn những nhân tố gây mất ổn định, nhất là tranh giành ảnh hưởng, tranh chấp chủ quyền biển, đảo, tài nguyên...

Toàn cầu hóa kinh tế tiếp tục phát triển về quy mô, mức độ và hình thức biểu hiện với những tác động tích cực và tiêu cực, cơ hội và thách thức đan xen rất phức tạp. Các công ty xuyên quốc gia có vai trò ngày càng lớn. Quá trình quốc tế hóa sản xuất và phân công lao động diễn ra ngày càng sâu rộng. Việc tham gia vào mạng sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu đã trở thành yêu cầu đối với các nền kinh tế. Sự tùy thuộc lẫn nhau, hội nhập, cạnh tranh và hợp tác giữa các nước ngày càng trở thành phổ biến. Kinh tế tri thức phát triển mạnh, do đó con người và tri thức càng trở thành nhân tố quyết định sự phát triển của mỗi quốc gia.

Sau khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới những năm 2008-2009, thế giới sẽ bước vào một giai đoạn phát triển mới. Tương quan sức mạnh của các nền kinh tế và cục diện phát triển toàn cầu thay đổi với sự xuất hiện những liên kết mới. Vị thế của châu Á trong nền kinh tế thế giới đang tăng lên; sự phát triển mạnh mẽ của một số nước khu vực trong điều kiện hội nhập Đông Á và việc thực hiện các hiệp định mậu dịch tự do ngày càng sâu rộng, mở ra thị trường rộng lớn nhưng cũng tạo ra sự cạnh tranh quyết liệt. Quá trình tái cấu trúc các nền kinh tế và điều chỉnh các thể chế tài chính toàn cầu sẽ diễn ra mạnh mẽ, gắn với những bước tiến mới về khoa học, công nghệ và sử dụng tiết kiệm năng lượng, tài nguyên. Mặt khác, khủng hoảng còn để lại hậu quả nặng nề, chủ nghĩa bảo hộ trỗi dậy trở thành rào cản lớn cho thương mại quốc tế. Kinh tế thế giới tuy đã bắt đầu phục hồi nhưng còn nhiều khó khăn, bất ổn; sự điều chỉnh chính sách của các nước, nhất là những nước lớn sẽ có tác động đến nước ta ở những mức độ khác nhau.

Tình hình đất nước và bối cảnh quốc tế nêu trên tạo cho nước ta vị thế mới với những thuận lợi và cơ hội to lớn, cùng những khó khăn và thách thức gay gắt trong việc thực hiện

các mục tiêu của Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội nói chung và nhiệm vụ phát triển thị trường xuất nhập khẩu nói riêng.

***2.2. Mục tiêu phát triển thị trường XNKHH***

Để thực hiện thắng lợi nhiệm vụ của Chiến lược phát triển kinh tế xã hội giai đoạn 2011-2020, công tác phát triển thị trường xuất nhập khẩu phải nhằm tới mục tiêu đa dạng hóa thị trường ngoài nước, khai thác có hiệu quả các thị trường có hiệp định mậu dịch tự do và thị trường tiềm năng, tăng nhanh xuất khẩu, giảm nhập siêu cả quy mô và tỉ trọng, phấn đấu cân bằng xuất nhập khẩu. Chủ động tham gia vào mạng phân phối toàn cầu, phát triển nhanh hệ thống phân phối các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh ở cả trong và ngoài nước, xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt Nam... Theo đó, những nhiệm vụ cụ thể của công tác phát triển thị trường XNK là:

i. Tiếp tục các nỗ lực của toàn xã hội để đa dạng hóa và phát triển thị trường xuất nhập khẩu nhằm mở rộng quy mô, số lượng, nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động XNK;

ii. Củng cố và nâng cao thị phần xuất khẩu trên các thị trường truyền thống dựa trên nâng cao sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu bằng các công cụ và biện pháp cạnh tranh phi giá như chế biến sâu nâng cao giá trị gia tăng, xây dựng thương hiệu..., đồng thời phát triển thêm các thị trường mới cho xuất khẩu;

iii. Đa dạng hóa và phát triển thêm các nguồn cung cấp mới cho thị trường Việt Nam nhằm giảm bớt sự phụ thuộc quá lớn vào một số thị trường và nâng cao hiệu quả hoạt động nhập khẩu;

iv. Kết hợp phát triển xuất khẩu với quản lý tốt nhập khẩu trên từng thị trường và khu vực thị trường để đảm bảo CCTM lành mạnh tiến tới mục tiêu cân bằng xuất nhập khẩu;

v. Tăng cường năng lực tham gia của hàng hóa Việt Nam trong mạng lưới sản xuất và phân phối toàn cầu như một kênh hiệu quả để phát triển thị trường xuất nhập khẩu của Việt Nam;

vi. Tăng cường năng lực hội nhập quốc tế của Việt Nam để khai thác tốt các cơ hội thị trường mới mở ra từ việc thực hiện tự do hóa, thuận lợi hóa thương mại và đầu tư, đồng thời giảm thiểu các tác động tiêu cực của hội nhập tới nền kinh tế và xuất nhập khẩu của Việt Nam;

vii. Tăng cường nỗ lực phát triển theo chiều sâu các thị trường xuất nhập khẩu trọng điểm và mới nổi gồm thị trường Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN, Ôxtrâylia, Ấn Độ, Liên bang Nga, Braxin để nâng quy mô và chất lượng trao đổi thương mại của Việt Nam tương xứng với trình độ phát triển của các thị trường này, đồng thời duy trì các nỗ lực nhằm đảm bảo cân đối xuất nhập khẩu với các thị trường này;

viii. Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, khai phá các thị trường tiềm năng của thế giới cho xuất nhập khẩu như châu Phi, Mỹ Latinh, Trung Đông...

***2.3. Một số giải pháp chủ yếu nhằm phát triển thị trường XNKHH của Việt Nam thời gian tới***

- Nhanh chóng xây dựng và tổ chức triển khai thực hiện một chiến lược xuất nhập khẩu giai đoạn 2011-2020 phù hợp và hiệu quả: Chiến lược xuất nhập khẩu thời gian tới phải phục vụ cho mục tiêu của chiến lược phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2011-2020, với các đột phá chiến lược về: (1) Hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, trọng tâm là tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng và cải cách hành chính; (2) Phát triển nhanh nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao, tập trung vào việc đổi mới căn bản và toàn diện nền giáo dục quốc dân; gắn kết chặt chẽ phát triển nguồn nhân lực với phát triển và ứng dụng khoa học, công nghệ; (3) Xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ, với một số công trình hiện đại, tập trung vào hệ thống giao thông và hạ tầng đô thị lớn. Trong lĩnh vực xuất nhập khẩu, những đột phá chiến lược là hoàn thiện thể chế môi trường kinh doanh, phát triển kết cấu hạ tầng xuất nhập khẩu như bến cảng, sân bay, kho hàng, vận tải đa phương tiện, logistics, thông tin thị trường... và phát triển nguồn nhân lực xuất nhập khẩu. Những giải pháp cho từng khâu này như sau: + Tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh, đầu tư, xóa bỏ những rào cản đối với doanh nghiệp; tạo môi trường cạnh tranh công bằng và bình đẳng cho mọi loại hình doanh nghiệp.

+ Đẩy mạnh các hoạt động thuận lợi hóa và hỗ trợ việc gia nhập thị trường, hoạt động trên thị trường và rút lui khỏi thị trường của các doanh nghiệp, nhất là khu vực doanh nghiệp ngoài nhà nước, khai thác hiệu quả các nguồn lực của đất nước cho xuất khẩu, khuyến khích việc liên doanh, liên kết, sáp nhập, hợp nhất các doanh nghiệp xuất khẩu để hình thành các tập đoàn xuất nhập khẩu mạnh của Việt Nam...

+ Tăng cường đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng xuất khẩu, đồng thời khai thác hiệu quả hệ thống hạ tầng hiện có phục vụ tốt nhất cho XK của đất nước; phát triển thương mại điện tử, ứng dụng công nghệ thông tin trong các giao dịch thương mại.

- Tăng cường năng lực hội nhập quốc tế của Việt Nam để tận dụng tối đa các cơ hội thị trường mới mở và giảm thiểu các tác động tiêu cực từ việc thực hiện các cam kết quốc tế:

+ Nâng cao nhận thức và đổi mới tư duy, đảm bảo sự nhất trí cao trong các cấp, các ngành, các địa phương đối với phát triển XK, quản lý nhập khẩu sau gia nhập WTO và tham gia các hiệp định tự do thương mại khác nhằm tạo ra được một cấu trúc xuất, nhập khẩu mang tính cạnh tranh và đạt hiệu quả cao.

+ Tiếp tục đẩy mạnh và thực hiện quyết liệt cải cách thể chế, cải cách hành chính, thuận lợi hóa hoạt động xuất, nhập khẩu phù hợp với các cam kết của WTO và hội nhập quốc tế khác.

+ Tiếp tục khai thác hiệu quả làn sóng đầu tư mới từ hiệu ứng gia nhập WTO vào các ngành hàng xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam, nhất là các ngành chế biến, chế tạo, công nghiệp hỗ trợ và các ngành công nghiệp công nghệ cao có khả năng tăng trưởng xuất khẩu mạnh như sản phẩm gỗ, cơ khí nhỏ, dây và cáp điện, sản phẩm nhựa, linh kiện điện tử và vi tính, phần mềm...

- Nỗ lực thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đẩy nhanh tái cấu trúc nền kinh tế để đảm bảo hiệu quả và tạo chuyển biến về chất trong cơ cấu hàng hóa xuất, nhập khẩu của Việt Nam.

- Tăng cường năng lực tham gia của doanh nghiệp và sản phẩm Việt Nam trong mạng lưới sản xuất và phân phối toàn cầu, xây dựng và phát triển các công ty xuyên quốc gia của Việt Nam, xây dựng thương hiệu cho sản phẩm Việt Nam để củng cố mở rộng thị trường xuất nhập khẩu.

- Cải tiến việc thực hiện các chương trình XTTM quốc gia, phát triển thị trường XK nhằm nâng cao hiệu quả trong công tác XTTM. Tăng cường vai trò và trách nhiệm của các cơ quan ngoại giao và đại diện thương mại của Việt Nam ở nước ngoài trong việc cung cấp thông tin và hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận thị trường, kênh phân phối nước ngoài...

- Không ngừng chú trọng phát triển nguồn nhân lực cho xuất, nhập khẩu, chú ý đào tạo, ứng dụng các kỹ năng nghiên cứu thị trường, marketing, kỹ năng đàm phán quốc tế, nghiệp vụ kỹ thuật ngoại thương, nâng cao trình độ luật pháp quốc tế, trình độ ngoại ngữ, ứng dụng tin học, nâng cao tay nghề. Việc đào tạo cần theo hai hướng: trước mắt, đối với người lao động cần thuần thục về kỹ năng và chuyên môn hóa sâu; mặt khác phải chú trọng đặc biệt tới đào tạo, bồi dưỡng nhân tài, có khả năng ứng dụng và tích hợp khoa học công nghệ của nhân loại cho phát triển của Việt Nam về lâu dài./.

# CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ NHẰM HƯỚNG TỚI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

*CN. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

## 1. Mở đầu

Trong những năm qua, thực hiện đường lối đổi mới, tích cực và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế của Đảng và Nhà nước, nền kinh tế nước ta đã đạt được sự tăng trưởng khá, các nhân tố tạo thành năng lực cạnh tranh của nền kinh tế ngày càng được khai thác. Một số ngành, doanh nghiệp đã bắt đầu vươn lên cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu, nhờ đó thị trường xuất khẩu ngày càng được mở rộng, kim ngạch xuất khẩu có sự tăng trưởng khá. Những biến đổi tích cực trên đây là tiền đề căn bản để nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa và dịch vụ Việt Nam, thúc đẩy quá trình phát triển kinh tế bền vững, tạo điều kiện để nước ta hội nhập một cách chủ động và có hiệu quả vào nền kinh tế thế giới.

Đạt được những thành tích đó, bên cạnh những chính sách khuyến khích, ưu đãi phát triển của Nhà nước như: chính sách thu hút đầu tư nước ngoài, chính sách ưu đãi thuế; chính sách nội địa hóa và các chính sách ưu đãi khác về tín dụng, trợ cấp xuất khẩu, trợ cấp thay thế nhập khẩu, trong tiến trình hội nhập, chúng ta đã biết dựa vào và phát huy lợi thế so sánh của đất nước về tài nguyên, khoáng sản và nguồn lao động dồi dào.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực ngày càng sâu rộng hiện nay, năng lực cạnh tranh của các mặt hàng xuất khẩu Việt Nam dựa chủ yếu vào lợi thế về lao động rẻ đang phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các nước trong khu vực, đặc biệt là Trung Quốc, Thái Lan và Malaysia. Hơn nữa, những lợi thế so sánh hiện có của Việt Nam không phải là vô hạn, thậm chí đang dần cạn kiệt. Chính vì vậy, để một nước còn ở trình độ phát triển thấp như Việt Nam có thể hội nhập thành công, điều quan trọng là không chỉ tiếp tục phát huy các lợi thế so sánh sẵn có, mà cần phải có định hướng chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh một cách thích hợp, chuyển từ tăng trưởng theo chiều rộng sang tăng trưởng theo chiều sâu, dựa trên việc phát huy các lợi thế so sánh động, tăng trưởng xuất khẩu dựa vào các yếu tố làm tăng năng suất như vốn, công nghệ và chất xám, nhằm vươn lên các nấc thang giá trị cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu. Đây chính là nhân tố quyết định nâng cao năng lực cạnh tranh của các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, đem lại giá trị gia tăng cao cho xuất khẩu, hướng tới phát triển xuất khẩu bền vững.

Bài viết này sử dụng nguồn số liệu từ thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC) và công thức tính hệ số lợi thế so sánh hiển thị (RCA) để phân tích, đánh giá xu hướng chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001-2009, trên cơ sở lựa chọn một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực đại diện cho các nhóm nông sản, thủy sản, khoáng sản; hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp; hàng công nghiệp chế tác, công nghệ cao. Qua đó

đề xuất một số khuyến nghị chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng phát huy lợi thế so sánh động dựa trên tri thức và công nghệ, nhằm nâng cao giá trị gia tăng và năng lực cạnh tranh xuất khẩu của Việt Nam, hướng tới phát triển xuất khẩu bền vững trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và giai đoạn tăng trưởng mới đến năm 2020.

## 2. Thực trạng chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001-2009

### *2.1. Nhận định xu hướng chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam*

1. Xuất khẩu của Việt Nam dựa chủ yếu vào một số sản phẩm có lợi thế so sánh cũng là các sản phẩm xuất khẩu chủ lực, thể hiện ở tỷ trọng của các mặt hàng xuất khẩu có lợi thế so sánh trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam rất cao (trên dưới 90%). Đáng lưu ý, mặc dù cơ cấu các sản phẩm xuất khẩu có lợi thế so sánh ngày càng đa dạng, song phần lớn các sản phẩm xuất khẩu chủ lực đó vẫn dựa trên các yếu tố thuận lợi sẵn có như tài nguyên và lao động, yếu tố tư bản vốn và hàm lượng tri thức, công nghệ chưa cao. Đó là những mặt hàng nông sản, thủy sản và khoáng sản thâm dụng tài nguyên thiên nhiên; những mặt hàng công nghiệp nhẹ như da giày, dệt may, thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ sử dụng nhiều lao động giản đơn do phần lớn là gia công xuất khẩu; một số mặt hàng điện tử và linh kiện lắp ráp với hàm lượng công nghệ thấp.

Việt Nam đã khai thác khá tốt lợi thế sẵn có về điều kiện tự nhiên, vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên và lao động dồi dào để phát triển xuất khẩu. Điều này được thể hiện qua tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao và liên tục của các nhóm hàng khoáng sản, thủy sản, nông sản, da giày, dệt may, đồ gỗ, điện tử… Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam giai đoạn 2001-2009 được thể hiện trong bảng dưới đây.

***Bảng 1:*** **Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam giai đoạn 2001-2009**

*Đơn vị: Nghìn USD*

| Mặt hàng | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Tổng kim gạch XK** | 15.029.192 | 16.706.053 | 20.149.324 | 26.485.036 | 32.447.128 | 39.826.224 | 48.561.344 | 62.685.128 | 60.108.668 |
| **Nhóm hàng nông sản, thủy sản, khoáng sản** | | | | | | | | | |
| Khoáng sản, dầu nô (HS 27) | 3.442.387 | 3.547.741 | 4.151.175 | 6.233.318 | 8.358.053 | 9.709.408 | 10.061.002 | 12.645.450 | 8.159.255 |
| Thủy sản (HS 3) | 1.735.736 | 1.934.591 | 2.074.651 | 2.198.027 | 2.437.635 | 2.955.179 | 3.307.903 | 3.888.662 | 3.206.213 |
| Nông sản (HS 9) | 584.057 | 527.367 | 676.980 | 907.057 | 1.012.208 | 1.544.394 | 2.350.472 | 2.603.791 | 2.159.926 |
| Ngũ cốc (HS 10) | 628.182 | 728.077 | 722.500 | 961.889 | 1.410.323 | 1.277.983 | 1.492.759 | 2.904.823 | 1.961.228 |
| **Nhóm hàng công nghiệp nhẹ, tiểu thủ công nghiệp** | | | | | | | | | |
| Da giày (HS 64) | 1.630.196 | 1.913.009 | 2.299.175 | 2.725.752 | 3.078.616 | 3.654.750 | 4.076.199 | 4.872.365 | 6.753.725 |
| Dệt may (HS 62) | 1.521.398 | 1.800.988 | 2.021.922 | 2.539.682 | 2.837.741 | 3.385.356 | 4.168.867 | 4.605.473 | 5.089.950 |
| Dệt may (HS 61) | 298.633 | 761.323 | 1.364.454 | 1.596.162 | 1.720.275 | 2.031.766 | 3.035.134 | 3.894.278 | 4.385.887 |
| Đồ gỗ (HS 94) | 283.159 | 437.324 | 656.105 | 1.014.674 | 1.420.730 | 1.812.879 | 2.407.834 | 2.741.027 | 3.434.137 |
| Thủ công mỹ | 78.950 | 96.253 | 113.594 | 139.991 | 148.343 | 157.977 | 171.516 | 158.534 | 141.543 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ghệ (HS 46) | | | | | | | | | |
| **Nhóm hàng công nghiệp chế tác, công nghệ cao** | | | | | | | | | |
| Điện tử (HS 85) | 604.921 | 679.822 | 941.602 | 1.307.298 | 1.543.365 | 2.070.922 | 3.277.294 | 3.667.328 | 5.295.269 |
| Máy móc, thiết i (HS 84) | 627.312 | 451.559 | 622.708 | 874.427 | 1.193.090 | 1.643.938 | 1.605.600 | 2.664.182 | 2.895.955 |
| Phương tiện vận ải (HS 87) | 162.015 | 173.567 | 220.256 | 375.470 | 365.128 | 452.612 | 582.235 | 630.975 | 422.736 |

*Nguồn: Thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC)*

2. Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam vẫn nghiêng về nhóm các mặt hàng xuất khẩu dựa vào khai thác lợi thế sẵn có về tài nguyên thiên nhiên, các ngành chế tạo công nghệ thấp sử dụng nhiều lao động và sản xuất các cấu kiện, công nghệ trung bình, trong khi các ngành công nghiệp nặng, công nghệ cao chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong cơ cấu xuất khẩu (chỉ khoảng 8% năm 2008).

***Bảng 2:* Cơ cấu xuất khẩu các sản phẩm chế biến thời kỳ 2000-2008**

| Ngàng hàng xuất khẩu | Tỷ trọng (%) | | |
|---|---|---|---|
| | **2000** | **2005** | **2008** |
| Ngành chế biến dựa vào nguồn tài nguyên | 17,6 | 20,4 | 25,7 |
| Ngành chế tạo công nghệ thấp sử dụng nhiều lao động và sản xuất các cấu kiện, công nghệ trung bình | 77,0 | 73,6 | 66,3 |
| Công nghệ cao, sử dụng nhiều vốn | 5,4 | 6,0 | 8,0 |

*Nguồn: Thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC)*

Tuy nhiên, tỷ trọng các mặt hàng đã qua chế biến (nông sản và các sản phẩm công nghiệp chế biến) trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam cũng có xu hướng tăng đáng kể mặc dù chưa ổn định (từ 44,2% năm 2000 lên 53,3% năm 2005 và khoảng 60% năm 2008), trong khi tỷ trọng sản phẩm thô, sơ chế giảm (55,8% năm 2000 xuống 46,7% năm 2005 và gần 40% năm 2008). Cơ cấu lợi thế so sánh và cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam cũng tiếp tục thay đổi theo hướng tăng tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp chế tác, các sản phẩm chế biến sử dụng công nghệ cao, lao động lành nghề và giảm dần xuất khẩu dưới dạng tài nguyên, khoáng sản, nguyên liệu thô, sơ chế, song tốc độ thay đổi diễn ra khá chậm.

***Bảng 3:*** **Tỷ trọng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001-2009**

| Mặt hàng | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Tổng kim ngạch XK** | 100% | 100% | 100% | 100 % | 100 % | 100% | 100 % | 100% | 100 % |
| **Nhóm hàng nông sản, thủy sản, khoáng sản (%)** | | | | | | | | | |
| Khoáng sản, dầu hô (HS 27) | 22,90 | 21,24 | 20,60 | 23,54 | 25,76 | 24,38 | 20,72 | 20,17 | 13,57 |
| Thủy sản (HS 03) | 11,55 | 11,58 | 10,30 | 8,30 | 7,51 | 7,42 | 6,81 | 6,20 | 5,33 |
| Nông sản (HS 09) | 3,89 | 3,16 | 3,36 | 3,42 | 3,12 | 3,88 | 4,84 | 4,15 | 3,59 |
| Ngũ cốc (HS 10) | 4,18 | 4,36 | 0,04 | 3,63 | 4,35 | 3,21 | 3,07 | 4,63 | 3,26 |
| **Nhóm hàng công nghiệp nhẹ, tiểu thủ công nghiệp (%)** | | | | | | | | | |
| Da giày (HS 64) | 10,85 | 11,45 | 11,41 | 10,29 | 9,49 | 9,18 | 8,39 | 7,77 | 11,24 |
| Dệt may (HS 62) | 10,12 | 10,78 | 10,03 | 9,59 | 8,75 | 8,50 | 8,58 | 7,35 | 8,47 |
| Dệt may (HS 61) | 1,99 | 4,56 | 6,77 | 6,03 | 5,30 | 5,10 | 6,25 | 6,21 | 7,30 |
| Đồ gỗ (HS 94) | 1,88 | 2,62 | 3,26 | 3,83 | 4,38 | 4,55 | 4,96 | 4,37 | 5,71 |
| Thủ công mỹ nghệ (HS 46) | 0,05 | 0,58 | 0,56 | 0,53 | 0,46 | 0,40 | 0,35 | 0,25 | 0,24 |
| **Nhóm hàng công nghiệp chế tác, công nghệ cao (%)** | | | | | | | | | |
| Điện tử (HS 85) | 4,02 | 4,07 | 4,67 | 4,94 | 4,76 | 5,20 | 6,75 | 5,85 | 8,81 |
| Máy móc, thiết bị (HS 84) | 4,17 | 2,70 | 3,09 | 3,30 | 3,68 | 4,13 | 3,31 | 4,25 | 4,82 |
| Phương tiện vận tải (HS 87) | 1,08 | 1,04 | 1,09 | 0,14 | 1,13 | 1,14 | 1,20 | 1,01 | 0,70 |
| *Khác* | *23,23* | *21,86* | *24,82* | *22,46* | *21,33* | *22,92* | *24,77* | *27,77* | *26,96* |

*Nguồn: Thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC)*

Qua bảng trên, nhận thấy trong giai đoạn 2001-2009: Tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng có lợi thế về tài nguyên, đặc biệt là khoáng sản, vẫn duy trì ở mức cao nhất trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ lực (chiếm 13,57% năm 2009), tiếp đến là nhóm các mặt hàng công nghiệp nhẹ như da giày (11,24%), dệt may (8,47%), đồ gỗ (5,71%), nhóm thủy sản (5,33%), nông sản (3,59%). Đặc biệt từ năm 2009, nhóm hàng điện tử và linh kiện đã vươn lên vị trí thứ 3 chỉ sau khoáng sản và da giày, chiếm tỷ trọng 8,81% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Cụ thể:

- Tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng khoáng sản, dầu thô, thủy sản trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam có xu hướng giảm dần rõ rệt qua từng năm trong giai đoạn 2001-2009, trong đó mặt hàng thủy sản giảm trung bình 9,02%/năm, khoáng sản giảm 5,29%/năm. Mặc dù có lợi thế so sánh cao và chỉ giảm nhẹ trong những năm gần đây,

nhưng xu hướng giảm tỷ trọng xuất khẩu này nói lên cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam đã bắt đầu có sự chuyển dịch từ việc xuất khẩu dưới dạng tài nguyên, khoáng sản, nguyên liệu thô sang những nhóm hàng công nghiệp nhẹ, công nghiệp chế tác đem lại giá trị gia tăng cao hơn.

- Trong khi đó, tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp nhẹ sử dụng nhiều lao động (dệt may, da giày) có xu hướng tăng giảm đan xen nhưng luôn duy trì ở mức cao, chứng tỏ lợi thế về lao động dồi dào, giá rẻ của Việt Nam vẫn đang được khai thác triệt để và đây vẫn là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Tuy nhiên, mặc dù có lợi thế so sánh cao ở nhóm mặt hàng này, song tỷ trọng xuất khẩu không tăng mạnh là do Việt Nam chủ yếu làm gia công bằng các nguyên phụ liệu nhập khẩu, dẫn đến lợi thế cạnh tranh của nhóm hàng này đang giảm dần, giá trị gia tăng xuất khẩu đạt thấp.

- Tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp chế tác sử dụng công nghệ cao (điện tử, máy móc, thiết bị) có xu hướng tăng nhẹ, song vẫn chiếm tỷ trọng rất khiêm tốn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và thấp hơn nhiều so với kim ngạch nhập khẩu. Điều đó chứng tỏ rằng, mặc dù cơ cấu xuất khẩu đã có sự chuyển dịch sang nhóm hàng đem lại giá trị gia tăng cao hơn này, song do chủ yếu là gia công, lắp ráp bằng linh kiện, phụ tùng nhập ngoại nên giá trị kim ngạch xuất khẩu còn nhỏ bé.

Tuy nhiên bên cạnh đó, việc gia tăng mạnh tỷ trọng xuất khẩu nhóm hàng điện tử và linh kiện từ năm 2009 vượt trên cả nhóm hàng dệt may, chứng tỏ những năm gần đây bắt đầu có sự chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu và cơ cấu lợi thế so sánh từ các sản phẩm công nghiệp chế tác bậc thấp, hàm lượng vốn, công nghệ và lao động trình độ thấp sang các sản phẩm công nghiệp chế tác bậc cao hơn trong các ngành công nghiệp điện tử, chế tạo máy móc, thiết bị.

3. Tỷ trọng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng đó của thế giới trong suốt giai đoạn 2001-2009 còn rất nhỏ bé, cao nhất là mặt hàng da giày, chiếm tỷ trọng 8,04% năm 2009, tiếp đến là nông sản (7,19%), thủ công mỹ nghệ (6,58%), thủy sản (4,59%), dệt may (3,22%), hàng điện tử chỉ chiếm tỷ trọng 0,33%…

***Bảng 4:*** **Tỷ trọng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng đó của thế giới giai đoạn 2001-2009**

| Mặt hàng | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Nhóm hàng nông sản, thủy sản, khoáng sản (%)** | | | | | | | | | |
| Nông sản (HS 09) | 4,83 | 4,47 | 0,50 | 5,78 | 5,30 | 6,88 | 8,78 | 7,92 | 7,19 |
| Thủy sản (HS 03) | 4,11 | 4,46 | 4,35 | 4,17 | 4,22 | 4,70 | 4,90 | 5,37 | 4,59 |
| Ngũ cốc (HS 10) | 1,84 | 2,03 | 0,02 | 2,15 | 3,17 | 2,55 | 2,06 | 2,78 | 2,54 |
| Khoáng sản, dầu thô (HS 27) | 0,58 | 0,59 | 0,56 | 0,61 | 0,60 | 0,56 | 0,51 | 0,45 | 0,46 |
| **Nhóm hàng công nghiệp nhẹ, tiểu thủ công nghiệp (%)** | | | | | | | | | |
| Da giày (HS 64) | 3,44 | 3,93 | 4,24 | 4,55 | 4,62 | 4,99 | 4,96 | 5,34 | 8,04 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Thủ công mỹ nghệ HS 46) | 0,68 | 7,29 | 7,48 | 8,16 | 7,90 | 7,60 | 7,28 | 5,59 | 6,58 |
| Dệt may (HS 62) | 1,48 | 1,67 | 1,67 | 1,90 | 1,93 | 2,13 | 2,44 | 2,54 | 3,22 |
| Dệt may (HS 61) | 0,36 | 0,87 | 1,34 | 1,38 | 1,39 | 1,40 | 1,76 | 2,17 | 2,73 |
| Đồ gỗ (HS 94) | 0,37 | 0,53 | 0,68 | 0,90 | 1,14 | 1,31 | 1,48 | 1,55 | 2,35 |
| **Nhóm hàng công nghiệp chế tác, công nghệ cao (%)** | | | | | | | | | |
| Điện tử (HS 85) | 0,07 | 0,08 | 0,09 | 0,10 | 0,11 | 0,13 | 0,18 | 0,19 | 0,33 |
| Máy móc, thiết bị HS 84) | 0,07 | 0,05 | 0,06 | 0,07 | 0,09 | 0,10 | 0,09 | 0,14 | 0,19 |
| Phương tiện vận ải (HS 87) | 0,03 | 0,03 | 0,03 | 0,00 1 | 0,04 | 0,04 | 0,05 | 0,05 | 0,05 |

*Nguồn: Thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC)*

- Tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng nông sản, thủy sản, khoáng sản, nguyên liệu thô trong tổng kim ngạch xuất khẩu của thế giới đối với mặt hàng này còn rất nhỏ và có xu hướng tăng giảm không rõ rệt, mặc dù đây là những mặt hàng Việt Nam có lợi thế so sánh cao. Điều này chứng tỏ Việt Nam vẫn chủ yếu xuất khẩu dưới dạng thô, sơ chế nên giá trị gia tăng xuất khẩu đạt thấp, khả năng cạnh tranh với hàng của các nước cũng có lợi thế so sánh trong khu vực kém và ít có sự tăng trưởng.

- Trong khi đó, tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp nhẹ sử dụng nhiều lao động (dệt may, da giày) so với xuất khẩu toàn thế giới có xu hướng tăng dần khá rõ rệt (điển hình là năm 2009), với tốc độ tăng trung bình đối với mặt hàng da giày khoảng 12,08%/năm và mặt hàng dệt may là 10,49%/năm. Điều đó một lần nữa chứng minh rằng, cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam có sự chuyển dịch sang các sản phẩm công nghiệp nhẹ, có hàm lượng công nghệ và vốn thấp, sử dụng nhiều lao động, mặc dù tỷ lệ nội địa hóa trong các ngành này còn thấp và giá trị gia tăng xuất khẩu rất thấp do chủ yếu làm gia công cho nước ngoài với nguyên phụ liệu nhập ngoại.

- Tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp chế tác sử dụng công nghệ cao tuy có tăng, nhưng tốc độ tăng không đáng kể và còn chiếm tỷ trọng rất khiêm tốn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của thế giới (năm 2009, điện tử chiếm 0,33%; máy móc, thiết bị chiếm 0,19%). Thị phần xuất khẩu của Việt Nam về các mặt hàng này trong so sánh với Trung Quốc và một số nước khác trên các thị trường chính hầu như không đáng kể. Thêm vào đó, tổng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm công nghệ cao này mỗi năm của Việt Nam là thành tích chủ yếu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (tới 90% xuất khẩu các sản phẩm điện tử thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài), các doanh nghiệp trong nước chỉ chiếm phần nhỏ do hầu hết chỉ tham gia khâu gia công, lắp ráp theo đơn đặt hàng với các nguyên vật liệu và linh kiện nhập ngoại.

4. Xuất khẩu của Việt Nam mới chỉ chủ yếu dựa vào khai thác những lợi thế cạnh tranh sẵn có về tài nguyên và lao động, mà chưa chủ động tạo ra các lợi thế cạnh tranh mới để đảm nhiệm những khâu, công đoạn có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị sản xuất toàn cầu. Yếu tố tư bản vốn trong cấu thành sản phẩm thấp, hàm lượng tri thức và công nghệ trong sản phẩm không cao (tỷ trọng của các sản phẩm công nghệ vừa và cao trong tổng giá

trị gia tăng của các mặt hàng chế tác xuất khẩu của Việt Nam chỉ ở mức trên 20% và không thay đổi qua những năm gần đây), chất lượng sản phẩm chưa thực sự có ưu thế rõ rệt trên thị trường thế giới. Việt Nam mới chỉ tập trung chuyên môn hóa vào một số mặt hàng là đặc điểm của một nước có thu nhập thấp và giàu tài nguyên như hàng may mặc, giày dép, nông sản, thủy hải sản..., trong khi mức độ chuyên môn hóa thấp đối với đa số các mặt hàng công nghiệp chế tác sử dụng công nghệ cao, như các sản phẩm của ngành công nghiệp điện tử, chế tạo máy móc, thiết bị, do đó năng suất lao động thấp, dẫn đến giá thành sản phẩm cao. Chính vì vậy, các ngành công nghiệp của Việt Nam đang ở vị trí thấp nhất trong chuỗi giá trị sản xuất toàn cầu, mới dừng ở công đoạn lắp ráp và gia công, giá trị gia tăng xuất khẩu của Việt Nam nói chung còn thấp hơn nhiều so với mức trung bình của thế giới (chỉ khoảng 5-15%), năng lực cạnh tranh của các sản phẩm xuất khẩu Việt Nam kém so với các nước trong khu vực.

Dựa vào công thức tính hệ số RCA đối với quốc gia i trong việc sản xuất sản phẩm j:

$$RCAij = \frac{Xij/Xi}{Xwj/Xw}$$

*Trong đó*: Xij và Xwj là giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng hóa j của nước i và thế giới

Xi và Xw là tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu của nước i và thế giới

Ta có kết quả tính hệ số RCA đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam giai đoạn 2001-2009 như sau:

***Bảng 5:*** **Hệ số RCA của các mặt hàng xuất khẩu chủ lực Việt Nam giai đoạn 2001-2009**

| Mặt hàng | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Nhóm hàng nông sản, thủy sản, khoáng sản** | | | | | | | | | |
| Nông sản (HS 09) | 19,51 | 17,08 | 18,63 | 19,90 | 16,93 | 20,82 | 25,00 | 20,18 | 14,79 |
| Thủy sản (HS 03) | 16,59 | 17,05 | 16,08 | 14,35 | 13,49 | 14,21 | 13,97 | 13,67 | 9,44 |
| Ngũ cốc (HS 10) | 7,43 | 7,75 | 6,90 | 7,41 | 10,12 | 7,71 | 5,85 | 7,08 | 5,23 |
| Khoáng sản, dầu thô (HS 27) | 2,35 | 2,26 | 2,06 | 2,11 | 1,90 | 1,69 | 1,46 | 1,14 | 0,95 |
| **Nhóm hàng công nghiệp nhẹ, tiểu thủ công nghiệp** | | | | | | | | | |
| Da giày (HS 64) | 13,89 | 15,03 | 15,70 | 15,67 | 14,77 | 15,08 | 14,11 | 13,59 | 16,53 |
| Thủ công mỹ nghệ (HS 46) | 2,74 | 27,86 | 27,68 | 28,11 | 25,25 | 22,97 | 20,73 | 14,24 | 13,54 |
| Dệt may (HS 62) | 5,96 | 6,37 | 6,17 | 6,53 | 6,17 | 6,44 | 6,95 | 6,46 | 6,63 |
| Dệt may (HS 61) | 1,45 | 3,31 | 4,94 | 4,75 | 4,43 | 4,24 | 5,02 | 5,54 | 5,62 |
| Đồ gỗ (HS 94) | 1,48 | 2,02 | 2,53 | 3,08 | 3,65 | 3,98 | 4,22 | 3,94 | 4,83 |
| **Nhóm hàng công nghiệp chế tác, công nghệ cao** | | | | | | | | | |
| Điện tử (HS 85) | 0,28 | 0,29 | 0,34 | 0,36 | 0,35 | 0,38 | 0,52 | 0,48 | 0,68 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Máy móc, thiết bị (HS 84) | 0,28 | 0,19 | 0,22 | 0,24 | 0,27 | 0,32 | 0,25 | 0,35 | 0,39 |
| Phương tiện vận tải (HS 87) | 0,12 | 0,11 | 0,11 | 0,15 | 0,13 | 0,14 | 0,14 | 0,13 | 0,10 |

*Nguồn: Thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC)*

*Tính toán của tác giả*

Qua bảng hệ số RCA nêu trên, nhận thấy trong giai đoạn 2001-2009: Các mặt hàng có lợi thế so sánh cao vẫn thuộc các nhóm sử dụng nhiều nguyên liệu, tài nguyên và lao động rẻ, dẫn đầu là nhóm hàng công nghiệp nhẹ như da giày (năm 2009, RCA = 16,53), thủ công mỹ nghệ (13,54), tiếp đến là nhóm nông sản (14,79), thủy sản (9,44) và cuối cùng là nhóm hàng công nghiệp chế tác sử dụng công nghệ cao như điện tử (0,68) và máy móc, thiết bị (0,39). Cụ thể:

- Hệ số RCA của các mặt hàng nông sản, thủy sản, nguyên liệu thô luôn duy trì ở mức cao hơn cả các mặt hàng như da giày, dệt may trong suốt giai đoạn 2001-2007 và chỉ giảm mạnh trong 2 năm 2008 và 2009. Trong khi hệ số RCA của các mặt hàng khoáng sản, nhiên liệu, dầu thô khá thấp và giảm dần liên tục trong suốt giai đoạn 2001-2009. Điều này chứng tỏ Việt Nam luôn có lợi thế so sánh ở các mặt hàng là thế mạnh của một nước nông nghiệp, tuy nhiên lợi thế về tài nguyên và lao động rẻ đang dần mất đi, do sự cạn kiệt dần nguồn tài nguyên thiên nhiên và sự cạnh tranh quyết liệt bởi hàng nông sản của các nước trong khu vực. Hơn nữa, do chỉ xuất khẩu dưới dạng thô, sơ chế nên năng lực cạnh tranh của các mặt hàng khoáng sản, dầu thô cũng như giá trị gia tăng xuất khẩu các mặt hàng này của Việt Nam đạt thấp. Việc kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này luôn chiếm tỷ trọng cao nhất trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong giai đoạn 2001-2009, càng chứng tỏ Việt Nam đang khai thác quá mức nguồn tài nguyên không phải là vô tận này.

- Hệ số RCA của các mặt hàng công nghiệp nhẹ sử dụng nhiều lao động, điển hình là mặt hàng da giày khá ổn định và duy trì ở mức cao trong giai đoạn 2001-2009, vươn lên vị trí cao nhất năm 2009 với RCA đạt 16,53. Đứng thứ hai trong nhóm này, các mặt hàng thủ công mỹ nghệ duy trì lợi thế so sánh cao nhất trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam trong suốt giai đoạn 2001-2006 và bắt đầu giảm nhanh từ năm 2007, đến năm 2009 RCA đạt 13,54, thấp hơn mặt hàng da giày và nông sản. Tiếp đến ở vị trí thứ ba, các mặt hàng dệt may với lợi thế so sánh ở mức khá cao và tương đối ổn định trong giai đoạn 2001-2009, song vẫn thấp hơn các mặt hàng nông sản và thủy sản. Điều này nói lên Việt Nam chủ yếu dựa trên lợi thế so sánh sẵn có về lao động dồi dào và giá rẻ. Tuy nhiên, RCA của nhóm mặt hàng này có xu hướng giảm nhẹ trong những năm gần đây, chứng tỏ lợi thế về lao động rẻ đang dần mất đi và bị cạnh tranh quyết liệt bởi các nước trong khu vực, đặc biệt là Trung Quốc.

- Hệ số RCA của các mặt hàng công nghiệp chế tác sử dụng công nghệ cao (điện tử, máy móc và thiết bị) tuy có tăng dần qua từng năm nhưng luôn < 1, nói lên Việt Nam chưa có lợi thế so sánh đối với các mặt hàng này, do chủ yếu làm gia công bằng các nguyên liệu,

linh phụ kiện nhập khẩu từ nước ngoài. Hệ số lợi thế so sánh RCA của nhóm mặt hàng này có xu hướng tăng nhẹ trong giai đoạn 2001-2009, mặc dù tốc độ tăng không đáng kể, chứng tỏ đang có sự dịch chuyển trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam, từ xuất khẩu chủ yếu dựa trên lợi thế so sánh sẵn có về tài nguyên, lao động sang các mặt hàng dựa trên việc khai thác các lợi thế so sánh động, nâng cao năng lực cạnh tranh bằng công nghệ hiện đại và nguồn nhân lực chất lượng cao, tăng giá trị gia tăng trong xuất khẩu.

*Tóm lại,* sự thay đổi trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam cũng phù hợp với sự thay đổi trong cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam, theo hướng chuyển từ xuất khẩu chủ yếu các mặt hàng dựa trên lợi thế so sánh sẵn có về tài nguyên, lao động sang các mặt hàng dựa trên việc khai thác các lợi thế so sánh động bằng hàm lượng vốn đầu tư, công nghệ và chất xám, mặc dù sự chuyển dịch này là khá chậm chạp. Điều này thể hiện ở chỗ, các ngành nông nghiệp và khai khoáng, tuy tỷ trọng xuất khẩu giảm dần, song vẫn chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu xuất khẩu và duy trì vị trí lợi thế so sánh của mình trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Trong khi đó, ngành công nghiệp nhẹ sử dụng nhiều lao động vẫn tiếp tục tăng trưởng và duy trì vị trí lợi thế so sánh cao nhất trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Cuối cùng, các mặt hàng công nghiệp chế tác, công nghệ cao tuy có cải thiện về lợi thế so sánh và kim ngạch xuất khẩu, song vẫn chiếm tỷ trọng rất khiêm tốn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam cũng như xuất khẩu mặt hàng này của thế giới. Nhìn chung, xu hướng chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hiện nay của Việt Nam chưa đáp ứng được các mục tiêu phát triển xuất khẩu bền vững, cũng như chưa thật sự thúc đẩy quá trình hình thành một cơ cấu đáp ứng các yêu cầu của nền kinh tế thị trường hiện đại, đủ năng lực cạnh tranh và hội nhập quốc tế.

### *2.2. Nguyên nhân của những hạn chế, tồn tại*

Nguyên nhân của những hạn chế nói trên có thể lý giải, ngoài những nguyên nhân khách quan của môi trường kinh doanh quốc tế và ít nhiều là sự non trẻ và xuất phát điểm thấp của một số ngành kinh tế của Việt Nam (điển hình là các ngành công nghệ cao, công nghiệp điện tử), đó là những nguyên nhân chủ quan từ các vấn đề nội tại của nền kinh tế Việt Nam:

*Thứ nhất, chính sách phát triển xuất khẩu của Việt Nam thiên về số lượng, chạy theo thành tích mà chưa chú trọng tới chất lượng.* Trong chiến lược phát triển xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ 2001-2010, các chỉ tiêu xuất khẩu mới thể hiện về mặt số lượng như tốc độ tăng trưởng, quy mô xuất khẩu mà chưa tính đến chất lượng tăng trưởng, dẫn đến tình trạng khai thác quá mức tài nguyên, chưa phát huy được lợi thế so sánh động dựa trên tri thức và công nghệ. Tăng trưởng xuất khẩu của nước ta phụ thuộc chủ yếu vào yếu tố tăng vốn (chiếm 57,5%), tăng trưởng số lượng lao động (chiếm 20%), còn yếu tố chất lượng, gọi chung là năng suất các nhân tố tổng hợp (bao gồm hiệu quả đầu tư, năng suất lao động, trình độ công nghệ và chất lượng lao động) chỉ đóng góp 22,5%. Trong khi các yếu tố tăng trưởng này là có hạn, tài nguyên thiên nhiên dần cạn kiệt, thì việc thực hiện mục tiêu phát triển xuất khẩu bền vững trong thời gian tới là rất khó thực hiện.

*Thứ hai, cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam ít có sự thay đổi, vẫn tập trung chủ yếu vào một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực dựa trên lợi thế so sánh sẵn có về tài nguyên và lao động, dẫn đến khó tăng tỷ trọng xuất khẩu* do những rủi ro trong nước, những hạn chế mang tính cơ cấu về lợi thế tự nhiên như diện tích, năng suất, khả năng khai thác, đánh bắt, nuôi trồng, hay khi có biến động bất lợi trên thị trường thế giới. Mặt khác, các doanh nghiệp của Việt Nam phần lớn còn chưa xây dựng chiến lược kinh doanh, chiến lược sản phẩm xuất khẩu trong ngắn và dài hạn, không xác định rõ chiến lược sản phẩm chủ lực, đầu tư sản xuất còn dàn trải với nhiều chủng loại sản phẩm, do đó hiệu quả sản xuất tăng trưởng chậm.

*Thứ ba, trình độ công nghệ và thiết bị trong các ngành công nghiệp của Việt Nam lạc hậu nhiều so với khu vực và thế giới* (điển hình là ngành công nghiệp điện tử lạc hậu tới 10-15 năm). Chính sách đầu tư cho đổi mới công nghệ và chuyển giao công nghệ hiện đại từ nước ngoài thông qua các doanh nghiệp FDI hay TNCs chưa phát huy tác dụng, việc ứng dụng công nghệ mới chưa theo kịp với sự phát triển nhanh chóng của khoa học- công nghệ trên thế giới.

*Thứ tư*, *chất lượng nguồn nhân lực còn nhiều hạn chế, yếu kém,* cơ cấu lao động chưa phù hợp với nhu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa, thiếu lao động có tay nghề, thiếu đội ngũ kỹ sư có khả năng thiết kế, sáng tạo sản phẩm mới, nhất là đối với các ngành công nghệ cao như công nghiệp điện tử, do đó chưa chú trọng công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm mới. Bên cạnh đó, đội ngũ cán bộ có kiến thức về kinh doanh quốc tế và am hiểu thị trường xuất khẩu còn thiếu, do đó chưa nắm bắt được nhu cầu cũng như những xu thế vận động của thị trường thế giới. Điều đó ảnh hưởng đến công tác dự báo và hoạch định chiến lược thị trường xuất khẩu, một yếu tố kìm hãm tốc độ tăng trưởng xuất khẩu.

*Thứ năm*, *cơ cấu ngành kinh tế và cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam chuyển dịch chậm, các ngành công nghiệp của Việt Nam còn mang nặng tính gia công, lắp ráp do công nghiệp phụ trợ kém phát triển, tỷ lệ nội địa hóa thấp (chỉ đạt 20- 30%).* Nhìn chung, CNPT và sản xuất phụ tùng, linh kiện của Việt Nam hiện nay quá yếu, không đáp ứng được yêu cầu của sản xuất, lắp ráp và do đó phải lệ thuộc quá nhiều vào các nhà cung cấp nước ngoài. Cho đến nay, sản phẩm CNPT chủ yếu do các doanh nghiệp Nhà nước sản xuất và cung cấp với chất lượng kém, giá thành cao (vì công nghệ lạc hậu, quản lý kém...), do đó chỉ tiêu thụ được trong nội bộ các doanh nghiệp Nhà nước. Một bộ phận khác, chủ yếu là những sản phẩm CNPT cấp thấp, do các doanh nghiệp nhỏ, hộ kinh doanh cá thể sản xuất, cũng đang gặp khó khăn lớn về vốn và công nghệ. Chính vì vậy, đây là một rào cản lớn trong thu hút các dự án FDI, các công ty đa và xuyên quốc gia vào Việt Nam, do các doanh nghiệp FDI tuy rất muốn tăng tỷ lệ nội địa hóa để giảm giá thành sản xuất nhưng khó tìm được nguồn cung cấp sản phẩm CNPT đáng tin cậy.

*Thứ sáu, vốn đầu tư cho các ngành sản xuất, xuất khẩu đã thiếu còn dàn trải, cơ sở hạ tầng kinh tế, kỹ thuật trong các khu công nghiệp, khu chế xuất của Việt Nam còn lạc hậu,* thể hiện ở giá cả dịch vụ cao và chất lượng dịch vụ thấp (bao gồm các dịch vụ thông tin,

viễn thông, vận tải, kho bãi, hải quan, điện, nước...). Điều này là nguyên nhân trực tiếp làm tăng chi phí đầu vào và giảm khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các sản phẩm xuất khẩu nói riêng. Cơ sở hạ tầng đang bị coi là một trong ba "*nút thắt cổ chai*" trong môi trường kinh doanh ở Việt Nam và điều này đang là một gánh nặng đối với các nhà đầu tư.

*Thứ bảy, tác động của các cam kết WTO và việc thực hiện lộ trình cắt giảm thuế theo AFTA và các FTAs, RTAs làm cho các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu của Việt Nam gặp không ít khó khăn,* nhất là việc bãi bỏ các chính sách ưu đãi, trợ cấp của Chính phủ (như bảo hộ thông qua chính sách thuế, quy định về tỷ lệ nội địa hóa, trợ cấp xuất khẩu...). Cạnh tranh trên thị trường khu vực và thế giới sẽ ngày càng khốc liệt, đòi hỏi khả năng thích ứng cao của các doanh nghiệp xuất khẩu trong nước.

## 3. Một số khuyến nghị chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu nhằm nâng cao giá trị gia tăng và năng lực cạnh tranh, hướng tới phát triển xuất khẩu bền vững ở Việt Nam

### *3.1. Cải thiện môi trường kinh doanh, tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng và lành mạnh cho các doanh nghiệp*

Trước hết, cần hoàn thiện môi trường pháp lý nhằm cải thiện môi trường kinh doanh ở Việt Nam, theo hướng đảm bảo một mặt bằng pháp lý và điều kiện kinh doanh bình đẳng, áp dụng "luật chơi chung" giữa thị trường trong nước và quốc tế. Muốn vậy, cần có phản ứng chính sách linh hoạt, kịp thời nhằm áp dụng các biện pháp bảo hộ hợp lý, ưu đãi, khuyến khích phát triển sản xuất trong nước, bảo vệ chủ quyền và lợi ích quốc gia nhưng vẫn phù hợp với các cam kết về mở cửa thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế trong các Hiệp định thương mại tự do khu vực và Thoả thuận quốc tế đã ký kết (WTO, FTAs, AFTA, RTAs...).

Tiếp đó, cần xây dựng một chính sách cạnh tranh nhằm tăng cường và khuyến khích cạnh tranh bình đẳng, lành mạnh, góp phần tạo dựng một môi trường cạnh tranh chung hiệu quả, duy trì sự tăng trưởng kinh tế bền vững. Chính sách cạnh tranh phải được xây dựng đảm bảo áp lực cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, tránh tình trạng phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế và các loại hình doanh nghiệp (Nhà nước, tư nhân và nước ngoài), cũng như những hình thái biến tướng của bao cấp, bảo hộ và độc quyền kinh doanh, một rào cản lớn đang kìm hãm khả năng phát triển của đất nước, góp phần làm tăng năng suất xã hội và qua đó có thể đề ra được một chính sách cải cách kinh tế sâu rộng.

### *3.2. Xây dựng chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của các mặt hàng xuất khẩu Việt Nam, xây dựng chiến lược kinh doanh, chiến lược sản phẩm xuất khẩu trong ngắn và dài hạn, thực hiện đa dạng hóa cơ cấu xuất khẩu và cơ cấu lợi thế so sánh*

Nâng cao năng lực cạnh tranh của các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu dựa trên hàm lượng công nghệ cao, chất lượng nguồn lao động nhằm nâng cao giá trị gia tăng hàng xuất khẩu, hướng tới những đơn hàng có độ tinh xảo cao, giá trị gia tăng lớn. Trong điều kiện thực tế Việt Nam hiện nay, chúng ta chưa thể ngay lập tức tham gia nhiều vào lĩnh vực

nghiên cứu & phát triển và thiết kế sản phẩm, nhưng hoàn toàn có thể tăng cường năng lực tham gia vào hai khâu xây dựng, phát triển thương hiệu và phân phối. Chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam cũng cần chú trọng tới phân khúc này.

Cùng với việc nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu, trong từng thời kỳ, Chính phủ cần phê duyệt và đưa vào thực hiện các Chương trình phát triển sản phẩm trọng điểm cho mỗi ngành, định hướng cho các doanh nghiệp trong ngành xây dựng chiến lược kinh doanh, chiến lược sản phẩm xuất khẩu trong ngắn và dài hạn, đồng thời biết lựa chọn đúng "*dòng sản phẩm chiến lược*" cho doanh nghiệp mình, đầu tư tập trung nhằm nâng cao chất lượng và hạn chế rủi ro. Bên cạnh đó, cần tiếp tục đa dạng hóa hơn nữa cơ cấu xuất khẩu và cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam, đồng thời theo hai hướng: Phát triển thêm các sản phẩm xuất khẩu chủ lực mới; và Chuyển dịch sang các sản phẩm có giá trị gia tăng và hàm lượng công nghệ cao.

***3.3. Chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh và cơ cấu mặt hàng xuất khẩu*** theo hướng: giảm dần tiến tới chấm dứt xuất khẩu sản phẩm dưới dạng nguyên liệu thô, sơ chế, tăng dần xuất khẩu sản phẩm chế biến; nhanh chóng thoát khỏi gia công xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp nhẹ và công nghiệp chế tác; tăng dần xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp sử dụng công nghệ cao nhằm nâng cao giá trị gia tăng xuất khẩu, hướng tới phát triển xuất khẩu bền vững.

Để nâng cao giá trị gia tăng trong xuất khẩu, cách giải quyết là không nên tiếp tục gia tăng tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu với các mặt hàng nguyên liệu thô, sơ chế mang lại giá trị gia tăng rất thấp (hiện rất khó khăn vì đã ở mức khá cao, trong khi nguồn tài nguyên dần cạn kiệt), mà phải chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh sang xuất khẩu các sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp chế tác sử dụng công nghệ cao để đem lại giá trị gia tăng cao hơn. Bên cạnh đó, cần có định hướng chính sách để nhanh chóng thoát khỏi khâu gia công, lắp ráp và vươn lên các nấc thang cao hơn trong chuỗi giá trị gia tăng toàn cầu.

***Các giải pháp cần tập trung thực hiện đó là:***

*- Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và khuyến khích phát triển hoạt động R&D, năng lực thiết kế, chế tạo* nhằm nhanh chóng chuyển đổi mô hình tăng trưởng xuất khẩu từ việc chủ yếu khai thác lợi thế sẵn có về tài nguyên, lao động dồi dào, giá rẻ sang khai thác lợi thế so sánh động trên cơ sở chất lượng lao động và công nghệ.

Bên cạnh đầu tư phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, việc thu hút các hoạt động R&D, thiết kế, chế tạo của TNCs là nhiệm vụ trọng tâm hàng đầu, là con đường ngắn nhất để phát triển hoạt động R&D tại Việt Nam. Để làm được điều đó, Việt Nam cần hoàn thiện chính sách phát triển và chuyển giao công nghệ, theo hướng khuyến khích các hoạt động R&D của TNCs ngay tại Việt Nam và tăng cường bảo hộ sở hữu trí tuệ, bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với KHCN và các sản phẩm công nghiệp. Bảo vệ sở hữu trí tuệ luôn nằm trong sự quan tâm của TNCs khi thực hiện đầu tư trực tiếp tại một nước. Nếu những

tài sản trí tuệ của TNCs được bảo vệ tại Việt Nam, họ sẽ không ngần ngại đầu tư vốn và chuyển giao kỹ thuật, công nghệ cho các nhà sản xuất thiết bị gốc của Việt Nam. Doanh nghiệp Việt Nam sẽ có cơ hội hỏi học thêm nhiều kỹ thuật mới, có thêm vốn đầu tư vào nghiên cứu và triển khai, rồi từ đó tiến lên tham gia vào những khâu quan trọng hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu của các TNCs.

*- Tạo môi trường thuận lợi khuyến khích, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài để tăng nguồn vốn đầu tư, chuyển giao công nghệ hiện đại và kỹ năng quản lý tiên tiến thông qua TNCs.*

Trước hết, Nhà nước cần có chính sách khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia đầu tư vào các ngành sản xuất hàng xuất khẩu. Ưu tiên đầu tư vốn Ngân sách Nhà nước cho việc xây dựng cơ sở hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực, nghiên cứu phát triển, xúc tiến thương mại.

Bên cạnh việc huy động tối đa các nguồn vốn trong nước đầu tư phát triển xuất khẩu, cần tạo môi trường thuận lợi, cải cách thủ tục hành chính nhằm thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài để tăng nguồn vốn đầu tư. Đặc biệt chú trọng thu hút nguồn vốn đầu tư từ các doanh nghiệp nước ngoài đang sản xuất kinh doanh tại Việt Nam, nhất là đầu tư của các tập đoàn lớn, các MNCs/TNCs thông qua chuyển giao công nghệ hiện đại và kỹ năng quản lý tiên tiến vào lĩnh vực sản xuất các sản phẩm công nghệ cao, hàm lượng trí tuệ cao và đem lại giá trị gia tăng cao cho xuất khẩu.

*- Nâng cấp cơ sở hạ tầng, phát triển các khu, cụm công nghiệp,* khuyến khích đầu tư của khu vực tư nhân, kể cả đầu tư nước ngoài tương xứng với nhu cầu và tiềm năng của khu vực kinh tế năng động này vào phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ xuất khẩu nói chung và cơ sở hạ tầng khu công nghiệp nói riêng, tiến tới xây dựng các khu, cụm công nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu.

*- Đẩy mạnh phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ phục vụ xuất khẩu*, thu hút đầu tư nước ngoài và khuyến khích các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia phát triển CNPT nhằm tăng tỷ lệ nội địa hóa trong các sản phẩm xuất khẩu.

Nhà nước cần tạo môi trường kinh doanh ổn định cho các doanh nghiệp FDI và có cơ chế chính sách cụ thể, dài hạn nhằm khuyến khích phát triển các ngành CNPT cung cấp linh kiện, phụ kiện phục vụ xuất khẩu. Trên thực tế, việc nội địa hóa sản xuất linh phụ kiện cần phải bắt đầu từ việc thu hút các nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài trong lĩnh vực cung cấp linh phụ kiện đến Việt Nam, sau đó nâng cao dần năng lực của các nhà cung cấp linh phụ kiện trong nước. Các công ty đầu tư trực tiếp nước ngoài sẽ đóng vai trò chủ đạo và chiếm đa số trong CNPT vào giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hóa ở Việt Nam.

Bên cạnh việc thu hút đầu tư nước ngoài phát triển các ngành CNPT, Nhà nước cần có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia phát triển CNPT, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tăng cường, củng cố các liên kết, hợp tác

giữa các doanh nghiệp Nhà nước, tư nhân và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài cho phát triển CNPT.

- *Lựa chọn chiến lược tham gia tích cực vào chuỗi giá trị toàn cầu,* chọn một chuyên ngành, tập trung vào một lĩnh vực sản xuất loại sản phẩm mà mình có thế mạnh nhằm tạo ra năng lực cạnh tranh cao, hướng tới mục tiêu trở thành một mắt xích quan trọng trong chuỗi giá trị toàn cầu đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực.

Nhà nước cần định hướng và có chính sách khuyến khích doanh nghiệp xây dựng và phát triển các chuỗi giá trị mặt hàng xuất khẩu ở trong nước theo hướng có thể đi tắt, đón đầu mà không nhất thiết phải đi tuần tự theo các nấc thang của chuỗi giá trị gia tăng, làm tiền đề cho việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Qua đó, các doanh nghiệp cần chủ động tham gia vào chuỗi trên cơ sở lựa chọn đúng các khâu cần ưu tiên nhằm khai thác lợi thế so sánh, tăng cường năng lực quản trị và nâng cao khả năng lãnh đạo chuỗi.

***3.4. Tìm kiếm các thị trường ngách và đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường xuất khẩu***

Để mở rộng thị trường xuất khẩu, bên cạnh việc giữ vững và phát triển các thị trường truyền thống bằng việc nâng cao chất lượng sản phẩm và duy trì giá cả cạnh tranh, cần tìm kiếm thêm các thị trường ngách và tạo ra những sản phẩm xuất khẩu phù hợp với nhu cầu các thị trường này.

Để thực hiện mục tiêu đó, cần tăng cường các hoạt động hợp tác quốc tế, thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, tham gia các hội chợ, triển lãm ở nước ngoài để có thông tin về nhu cầu thị trường cũng như các đối thủ cạnh tranh. Nhà nước cần khuyến khích, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp thành lập các chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp hoặc các trung tâm thương mại ở nước ngoài để tìm hiểu về nhu cầu, thị hiếu của thị trường, quảng bá sản phẩm, thương hiệu và ký kết hợp đồng, tổ chức tiêu thụ sản phẩm.

***3.5. Xây dựng và củng cố các tập đoàn kinh doanh lớn, tăng cường sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong mỗi ngành,*** nâng cao khả năng cạnh tranh của mỗi đơn vị thành viên và từ đó nâng cao vị thế của toàn ngành trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh gay gắt trên thị trường thế giới.

Mỗi doanh nghiệp cần tích cực, chủ động trong xây dựng và phát triển các quan hệ đối tác lâu bền, đẩy mạnh liên kết với các công ty FDI và các loại hình doanh nghiệp Nhà nước, tư nhân khác, kể cả với các Hiệp hội ngành hàng nhằm thu thập thông tin về thị trường, sản phẩm, tăng cường tiềm lực về mọi mặt và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

**4. Kết luận**

Trong những năm tới, điều kiện tự nhiên và lao động rẻ vẫn là lợi thế của Việt Nam trong thương mại quốc tế. Tuy nhiên, lợi thế này đang có xu thế giảm dần, nguồn lợi tự nhiên ngày càng cạn kiệt, chưa kể những tác động tiêu cực đến môi trường được xem như một hạn chế cản trở tăng trưởng xuất khẩu. Lợi thế lao động rẻ cũng ngày càng giảm dần,

trong bối cảnh chênh lệch tiền lương lao động ở nước ta và các nước đang giảm dần, nhất là so sánh với Trung Quốc.

Do đó, nếu tiếp tục dựa vào mô hình tăng trưởng theo chiều rộng trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh sẵn có, xuất khẩu Việt Nam khó có thể duy trì được tốc độ tăng trưởng ở mức cao. Bên cạnh đó, một yếu tố hết sức quan trọng cần phải quan tâm trong công tác hoạch định chiến lược xuất khẩu của Việt Nam là cơ cấu thị trường thế giới những thập niên gần đây đã thay đổi căn bản. Nhu cầu về các sản phẩm thô và sơ chế ngày càng giảm, trong khi nhu cầu trên thị trường thế giới về những sản phẩm hàng hóa và dịch vụ có hàm lượng công nghệ và khoa học cao ngày càng tăng. Một trong những nguyên nhân của các quốc gia thành công trong phát triển kinh tế những năm gần đây là nắm bắt được xu thế vận động của thị trường thế giới để điều chỉnh cơ cấu kinh tế, nhằm tạo ra những ngành kinh tế và sản phẩm đáp ứng kịp thời các nhu cầu của thị trường.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập ngày càng sâu với khu vực và quốc tế, cạnh tranh trên thị trường thế giới cũng sẽ ngày càng khốc liệt, đòi hỏi Việt Nam phải nhanh chóng chuyển sang mô hình tăng trưởng mới. Chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh và cơ cấu xuất khẩu nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngành sản xuất, xuất khẩu nói chung và các ngành hàng xuất khẩu chủ lực nói riêng là một yêu cầu cấp bách đối với Việt Nam trong giai đoạn tăng trưởng mới đến năm 2020. Để đạt được yêu cầu này, Việt Nam cần hoạch định chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của các mặt hàng xuất khẩu, thực hiện đa dạng hóa hơn nữa cơ cấu xuất khẩu và cơ cấu lợi thế so sánh, trên cơ sở chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh và cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, giảm dần tỷ trọng xuất khẩu sản phẩm thô, sơ chế, tài nguyên thiên nhiên, tăng dần tỷ trọng sản phẩm chế biến, công nghệ cao, tập trung khai thác lợi thế cạnh tranh dựa vào: Áp dụng các chính sách để thúc đẩy đổi mới công nghệ; Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; Thu hút đầu tư nước ngoài, phát triển hoạt động R&D, năng lực thiết kế, chế tạo; Nâng cấp cơ sở hạ tầng trong các khu, cụm công nghiệp và phát triển công nghiệp phụ trợ; Tiến lên các nấc thang giá trị cao hơn trong chuỗi giá trị sản xuất toàn cầu.

*Tóm lại*, trong thời gian tới, việc khai thác lợi thế cạnh tranh để phát triển xuất khẩu nhanh, bền vững và đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh và cơ cấu mặt hàng xuất khẩu đang là thách thức đối với Việt Nam, đòi hỏi khả năng thích ứng ngày càng cao của các doanh nghiệp trong nước. Nếu chúng ta không có những giải pháp giải quyết các vấn đề nội tại hiện nay của nền kinh tế nói chung và các ngành sản xuất hàng xuất khẩu nói riêng, đặc biệt là vấn đề chất lượng tăng trưởng xuất khẩu, chuyển đổi mô hình tăng trưởng sang khai thác các yếu tố lợi thế cạnh tranh dựa trên nền tảng lao động chất lượng cao và trình độ khoa học - công nghệ tiên tiến..., thì việc nâng cao năng lực cạnh tranh và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, đạt được mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu, cũng như tham gia và tiến lên những nấc thang giá trị cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu sẽ rất khó khăn đối với Việt Nam trong những năm tới.

***Tài liệu tham khảo***

1. *Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006-2010 nhằm thực hiện thắng lợi Chiến lược 10 năm 2001-2010*, xây dựng nền tảng đến năm 2020 Việt Nam cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại, Nghị quyết số 56/2006/QH11 ngày 29/6/2006 của Quốc hội khóa XI, kỳ họp thứ 9.

2. Nguyễn Văn Lịch (2009), *Xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của các mặt hàng xuất khẩu có lợi thế của Việt Nam*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Viện nghiên cứu Thương mại, Bộ Công Thương.

3. M. Porter (2009), *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*, Nxb. Trẻ, Hà Nội.

4. M. Porter (2009), *Lợi thế cạnh tranh - Tạo lập và duy trì thành tích vượt trội trong kinh doanh,* Nxb. Trẻ, Hà Nội.

5. Đinh Văn Thành (2007), *Nghiên cứu chất lượng tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong thời kỳ công nghiệp hóa - hiện đại hóa,* Đề tài khoa học cấp Bộ, Viện nghiên cứu Thương mại, Bộ Công Thương.

# TĂNG CƯỜNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NHẰM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI

***TS. Lê Hoàng Oanh*** **Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại**
**Bộ Công Thương**

Chiến lược xuất khẩu giai đoạn 2006-2010 được khép lại với thành công của năm 2010 nhiều ấn tượng, Hành tranh đầy đặn với 71,6 tỷ USD - lần đầu tiên xuất khẩu vượt ngưỡng 70 tỷ USD, tăng 25,5% so với năm 2009, nghĩa là về kim ngạch tăng 14,5 tỷ USD so với năm 2009, về tỷ lệ tăng gấp hơn 4 lần mức kế hoạch (tăng 6%). Bức tranh xuất khẩu hiện lên nhiều điểm sáng.

Đóng góp vào thành công của xuất khẩu nói chung, có vai trò của hoạt động xúc tiến thương mại (XTTM). Hoạt động XTTM mang lại hiệu quả trước mắt là các doanh nghiệp đã ký kết được hợp đồng, bản ghi nhớ, chớp thời cơ kết liên với bạn hàng mới, tiến hành ngay các hoạt động kinh doanh, kết nối hợp tác... Về lâu dài, qua hoạt động XTTM, nhiều doanh nghiệp được mở mang kiến thức, tích lũy kinh nghiệm, mở rộng tầm nhìn, định hướng thị trường, xây dựng hoặc điều chỉnh chiến lược, duy trì và phát triển thương hiệu, quyết định đầu tư chiều sâu, mở rộng sản xuất, mạng lưới kinh doanh, thiết lập quan hệ bạn hàng bền chặt.

Ở mức độ khác nhau, các địa phương, từng hiệp hội ngành hàng, mỗi doanh nghiệp đã tìm thấy từ Chương trình XTTM quốc gia, từ Chương trình thương hiệu quốc gia (THQG)

cùng nhiều loại hình XTTM khác, những sự hỗ trợ thiết thực để phát triển xuất khẩu, mở rộng thị trường.

Bước vào giai đoạn mới, kinh tế - thương mại thế giới tuy đang phục hồi nhưng lại được dự báo vẫn có những diễn biến khó lường, thiên nhiên bất lợi, các vùng địa - chính trị giàu tiềm năng đang biến động, giá nhiều nguyên liệu chủ yếu đang tăng, thị trường tài chính tiếp tục có mặt thiếu ổn định..., từ đó đã có cảnh báo về nguy cơ tái khủng hoảng.

Thuận lợi mới chưa kịp tận dụng, khó khăn mới lại ập tới. Theo tiến trình hội nhập, nhiều hiệp định tự do hóa thương mại mà Việt Nam tham gia bắt đầu có hiệu lực là cơ hội lớn để các doanh nghiệp mở mang hoạt động trên thương trường quốc tế. Bên cạnh đó lại xuất hiện nhiều vụ kiện chống bán phá giá, tranh chấp thương mại, rào cản kỹ thuật, đã và đang gây khó khăn, thiệt hại cho các doanh nghiệp của Việt Nam. Cũng lại tới thời hạn doanh nghiệp nước ngoài được phép xuất khẩu trực tiếp trong một số lĩnh vực như cà phê, gạo... Một số doanh nghiệp FDI nhập khẩu sản phẩm vào bán, thay vì tổ chức sản xuất tại Việt Nam.

Tình hình đó đã và đang tác động trực tiếp và làm phức tạp tình hình lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô. Xuất khẩu không thể thoát khỏi sự khó khăn đó.

Hơn lúc nào hết, càng phải tăng cường hoạt động XTTM, khắc phục những thách thức của cam kết hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời góp phần thực hiện thắng lợi chiến lược xuất khẩu giai đoạn tới, trước mắt là ngay trong năm 2011, tạo đà thuận lợi bước vào những năm tiếp theo. Đòi hỏi hoạt động XTTM trong giai đoạn mới phải phát huy những thành công và khắc phục những hạn chế trong thời gian qua, đồng thời tận dụng những thuận lợi để đẩy mạnh hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp nhưng không trái với cam kết quốc tế mà Việt Nam đã tham gia.

Trên tinh thần đó, phương hướng của hoạt động XTTM trong thời gian tới là "Không ngừng đổi mới, nâng cao tính chuyên nghiệp, có hiệu quả phủ trên diện rộng và có chiều sâu bao trùm ba lĩnh vực: xuất khẩu - thị trường nội địa - thương mại miền núi, biên giới, hải đảo, trong đó đẩy mạnh xuất khẩu là trọng tâm. Phát triển thị trường nội địa và thương mại miền núi, biên giới, hải đảo vừa vì chính lợi ích của hai khu vực này, vừa là hậu phương đáng tin cậy để doanh nghiệp mang hàng hóa Việt Nam vươn mạnh, vươn xa trên thị trường quốc tế". Phương châm của hoạt động XTTM là: "Huy động nhiều đối tượng, khai thác nhiều nguồn lực tham gia XTTM. Kết nối hoạt động XTTM của Việt Nam với hoạt động XTTM quốc tế".

*Từ đó, cần tính đến các giải pháp:*

- Tiếp tục duy trì việc tổ chức các hội chợ, triển lãm, nhất là các hội chợ tầm cỡ quốc tế; các đoàn khảo sát, hội thảo mang tính định hướng. Trước khi thực hiện các sự kiện trên, đòi hỏi mỗi tổ chức và cá nhân phải nghiên cứu thị trường.

- Gắn kết hoạt động của các tổ chức XTTM trong cả nước. Nâng cao năng lực của các địa phương trong công tác quản lý nhà nước về XTTM, đặc biệt là trong việc tổ chức

các hội chợ triển lãm, khuyến mại. Tạo ra sự thấu suốt, nhất quán, hiệu lực trong việc quản lý nhà nước về XTTM trong phạm vi toàn quốc.

- Triển khai thực hiện Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình XTTM quốc gia từ năm 2011, với nhiều đổi mới về phạm vi, nội dung, phương pháp, nhằm làm cho mỗi dự án thuộc Chương trình XTTM quốc gia ngày càng có hiệu quả trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, của mỗi sản phẩm, góp phần phát triển xuất khẩu, mở mang thị trường trong nước, khơi dậy tiềm năng của thương mại miền núi, biên giới và hải đảo.

- Nhân rộng kết quả đã đạt được trong việc triển khai Chương trình Thương hiệu quốc gia (THQG) trong giai đoạn vừa qua. Tiếp tục hỗ trợ 43 doanh nghiệp có sản phẩm được tham gia Chương trình THQG tiếp tục duy trì, phát huy vị thế của mình trong tiến trình xây dựng và quảng bá thương hiệu hàng hóa Việt Nam trên trường quốc tế. Xây dựng Chiến lược THQG giai đoạn 2011-2020, tầm nhìn 2050 với những đổi mới, để trình Thủ tướng Chính phủ ra quyết định phê duyệt.

- Nâng cao chất lượng và hiệu quả của các hoạt động thu thập, tuyên truyền, quảng bá, cung cấp, khai thác thông tin. Theo đó cần đầu tư nâng cao chất lượng công tác dự báo về thị trường và các điều kiện phát triển thương mại, làm cơ sở chỉ đạo phát triển sản xuất, xuất khẩu, cũng như phát hiện, đánh giá khó khăn của từng mặt hàng, từng thị trường để có biện pháp tháo gỡ phù hợp cho từng đối tượng.

- Tiếp tục củng cố, tăng cường hoạt động của các Trung tâm XTTM Việt Nam tại nước ngoài, tiến tới xây dựng các Trung tâm khác tại các địa bàn trọng điểm về xuất khẩu của Việt Nam. Thực hiện đầy đủ nghĩa vụ để tranh thủ sự hợp tác, hỗ trợ có hiệu quả của các tổ chức XTTM quốc tế và các đối tác khác.

- Xây dựng hạ tầng phục vụ XTTM, trung tâm hội chợ triển lãm, hội nghị quốc tế, xây dựng hệ thống kho bãi (kho ngoại quan) tại bên kia biên giới, giúp doanh nghiệp chủ động cung cấp hàng hóa cho đối tác khi họ có nhu cầu...

- Đào tạo đội ngũ tác nghiệp về XTTM của các tổ chức XTTM làm hạt nhân hỗ trợ doanh nghiệp khi tiến hành các hoạt động XTTM ở trong và ngoài nước. Theo đó, tiếp tục tổ chức các lớp tập huấn cho đội ngũ làm XTTM của các Hiệp hội ngành hàng, các địa phương nhằm phổ biến cơ chế, chính sách mới khuyến khích xuất khẩu, nghiệp vụ tiếp cận thị trường, khai thác và ứng dụng các nguồn thông tin về thị trường, ngành hàng xuất khẩu.

- Nâng cao năng lực các cơ quan đại diện thương mại Việt Nam ở nước ngoài làm đầu mối hỗ trợ doanh nghiệp về: chắp nối các đối tác, thông tin thị trường, phát hiện mặt hàng mới, những quy định, rào cản thị trường của nước sở tại, cảnh báo nguy cơ bị kiện chống bán phá giá và đối phó với các vụ kiện.

- Hiệp hội ngành hàng cần hướng dẫn, hỗ trợ các thành viên mở rộng thị trường, XTTM, xây dựng và quản lý chất lượng, đăng ký và bảo vệ thương hiệu, thông tin, tư vấn chuyên ngành.

- Kết hợp XTTM với xúc tiến đầu tư, xúc tiến du lịch để ba lĩnh vực này hỗ trợ nhau cùng phát triển./.

# MỘT SỐ VẤN ĐỀ TRONG ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI THỦ ĐÔ HÀ NỘI

*Nguyễn Văn Đồng*
**Phó giám đốc sở Công Thương Hà Nội**

Thực hiện Nghị quyết 15/2008/NQ-QH12 ngày 12/5/2008 của Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam, thủ đô Hà Nội đã được mở rộng về quy mô diện tích và dân số.

Hà Nội là trung tâm đầu não chính trị, hành chính quốc gia, trung tâm lớn về kinh tế, văn hóa, giáo dục, y tế, có nhiều đầu mối giao thông đường bộ, đường thủy, đường sắt, đường hàng không thuận lợi cho giao thương với các tỉnh, thành phố trong cả nước và với các quốc gia khác. Cơ sở vật chất vào loại khá trong cả nước. Các yếu tố đó bảo đảm cho sự liên kết của thị trường Hà Nội với thị trường cả nước, thị trường thế giới. Đồng thời cho phép thủ đô Hà Nội tiếp cận nhanh với các cơ hội phát triển thương mại, phát huy được sức mạnh trong thu hút, điều phối, thúc đẩy và lôi kéo sự phát triển hoạt động thương mại và dịch vụ trong khu vực Bắc Bộ nói chung, vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ nói riêng nhờ thị trường tiêu thụ lớn, nhu cầu đa dạng và các điều kiện thuận lợi cho việc phát triển các ngành dịch vụ.

Trong nhiều năm qua, nhất là trong 5 năm gần đây (2006-2010), mặc dù gặp không ít khó khăn, thách thức của tình hình trong nước và quốc tế, kế thừa phát triển thành tựu, kinh nghiệm 25 năm đổi mới, thủ đô Hà Nội đã có những chuyển biến tiến bộ toàn diện trong phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh quốc phòng, góp phần quan trọng trong thực hiện thắng lợi cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm (2001-2010) của cả nước và các chỉ thị, nghị quyết của Đảng, Nhà nước về phát triển kinh tế - xã hội của thủ đô Hà Nội. Bình quân 5 năm (2006-2010), tổng sản phẩm nội địa thành phố tăng trưởng 10,2%/năm, cao gấp 1,5 lần bình quân chung của cả nước. Cơ cấu kinh tế tiếp tục tăng trưởng đúng hướng. Dịch vụ - công nghiệp - nông nghiệp đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa, ưu tiên phát triển các ngành, lĩnh vực có trình độ cao. Kim ngạch xuất khẩu đạt mức tăng trưởng cao, bình quân 21,6%/năm, trong đó xuất khẩu địa phương tăng 20%/năm. Huy động nguồn lực cho đầu tư phát triển đạt kết quả đáng khích lệ, đạt bình quân 33,14%/năm, chiếm khoảng 60% GDP. Hà Nội luôn nằm trong tốp địa phương dẫn đầu về thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài cả về số dự án và vốn đăng ký. Thu ngân sách trên địa bàn đạt kết quả tốt, tăng bình quân 22,3%/năm, đóng góp hơn 15% tổng thu ngân sách của cả nước. Việc hợp tác, liên kết phát triển kinh tế với các địa phương trong vùng kinh tế trọng điểm ngày càng mở rộng.

*Trong lĩnh vực thương mại nội địa:* Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2006-2010 luôn tăng trưởng với tốc độ cao, bình quân trên 27%/năm. Tổng mức bán lẻ hàng hóa năm 2010 đạt 206.000 nghìn tỷ đồng. Đóng góp của ngành thương mại vào tăng trưởng GDP của thành phố năm 2010 gấp hơn 2 lần năm 2005. Xét về cơ cấu, tỷ trọng bán

lẻ của doanh nghiệp nhà nước có xu hướng giảm dần từ 14,72% năm 2005 còn 8,2% năm 2010, kinh tế ngoài nhà nước và kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài có xu hướng tăng (so với năm 2005 là 77,55% và 7,3% thì năm 2010 là 84,2% và 10,6%). Cùng với sự tăng trưởng nhanh của tổng mức lưu chuyển hàng hóa và dịch vụ, số lượng tổ chức, cá nhân và hộ kinh doanh thương mại cũng có tốc độ tăng trưởng nhanh. Đến năm 2009, trên địa bàn có trên 30 vạn doanh nghiệp kinh doanh thương mại và dịch vụ, trong đó doanh nghiệp ngoài nhà nước là 29,6 vạn, tốc độ tăng trung bình 27,21%/năm, 18,3 vạn hộ kinh doanh, tăng 3,3 vạn hộ so với năm 2005. Các loại hình tổ chức thương mại có bước phát triển khá nhanh. Hiện nay, trên toàn thành phố có 13 trung tâm thương mại, 122 siêu thị. Hai loại hình này chiếm khoảng gần 20% tổng số trung tâm thương mại, siêu thị trên địa bàn toàn quốc, với diện tích kinh doanh khoảng 600 nghìn $m^2$ được phân bố tập trung ở các quận nội thành. Với cơ sở vật chất kỹ thuật khá hiện đại, nguồn hàng hóa phong phú, đa dạng, chất lượng cao, phương thức kinh doanh dịch vụ tiên tiến…, các loại hình phân phối hiện đại này đã đáp ứng một phần nhu cầu mua sắm hàng hóa và dịch vụ của một bộ phận dân cư có thu nhập ngày càng cao. Ngoài ra, trên địa bàn thành phố còn có số lượng chợ khá lớn với 411 chợ. Bình quân mỗi quận, huyện có khoảng 14 chợ và phục vụ khoảng 1,5 vạn người/chợ. Xét về quy mô: có 24 chợ hạng I, 52 chợ hạng II, 297 chợ hạng III, chợ tạm và chợ chưa được phân hạng: 37 chợ. Tổng diện tích dùng cho xây dựng và kinh doanh chợ khoảng 1,6 triệu $m^2$. Công tác quản lý nhà nước về lưu thông hàng hóa và thị trường nói chung, về phân phối bán lẻ nói riêng đã được các cấp, các ngành của thành phố quan tâm, chỉ đạo sâu sát và cụ thể hơn. Vị trí, vai trò của thương mại thành phố và hệ thống phân phối nói riêng được thừa nhận và đề cao một bước rõ rệt.

Hà Nội đã triển khai đồng bộ việc xây dựng quy hoạch phát triển tổng thể thương mại, quy hoạch mạng lưới bán buôn, bán lẻ, quy hoạch mạng lưới cửa hàng xăng dầu trên địa bàn thành phố đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Việc đầu tư phát triển hệ thống phân phối, hạ tầng thương mại nhất là các loại hình phân phối hiện đại đã thu hút được sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế (kể cả vốn đầu tư nước ngoài), thu hút được sự tham gia kinh doanh của một số hãng có thương hiệu về hàng hóa, dịch vụ theo mô hình tổ chức phân phối bán lẻ hiện đại (trung tâm thương mại, siêu thị, hệ thống cửa hàng tiện ích, chuyên doanh…).

Các chế độ thông tin kinh tế - thị trường hai chiều giữa các cơ quan quản lý nhà nước của thành phố với các hiệp hội ngành hàng, một số tổng công ty, tập đoàn lớn (xăng dầu, lương thực…) của Trung ương và thành phố trong khu vực kinh tế trọng điểm Bắc Bộ… dần được xác lập nề nếp, ổn định, vừa phục vụ cho công tác quản lý vĩ mô của nhà nước về thị trường, vừa giúp cho các doanh nghiệp những tín hiệu để vận hành tác nghiệp, thích ứng với những biến động của thị trường trên địa bàn thành phố.

Lực lượng quản lý thị trường thành phố, cùng các lực lượng có chức năng khác đã thường xuyên bám sát các chủ trương, chính sách đã được thể chế hóa trong hệ thống các văn bản pháp luật để thực hiện công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường. Trong đó đã tập trung vào các công tác đấu tranh chống buôn lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, vệ sinh

an toàn thực phẩm, trốn và lậu thuế… Điều đó đã có tác động nhất định trong việc ổn định thị trường, giá cả, bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng.

Những yếu tố nêu trên làm cho thị trường bán lẻ trên địa bàn thành phố đã và đang có sự chuyển biến khá sâu rộng, từng bước thích ứng với nền kinh tế thị trường mở cửa với sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế. Các loại hình phân phối bán lẻ phát triển ngày càng đa dạng, xuất hiện nhiều loại hình và phương thức phân phối hiện đại, góp phần thay đổi cấu trúc thị trường theo hướng đa dạng, chuyên nghiệp, kết hợp với truyền thống, tạo ra nhiều cơ hội lựa chọn cho người tiêu dùng và đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của sản xuất và đời sống nhân dân. Bước đầu đã hình thành hệ thống phân phối, các kênh lưu thông nhiều mặt hàng theo hướng gắn kết sản xuất - lưu thông - tiêu dùng. Số doanh nghiệp và cơ sở bán lẻ của các thành phần kinh tế tăng nhanh, góp phần đáng kể làm tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ và doanh thu dịch vụ liên tục tăng trưởng với tốc độ cao trong nhiều năm liền. Trật tự, kỷ cương trong hoạt động kinh doanh thương mại và dịch vụ trên thị trường thành phố dần được xác lập, làm hạn chế những hành vi vi phạm pháp luật, tăng hiệu quả trong quản lý và phát triển hệ thống phân phối, góp phần bình ổn thị trường.

*Trong lĩnh vực xuất khẩu:* Giá trị kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng dần qua các năm (năm 2010 kim ngạch xuất khẩu đạt xấp xỉ 8 tỷ USD, tăng 20,2% so với năm 2009), cơ cấu hàng xuất khẩu có sự chuyển dịch tích cực theo hướng tăng dần tỷ trọng hàng công nghiệp, chế biến và có giá trị gia tăng cao (năm 2009 58,5%, năm 2010 tăng lên 64,1%). Nhiều nhóm hàng tăng cả về giá trị và số lượng, trong đó nhiều nhóm hàng có tỷ trọng cao như: nhóm hàng linh kiện máy tính và thiết bị ngoại vi chiếm tỷ trọng 18,6% trong tổng kim ngạch xuất khẩu, nhóm hàng dệt may: 12,4%, nhóm hàng nông sản: 10,9%...

Thị trường xuất khẩu được giữ vững và từng bước phát triển, mở rộng: như thị trường ASEAN chiếm tỷ trọng 18,6% trong tổng kim ngạch xuất khẩu, thị trường EU: 14,2%, thị trường Hoa Kỳ: 12,3%, thị trường Trung Quốc: 13,7% và thị trường Nhật Bản: 12,5%...

Tuy nhiên, hoạt động thương mại nói chung trên địa bàn thành phố còn *những tồn tại, hạn chế sau:*

+ Thị trường phát triển không bền vững, các hệ thống phân phối còn mỏng, dễ bị tác động do biến động của thị trường quốc tế và những biến động về quan hệ cung - cầu trong nước và các tỉnh, thành phố trong vùng trọng điểm kinh tế Bắc Bộ.

+ Có quá ít những doanh nghiệp và hệ thống phân phối mạnh, có khả năng tài chính, mạng lưới kinh doanh, con người và công nghệ quản lý, điều hành phù hợp với xu thế hiện đại và chuyên nghiệp tương ứng với đối tác quốc tế trong quá trình hội nhập và mở cửa thị trường với bên ngoài, bảo đảm chi phối và kiểm soát được thị trường thành phố nhất là trong các tình huống dễ xảy ra biến động thị trường.

+ Quá nhiều loại hình tổ chức mua sắm và thương nhân nhỏ lẻ (chợ, cửa hàng độc lập, hộ kinh doanh cá thể…) không được định hình phát triển, không được quản lý chặt chẽ, làm cho thị trường manh mún, tản mạn, lộn xộn, pháp luật của nhà nước và lợi ích của

người tiêu dùng không được tôn trọng. Mô hình tổ chức quản lý chợ chưa có hiệu lực, hiệu quả.

Nguyên nhân chủ yếu của hoạt động thương mại trong nước nói chung và thương mại Hà Nội nói riêng theo chúng tôi là nhận thức và quan điểm về lưu thông hàng hóa và thị trường chưa đầy đủ, rõ ràng và toàn diện. Chưa xác lập được vị trí của lưu thông hàng hóa và thị trường vốn là khâu năng động, linh hoạt nhất, có tác động chủ yếu chi phối trong cả quá trình tái sản xuất và đời sống xã hội. Chính vì vậy, thị trường và thương mại trong nước ít được quan tâm đầu tư phát triển. Nhiều năm qua, chức năng tổ chức thị trường, công tác quy hoạch, định hướng phát triển và quản lý thị trường, thiết kế xây dựng chính sách… đang còn nhiều bất cập cả trong tư duy lẫn hành động thực tiễn. Hệ thống phân phối chưa được quy hoạch và đầu tư xây dựng phát triển, thực hiện các chính sách hỗ trợ, khuyến khích đầu tư phát triển hạ tầng thương mại (thuế, đất đai…). Việc tổ chức triển khai các chương trình, chủ trương, chính sách phát triển hoạt động thương mại… cũng còn nhiều hạn chế. Chức năng nhiệm vụ quản lý nhà nước về thị trường còn nhiều bất hợp lý, thiếu rõ ràng, rành mạch giữa các cơ quan, làm hạn chế thậm chí khó khăn trong việc tổ chức thực hiện nhiệm vụ.

Trong những năm tiếp theo, hoạt động thương mại đã và đang có nhiều thuận lợi. Những thuận lợi đó xuất phát từ vị trí kinh tế - chính trị của thủ đô, trung tâm kinh tế lớn của cả nước, có tác động thúc đẩy và lôi kéo hoạt động thương mại của vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ cũng như với các tỉnh, thành phố phía Bắc. Với quy mô dân số, mức tăng thu nhập của dân cư thành phố và vùng ảnh hưởng, lượng khách vãng lai qua lại thành phố càng tăng, nguồn lực vốn và lao động thương mại thuận lợi hơn các địa phương khác, cơ sở hạ tầng thương mại dần được đầu tư, nâng cấp…, đòi hỏi hoạt động thương mại thủ đô phải được phát triển theo các *quan điểm chủ yếu sau:*

- Phát huy các nguồn nội lực của thành phố để phát triển ngành thương mại trở thành ngành dịch vụ có giá trị gia tăng lớn, bảo đảm phát triển đồng bộ cơ cấu ngành và hàng hóa giữa nội và ngoại thành, vùng nông thôn, giữa loại hình thương mại truyền thống và hiện đại, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ của các tầng lớp dân cư, nhu cầu khách vãng lai trên địa bàn thành phố, giữ ổn định thị trường nhất là các mặt hàng thiết yếu: lương thực, thực phẩm, rau củ quả…

- Tạo lập từng bước và hình thành nhanh một số doanh nghiệp lớn, coi trọng việc hỗ trợ, nâng cao năng lực hoạt động thương mại cả về khả năng tổ chức nguồn hàng, tạo lập hệ thống phân phối, khả năng tổ chức, quản lý, nâng cấp cải tạo mặt bằng kinh doanh, nâng cao chất lượng đội ngũ lao động… đáp ứng nhu cầu hàng hóa và dịch vụ ngày càng cao và lợi ích của người tiêu dùng.

- Nâng cao vai trò và hiệu quả của Sở, hiệp hội các doanh nghiệp, tăng cường xây dựng cơ chế, điều tiết, ứng phó, bảo đảm cho thị trường ổn định, trật tự, phát triển bền vững, hạn chế tác động tiêu cực đến môi trường, ứng dụng các tiến bộ khoa học, kỹ thuật trong ngành để xây dựng hạ tầng, phương thức kinh doanh và quản lý hiện đại.

Căn cứ quan điểm trên, *định hướng phát triển các hệ thống thị trường hàng hóa trên địa bàn thành phố Hà Nội là:*

- Ở khu vực nội thành: Tập trung phát triển các loại hình khu thương mại trung tâm, trung tâm thương mại, siêu thị, chuỗi cửa hàng tiện ích, các cửa hàng chuyên doanh, tổng hợp, các đường phố thương mại, trung tâm bán buôn. Phát triển các doanh nghiệp kinh doanh chuỗi để thu hút đầu tư cho phát triển mạng lưới phân phối hiện đại. Chú trọng phương thức nhượng quyền kinh doanh, các hình thức liên kết tự nguyện các siêu thị nhỏ, cửa hàng chuyên doanh… nhằm tăng năng lực cạnh tranh. Điều chỉnh, sắp xếp và nâng cao chất lượng hoạt động thương mại truyền thống, cải tạo các đường phố thương mại thành hạt nhân ở các khu thương mại trung tâm, bảo đảm yêu cầu hiện đại và bản sắc văn hóa truyền thống. Phát triển các chợ bán lẻ thành các siêu thị tổng hợp hoặc chuyên doanh, các trung tâm bán buôn hiện đại và dịch vụ hậu cần cho khâu phân phối.

- Đối với thị trường nông thôn: Tập trung phát triển chợ bán lẻ, trung tâm mua sắm, siêu thị, các cửa hàng tiện ích, cửa hàng tạp hóa. Khuyến khích các doanh nghiệp thương mại phát triển mạng lưới bán lẻ ở thị trường nông thôn theo các hình thức khác nhau. Nâng cấp, cải tạo các chợ nông thôn tại địa bàn các xã. Khuyến khích thương nhân hoạt động trong chợ tham gia hợp tác xã quản lý kinh doanh khai thác chợ.

*Trong thời gian tới, thương mại Hà Nội tập trung vào những công tác chủ yếu sau:*

1/ Hoàn thành quy hoạch phát triển tổng thể thương mại, quy hoạch mạng lưới bán buôn, bán lẻ, quy hoạch phát triển mạng lưới cửa hàng xăng dầu và quy hoạch các cơ sở giết mổ gia súc, gia cầm quy mô công nghiệp… trên địa bàn thành phố Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn 2030. Trên cơ sở quy hoạch được UBND thành phố Hà Nội phê duyệt, Sở sẽ tiếp tục tham mưu giúp UBND thành phố chỉ đạo việc tổ chức triển khai thực hiện các quy hoạch trên. Đồng thời thường xuyên theo dõi, cập nhật, bổ sung các quy hoạch phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và quy hoạch phát triển tổng thể kinh tế - xã hội thủ đô, vùng thủ đô và vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ đã được Chính phủ phê duyệt.

2/ Xây dựng chương trình liên kết phát triển hoạt động thương mại giữa thành phố Hà Nội với các tỉnh, thành phố trong vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, vùng đồng bằng Bắc Bộ nhằm tổ chức việc tiêu thụ hàng hóa, nông sản, thực phẩm, thủy sản, rau, hoa quả… trong vùng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trên địa bàn thành phố Hà Nội. Cung ứng các loại hàng hóa sản xuất trên địa bàn thành phố cho các tỉnh, thành phố và các tỉnh trong và ngoài nước, phát triển bền vững thị trường nội địa trong khu vực kinh tế trọng điểm Bắc Bộ.

3/ Trên cơ sở phát triển thị trường nội địa, đẩy mạnh các hoạt động xuất khẩu để tăng kim ngạch xuất khẩu.

4/ Tiếp tục tổ chức tốt công tác thu thập thông tin, nắm chắc diễn biến thị trường giá cả (nhất là các mặt hàng thiết yếu như lương thực, thực phẩm, rau, quả…), dự báo nhu cầu tiêu dùng, xây dựng kế hoạch tổ chức nguồn hàng và các kênh phân phối nhằm chủ động xử lý các tình huống biến động trên thị trường.

5/ Có kế hoạch chăm lo đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực làm công tác thương mại ở các cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp phân phối chủ lực trên địa bàn, đáp ứng yêu cầu hoạt động thương mại trên địa bàn thành phố trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng.

6/ Thường xuyên tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, đấu tranh chống buôn lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ… theo chỉ đạo của Chính phủ, Bộ Công thương, ban chỉ đạo 127 của Chính phủ, Cục quản lý thị trường Trung ương và tình hình thực tế trên địa bàn thành phố. Tiếp tục nâng cao trình độ chính trị, chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ, công chức trong thực thi nhiệm vụ, xử lý đúng các hành vi vi phạm theo quy định của pháp luật. Đồng thời, kịp thời phát hiện các hành vi lợi dụng kẽ hở của pháp luật để kiến nghị các cơ quan chức năng bổ sung, sửa đổi, xây dựng các văn bản pháp luật nhằm quản lý tốt thị trường nội địa./.

# THƯƠNG MẠI ĐÀ NẴNG TRONG ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI VIỆT NAM THỜI KỲ ĐẾN NĂM 2020

**Sở Công Thương Đà Nẵng**

Thành phố Đà Nẵng nằm ở trung độ của đất nước, trên trục giao thông Bắc - Nam về đường bộ, đường sắt, đường biển và đường hàng không. Là cửa ngõ của hành lang kinh tế Đông - Tây, có vị trí quan trọng trong tiến trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới, nối liền thành phố với nhiều quốc gia trong khu vực, hình thành nên sự liên kết kinh tế, văn hóa, đối ngoại sinh động và phong phú.

Những năm gần đây, cùng với sự phát triển chung của thành phố, thương mại Đà Nẵng đã đạt được nhiều thành tựu đáng khích lệ, tác động tích cực đến hoạt động sản xuất và đời sống nhân dân, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội thành phố trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập KTQT. Giá trị thương mại trong GDP liên tục tăng. Việc thực hiện cơ chế thị trường và thi hành nhiều chính sách pháp luật mới thông thoáng, thuận lợi hơn đã làm cho thị trường thay đổi nhanh chóng, hàng hóa trên thị trường ngày một đa dạng, các hoạt động mua bán diễn ra sôi động. Tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ trên địa bàn thành phố mỗi năm đều tăng, năm 2010 đạt 30.787 tỷ đồng, tăng gấp 3 lần so với năm 1997.

Song song với quá trình chỉnh trang đô thị, mạng lưới kinh doanh, kết cấu hạ tầng thương mại được phân bố rộng khắp và từng bước văn minh hiện đại. Kể từ sau khi Đà Nẵng trở thành thành phố trực thuộc Trung ương (1997-2010), trên địa bàn thành phố đã có khoảng 25 trung tâm thương mại, siêu thị và hơn 85 chợ truyền thống đang hoạt động, góp phần cải thiện mạnh mẽ hệ thống phân phối của thành phố. Hiện nay, hệ thống phân phối trên địa bàn rất đa dạng cùng với cuộc đua kiểm soát kênh phân phối giữa các nhà phân phối trong nước như Coop Mart, Intimex… và nước ngoài như Metro Cash & Carry, Big C… Các phương thức bán hàng ngày càng được đa dạng hóa và hiện đại hóa. Các phương thức bán hàng mới như nhượng quyền thương mại, bán hàng qua mạng… đã bắt đầu hình thành và phát triển.

Trong lĩnh vực ngoại thương, hoạt động XNK thời gian qua đã đi vào ổn định và có sự phát triển đáng kể. Tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2010 ước đạt 1.219 triệu USD, tăng gấp 7,9 lần so với năm 2007 (tốc độ tăng bình quân thời kỳ 1997-2010 là khoảng 17,2%/năm). Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chuyển dịch theo hướng tăng giá trị hàng công nghiệp chế biến, giảm xuất khẩu hàng thô, sơ chế. Mặt hàng xuất khẩu ngày càng phong phú, ngoài những mặt hàng chủ lực truyền thống như may mặc, giày dép, thủy sản và thủ công mỹ nghệ, đã có thêm nhiều mặt hàng mới, công nghệ cao như thực phẩm chế biến, đồ chơi trẻ em, mô tơ điện, sản phẩm điện tử. Nhiều doanh nghiệp đã xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế ISO, SA 8000, HACCP. Hàng hóa đã có mặt ở hầu khắp các châu lục (khoảng 100 quốc gia và vùng lãnh thổ), đặc biệt ở các nước phát triển..., đồng thời đã từng bước thâm nhập và tiếp cận các thị trường mới như châu Phi, Tây Nam Á.

Hoạt động xúc tiến thương mại cũng được chú trọng và mở rộng hơn. Trung tâm xúc tiến thương mại đã có vai trò rất lớn trong việc tìm kiếm thị trường, giới thiệu cho các doanh nghiệp tham gia vào các hội chợ quốc tế như Hội chợ Iaroslav1 (Nga), Hội chợ ASEAN (Thái Lan), Hội chợ Milan (Italia), Hội chợ Nam Ninh (Trung Quốc)... Hội chợ tổ chức trên địa bàn thành phố và trong nước cũng luôn thu hút đông đảo các doanh nghiệp với chất lượng ngày càng được nâng lên rõ rệt; một số hội chợ đã trở thành hoạt động thường niên, mang tính truyền thống (Hội chợ Xuân, Hội chợ Vietbuild, Hội chợ hàng Việt Nam chất lượng cao…).

Cùng với thương mại truyền thống, thương mại điện tử (TMĐT) cũng có những bước đi tích cực. Đà Nẵng đã xây dựng Cổng giao tiếp TMĐT của thành phố với kinh phí gần 730 triệu đồng, tạo môi trường miễn phí cho các doanh nghiệp làm quen với TMĐT. Hiện nay đã có hơn 100 gian hàng ảo do các doanh nghiệp tự xây dựng và hơn 200 doanh nghiệp đăng ký gian hàng trên mạng. Nhiều doanh nghiệp đã xây dựng website bán hàng qua mạng riêng (B2B, B2C, C2C), phục vụ rất tốt việc quảng bá hàng hóa, hỗ trợ bán hàng cũng như tìm kiếm thị trường.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu, thương mại Đà Nẵng trong quá trình phát triển của mình cũng tồn tại một số hạn chế. Giá trị thương mại trong GDP liên tục tăng về quy mô, nhưng tốc độ tăng trưởng lại có xu hướng chậm lại. Tốc độ tăng GDP thương mại bình quân trong thời kỳ 1997-2009 chỉ đạt 5%.

Hệ thống phân phối cơ bản được phủ kín, tuy nhiên những năm gần đây, trước nhu cầu và sức mua của dân cư tăng nhanh, song nhìn chung hệ thống chợ vẫn chưa được đầu tư phát triển đúng mức cả về quy mô, cơ sở vật chất, hình thức. Đa số các siêu thị ở Đà Nẵng có quy mô nhỏ, chưa đáp ứng được tiêu chuẩn theo quy định của quy chế siêu thị, TTTM.

Hoạt động XNK tuy có tăng trưởng theo các năm nhưng quy mô vẫn còn nhỏ so với cả nước. Hàng hóa xuất khẩu chủ yếu là hàng sơ chế, thường chịu tác động bởi yếu tố giá xuất khẩu, thường gặp rủi ro, do đó xuất khẩu thiếu tính ổn định.

*Tóm lại,* mặc dù Đà Nẵng luôn được xác định là một trong những trung tâm thương mại lớn của khu vực miền Trung và Tây Nguyên, song nhìn chung thương mại Đà Nẵng phát triển vẫn chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của một thành phố có vị trí trung tâm của khu vực.

Quán triệt tinh thần nghị quyết đại hội lần thứ XI của Đảng, nghị quyết 33/NQ-TW của Bộ Chính trị về "Xây dựng và phát triển thành phố Đà Nẵng trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa", nghị quyết đại hội Đảng bộ thành phố lần thứ XX đã xác định tầm nhìn đến năm 2020 là: "Xây dựng Đà Nẵng thành một đô thị hiện đại, phát triển bền vững, các ngành dịch vụ (du lịch, thương mại, vận tải - kho bãi, viễn thông - công nghệ thông tin, tài chính - ngân hàng, giáo dục - đào tạo, y tế…) phát triển mạnh, đóng góp lớn vào phát triển kinh tế thành phố…)". Nghị quyết đại hội cũng đã xác định: "Tiếp tục đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật thương mại theo hướng văn minh, hiện đại; nhanh chóng xây dựng hình thành các TTTM, khu mua sắm lớn để phục vụ nhu cầu của nhân dân thành phố và du khách. Phát triển đa dạng hệ thống phân phối hàng hóa như: kho bãi, siêu thị, cửa hàng tự chọn và từng bước tiếp cận TMĐT, thanh toán không dùng tiền mặt. Tổ chức lại mạng lưới

bán lẻ, đầu tư xây dựng lại các chợ theo quy hoạch. Phấn đấu tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tăng 20 - 21%/năm. Chú trọng mở rộng thị trường nội địa; vận động, khuyến khích ưu tiên sử dụng hàng hóa sản xuất trong nước; hỗ trợ doanh nghiệp trong nước phát triển, mở rộng thị phần bán lẻ; khuyến khích sản xuất và đẩy mạnh xuất khẩu; tăng tỷ trọng xuất khẩu sản phẩm chế biến; giảm dần xuất khẩu sản phẩm thô và gia công; phấn đấu tăng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ đạt 16 - 17%/năm".

Nhằm thực hiện tốt phương hướng, mục tiêu nêu trên, cùng với quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế thành phố theo hướng "dịch vụ - công nghiệp - nông nghiệp" tương xứng với tầm vóc của một thành phố trung tâm của khu vực, để thương mại Đà Nẵng phát triển giai đoạn 2011-2020, Đảng bộ, chính quyền, nhân dân Đà Nẵng nói chung, ngành Công Thương thành phố nói riêng đã và đang tập trung chỉ đạo quyết liệt và thực hiện đồng bộ một số giải pháp chủ yếu sau:

***Một là,*** tiếp tục phấn đấu để duy trì tốc độ tăng trưởng GDP của nền kinh tế thành phố ở mức cao, đồng thời kiểm soát tốc độ tăng dân số, nâng cao chất lượng dân số để đảm bảo thu nhập bình quân đầu người của người dân Đà Nẵng tăng nhanh, góp phần gia tăng khả năng thanh toán của người dân.

***Hai là,*** từng bước xây dựng Đà Nẵng thành một trung tâm giao thương tầm cỡ khu vực. Để làm được như vậy, trước hết phải xây dựng được kết cấu hạ tầng đạt chuẩn quốc tế và cạnh tranh thông qua việc phối hợp để đẩy nhanh tiến độ triển khai các tuyến đường cao tốc, tuyến hành lang kinh tế Đông Tây thứ 2 và phối hợp với các địa phương nằm trên các tuyến đường này để cùng tháo gỡ các rào cản thương mại, tiết kiệm thời gian lưu thông; bên cạnh đó, cải tạo và nâng cấp cảng Đà Nẵng, ga Đà Nẵng, nhà ga sân bay quốc tế Đà Nẵng; xúc tiến mở thêm các đường bay thẳng từ Đà Nẵng đi quốc tế và các tuyến bay liên vùng nối Đà Nẵng với các trung tâm du lịch trong cả nước. Tiếp theo đó, để trở thành trung tâm giao thương lớn của khu vực và tận dụng được vị trí địa lý thuận lợi của thành phố, cần xây dựng ở thành phố một trung tâm phân phối hàng hóa quy mô lớn, ngang tầm với các trung tâm phân phối quốc tế trong khu vực, phục vụ trực tiếp hoạt động XNK hàng hóa của các doanh nghiệp trong các khu công nghiệp, khu kinh tế trên địa bàn Đà Nẵng và khu vực miền Trung - Tây Nguyên; thu hút hàng hóa trung chuyển quốc tế theo các tuyến hành lang kinh tế Đông - Tây 1 và 2; luân chuyển hàng hóa, cung cấp và đa dạng hóa các dịch vụ hỗ trợ vận tải.

***Ba là,*** hỗ trợ doanh nghiệp thương mại nâng cao năng lực cạnh tranh dưới nhiều hình thức như: xây dựng cơ chế cung cấp thông tin thị trường và hỗ trợ pháp lý cho doanh nghiệp; hỗ trợ đào tạo kiến thức hội nhập KTQT, pháp luật thương mại trong giao dịch ngoại thương; hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử; hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ trên địa bàn thành phố hợp nhất, sáp nhập để hình thành doanh nghiệp quy mô lớn hoặc liên doanh, hợp tác, nhượng quyền với doanh nghiệp ngoài nước; khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi để các công ty đa quốc gia, các tập đoàn kinh tế lớn trên thế giới đầu tư thành lập các chi nhánh, công ty con có hội sở chính tại Đà Nẵng; thành lập các tổ chức bảo hiểm tín dụng xuất khẩu do nhà nước quản lý để hỗ trợ doanh nghiệp; tiếp tục cải cách hành chính trong lĩnh vực thương mại theo hướng xóa bỏ các thủ tục phiền hà cho doanh nghiệp và ổn định môi trường kinh doanh; đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước thông qua các hoạt động hội chợ, triển lãm…

***Bốn là,*** đẩy mạnh hoạt động huy động vốn đầu tư từ các nguồn vốn của các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, cá nhân… thông qua các hình thức cổ phần hóa, phát hành cổ phiếu, trái phiếu công trình, phục vụ cho việc phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, mở rộng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp; thực hiện các chương trình xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước; kêu gọi đầu tư dưới nhiều hình thức: đầu tư trực tiếp, liên doanh, BOT, BT, BTO, PPP… cho việc phát triển kết cấu hạ tầng thương mại; khuyến khích các tổ chức tín dụng tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế và dân cư trên địa bàn thành phố vay vốn đầu tư phát triển hoạt động, đặc biệt là vốn ưu đãi đầu tư vào phát triển các loại hình phân phối hiện đại.

***Năm là,*** phát triển nguồn nhân lực thương mại cho thành phố Đà Nẵng và đưa Đà Nẵng trở thành trung tâm đào tạo nhân lực thương mại của khu vực miền Trung - Tây Nguyên trên cơ sở lấy trường Đại học kinh tế Đà Nẵng và trường Cao đẳng thương mại Đà Nẵng làm nòng cốt để đào tạo nhân lực ở tất cả các bậc học; liên kết với cơ sở đào tạo nước ngoài để tổ chức các khóa đào tạo về thương mại quốc tế, các loại hình thương mại, logistics, pháp luật thương mại, các tranh chấp quốc tế và các rào cản thương mại, quản trị rủi ro...; đẩy mạnh đào tạo nâng cao trình độ, kỹ năng nghề cho người lao động, hỗ trợ đào tạo kỹ năng quản lý cho cán bộ quản lý doanh nghiệp thương mại và trang bị thêm cho cán bộ quản lý nhà nước ngành thương mại các kiến thức và kỹ năng để có thể tương tác với doanh nghiệp, các đối tác nước ngoài; thu hút, phát triển và lưu giữ nhân tài cho khu vực thương mại thông qua việc tận dụng nguồn nhân lực đa quốc gia nhờ áp dụng chính sách tuyển dụng và ưu đãi.

***Sáu là,*** tăng cường liên kết kinh tế và thương mại trong khu vực miền Trung và Tây Nguyên nhằm tạo không gian kinh tế thống nhất, hình thành và phát triển các vùng nguyên liệu chế biến hàng hóa để tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu; từ đó khai thác có hiệu quả tiềm năng của mỗi địa phương.

***Tóm lại,*** phát triển thương mại là một vấn đề tất yếu ở tất cả các nền kinh tế. Để thực sự trở thành một trong những động lực tăng trưởng kinh tế của thành phố Đà Nẵng đến năm 2020, thương mại Đà Nẵng cần được ưu tiên đầu tư và phát triển theo định hướng đúng đắn, đồng thời với việc thực hiện những giải pháp thiết thực và đồng bộ.

# CÁC GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU VÀO THỊ TRƯỜNG CHÂU PHI

***Ths. Trần Quang Huy***
**Phó vụ trưởng Vụ thị trường châu Phi, Tây Á, Nam Á,**
**Bộ Công Thương**

## 1. Kết quả xuất khẩu sang châu Phi

Năm 2010, xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi tiếp tục tăng nhanh, đạt 1,8 tỷ USD, tăng 15% so với năm 2009.

Về thị trường xuất khẩu, hàng hóa của Việt Nam đã được xuất khẩu tới toàn bộ 53 quốc gia ở châu Phi. Trong đó, một số thị trường đã đạt mức kim ngạch cao như Nam Phi (492 triệu USD), Ai Cập (174 triệu USD), Bờ Biển Ngà (133 triệu USD), Ăng-gô-la (110 triệu USD), Ni-giê-ri-a (109 triệu USD)...

Về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, gạo tiếp tục là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang châu Phi, đạt kim ngạch 558 triệu USD, chiếm 31% tổng kim ngạch xuất khẩu. Bên cạnh đó, ngoài các mặt hàng xuất khẩu truyền thống như hàng dệt may (233 triệu USD), cà phê (75 triệu USD), giày dép (43 triệu USD), hạt tiêu (21 triệu USD)..., đã xuất hiện thêm một số mặt hàng có kim ngạch lớn khác như sản phẩm đá quý và kim loại quý (181 triệu USD), điện thoại di động (113 triệu USD), hàng hải sản (95 triệu USD)...

Mặc dù đã đạt được một số kết quả tích cực, cũng cần phải nhận thấy rằng việc xuất khẩu sang châu Phi đạt tốc độ tăng trưởng cao là do xuất phát điểm rất thấp, thêm vào đó tăng trưởng cao trong bối cảnh "cất cánh" chung của ngoại thương Việt Nam.

Thực tế là mặc dù có sự tăng trưởng đáng kể, buôn bán giữa Việt Nam với châu Phi còn ở mức rất thấp. Đến nay, châu Phi vẫn là khu vực mà nước ta có mức độ trao đổi thương mại thấp nhất so với các khu vực thị trường khác trên thế giới. Năm 2010, xuất khẩu sang châu Phi mới chỉ chiếm 2,5% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

Đặc biệt, nếu xét tỷ trọng của Việt Nam trong kim ngạch nhập khẩu của châu Phi thì con số này còn rất nhỏ bé. Năm 2010, tổng kim ngạch nhập khẩu của các nước châu Phi đạt khoảng 500 tỷ USD và xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi mới chỉ chiếm 0,36% tổng kim ngạch nhập khẩu của châu Phi.

**2. Khả năng đẩy mạnh xuất khẩu sang châu Phi thời gian tới**

Với dân số hiện nay đạt khoảng 1 tỷ người, tốc độ tăng trưởng kinh tế tương đối cao và ổn định trong những năm gần đây, châu Phi thực sự là thị trường tiềm năng cho hàng xuất khẩu của Việt Nam. Việc đẩy mạnh xuất khẩu sang châu Phi đặc biệt có ý nghĩa trong bối cảnh các thị trường xuất khẩu truyền thống của Việt Nam gặp khó khăn do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế toàn cầu hiện nay.

Dự kiến xuất khẩu sang châu Phi có thể đạt 5 tỷ USD năm 2015 và khoảng 15 tỷ USD năm 2020.

Về định hướng thị trường, với 53 quốc gia, châu Phi là một khu vực thị trường rất rộng lớn, với trình độ phát triển không đồng đều. Để nâng cao tính hiệu quả của hoạt động xuất khẩu vào thị trường này, ta cần xác định được các địa bàn trọng điểm, tạo bước đột phá xuất khẩu và làm bàn đạp để xâm nhập vào thị trường các quốc gia láng giềng trong khu vực. Các địa bàn trọng điểm được xác định là những quốc gia có triển vọng phát triển tốt, có nhu cầu cao với các mặt hàng là thế mạnh của Việt Nam, có kim ngạch buôn bán hai chiều tương đối và có cơ quan đại diện của Việt Nam để thuận tiện cho các hoạt động giao thương và xúc tiến thương mại. Các thị trường trọng điểm ở khu vực Bắc Phi là Ai Cập,

An-giê-ri và Ma-rốc, ở khu vực Đông Phi là Tan-da-ni-a và Kê-ni-a, ở khu vực Nam Phi là Nam Phi và Ăng-gô-la và ở khu vực Tây Phi là Ni-giê-ri-a, Cốt-đi-voa và Xê-nê-gan.

Về mặt hàng, để gia tăng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi, trước hết ta cần tiếp tục khai thác các mặt hàng có thế mạnh xuất khẩu truyền thống của Việt Nam vào thị trường này, đó là gạo, hàng dệt may, cà phê, giày dép, hạt tiêu… Đồng thời, cần chú trọng xúc tiến đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm mới có khả năng tăng trưởng cao như hàng hải sản, sản phẩm điện - điện tử, cơ khí, đồ nhựa, xe máy và linh kiện, thuốc lá điếu, hàng rau quả, bột gia vị, bột ngọt, đồ chơi trẻ em, mỳ ăn liền, sữa và sản phẩm sữa, xe đạp… Bên cạnh đó, cần mở rộng khai thác các mặt hàng châu Phi có nhu cầu lớn như đồ gia dụng, hàng tiêu dùng, thực phẩm, thực phẩm chế biến, đồ hộp, sản phẩm cơ khí nông nghiệp, dược phẩm, thuốc chống sốt rét, màn chống muỗi...

### 3. Các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu sang châu Phi

Để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường châu Phi, cần triển khai đồng bộ các giải pháp ở cả cấp độ vĩ mô và vi mô.

***Các giải pháp ở cấp độ vĩ mô***

*Thứ nhất*, cần tiếp tục tăng cường các cuộc viếng thăm và trao đổi các đoàn lãnh đạo cấp cao, đoàn cấp Bộ, ngành và tận dụng cơ hội gặp gỡ cấp cao tại các diễn đàn quốc tế nhằm thúc đẩy quan hệ hữu nghị và hợp tác giữa Việt Nam với châu Phi và trước mắt là với các thị trường trọng điểm như: Nam Phi, Ai Cập, An-giê-ri, Ma-rốc, Xê-nê-gan, Tan-da-ni-a, Ăng-gô-la…

Một trong những mục tiêu quan trọng nhất của việc trao đổi các đoàn cấp cao là ký được các hiệp đinh hợp tác kinh tế - thương mại, các hợp đồng hoặc các biên bản ghi nhớ để mở đường cho các doanh nghiệp và hàng hóa Việt Nam vào châu Phi.

*Thứ hai*, cần sớm xây dựng và thực thi các chính sách đặc thù để hỗ trợ cho doanh nghiệp nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường châu Phi, nhất là hỗ trợ về xúc tiến thương mại và tín dụng xuất khẩu.

Hiện nay, một trong những khó khăn đối với hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa vào thị trường châu Phi là ở khâu thanh toán. Trong điều kiện khả năng tài chính của doanh nghiệp còn hạn chế, lãi suất tín dụng cao, các doanh nghiệp Việt Nam khó có thể dành cho bên mua hàng (các nhà nhập khẩu châu Phi) áp dụng thanh toán bằng hình thức trả chậm và càng không thể thực hiện thanh toán bằng đồng tiền bản tệ của họ. Trên thực tế, để thâm nhập và kinh doanh trên thị trường này, một số doanh nghiệp Việt Nam đã sử dụng hình thức thanh toán thông qua dịch vụ bảo lãnh thanh toán qua ngân hàng của các nước phát triển hoặc xuất khẩu qua trung gian (tức là thông qua các doanh nghiệp của các nước phát triển hoặc các tập đoàn xuyên quốc gia). Điều đó đã làm tăng chi phí và giảm hiệu quả kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường châu Phi.

Do vậy, cần sớm có chính sách hỗ trợ về tín dụng cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu với châu Phi. Đồng thời, cần mở rộng và phát triển các dịch vụ bảo lãnh thanh toán và bảo hiểm rủi ro cho các doanh nghiệp kinh doanh với châu Phi.

*Thứ ba*, Nhà nước có thể xem xét cấp tín dụng cho các nước châu Phi để nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam. Bởi vì, do phần lớn các nước thuộc châu Phi là các nước nghèo, khả năng thanh toán có hạn và đồng nội tệ của họ cũng chưa có khả năng chuyển đổi, nên để xâm nhập và chiếm lĩnh thị trường châu Phi, hầu hết các nước phát triển đều tiếp cận theo hướng tăng viện trợ không hoàn lại hoặc cấp tín dụng ưu đãi ODA để tạo điều kiện cho các nước châu Phi nhập khẩu hàng hóa của mình.

*Thứ tư,* Nhà nước cần có biện pháp hỗ trợ thích hợp và khuyến khích các doanh nghiệp triển khai xây dựng kho ngoại quan hoặc trung tâm thương mại Việt Nam tại một số thị trường châu Phi trọng điểm, giúp hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam thâm nhập tốt hơn vào thị trường các nước châu Phi.

*Thứ năm,* cần tăng cường công tác thông tin, xúc tiến thương mại, đặc biệt là nâng cao vai trò của các cơ quan đại diện ngoại giao và thương vụ Việt Nam tại châu Phi. Muốn vậy, phải tiếp tục mở rộng việc thành lập các đại sứ quán, thương vụ của Việt Nam ở các nước châu Phi, trước hết là những nước được coi là những thị trường trọng điểm của Việt Nam.

*Thứ sáu*, tiếp tục đổi mới và hoàn thành chính sách khuyến khích đầu tư sang các nước châu Phi theo hướng: - Đảm bảo đầu tư để bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp trong quá trình đầu tư ra nước ngoài, trong đó có châu Phi; - Cải cách quản lý hành chính về đầu tư ra nước ngoài để đơn giản hóa các trình tự thẩm định; - Mở rộng quyền tự chủ cho các doanh nghiệp trong quyết định đầu tư, sớm đưa ra danh mục các lĩnh vực khuyến khích đầu tư.

***Các giải pháp ở cấp độ vi mô***

*Thứ nhất*, các doanh nghiệp cần tích cực và kiên trì hơn trong việc tìm kiếm thông tin và thực hiện kinh doanh tại thị trường châu Phi. Nên nghiên cứu và xúc tiến đặt đại diện tại những thị trường trọng điểm, những thị trường với vai trò là "cửa ngõ" của châu Phi. Xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường châu Phi thích hợp trên cơ sở lợi thế so sánh của doanh nghiệp. Muốn vậy, các doanh nghiệp cần phối hợp chặt chẽ với các đại sứ quán, các thương vụ, các cơ quan có liên quan của Bộ Công Thương và Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam.

*Thứ hai*, các doanh nghiệp cần thúc đẩy các cuộc gặp gỡ, trao đổi trực tiếp với các bạn hàng châu Phi về nhu cầu, thói quen, tập quán tiêu dùng của thị trường mỗi nước. Do đặc điểm của các doanh nghiệp châu Phi, cần liên kết tổ chức các đoàn xúc tiến quy mô nhỏ với khoảng 5 - 6 doanh nghiệp để gặp gỡ, trao đổi trực tiếp với các đối tác châu Phi.

*Thứ ba*, do khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và châu Phi khá xa và khó khăn trong vận tải, các doanh nghiệp cần nghiên cứu, xem xét, cân nhắc và lựa chọn việc mở hoặc thuê kho ngoại quan và các trung tâm thương mại, cửa hàng tại châu Phi.

*Thứ tư,* cần đẩy mạnh công tác quảng bá và tiếp cận thị trường, thông qua việc tham gia tích cực và hiệu quả vào các cuộc hội chợ, triển lãm quốc tế... để tìm kiếm và mở rộng khách hàng, thị phần kinh doanh.

*Thứ năm*, từng doanh nghiệp cần cân nhắc lựa chọn chiến lược kinh doanh, phương thức kinh doanh, mặt hàng kinh doanh một cách phù hợp với từng thị trường châu Phi.

*Thứ sáu*, để tăng cường đầu tư sang các nước châu Phi, các doanh nghiệp cần tăng cường sự liên kết hợp tác với nhau để đầu tư vào châu Phi, đồng thời cần liên hệ hợp tác chặt chẽ với Việt kiều ở các nước châu Phi. Đây là điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp am hiểu môi trường, tập quán, luật pháp, chính sách… của nước sở tại.

# CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY

*Ths. Đỗ Kim Chi*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

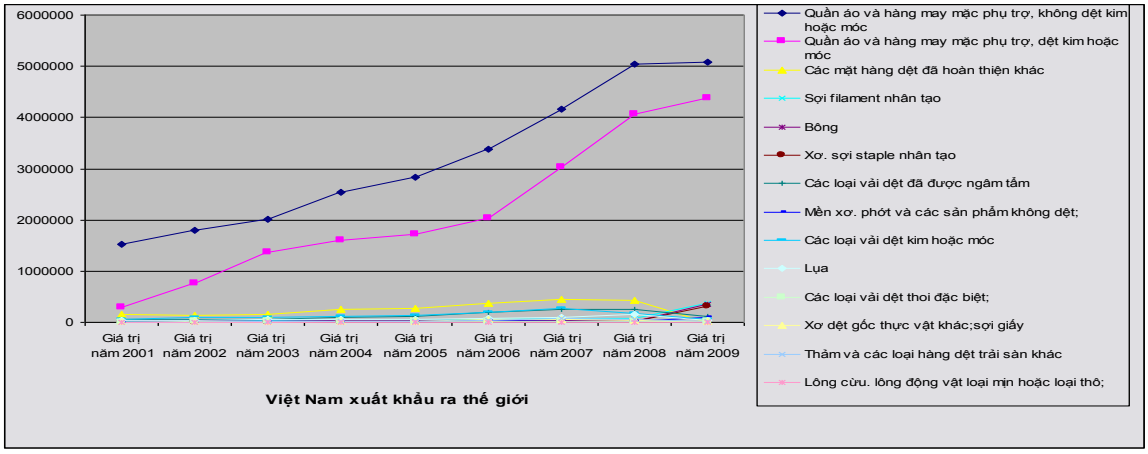
## 1. Tình hình xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam trong những năm qua

Sau bốn năm gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới từ tháng 1 năm 2007, ngành dệt may Việt Nam đã ngày càng khẳng định được vị trí trên thị trường thế giới. Theo Hiệp hội dệt may Việt Nam (VITAS), trong năm 2008, mặc dù trong bối cảnh suy thoái kinh tế toàn cầu, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam vẫn tăng 17%, đạt trị giá 9,1 tỷ USD, chiếm 14,5% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước và Việt Nam đã trở thành một trong 10 nước xuất khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới. Với kim ngạch xuất khẩu tăng gấp đôi trong giai đoạn 2005-2009, từ 5,5 tỷ USD lên 11,4 tỷ USD, trong năm 2009, dệt may đã trở thành ngành hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Năm 2010, ngành dệt may Việt Nam đạt kim ngạch xuất khẩu 11,2 tỉ USD và hiện đứng trong nhóm 5 quốc gia có quy mô xuất khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới.

***- Tăng trưởng xuất khẩu:***

Tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam trong giai đoạn 2005-2009 đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 21,2%/năm. Tăng trưởng xuất khẩu của các sản phẩm dệt may Việt Nam trong giai đoạn 2001-2009 được thể hiện trong sơ đồ 1.

***Sơ đồ 1:* Tăng trưởng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam 2001-2009**




*Nguồn: ITC, Cơ sở dữ liệu thương mại, 2010*

***- Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu:***

Về cơ cấu sản phẩm xuất khẩu, giá trị xuất khẩu hàng may mặc thuộc 3 nhóm HS 61, HS 62 và HS 63 chiếm tới 88% tổng giá trị xuất khẩu của ngành công nghiệp dệt may (trong đó, xuất khẩu các sản phẩm thuộc nhóm HS 62 chiếm 44,7%, nhóm HS 61 chiếm 38,6% và nhóm HS 63 chiếm 4,8% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam trong năm 2009).

***Bảng 1:*** **Xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam giai đoạn 2005-2009**

*Đơn vị: 1.000 USD*

| Mã HS | Sản phẩm | KNXK 2009 | CCTM 2009 | Tăng bq 2005-2009, %/năm | Tỷ trọng trong tổng XK thế giới, % | Xếp hạng trong XK thế giới |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Tổng KNXK của Việt Nam** | | **60.108.668** | **-10.631.268** | **17** | **0,5** | **38** |
| ***KNXK hàng dệt may*** | | ***11.433.174*** | ***3.705.088*** | | | |
| 62 | Quần áo và hàng may ặc phụ trợ, không dệt kim oặc móc | 5.089.950 | 4.746.684 | 14 | 3,2 | 8 |
| 61 | Quần áo và hàng may ặc, dệt kim hoặc móc | 4.385.887 | 3.671.848 | 29 | 2,7 | 8 |
| 63 | Các mặt hàng dệt đã oàn thiện khác | 550.500 | 370.964 | 17 | 1,3 | 17 |
| 54 | Sợi filament nhân tạo | 368.735 | -722.667 | 39 | 1,1 | 21 |
| 52 | Bông | 347.888 | -985.791 | 51 | 0,8 | 21 |
| 55 | Xơ, sợi staple nhân ạo | 309.135 | -595.072 | 36 | 1,2 | 17 |
| 59 | Các loại vải dệt đã ược ngâm tẩm, tráng, ác mặt hàng dệt trong ông nghiệp | 125.447 | -463.567 | 80 | 0,7 | 24 |
| 56 | Mền xơ, phớt và các ản phẩm không dệt... | 95.968 | -169.951 | 24 | 0,6 | 34 |
| 60 | Các loại vải dệt kim oặc móc | 58.838 | -1.644.217 | 41 | 0,3 | 32 |
| 50 | Lụa | 29.387 | -72.022 | 0 | 1,1 | 12 |
| 58 | Các loại vải dệt thoi ặc biệt, các loại vải dệt hần sợi vòng, hàng ren, àng thêu | 27.135 | -315.108 | 9 | 0,3 | 33 |
| 53 | Xơ dệt gốc thực vật hác, sợi giấy và vải dệt hoi từ sợi giấy | 19.394 | -17.159 | 11 | 0,7 | 19 |
| 57 | Thảm và các loại àng dệt trải sàn khác | 18.646 | -10.602 | 14 | 0,2 | 42 |
| 51 | Lông cừu, lông động ật loại mịn hoặc loại hô, vải dệt thoi từ các guyên liệu trên | 6.264 | -88.252 | 23 | 0,1 | 52 |

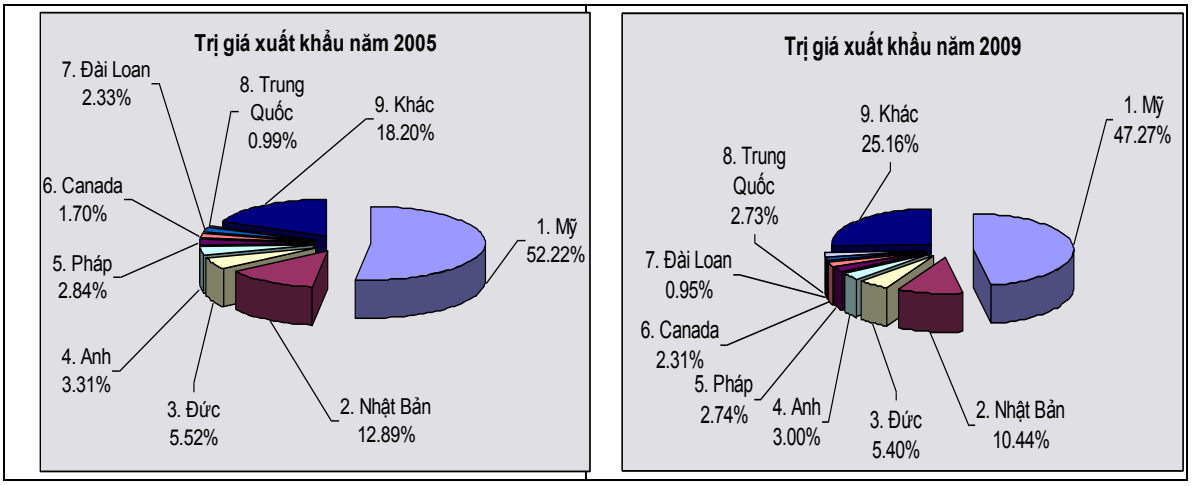
*Nguồn: ITC, Cơ sở dữ liệu thương mại, 2010*

Tuy nhiều mặt hàng dệt đã đạt được tốc độ tăng trưởng cao trong những năm qua nhưng vẫn ít có sự cải thiện trong cơ cấu sản phẩm xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam trong năm 2009 so với năm 2005, khi kim ngạch xuất khẩu ba nhóm HS 61, HS 62 và HS 63 chiếm 91,6% tổng kim ngạch xuất khẩu của ngành công nghiệp dệt may. Điều này cho thấy xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam vẫn còn tập trung vào lĩnh vực may mặc, khả năng đa dạng hóa còn yếu kém, cũng như xu hướng chậm cải thiện khả năng cạnh tranh của ngành công nghiệp dệt Việt Nam.

***- Cơ cấu thị trường xuất khẩu:***

Hoa Kỳ, Nhật Bản và EU vẫn là các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Tuy nhiên, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đã mở rộng sang các thị trường khác như Canada, Đài Loan, Trung Quốc, LB Nga, Thổ Nhĩ Kỳ…

***Sơ đồ 2:* Các thị trường xuất khẩu hàng dệt may chủ yếu của Việt Nam**




*Nguồn: ITC, Cơ sở dữ liệu thương mại, 2010*

Theo VITAS, Hoa Kỳ vẫn là thị trường xuất khẩu chủ lực của ngành dệt may Việt Nam. Trong năm 2010, xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ đạt hơn 6 tỷ USD, tăng 22% so với năm 2009. Vì thế, thị phần xuất khẩu của dệt may Việt Nam tại thị trường này cũng tăng từ 4,6% lên 5,1%. Đáng chú ý là trong khi một số nước xuất khẩu dệt may vào Hoa Kỳ bị sụt giảm, Việt Nam vẫn đạt mức tăng trưởng cao (khoảng 20%), chiếm 55% thị phần xuất khẩu vào thị trường này, trong khi thị phần của Việt Nam trên thị trường EU là 20%, Nhật Bản - gần 10%. Với những thuận lợi trong các Hiệp định thương mại được ký kết, Việt Nam đang mở rộng xuất khẩu hàng dệt may sang nhiều thị trường tiềm năng khác.

## 2. Những thách thức với xuất khẩu hàng dệt may bền vững của Việt Nam

***- Phụ thuộc vào nguyên phụ liệu phục vụ xuất khẩu***

Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sản phẩm cuối cùng của hàng dệt may (các nhóm sản phẩm HS 61 - 63), nhưng lại nhập khẩu nhiều nguyên phụ liệu và đầu vào trung gian khác cho công nghiệp dệt may (các nhóm sản phẩm HS 50 - 60). Khoảng 70% tổng giá trị hàng dệt may nhập khẩu của Việt Nam là bông, lụa, sợi tổng hợp, hóa chất, thuốc nhuộm... Cơ cấu

sản phẩm xuất nhập khẩu như vậy dẫn đến chỉ số thương mại nội ngành cao của ngành dệt may Việt Nam.

Chỉ số Grubel - Lloyd[44] đối với ngành dệt may Việt Nam được thể hiện trong Bảng 2. Kết quả cho thấy mức độ thương mại nội ngành rất cao trong ngành dệt may Việt Nam.

***Bảng 2*: Chỉ số Grubel - Lloyd của ngành dệt may Việt Nam giai đoạn 2005-2009**

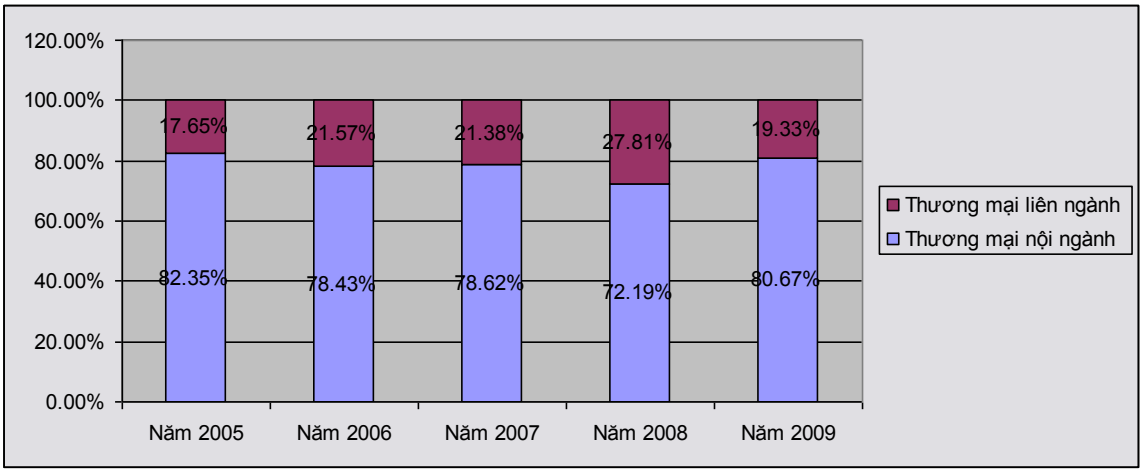
| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| KNXK (1.000 USD) | 5.308.416 | 6.526.238 | 8.603.181 | 10.150.690 | 11.435.052 |
| KNNK (1.000 USD) | 4.105.771 | 4.610.633 | 5.832.202 | 6.673.036 | 7.730.125 |
| Chỉ số Grubel Lloyd (%) | 82,35 | 78,43 | 78,62 | 72,19 | 80,67 |

*Nguồn: Cơ sở dữ liệu thương mại, 2010 và tính toán của nhóm tác giả*

Kết quả của Bảng 2 cho thấy, thương mại dệt may của Việt Nam chủ yếu là thương mại nội ngành. Xu hướng thương mại nội ngành giảm đi trong giai đoạn 2006-2008 nhưng lại tăng lên trong năm 2009.

Ở cấp độ vĩ mô, chỉ số thương mại nội ngành cao cũng thể hiện xu hướng nhập khẩu cao của ngành dệt may và là một trong những nguyên nhân của tình trạng gia tăng nhập siêu ở Việt Nam. Phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nước ngoài có thể nói đang là thách thức lớn nhất đối với ngành dệt may Việt Nam hiện nay.

***Sơ đồ 3:* Hàng dệt may - thương mại nội ngành hay liên ngành**




*Nguồn: ITC Cơ sở dữ liệu thương mại, 2010 và tính toán của nhóm tác giả*

Về cơ cấu sản phẩm nhập khẩu, Việt Nam chủ yếu nhập khẩu các nguyên liệu dệt may, trong đó các sản phẩm thuộc nhóm HS 60 (các loại vải dệt kim hoặc móc) - chiếm 22,0 %,

[44] Chỉ số Grubel-Lloyd: Chỉ số đo thương mại nội ngành được Grubel và Lloyd đề xuất năm 1975. Đối với ngành công nghiệp i với KNXK là $X_i$ và KNNK là $M_i$ chỉ số thương mại nội ngành $I = [(X_i+M_i) - |X_i - M_i|]100/(X_i+M_i)$, trong đó I là tỷ phần của thương mại nội ngành trong tổng thương mại của ngành i, $X_i+M_i$. (Nguồn: Deardorffs Glossary of International Economics)

HS 52 (bông) - 16,8 %, HS 54 (sợi filament nhân tạo) - 14,3 % và HS 55 (xơ, sợi staple nhân tạo) - chiếm 11,7% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của Việt Nam trong năm 2009. Tỷ lệ của 4 nhóm sản phẩm này chiếm tới 70% tổng KNNK hàng dệt may của Việt Nam trong năm 2009.

***Bảng 3:*** **Nhập khẩu hàng dệt may của Việt Nam giai đoạn 2005-2009**

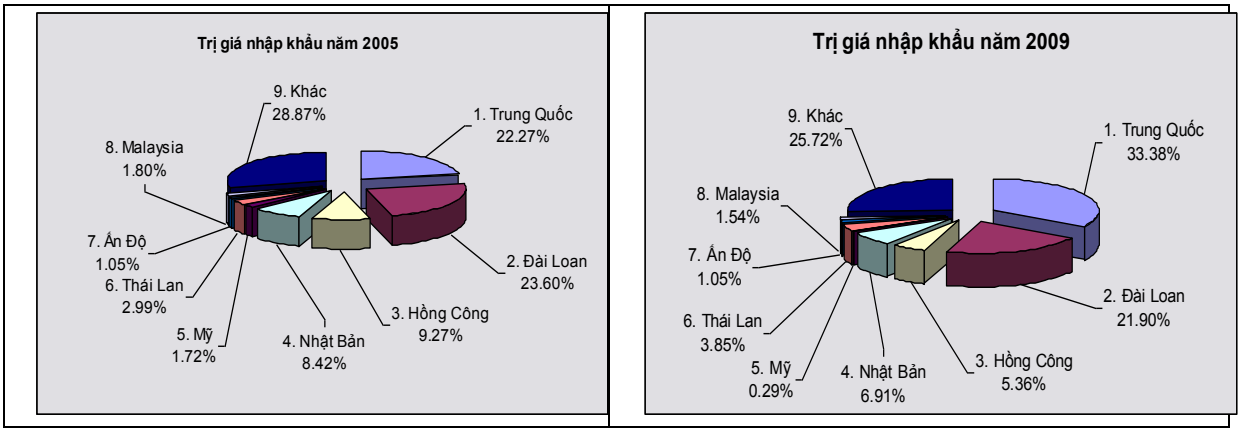
*Đơn vị: 1.000 USD*

| Mã HS | Sản phẩm | KNNK 2009 | CCTM 2009 | Tăng bq 2005-2009, %/năm | Tỷ trọng trong tổng NK thế giới, % | Xếp hạng trong NK thế giới |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Tổng KNNK của Việt Nam** | | **70.739.936** | **-10.631.268** | **23** | **0,6** | **35** |
| ***KNNK hàng dệt may*** | | ***7.728.086*** | ***3.705.088*** | | | |
| 60 | Các loại vải dệt kim oặc móc | 1.703.055 | -1.644.217 | 27 | 9,4 | 3 |
| 52 | Bông | 1.333.679 | -985.791 | 24 | 3,4 | 7 |
| 54 | Sợi filament nhân tạo | 1.091.402 | -722.667 | 12 | 3,6 | 7 |
| 55 | Xơ, sợi staple nhân ạo | 904.207 | -595.072 | 15 | 3,4 | 6 |
| 61 | Quần áo và hàng may ặc phụ trợ, dệt kim hoặc óc | 714.039 | 3.671.848 | 78 | 0,5 | 29 |
| 59 | Các loại vải dệt đã ược ngâm tẩm. tráng. àng dệt công nghiệp | 589.014 | -463.567 | 12 | 3,7 | 4 |
| 62 | Quần áo và hàng may ặc phụ trợ, không dệt im hoặc móc | 343.266 | 4.746.684 | 35 | 0,2 | 42 |
| 58 | Các loại vải dệt thoi ặc biệt, vải dệt chần ợi vòng, hàng thêu ren | 342.243 | -315.108 | 10 | 4,1 | 4 |
| 56 | Mền xơ, phớt và các ản phẩm không dệt | 265.919 | -169.951 | 11 | 1,7 | 17 |
| 63 | Các mặt hàng dệt đã oàn thiện khác | 179.536 | 370.964 | 50 | 0,5 | 32 |
| 50 | Lụa | 101.409 | -72.022 | -2 | 4,4 | 7 |
| 51 | Sợi, lông cừu, lông ộng vật | 94.516 | -88.252 | 14 | 1 | 20 |
| 53 | Xơ dệt gốc thực vật hác, sợi giấy | 36.553 | -17.159 | 15 | 1,5 | 16 |
| 57 | Thảm và các loại àng dệt trải sàn khác | 29.248 | -10.602 | 35 | 0,3 | 47 |

*Nguồn: ITC, Cơ sở dữ liệu thương mại, 2010*

Việt Nam chủ yếu nhập khẩu hàng dệt may từ Trung Quốc, Đài Loan, Hồng Công và Nhật Bản (sơ đồ 4). Bốn thị trường lớn nhất này chiếm 67,55% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của Việt Nam trong năm 2009, so với tỷ lệ 63,56% trong năm 2005.

***Sơ đồ 4:* Các thị trường nhập khẩu hàng dệt may chủ yếu của Việt Nam**




*Nguồn: ITC, Cơ sở dữ liệu thương mại, 2010*

Có thể thấy xu hướng tập trung hơn vào Trung Quốc và vùng lãnh thổ của Trung Quốc như Hồng Công và Đài Loan trong nhập khẩu của Việt Nam. Các nguồn nhập khẩu hàng dệt may quan trọng khác của Việt Nam là Nhật Bản, Hoa Kỳ và Thái Lan...

Thực tế, ngành dệt may phát triển dựa trên một chuỗi sản xuất liên hoàn từ sản xuất bông, xơ, kéo sợi, dệt, nhuộm, hoàn tất vải rồi mới đến may mặc. Trong chuỗi sản xuất liên hoàn này, Việt Nam mới làm tốt được khâu cuối cùng là may mặc. Chính vì vậy, giá trị gia tăng trên mỗi sản phẩm xuất khẩu dệt may của Việt Nam còn rất thấp.

Thiếu chủ động với nguyên liệu đầu vào dẫn đến tình trạng nhiều doanh nghiệp dệt may càng xuất khẩu nhiều thì nguy cơ thua lỗ cũng càng lớn, đặc biệt là trong bối cảnh như hiện nay, khi chi phí sản xuất tăng cao, đơn giá xuất khẩu lại không thể điều chỉnh. Theo các doanh nghiệp dệt may, để tránh tình trạng hiệu quả xuất khẩu thấp và để hướng tới phát triển bền vững, trước hết phải đầu tư phát triển nguồn nguyên liệu trong nước.

***- Năng lực cạnh tranh xuất khẩu***

Trở thành một trong những nước xuất khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới, trong những năm qua, ngành dệt may Việt Nam đã có những bước cải thiện đáng kể về năng lực cạnh tranh. Trước hết, trang thiết bị của ngành may mặc đã được đổi mới và hiện đại hóa đến 90%. Các sản phẩm đã có chất lượng ngày một tốt hơn và được nhiều thị trường khó tính như Hoa Kỳ, EU và Nhật Bản chấp nhận. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp dệt may đã xây dựng được mối quan hệ gắn bó chặt chẽ với nhiều nhà nhập khẩu, nhiều tập đoàn tiêu thụ lớn trên thế giới. Bản thân các doanh nghiệp Việt Nam cũng được bạn hàng đánh giá là có lợi thế về chi phí lao động, kỹ năng và tay nghề may tốt. Cuối cùng, Việt Nam được đánh giá cao nhờ ổn định chính trị và an toàn về xã hội, có sức hấp dẫn đối với các thương nhân và các nhà đầu tư nước ngoài.

Việc Việt Nam tích cực tham gia hội nhập kinh tế khu vực và thế giới cũng mở rộng tiếp cận thị trường cho hàng xuất khẩu nói chung và hàng dệt may xuất khẩu nói riêng. Tuy

nhiên, thị phần hàng dệt may của Việt Nam, đặc biệt là hàng dệt, vẫn nhỏ hơn nhiều so với Trung Quốc - đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam trong xuất khẩu hàng dệt may sang các nước khác. Nguyên nhân chủ yếu là do năng lực cạnh tranh kém của hàng dệt may của Việt Nam so với Trung Quốc trên thị trường thế giới.

Số liệu bảng 4 cho thấy thị phần hàng dệt của Việt Nam trên thị trường thế giới nói chung cũng như thị trường Hoa Kỳ và EU nói riêng đã phần nào được cải thiện nhưng vẫn còn rất hạn chế. Xuất khẩu hàng dệt của Việt Nam mới chỉ chiếm 0,86% tổng KNNK hàng dệt thế giới trong năm 2009, tuy thị phần này đã tăng lên so với 0,3% của năm 2005. Tuy nhiên, vị trí của hàng may mặc Việt Nam trên thị trường thế giới đã được cải thiện đáng kể với thị phần trên thị trường hàng may mặc thế giới tăng từ 1,7% trong 2005 lên 2,7% trong năm 2009.

***Bảng 4:*** **Thị phần hàng dệt may của Việt Nam và Trung Quốc tại các thị trường nhập khẩu chủ yếu**

| | **Kim ngạch (Triệu USD)** | | | | | **Thị phần (%)** | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **2005** | **2006** | **2007** | **2008** | **2009** | **2005** | **2006** | **2007** | **2008** | **2009** |
| | **Hàng dệt** | | | | | | | | | |
| **Nhập khẩu toàn cầu** | **202657** | **220367** | **240364** | **250198** | **211054** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** |
| XK của Việt Nam | 725 | 1058 | 1321 | 1639 | 1815 | 0,3 | 0,5 | 0,5 | 0,7 | 0,86 |
| XK của Trung Quốc | 41050 | 48678 | 55961 | 65256 | 59821 | 20,2 | 22,1 | 23,3 | 26,1 | 28,34 |
| ***Nhập khẩu của Hoa Kỳ*** | ***22538*** | ***23498*** | ***24089*** | ***23128*** | ***19211*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** |
| XK của Việt Nam | 64 | 83 | 97 | 112 | 172 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,9 |
| XK của Trung Quốc | 6064 | 6960 | 7661 | 7883 | 6803 | 26,9 | 29,6 | 31,8 | 34,1 | 35,4 |
| ***Nhập khẩu của EU*** | ***65825*** | ***70425*** | ***84208*** | ***83962*** | ***66039*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** |
| XK của Việt Nam | 113 | 150 | 186 | 182 | 177 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 |
| XK của Trung Quốc | 4904 | 5963 | 7428 | 8343 | 7019 | 7,5 | 8,5 | 8,8 | 9,9 | 10,6 |
| ***Nhập khẩu của Nhật Bản*** | ***5812*** | ***6179*** | ***6302*** | ***6947*** | ***3753*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** |
| XK của Việt Nam | 128 | 140 | 142 | 173 | 185 | 2,2 | 2,3 | 2,3 | 2,5 | 2,7 |
| XK của Trung Quốc | 3037 | 3354 | 3444 | 3873 | 4248 | 53,2 | 54,3 | 54,6 | 55,8 | 62,9 |

| | Hàng may mặc | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Nhập khẩu oàn cầu** | **275639** | **309142** | **345830** | **361888** | **315622** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** |
| XK của Việt Nam | 4805 | 5579 | 7400 | 8971 | 8629 | 1,7 | 1,8 | 2,1 | 2,5 | 2,7 |
| XK của Trung Quốc | 74163 | 95379 | 115233 | 119978 | 107261 | 26,9 | 30,8 | 33,3 | 33,1 | 33,9 |
| ***Nhập khẩu của Hoa Kỳ*** | ***80071*** | ***82972*** | ***84847*** | ***82464*** | ***72059*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** |
| XK của Việt Nam | 2911 | 3430 | 4619 | 5527 | 5332 | 3,6 | 4,1 | 5,4 | 6,7 | 7,4 |
| XK của Trung Quốc | 21138 | 24403 | 28530 | 28575 | 28201 | 26,4 | 29,4 | 33,6 | 34,7 | 39,1 |
| ***Nhập khẩu của EU*** | ***128702**** | ***141151**** | ***162806*** | ***177741*** | ***160112*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** |
| XK của Việt Nam | 610 | 1325 | 1605 | 1924 | 1752 | 2,7 | 0,9 | 1,0 | 1,1 | 1,1 |
| XK của Trung Quốc | 23010 | 25780 | 32285 | 39815 | 38057 | 17,9 | 18,3 | 19,8 | 22,4 | 23,8 |
| ***Nhập khẩu của Nhật Bản*** | ***22541*** | ***23870*** | ***23999*** | ***25866*** | ***25510*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** | ***100,0*** |
| XK của Việt Nam | 610 | 643 | 717 | 865 | 1045 | 2,7 | 2,7 | 3,0 | 3,3 | 4,1 |
| XK của Trung Quốc | 18243 | 19562 | 19765 | 21429 | 21153 | 80,9 | 82,0 | 82,5 | 82,8 | 82,9 |

*EU - 25

*Nguồn: WTO, Thống kê thương mại quốc tế, 2010.*

Theo nghiên cứu về khả năng cạnh tranh xuất khẩu của ITC, Việt Nam vẫn đang khai thác được lợi thế so sánh trong xuất khẩu hàng dệt may mặc dù các thành tựu đạt được về tăng trưởng xuất khẩu chủ yếu dựa vào tăng lượng xuất khẩu. Vị trí của hàng dệt may Việt Nam và năng lực cạnh tranh xuất khẩu trên thị trường thế giới được nghiên cứu và phân tích trong bảng 5. Theo đó, Trung Quốc, nước xuất khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới, có năng lực cạnh tranh cao hơn nhiều so với Việt Nam.

***Bảng 5:*** **Năng lực cạnh tranh xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam và Trung Quốc**

**1. Hàng dệt**

| | | **Chỉ số** | **Trung Quốc** | | **Việt Nam** | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Trị giá** | **Xếp hạng** | **Trị giá** | **Xếp hạng** |
| **Các chỉ số chung** | **G1** | Kim ngạch xuất khẩu (1.000 USD) | 59.823.453 | | 1.301.240 | |
| | **G2** | Tăng trưởng KNXK (%/năm) 2005-2009 | 10% | 22 | 16% | 13 |
| | **G3** | Tỷ trọng trong xuất khẩu quốc gia (% | 5% | | 3% | |
| | **G4** | Tỷ trọng trong nhập khẩu quốc gia (%) | 1% | | 8% | |
| | **G5** | Cán cân thương mại (%) | 60% | | -54% | |
| | **G6** | Đơn giá xuất khẩu so sánh (Mức bình quân ủa thế giới = 1) | 1,0 | | 0,9 | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Vị rí cạnh tranh năm 2009** | **P1** | Xuất khẩu ròng (1.000 USD) | 44.878.889 | 1 | -3.047.360 | 120 |
| | **P2** | Xuất khẩu bình quân đầu người USD/người) | 45,2 | 36 | 15,1 | 55 |
| | **P3** | Tỷ trọng trên thị trường thế giới (%) | 30,64% | 1 | 0,67% | 25 |
| | **P4a** | Chỉ số đa dạng sản phẩm (số các sản phẩm ương tự) | 73 | 6 | 36 | 24 |
| | **P4b** | Chỉ số tập trung xuất khẩu | | 5 | | 23 |
| | **P5a** | Chỉ số đa dạng thị trường (số thị trường uất khẩu) | 25 | 4 | 11 | 24 |
| | **P5b** | Chỉ số tập trung thị trường | | 2 | | 31 |
| **Thay đổi trong giai đoạn 2005-2009** | **C1** | Thay đổi tương đối trên thị trường thế giới % thay đổi bq/năm) | 0,0975% | | 0,1662% | |
| | | - Hiệu quả cạnh tranh (% thay đổi bq /năm) | 0,0615% | 17 | 0,0482% | 21 |
| | | - Chỉ số lợi thế địa lý (% thay đổi bq/ năm) | 0,0100% | 50 | 0,0040% | 59 |
| | | - Chỉ số chuyên môn hóa sản phẩm (% thay ổi bq/năm) | 0,0133% | 43 | 0,0084% | 51 |
| | | - Khả năng đáp ứng nhu cầu thế giới (% hay đổi bq/năm) | 0,0128% | 36 | 0,1057% | 8 |
| | C2 | Khả năng thích ứng biến động của thị rường thế giới | | 121 | | 98 |
| | A | Biến động tuyệt đối của thị phần trên thị rường thế giới (điểm % bq/năm) | 2,0092% | 1 | 0,0605% | 4 |

## 2. Hàng may mặc

| | | Chỉ số | Trung Quốc | | Việt Nam | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Trị giá** | **Xếp hạng** | **Trị giá** | **Xếp hạng** |
| **Các chỉ số chung** | **G1** | Kim ngạch xuất khẩu (1.000 USD) | 107.263.702 | | 7.966.625 | |
| | **G2** | Tăng trưởng KNXK (%/năm) 2005-2009 | 10% | 12 | 14% | 9 |
| | **G3** | Tỷ trọng trong xuất khẩu quốc gia (% | 9% | | 17% | |
| | **G4** | Tỷ trọng trong nhập khẩu quốc gia (%) | 0% | | 2% | |
| | **G5** | Cán cân thương mại (%) | 97% | | 77% | |
| | **G6** | Đơn giá xuất khẩu so sánh (Mức bình quân ủa thế giới = 1) | 1,3 | | 0,7 | |
| **Vị rí cạnh tranh năm 2009** | **P1** | Xuất khẩu ròng (1.000 USD) | 105.421.467 | 1 | 6.931,.48 | 5 |
| | **P2** | Xuất khẩu bình quân đầu người USD/người) | 81,0 | 43 | 92,4 | 36 |
| | **P3** | Tỷ trọng trên thị trường thế giới (%) | 35,81% | 1 | 2,66% | 9 |
| | **P4a** | Chỉ số đa dạng sản phẩm (số các sản phẩm ương tự) | 51 | 4 | 28 | 38 |
| | **P4b** | Chỉ số tập trung xuất khẩu | | 4 | | 35 |
| | **P5a** | Chỉ số đa dạng thị trường (số thị trường uất khẩu) | 13 | 6 | 2 | 88 |
| | **P5b** | Chỉ số tập trung thị trường | | 3 | | 60 |
| **Thay đổi** | **C1** | Thay đổi tương đối trên thị trường thế giới % thay đổi bq/năm) | 0,0532% | | 0,0980% | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **trong giai đoạn 2005 -2009** | | - Hiệu quả cạnh tranh (% thay đổi bq/năm) | 0,0429% | 16 | 0,0948% | 9 |
| | | - Chỉ số lợi thế địa lý (% thay đổi bq/năm) | 0,0009% | 72 | -0,0183% | 96 |
| | | - Chỉ số chuyên môn hóa sản phẩm (% thay đổi bq/năm) | 0,0019% | 60 | -0,0393% | 108 |
| | | - Khả năng đáp ứng nhu cầu thế giới (% hay đổi bq/ năm) | 0,0075% | 31 | 0,0608% | 10 |
| | C2 | Khả năng thích ứng biến động của thị trường thế giới | | 121 | | 118 |
| | A | Biến động tuyệt đối của thị phần trên thị trường thế giới (điểm % bq/năm) | 1,5048% | 1 | 0,1749% | 3 |

*Nguồn: ITC, 2010*

Trung Quốc là nước xuất khẩu hàng dệt may hàng đầu trên thế giới, trong khi Indonesia, Việt Nam, Ấn Độ, Mêhicô và Thổ Nhĩ Kỳ, Hàn Quốc và Đài Loan là những nước đứng trong "top ten" xuất khẩu hàng dệt may toàn cầu. Mêhicô và Thổ Nhĩ Kỳ chủ yếu cung cấp các sản phẩm dệt vào Hoa Kỳ và EU, trong khi Hàn Quốc và Đài Loan tiếp tục khai thác lợi thế của họ trong việc cung cấp nguyên liệu và đầu vào trung gian cho sản xuất hàng may mặc tại Châu Á. Đồng thời, các nước này cũng là nhà xuất khẩu lớn các sản phẩm may mặc trên thế giới. Trong khi đó, năng lực cạnh tranh xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam vẫn còn khá hạn chế, đặc biệt là ngành dệt. Công nghiệp dệt và công nghiệp phụ trợ còn yếu, không đủ khả năng cung cấp nguyên phụ liệu đạt chất lượng xuất khẩu để cung cấp cho ngành may. Hầu hết các doanh nghiệp dệt may có quy mô vừa và nhỏ, khả năng huy động vốn đầu tư thấp, hạn chế khả năng đổi mới công nghệ, trang thiết bị. Chính quy mô nhỏ đã khiến các doanh nghiệp chưa đạt được hiệu quả kinh tế nhờ quy mô và chỉ có thể cung ứng cho một thị trường nhất định. Khi thị trường xuất khẩu có biến động, các doanh nghiệp dệt may sẽ gặp khó khăn trong việc điều chỉnh phương thức thâm nhập thị trường và/hoặc chuyển đổi sang thị trường khác.

Bên cạnh đó, một số lợi thế cạnh tranh trước đây của ngành dệt may Việt Nam đang có xu hướng giảm sút. Nếu như trước kia, ngành may mặc Việt Nam có các lợi thế về nhân công rẻ, lực lượng lao động lớn…, thì hiện giá nhân công Việt Nam đang nhích dần lên khi trong hai năm gần đây, mức lương tối thiểu tăng từ 30 - 34% tại các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và tăng từ 50 - 58% tại các doanh nghiệp Việt Nam. Về năng suất lao động, theo đánh giá của các nhà đầu tư nước ngoài, công nhân Việt Nam làm việc chỉ bằng 70 - 80% so với nhân công Trung Quốc. Đây là nguyên nhân khiến nhiều nhà đầu tư đang quan tâm đến Indonesia nhằm thay thế cho Việt Nam do giá nhân công hai nước gần ngang nhau nhưng lực lượng lao động của Indonesia ổn định, có năng suất cao và giá đất ở Indonesia thấp hơn Việt Nam.

***- Năng lực đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường và tiêu chuẩn xã hội***

Cùng với quá trình phát triển, ngành dệt may trong thời gian qua cũng gây nên áp lực đối với môi trường nước ta. Những khâu sản xuất gây ô nhiễm nhiều nhất trong lĩnh vực dệt may là khâu dệt - nhuộm - xử lý vải. Mặc dù phát triển công nghiệp dệt nhuộm là điều kiện để đảm bảo năng lực cung ứng nguyên phụ liệu cho ngành may xuất khẩu tăng trưởng

bền vững, nhưng nếu việc mở rộng sản xuất và xuất khẩu dệt may không gắn liền với các biện pháp quản lý và xử lý chất thải thì sẽ có tác hại không những làm cho ô nhiễm môi trường gia tăng, mà còn ảnh hưởng đến sản xuất kinh doanh do bị hạn chế về rào cản kỹ thuật trong thương mại khi xuất khẩu sản phẩm. Hạn chế ô nhiễm môi trường từ sự phát triển của ngành dệt may cũng góp phần nâng cao uy tín, chất lượng của hàng Việt Nam, giúp tránh được những tranh chấp thương mại đang có xu hướng gia tăng sau khi Việt Nam gia nhập WTO.

Xu hướng phổ biến trên thị trường thế giới hiện nay là ngày càng có quy định chặt chẽ hơn đối với các sản phẩm nhập khẩu. Có hai loại luật chính tác động tới ngành dệt nhuộm là Luật kiểm soát hóa chất và Luật kiểm soát ô nhiễm. Luật kiểm soát hóa chất ảnh hưởng đến đổi mới, phân loại và ghi nhãn, cung cấp và sử dụng thuốc nhuộm và hóa chất. Nó cũng tác động đến luật an toàn sản phẩm tiêu dùng. Luật kiểm soát ô nhiễm ảnh hưởng cả nhà sản xuất và người sử dụng thuốc nhuộm và hóa chất do nó bao trùm cả việc thải các chất gây nguy hiểm ra môi trường.

Luật kiểm soát hóa chất mới của châu Âu - REACH (Quy chuẩn EU 1907/2006) có hiệu lực từ tháng 6 năm 2007 và tuân theo sự xác minh của Cơ quan hóa chất châu Âu (ECHA) ở Helsinki. Các yêu cầu vận hành của REACH bắt đầu được áp dụng từ tháng 6 năm 2008. Theo quy chuẩn mới, các công ty sản xuất một chất nhất định sẽ có trách nhiệm cung cấp dữ liệu về hóa chất và các cơ quan chức năng sẽ đánh giá dữ liệu được ngành công nghiệp cung cấp để quyết định các chương trình thử nghiệm đúng cho chất đó. Phạm vi của REACH mở rộng cho tới các chất trong mặt hàng, đặc biệt là về các yêu cầu báo cáo cho các chất có mối quan ngại rất cao (SHVC). Luật kiểm soát ô nhiễm của EU cũng tác động trực tiếp tới ngành dệt nhuộm với những quy định về sử dụng và thải bỏ thuốc nhuộm cũng như giải quyết việc tiêu thụ nước và năng lượng, ô nhiễm không khí, xử lý nước thải và thải bỏ phế thải. Mục quan trọng nhất của luật châu Âu trong lĩnh vực này là Thông tư IPPC (96/61/EC).

Tất cả các mặt hàng dệt may xuất khẩu sang thị trường EU bắt buộc phải đáp ứng các tiêu chuẩn về môi trường và các tiêu chuẩn về an toàn và sức khoẻ cho người tiêu dung, như các quy định pháp lý về thuốc nhuộm chứa azo sinh ra chất gây ung thư. Ngoài các yêu cầu về pháp lý, các nhà sản xuất còn phải đối mặt với những yêu cầu khác nữa do mỗi khách hàng EU đặt ra. Các khách hàng EU thường đòi hỏi các nhà sản xuất cung cấp thêm thông tin, như điều kiện làm việc tại các cơ sở sản xuất, môi trường hoặc trách nhiệm xã hội trong sản xuất.

Để chắc chắn rằng các nhà cung cấp hàng dệt may có khả năng cung cấp sản phẩm đạt một mức chất lượng nhất định, các khách hàng EU thường đòi hỏi họ phải đạt được những chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng nào đó. Hệ thống quản lý chất lượng được phổ biến nhất hiện nay là hệ thống tiêu chuẩn ISO 9001:2000. Hệ thống ISO 9001:2000 đòi hỏi nhà sản xuất cần miêu tả chi tiết các quy trình (hoặc hoạt động) của mình, xây dựng các thủ tục theo những quy trình hoặc hoạt động cần thiết đó và cần tuân thủ theo những thủ tục đó

trong hoạt động kinh doanh hàng ngày. Quy trình này đảm bảo nhà sản xuất luôn tuân thủ theo một phương thức hoạt động và sản xuất ra những sản phẩm đạt chất lượng ổn định.

Ngoài những yêu cầu pháp lý về môi trường, mỗi khách hàng có thể đặt ra những đòi hỏi khác nữa về môi trường trong lĩnh vực dệt may. Tiêu chuẩn về môi trường được phổ biến và sử dụng nhiều nhất ở EU là tiêu chuẩn nhãn Oko - Tex 100 (của Hiệp hội Oko - Tex Association) liên quan tới lĩnh vực môi trường, sức khỏe và an toàn đối với người tiêu dùng. Oko - Tex 100 đảm bảo rằng hàng dệt được sử dụng để sản xuất hàng may mặc không chứa các chất gây hại tới môi trường và sức khỏe con người. Tại EU, hệ thống tiêu chuẩn ISO 9001:2000 thường được các khách hàng yêu cầu nhiều hơn so với Oko - Tex 100.

Tiêu chuẩn Oko - Tex 100 được đòi hỏi nhiều từ các khách mua Trung Âu vì nhãn hiệu này hiện nay rất được phổ biến đối với người tiêu dùng châu Âu. Tuy nhiên, trong khi các khách hàng Đức chú trọng tới các tiêu chuẩn về môi trường thì các khách mua Anh thường có xu hướng yêu cầu về các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội. Một hệ thống tiêu chuẩn về trách nhiệm xã hội quan trọng là AHSAS 18001 đánh giá chi tiết về hệ thống quản lý sức khỏe và an toàn lao động do Công ty hệ thống quản lý BSI của Anh xây dựng.

Các tiêu chuẩn xã hội cũng được chú trọng tại thị trường Hoa Kỳ. Hiện một trong những tiêu chuẩn xã hội quan trọng nhất là tiêu chuẩn SA 8000 do Tổ chức quốc tế về trách nhiệm xã hội (SAI), một tổ chức phi chính phủ của Hoa Kỳ, xây dựng. SA 8000 là hệ thống tiêu chuẩn quốc tế quy định về điều kiện làm việc, quyền lợi của người lao động nhằm hướng tới việc đảm bảo giá trị đạo đức của nguồn hàng hóa & dịch vụ. Tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội SA 8000 xem xét các vấn đề chủ yếu như: lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, sức khoẻ & an toàn lao động, bồi thường, phân biệt đối xử trong lao động, thời gian làm việc, tự do công đoàn, quyền thỏa ước tập thể và các hình phạt trong lao động. SA 8000 được xây dựng dựa trên nền tảng tiêu chuẩn của Tổ chức lao động quốc tế (ILO), các công ước và khuyến nghị của Liên hiệp quốc về quyền con người và trẻ em. Những hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế lớn này cùng những đòi hỏi của các khách hàng và người tiêu dùng trên toàn thế giới về các tiêu chuẩn xã hội càng làm tăng vai trò quan trọng của tiêu chuẩn SA 8000.

Tại Hoa Kỳ, Đạo luật kiểm soát các chất độc (TSCA) được công bố vào năm 1976 và là luật kiểm soát hóa chất quan trọng nhất ở nước này. Đạo luật cho phép Cơ quan bảo vệ môi trường (EPA) đảm bảo thông tin về tất cả các hóa chất mới và đang tồn tại cũng như kiểm soát các chất được xem là có mối rủi ro đáng kể cho sức khỏe công chúng hoặc cho môi trường. Đạo luật nước sạch năm 1977 và sửa đổi Đạo luật không khí sạch năm 1990 có chứa các điều khoản ảnh hưởng đến phát thải từ các nguồn công nghiệp và yêu cầu được phép để thải bỏ và thích ứng kỹ thuật - được dựa trên các tiêu chuẩn thanh toán ô nhiễm. Hệ thống loại trừ thải chất gây ô nhiễm quốc gia (NPDES) cho phép chương trình kiểm soát ô nhiễm nước bằng cách kiểm soát các nguồn của điểm thải chất gây ô nhiễm vào nguồn nước.

Trong chuỗi giá trị hàng dệt may, trước đây các công ty thường có xu hướng giải quyết riêng biệt các vấn đề xã hội và môi trường. Tuy nhiên với xu hướng phân công trong chuỗi giá trị hiện nay, các yêu cầu về môi trường và xã hội đang trở thành mối quan tâm chung trong toàn bộ chuỗi, từ cung ứng nguyên liệu, xử lý phế thải bao bì, hiệu quả năng lượng cho tới các mối quan ngại tới tác động môi trường và tiềm năng nhiễm bẩn hóa chất trong mặt hàng tiêu dùng cuối cùng. Vì vậy, đáp ứng các tiêu chuẩn về môi trường và xã hội đã trở thành điều kiện để tham gia vào chuỗi giá trị của mỗi tác nhân tham gia chuỗi sản xuất/xuất khẩu hàng dệt may.

***- Năng lực đáp ứng các thách thức của lộ trình hội nhập và các biến động của thị trường thế giới***

Với việc Việt Nam gia nhập WTO, ngành dệt may phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức mới, trong đó phải kể đến:

*Giảm thuế nhập khẩu hàng dệt may:* Dệt may là một trong những nhóm hàng hóa Việt Nam có cam kết cắt giảm thuế nhập khẩu lớn nhất (mức thuế suất bình quân được cắp giảm từ 37,3% trước thời điểm gia nhập xuống còn 13,7%) và việc cắt giảm này được thực hiện ngay kể từ ngày 11/1/2007. Việt Nam cũng cam kết thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ trong Hiệp định dệt may (với mức giảm thuế lớn, ví dụ thuế suất đối với vải giảm từ 40% xuống 12%, quần áo may sẵn giảm từ 50% xuống 20% và sợi giảm từ 20% xuống 5%).

*Với cam kết xóa bỏ các hình thức trợ cấp không được phép***,** ngành dệt may không còn được hưởng một số loại hỗ trợ như trước đây. Các hình thức hỗ trợ xuất khẩu và thưởng xuất khẩu từ Quỹ hỗ trợ xuất khẩu; các biện pháp miễn giảm thuế hoặc tiền thuê đất gắn với điều kiện xuất khẩu; các ưu đãi tín dụng đầu tư phát triển… đều bị bãi bỏ. Một số ưu đãi đầu tư nhằm khuyến khích xuất khẩu dù vẫn được duy trì nhưng sẽ phải chấm dứt trước ngày 11/1/2012 (chỉ áp dụng đối với các ưu đãi đầu tư đã dành cho các dự án đã được cấp phép và đi vào hoạt động trước ngày 11/1/2007).

*Nguy cơ bị kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp tự vệ ở các thị trường xuất khẩu tăng lên.* Cùng với việc dỡ bỏ các hạn ngạch xuất khẩu khi Việt Nam gia nhập WTO, xuất khẩu dệt may Việt Nam vào các thị trường quan trọng có cơ hội gia tăng. Điều này có thể khiến nguy cơ hàng dệt may bị kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ ở nước ngoài lớn hơn. Cụ thể, ngày 11/1/2007, Hoa Kỳ đã thực hiện Chương trình giám sát hàng dệt may Việt Nam nhằm theo dõi tình hình nhập khẩu hàng dệt may Việt Nam vào Hoa Kỳ và sẵn sàng cho việc khởi xướng vụ điều tra chống bán phá giá nếu thấy có hiện tượng liên quan. Khi đó, chương trình này đã gây ra nhiều khó khăn cho ngành dệt may Việt Nam (nhiều khách hàng lo ngại nguy cơ kiện chống bán phá giá có xu hướng chuyển nhiều đơn hàng sang các nước khác). Tháng 8 năm 2010, Bộ Thương mại Hoa Kỳ tiếp tục đề xuất một loạt các giải pháp nhằm hỗ trợ Sáng kiến xuất khẩu của Tổng thống Hoa Kỳ, trong đó có nhóm *14 sửa đổi pháp luật về chống bán phá giá và chống trợ cấp* của Hoa Kỳ. Một phần nội dung chủ yếu của 14 sửa đổi này liên quan đến quy trình và cách thức điều tra đối với các nước có nền kinh tế phi thị trường như Việt Nam. Tất cả đều theo hướng *thắt chặt và gây*

*bất lợi hơn* cho doanh nghiệp xuất khẩu nước ngoài với mục tiêu tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp Hoa Kỳ. Vì vậy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Hoa Kỳ sẽ phải đối mặt với hàng loạt khó khăn mới.

*Trong tiến trình đàm phán Hiệp định thương mại tự do xuyên Thái Bình Dương* (*TPP*), Ủy ban Quốc gia các tổ chức dệt may Hoa Kỳ (NCTO) cũng yêu cầu một loạt các biện pháp đặc biệt đối phó với ngành công nghiệp dệt may Việt Nam nhằm giúp Hoa Kỳ bảo hộ ngành dệt may nội địa. Theo yêu cầu của NCTO, Đại diện thương mại Hoa Kỳ (USTR) phải đưa ra các qui định về nguyên tắc xuất xứ vải sợi nhằm giảm bớt lượng hàng dệt may Việt Nam nhập khẩu vào Hoa Kỳ, theo đó một sản phẩm dệt may khi nhập khẩu vào nước thành viên nào đó sẽ được hưởng ưu đãi thuế chỉ khi nó được làm từ vải có nguồn gốc xuất xứ và được cắt may trong khu vực. Trong TPP, điều này có nghĩa là để đáp ứng yêu cầu về nguồn gốc xuất xứ, Việt Nam phải dùng vải sợi từ các nước thành viên TPP để sản xuất hàng dệt may. Qui định này sẽ gây nhiều khó khăn cho Việt Nam do trên thực tế khoảng 70% vải, phụ liệu cho may mặc Việt Nam hiện đang lệ thuộc vào nguồn nhập khẩu chủ yếu từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan (các nước hiện không phải đối tác TPP). Do vậy, nếu TPP áp dụng quy chế xuất xứ ngặt nghèo (như yarn forward) - chỉ tính chấp nhận xuất xứ Việt Nam đối với sản phẩm có nguyên liệu xuất xứ từ các đối tác TPP, điều này sẽ gây bất lợi lớn cho Việt Nam, do tỷ lệ sản phẩm may mặc đáp ứng yêu cầu trên chỉ khoảng 30%.

*Trong bối cảnh hậu khủng hoảng kinh tế toàn cầu*, chính sách thắt chặt tín dụng, tình trạng thu hẹp nhu cầu và áp lực cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường đã khiến hàng loạt các công ty dệt may ở nhiều nước rơi vào phá sản, đóng cửa tạm thời hay vĩnh viễn hoặc sản xuất kinh doanh cầm chừng. Mức tuyển dụng lao động trong ngành dệt may toàn cầu do đó cũng đã giảm mạnh. Theo Hiệp hội dệt may Việt Nam, ngành dệt may Việt Nam hiện đang đối mặt với nhiều khó khăn như: giá nguyên, phụ liệu đang tăng rất cao làm tăng chi phí xuất nhập khẩu, chi phí lao động tăng khoảng 30%, chi phí vận chuyển tăng trên 30%... Nếu không giải quyết được bài toán về chi phí thì khó duy trì được hiệu quả kinh doanh của toàn ngành. Đây là thách thức lớn cho ngành dệt may Việt Nam trong thời gian tới.

Cùng với quá trình toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế, sức ép cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt hơn. Hiện tại, Việt Nam chưa có lợi thế về kỹ thuật, công nghệ, năng lực thiết kế cũng như kỹ năng quản lý. Bên cạnh đó, năng lực tham gia của Việt Nam vào chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may ở các công đoạn có giá trị gia tăng cao và khả năng liên kết với những người mua cuối cùng vẫn còn gặp nhiều thách thức. Tất cả những điều đó làm ảnh hưởng tới sự phát triển xuất khẩu bền vững của ngành dệt may Việt Nam.

### 3. Một số giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu hàng dệt may bền vững

#### *- Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu*

Cùng với tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, hàng hóa Việt Nam nói chung và hàng dệt may nói riêng không còn bị phân biệt đối xử trên thị trường thế giới. Việt Nam cũng đã ký kết các hiệp định thương mại tự do và nhiều hiệp định thương mại, hợp tác kinh tế song phương và đa phương khác, giúp mở cửa cho hàng dệt may Việt Nam tại một số thị trường

quan trọng. Hiện nay, hàng dệt may Việt Nam đã có mặt tại hầu hết các thị trường nhập khẩu quan trọng trên thế giới.

Thị trường hàng dệt may thế giới cũng đang biến chuyển theo hướng tích cực đối với sự phát triển của ngành dệt may Việt Nam. Trong thập kỷ qua, thị phần của các nước châu Á tại ba thị trường nhập khẩu lớn nhất thế giới là Hoa Kỳ, EU và Nhật Bản - 3 thị trường chiếm gần 70% lượng nhập khẩu hàng may mặc của thế giới - đã tăng lên đáng kể. Thị phần của các nước châu Á trên thị trường dệt may Hoa Kỳ đã tăng từ 52,7% (năm 2000) lên 75,11% (2009), vào EU tăng từ 47,46% lên 85% và vào Nhật Bản tăng từ 81,71% lên 91,51%. Xu thế này cho thấy châu Á chính là nơi sản xuất hàng may mặc chủ yếu cho thế giới hiện nay cũng như trong vài thập kỷ tới.

Trong số các nước châu Á, Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan có ưu thế về lực lượng sản xuất và cung ứng nguyên phụ liệu cho sản xuất may mặc. Thái Lan, Malaysia có ưu thế hơn về khả năng thiết kế, chất lượng sản phẩm và năng lực tiếp thị. Bangladesh, Indonesia và Campuchia hiện có thế mạnh về giá lao động rẻ. Trong khi đó, Myanmar và Triều Tiên có thể sẽ là hai nước có nguồn nhân lực cạnh tranh nhất cho sản xuất may mặc trong năm năm tới... Điều quan trọng là Việt Nam khai thác được các lợi thế của mình để nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu.

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, về dư địa tăng trưởng từ nỗ lực nội tại thì hàng dệt may còn nhiều khả năng tăng trưởng trong thời gian tới, khi mà còn có thể cải thiện để tăng thêm khoảng 30% về năng suất lao động, tăng thêm 20% tỷ lệ nội địa hóa qua việc phát triển mạnh hơn công nghiệp phụ trợ, tăng về chất lượng sản phẩm và nhất là tăng năng lực thiết kế thời trang nhằm chuyển phương thức xuất khẩu từ phương thức OEM (gia công đơn thuần) sang ODM (bán sản phẩm có cả thiết kế). Tuy đây là điểm yếu nhất của ngành may mặc Việt Nam hiện nay nhưng cũng chính là dư địa để ngành có thể tăng trưởng mạnh trong thời gian tới nếu được tập trung cải thiện đúng hướng.

Bên cạnh phát triển sản phẩm xuất khẩu, để tăng trưởng xuất khẩu bền vững, cần đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, tránh tập trung quá lớn vào một vài thị trường chính để giảm nguy cơ bị kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp tự vệ. Tăng cường công tác tư vấn pháp luật thương mại quốc tế; tìm hiểu và chuẩn bị sẵn sàng cho việc đối phó với các rào cản thương mại ở thị trường nước ngoài.

***- Phát triển công nghiệp hỗ trợ, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm***

Để dịch chuyển đến khâu có giá trị gia tăng cao hơn của chuỗi giá trị dệt may toàn cầu từ hình thức sản xuất CMT thụ động, đòi hỏi các ngành công nghiệp hỗ trợ phải cung cấp đủ nguyên phụ liệu và đầu vào trung gian với mức giá cạnh tranh. Tuy nhiên, do ngành công nghiệp hỗ trợ chưa phát triển, trên thực tế Việt Nam vẫn phụ thuộc rất nhiều vào nguồn nhập khẩu. Mức độ phụ thuộc vào các đầu vào trung gian nhập khẩu là kết quả của sự thiếu vắng những chính sách công nghiệp tích cực và hiệu quả, làm giảm năng lực cạnh tranh và sự ổn định của các ngành sản xuất và xuất khẩu của Việt Nam, cũng như làm cho ngành dệt may Việt Nam dễ bị tổn thương trước những cú sốc giá cả trên thị trường quốc tế

như trong thời gian qua. Để duy trì năng lực cạnh tranh, ngành dệt may cũng như các ngành công nghiệp chế tạo khác của Việt Nam cần nỗ lực cắt giảm chi phí thông qua tăng năng suất lao động và nâng cao hàm lượng nội địa bằng cách phát triển công nghiệp hỗ trợ.

***- Tập trung vào đào tạo lực lượng lao động cho công nghiệp dệt may***

Là một ngành thâm dụng lao động, Việt Nam có lợi thế so sánh trong công nghiệp dệt may. Chi phí tiền lương thấp là yếu tố quan trọng nhất cho sự thành công của hàng dệt may xuất khẩu Việt Nam trong giai đoạn trước. Nhưng vấn đề cần quan tâm hiện nay là Việt Nam vẫn thiếu đội ngũ lao động có tay nghề cao và do đó năng suất lao động thấp. Việt Nam vẫn còn rất yếu trong giáo dục và đào tạo bậc cao[45]. Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đang gặp nhiều khó khăn trong đáp ứng các yêu cầu về lực lượng lao động có kỹ năng, đặc biệt là các kỹ sư, nhà thiết kế, quản lý cấp trung và công nhân kỹ thuật. Vì vậy, những nỗ lực ở tầm quốc gia nên tập trung vào việc cải thiện giáo dục đại học và đào tạo cho sự phát triển bền vững của công nghiệp dệt may.

Theo Tập đoàn dệt may Việt Nam, không có đủ lao động đã trở thành vấn đề cấp bách của nhiều doanh nghiệp. Bên cạnh đó, do yêu cầu về lao động tăng nhanh, nên khả năng đáp ứng của các cơ sở đào tạo chưa theo kịp. Điều đó dẫn đến tình trạng tranh giành lao động. Vì vậy, mỗi doanh nghiệp cần chủ động đào tạo nguồn nhân lực phù hợp, trên cơ sở có chính sách hỗ trợ, khuyến khích công nhân nâng cao tay nghề...

[45] Theo Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu 2009/2010 của WEF, chỉ số này của Việt Nam chỉ đạt 3,5/7, thấp hơn nhiều so với các đối thủ cạnh tranh chủ yếu như Trung Quốc (4,1/7) và Thái Lan (4,3/7)

***- Xây dựng hình ảnh ngành sản xuất dệt may Việt Nam với chất lượng - thời trang - thân thiện môi trường - đảm bảo các tiêu chuẩn quốc tế về lao động***

Do tính toàn cầu hóa của chuỗi cung cấp dệt may, các yêu cầu về môi trường phải được quan tâm tại mỗi khâu của chuỗi để đảm bảo phát triển sản xuất/xuất khẩu bền vững. Chỉ khi tất cả các tác nhân trong chuỗi cung cấp dệt may có sự hợp tác hiệu quả thì mới có thể thúc đẩy vấn đề cải thiện môi trường, thông qua giới thiệu các sản phẩm tối ưu về sinh thái và các kỹ thuật sản xuất sạch hơn.

Với mục đích phát triển sản xuất đi đôi với bảo vệ môi trường, gìn giữ và sử dụng hợp lý nguồn tài nguyên thiên nhiên, các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp dệt nhuộm nên sớm áp dụng các giải pháp sản xuất sạch hơn và có chế tài quản lý định mức tiêu hao nguyên, nhiên vật liệu dệt nhuộm hợp lý.

Tuy nhiên, do năng lực công nghệ xử lý ô nhiễm môi trường của ngành dệt may Việt Nam còn rất nhiều hạn chế, ngoài nguyên nhân do chi phí đầu tư các hệ thống xử lý ô nhiễm môi trường quá lớn, thì chi phí để vận hành, bảo trì, bảo dưỡng thiết bị cũng còn quá tốn kém so với tiềm lực tài chính của các doanh nghiệp dệt may, nhất là đối với phần lớn các doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp tư nhân. Chính vì vậy, trước mắt cần ưu tiên sử dụng các giải pháp như quản lý nội vi, kiểm soát quá trình, thay đổi nguyên liệu, cải tiến thiết bị và áp dụng công nghệ sản xuất mới, đặc biệt là càng sớm càng tốt lựa chọn, sử dụng các thuốc nhuộm, hóa chất, phụ gia..., vừa có chất lượng cao vừa thân thiện với môi trường. Các vấn đề này cần trở thành một thành phần cốt yếu của đào tạo ngành dệt trong các trường cao đẳng và đại học.

Với nhu cầu về hàng may mặc an toàn và thân thiện với môi trường đang trở nên bức thiết hơn từ người tiêu dùng và các nước nhập khẩu, việc tuân thủ các tiêu chuẩn, qui định xuyên suốt quá trình hoạt động của chuỗi cung ứng dệt may đòi hỏi phải phát triển một ngành công nghiệp có trách nhiệm với môi trường và xã hội, sự cải thiện đáng kể trong việc thực thi của các cơ quan hành pháp các luật và qui định về môi trường, xây dựng mô hình phát triển bền vững hơn cho ngành dệt may.

# NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH NHẰM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CÔNG NGHIỆP ĐIỆN TỬ VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI

*TS. Nguyễn Thị Nhiễu, Ths. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

## 1. Mở đầu

Công nghiệp điện tử của Việt Nam (bao gồm linh kiện điện tử, máy móc thiết bị văn phòng và máy móc thiết bị viễn thông) tuy còn non trẻ, nhưng đã vươn lên mạnh mẽ trong thời gian một thập kỷ qua để trở thành một trong những ngành công nghiệp chế tạo quan trọng, đóng góp cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa và đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam. Trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2011-2020, công nghiệp điện tử được xác định là ngành công nghiệp mũi nhọn, được ưu tiên phát triển để thực hiện mục tiêu đưa nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2020.

Trên thực tế, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam đã tăng từ 788,6 triệu USD năm 2000 lên 1.427,4 triệu USD năm 2005 và đạt 3.590,17 triệu USD năm 2010. Tốc độ tăng xuất khẩu trung bình hàng năm giai đoạn 2001-2010 đạt mức khá cao là 16,5%. Tuy nhiên, trong cùng thời kỳ, kim ngạch nhập khẩu hàng điện tử đã tăng từ 892,8 triệu USD năm 2000 lên 5.208,6 triệu USD năm 2010, tốc độ tăng nhập khẩu trung bình hàng năm là 19,3%, kết quả là nhập siêu hàng điện tử có xu hướng ngày càng gia tăng. Ngoài ra, xuất khẩu các mặt hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam năm 2010 mới chiếm khoảng 4,97% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, trong khi tỷ lệ này của Malaysia là 15,9%, Philippin là 36,1%. Các sản phẩm điện tử mang thương hiệu Việt vẫn chủ yếu là các sản phẩm điện tử gia dụng phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng trong nước (chiếm 80%). Tới 90 - 95% kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng điện tử và linh kiện thuộc về các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Thị phần xuất khẩu của Việt Nam so sánh với Trung Quốc và các nước khác trên một số thị trường nhập khẩu mặt hàng điện tử chủ yếu còn rất nhỏ.

Nguyên nhân là do năng lực cạnh tranh của ngành công nghiệp điện tử Việt Nam còn rất thấp, vẫn dựa chủ yếu vào lợi thế về lao động rẻ mà chưa khai thác được lợi thế về địa chính trị, địa kinh tế để tham gia mạnh mẽ trong mạng lưới sản xuất, phân phối toàn cầu và khu vực. Việc phát triển bền vững công nghiệp điện tử đang gặp phải những khó khăn rất lớn về vốn, công nghệ, chất lượng nguồn nhân lực và định hướng thị trường tiêu thụ, sự yếu kém của các ngành công nghiệp hỗ trợ…

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực ngày càng sâu rộng hiện nay, yếu tố quyết định để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành công nghiệp điện tử Việt Nam là

phải khai thác được lợi thế so sánh động, tức là tăng trưởng xuất khẩu dựa vào các yếu tố làm tăng năng suất như vốn, công nghệ và chất xám, nhằm vươn lên các nấc thang giá trị cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu mặt hàng này.

Bài viết này sử dụng công thức tính chỉ số lợi thế so sánh hiển thị (RCA) để phân tích, đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh ngành CNĐT của Việt Nam giai đoạn từ 2000 đến nay, qua đó đề xuất một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm phát triển bền vững CNĐT trong giai đoạn 2011-2020.

## 2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của ngành CNĐT Việt Nam

### *2.1. Tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh*

Để đánh giá năng lực cạnh tranh ngành CNĐT Việt Nam, bài viết này căn cứ vào chỉ số lợi thế so sánh hiển thị hay hệ số cạnh tranh (RCA - Revealed Comparative Advantage). Hệ số RCA do Balassa đề xuất năm 1965, phản ánh vị trí đạt được của một sản phẩm quốc gia trên thị trường thế giới, hay nó cho biết một quốc gia có lợi thế so sánh trong việc sản xuất một sản phẩm nhất định hay không, căn cứ vào các số liệu và cơ cấu xuất khẩu.

Về mặt định lượng, có nhiều cách tính RCA như sau:

*Cách thứ nhất:* Hệ số $RCA_1$ đối với quốc gia i trong việc sản xuất sản phẩm j được định nghĩa như sau:

$$RCA_{ij} = \frac{R_1}{R_2} = \frac{Xij/Xi}{Xwj/Xw}$$

*Trong đó*: Xij và Xwj là giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng hóa j của nước i và thế giới

Xi và Xw là tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu của nước i và thế giới

*Hay:* $R_1$ và $R_2$ là tỉ trọng giá trị kim ngạch xuất khẩu một loại hàng hóa j trong tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia i và của thế giới trong cùng khoảng thời gian.

Nếu $RCA_1 < 1$: Hàng hóa j không có lợi thế so sánh, hay quốc gia i không có lợi thế so sánh khi sản xuất sản phẩm j.

Nếu $1 < RCA_1 < 2,5$: Hàng hóa j tương đối có lợi thế so sánh; mức lợi thế tăng dần khi RCA tiến dần tới 2,5.

Nếu $RCA_1 > 2,5$: Hàng hóa j có lợi thế so sánh rất cao, hay quốc gia i có lợi thế so sánh cao khi sản xuất sản phẩm j.

Xét trong tương quan so sánh lợi thế tương đối, $RCA_1$ của một sản phẩm nào đó ở nước nào lớn hơn, càng chứng tỏ vị trí đạt được của sản phẩm đó có lợi thế so sánh cao hơn so với vị trí của sản phẩm cùng loại tại các quốc gia có hệ số $RCA_1$ nhỏ hơn. Vậy $RCA_1$ cho biết tương quan so sánh *thị phần* của một loại hàng hóa nào đó (của một quốc gia) trong tổng thị phần bình quân loại hàng hóa đó của thế giới.

Nhược điểm của hệ số $RCA_1$ nêu trên là bỏ qua yếu tố nhập khẩu và có thể dẫn đến những sai lệch đáng kể trong đánh giá nếu lượng nhập khẩu sản phẩm tương đối lớn. Để khắc phục nhược điểm này, có thể sử dụng cách tính thứ hai sau đây.

*Cách thứ hai:* Công thức tính $RCA_2$ theo cách này được đưa ra bởi Trường kinh doanh Copenhagen (Đan Mạch) năm 1998 để xác định lợi thế so sánh hiện hữu của một ngành kinh tế so với các ngành kinh tế khác. Ở đó, hệ số lợi thế so sánh hiển thị được xác định bằng tỷ số giữa mức chênh lệch giữa *xuất và nhập khẩu* của một mặt hàng nào đó với tổng xuất và nhập khẩu của mặt hàng đó trong một quốc gia. Cụ thể:

$$H = \frac{X_{iJ} - M_{iJ}}{X_{iJ} + M_{iJ}}$$

*Trong đó:* H là hệ số lợi thế so sánh hiển thị

$X_{iJ}$ là giá trị kim ngạch xuất khẩu mặt hàng j của quốc gia i

$M_{iJ}$ là giá trị kim ngạch nhập khẩu mặt hàng của quốc gia i.

Nếu chủ yếu là nhập khẩu và hầu như không xuất khẩu, hệ số cạnh tranh $RCA_2$ sẽ bằng -1. Đây là trường hợp nước này hoàn toàn không có lợi thế so sánh trong ngành đang phân tích nên nhu cầu trong nước phụ thuộc hoàn toàn vào nhập khẩu.

Ngược lại, nếu hầu như chỉ xuất khẩu và không nhập khẩu, hệ số cạnh tranh $RCA_2$ sẽ là 1. Đây là trường hợp ngành công nghiệp trong nước phát triển mạnh mẽ, có sức cạnh tranh áp đảo hàng nhập (có lợi thế so sánh rõ rệt trong ngành đang phân tích).

Nếu hệ số $RCA_2$ có giá trị lớn hơn 0 thì nước đó có lợi thế so sánh ở sản phẩm j, ngược lại nếu hệ số $RCA_2$ có giá trị nhỏ hơn 0 thì nước đó không có lợi thế so sánh hay bất lợi khi sản xuất sản phẩm j.

Giá trị $RCA_2$ gần bằng không là tình trạng xuất nhập khẩu gần như cân bằng và như vậy sẽ không có kết luận rõ ràng về lợi thế so sánh đối với sản phẩm j.

Như vậy, hệ số $RCA_2$ cho thấy với những mặt hàng sử dụng công nghệ cao như ngành CNĐT, tuy có giá trị kim ngạch xuất khẩu cao nhưng Việt Nam lại là nước nhập siêu về các sản phẩm này, nên hệ số $RCA_2$ luôn có giá trị âm. Điều này được thể hiện rõ hơn qua cách tính lợi thế cạnh tranh có tính tới cán cân thương mại nội ngành và mức độ chuyên môn hóa sản xuất dưới đây.

*Ngoài ra,* chỉ số RCA còn có những cách tính khác nhau với những ý nghĩa nghiên cứu về các lợi thế so sánh khác nhau tuỳ theo phạm vi nghiên cứu. Chẳng hạn công thức tính $RCA_3$ phản ánh lợi thế cạnh tranh của một ngành có tính tới mức độ *chuyên môn hóa sản xuất, cán cân thương mại nội ngành và tương quan của cán cân thương mại với GDP*, thường được đo bằng chỉ số chuyên môn hóa Lafay Index (1992). Công thức $RCA_4$ tính cho một ngành do Viện nghiên cứu phát triển và thông tin quốc tế (Paris) đưa ra năm 1987, dựa trên các thông số về *tỷ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu* của một ngành so với tổng kim

ngạch xuất nhập khẩu cả nước, cho biết mức đóng góp tương đối của một ngành nào đó vào cán cân thương mại của quốc gia.

Các công thức trên đây cho biết sự lựa chọn của Chính phủ để quyết định tập trung đầu tư vào ngành kinh tế mũi nhọn nào, các ngành có RCA lớn sẽ cho khả năng xuất khẩu cao hơn. Tuy nhiên, hạn chế của chỉ số lợi thế so sánh hiển thị là bỏ qua biến số sự can thiệp của Chính phủ thông qua chính sách thương mại và công nghiệp và không tính đến chi phí cá biệt của các nhà sản xuất.

### *2.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh ngành CNĐT Việt Nam giai đoạn 2000 đến nay*

#### *2.2.1. Tổng quan ngành CNĐT của Việt Nam*

*Về giá trị sản lượng*, ngành công nghiệp điện tử ở Việt Nam đã có sự phát triển nhanh chóng trong thập niên 2000 nhờ được ưu tiên cao trong chính sách và chiến lược phát triển của Chính phủ. Đến năm 2010, giá trị sản lượng toàn ngành đạt khoảng 130 ngàn tỷ VND (6 tỷ USD). Về cơ bản, các sản phẩm điện tử tiêu dùng, điện lạnh và công nghệ thông tin lắp ráp trong nước đã thỏa mãn được nhu cầu của thị trường nội địa, sản xuất, thiết kế được một số sản phẩm thương hiệu Việt và phục vụ xuất khẩu. Tuy nhiên, cơ cấu sản xuất các sản phẩm ngành CNĐT Việt Nam mất cân đối nghiêm trọng, với hoạt động chính là lắp ráp sản phẩm điện tử tiêu dùng, sản xuất phụ tùng, linh kiện điện tử chiếm đến 80%, còn các sản phẩm điện tử chuyên dụng, công nghệ thông tin chỉ chiếm 20%.

Do sự yếu kém của công nghiệp hỗ trợ (CNHT), nhiều doanh nghiệp FDI lớn có kim ngạch xuất khẩu cao vẫn phải nhập khẩu 90 - 100% linh kiện và nguyên vật liệu từ nước ngoài. Kết quả là tỷ lệ nội địa hóa bình quân các sản phẩm điện tử của Việt Nam chỉ đạt 20 - 30% và giá trị gia tăng của sản phẩm điện tử do Việt Nam sản xuất rất thấp (bình quân 5 - 10%), hàm lượng lao động Việt Nam trong các sản phẩm điện tử bình quân cũng chỉ khoảng 5 - 10% giá trị sản phẩm… Đó cũng là nguyên nhân vì sao chúng ta không có sản phẩm "Made in Vietnam" đúng nghĩa và thách thức trong cạnh tranh với hàng nhập ngoại vẫn rất lớn, nhất là về chủng loại, mẫu mã, tính độc đáo, kể cả về giá ngay trên thị trường nội địa.

*Về kim ngạch xuất nhập khẩu,* đến nay, ngành điện tử đã trở thành một trong những ngành kinh tế có tốc độ tăng trưởng cao và vươn lên hàng thứ 6 trong số những sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Kim ngạch xuất, nhập khẩu sau khi đạt tốc độ tăng trưởng âm các năm 2001-2002 do ảnh hưởng của hậu khủng hoảng tài chính khu vực các năm 1998-1999, đã vươn lên phục hồi mạnh mẽ, tốc độ tăng xuất khẩu trung bình hàng năm thời kỳ 2003-2010 đạt 25% và tốc độ tăng nhập khẩu trung bình hàng năm đạt 28,5%. Năm 2010, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng điện tử, linh kiện đạt 3.590,17 triệu USD, chiếm 4,97% tổng kim ngạch xuất khẩu, tăng 29,9% so với năm 2009. Kim ngạch nhập khẩu hàng điện tử đạt 5.208,6 triệu USD, chiếm tỷ trọng 6,14% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam, tăng 31,7% so với năm 2009.

***Bảng 1:*** **Xuất nhập khẩu hàng điện tử trong tổng kim ngạch XNK của Việt Nam**

*Đơn vị: Triệu USD*

| Năm | Tổng KNXK | KNXK hàng điện tử | Tỷ trọng (%) | Tốc độ tăng (%) | Tổng KNNK | KNNK hàng điện tử | Tỷ trọng (%) | Tốc độ tăng (%) | CCTM hàng điện tử |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **2000** | 14.482,7 | **788,6** | 5,4 | - | 15.636,5 | **892,8** | 5,7 | - | -104,2 |
| **2001** | 15.029,2 | **709,5** | 4,7 | -10,0% | 16.218,0 | **710,1** | 4,4 | -20,46 | -0,6 |
| **2002** | 16.706,1 | **605,4** | 3,6 | -14,6% | 19.745,6 | **701,2** | 3,5 | -1,25 | -95,8 |
| **2003** | 20.149,3 | **672,3** | 3,33 | 11,1 | 25.255,8 | **1.014,1** | 4,02 | 44,6 | -341,8 |
| **2004** | 26.485,0 | **1.075,4** | 4,06 | 59,9 | 31.968,8 | **1.349,5** | 4,22 | 33,1 | -274,1 |
| **2005** | 32.447,1 | **1.427,4** | 4,4 | 32,7 | 36.761,1 | **1.638,6** | 4,46 | 21,4 | -211,2 |
| **2006** | 39.826,2 | **1.708,2** | 4,28 | 19,6 | 44.891,1 | **1.869,7** | 4,16 | 14,1 | -161,5 |
| **2007** | 48.561,4 | **2.154,4** | 4,44 | 26,1 | 62.682,2 | **2.958,4** | 4,72 | 58,2 | -804 |
| **2008** | 62.906,2 | **2.638,3** | 4,19 | 22,4 | 80.416,2 | **3.722,1** | 4,63 | 25,8 | -1.083,8 |
| **2009** | 57.096,3 | **2.763,02** | 4,84 | 4,73 | 69.948,8 | **3.953,9** | 5,65 | 6,23 | -1.190,9 |
| **2010** | 72.191,8 | **3.590,17** | 4,97 | 29,9 | 84.801,2 | **5.208,6** | 6,14 | 31,7 | -1.618,4 |

*Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam - HS 2010 và tính toán của nhóm tác giả*

Do xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam luôn tăng trưởng thấp hơn nhập khẩu, nhập siêu hàng điện tử có xu hướng ngày càng gia tăng. Năm 2010, Việt Nam nhập siêu 1.618,4 triệu USD hàng điện tử, tương đương khoảng 45,1% kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này. Bên cạnh đó là sự thống lĩnh của các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) trong xuất khẩu hàng điện tử của Việt Nam. Trong số 2,76 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu năm 2009, đóng góp của các doanh nghiệp Việt Nam chưa được 100 triệu USD, tức là hơn 90% giá trị xuất khẩu các sản phẩm điện tử của Việt Nam hiện nay là của các doanh nghiệp FDI.

*Về thị trường xuất nhập khẩu,* hiện nay, các mặt hàng này đã được xuất khẩu sang hơn 50 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Trong đó năm 2009, vươn lên đứng đầu trong số các thị trường xuất khẩu là thị trường Mỹ với 433,2 triệu USD, chiếm 15,68% tổng kim ngạch xuất khẩu; thứ hai là Nhật Bản với 380,9 triệu USD, chiếm 13,79%; Thái Lan xuống vị trí thứ ba với 288,1 triệu USD, chiếm 10,43%. Trong khi đó, trong tổng số 3.953,9 triệu USD kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam năm 2009, Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ thị trường Trung Quốc với 1.463,5 triệu USD, chiếm tới 37,01% tổng kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng này; thứ hai là Nhật Bản với 839,3 triệu USD, chiếm 21,23%; Đài Loan thứ ba với 309,1 triệu USD, chiếm 7,82%;

Mỹ tụt xuống vị trí thứ 8 với 89,2 triệu USD và chỉ chiếm 2,26% trong tổng kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng này của Việt Nam.

*Về cơ cấu mặt hàng xuất nhập khẩu,* chính vì sự mất cân đối trong cơ cấu sản xuất của ngành CNĐT với 80% sản phẩm điện tử tiêu dùng và 20% sản phẩm điện tử chuyên dụng, nên cơ cấu mặt hàng xuất khẩu cũng mất cân đối nghiêm trọng, với sản phẩm điện tử xuất khẩu không đa dạng, chủ yếu là các loại phụ tùng, linh kiện điện tử, máy tính và máy in. Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là tivi, radio nguyên chiếc và linh kiện điện tử, máy tính... Việc nhập khẩu linh phụ kiện điện tử để lắp ráp hàng điện tử tiêu dùng dân dụng có biến động phù hợp với thực trạng sản xuất, lắp ráp các sản phẩm điện tử dân dụng của các doanh nghiệp trong nước và được nhập khẩu chủ yếu từ Trung Quốc và các nước thuộc khu vực châu Á (chiếm hơn 90% tổng kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng này vào Việt Nam).

*Về tình hình thu hút đầu tư nước ngoài,* nhờ có quá trình mở cửa và HNKTQT, ngành CNĐT Việt Nam đã thu hút được nhiều nguồn vốn đầu tư nước ngoài (tính đến năm 2007, lượng vốn đầu tư nước ngoài rót vào phát triển các dự án về CNĐT đạt gần 10 tỷ USD). Nhất là từ khi Việt Nam trở thành thành viên WTO, vốn đầu tư nước ngoài vào ngành CNĐT tăng lên rất nhanh, với những dự án đầu tư lớn đang có xu hướng chuyển dịch từ các nước trong khu vực đến Việt Nam. Bên cạnh những thành tựu trong thu hút đầu tư nước ngoài, tổng mức đầu tư cho toàn ngành CNĐT Việt Nam tính đến nay vẫn còn nhỏ và manh mún (với 85% là vốn FDI), lại cộng thêm việc không xác định rõ chiến lược sản phẩm chủ lực, khiến các doanh nghiệp điện tử trong nước càng gặp nhiều khó khăn. Với việc Việt Nam đã chính thức hội nhập AFTA và gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), thách thức mà ngành công nghiệp này phải đối mặt càng lớn hơn trong việc tìm kiếm đối tác đầu tư và chuyển giao công nghệ.

*2.2.2. Đánh giá năng lực cạnh tranh theo tiêu chí RCA*

Theo cách tính $RCA_1$, ta có bảng chỉ số lợi thế so sánh hiển thị RCA đối với các sản phẩm ngành CNĐT qua các năm như sau:

***Bảng 2:*** **Tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam so với thế giới và chỉ số RCA đối với các sản phẩm ngành CNĐT Việt Nam**

*Đơn vị: Ngàn USD*

| Năm | Tổng KNXK Việt Nam (Xi) | KNXK hàng điện tử Việt Nam Xij | Tỷ trọng trong XK Việt Nam Xij/Xi % | Tổng KNXK thế giới (Xw) | KNXK hàng điện tử thế giới (Xwj) | Tỷ trọng Xwj/Xw (%) | $RCA_{ij}$ = Xij/Xi Xwj/Xw |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **2001** | 15.029.192 | 604.921 | 0,0402 | 6.066.920.448 | 870.026.496 | 0,1434 | 0,2803 |
| **2002** | 16.706.053 | 679.822 | 0,0407 | 6.384.121.856 | 894.376.960 | 0,1401 | 0,2905 |
| **2003** | 20.149.324 | 941.602 | 0,0467 | 7.453.649.408 | 1.020.424.384 | 0,1369 | 0,3413 |
| **2004** | 26.485.036 | 1.307.298 | 0,0493 | 9.121.777.664 | 1.252.998.912 | 0,1373 | 0,3593 |
| **2005** | 32.447.128 | 1.543.365 | 0,0475 | 10.366.866.432 | 1.401.766.656 | 0,1352 | 0,3517 |
| **2006** | 39.826.224 | 2.070.922 | 0,0519 | 12.044.658.688 | 1.633.040.640 | 0,1355 | 0,3835 |
| **2007** | 48.561.344 | 3.277.294 | 0,0674 | 13.829.719.040 | 1.806.097.280 | 0,1305 | 0,5167 |
| **2008** | 62.685.128 | 3.667.328 | 0,0585 | 15.961.404.416 | 1.916.060.672 | 0,120 | 0,4873 |
| **2009** | 60.108.668 | 5.295.269 | 0,0880 | 12.367.690.752 | 1.603.425.792 | 0,1296 | 0,6795 |

*Nguồn: Thống kê của ITC, 2010[46] - HS 2010 và tính toán của nhóm tác giả*

Như vậy, chỉ số lợi thế so sánh hiển thị RCA đối với các sản phẩm ngành CNĐT của Việt Nam tuy có tăng dần qua từng năm từ 2001 đến 2009, nhưng tốc độ tăng không đáng kể và chỉ số RCA luôn < 1. Vậy có thể nói, Việt Nam có lợi thế so sánh rất thấp khi sản xuất các sản phẩm của ngành công nghiệp này.

Cũng theo cách tính này, các mặt hàng điện tử và linh kiện xuất khẩu của Việt Nam tuy có cải thiện được vị thế cạnh tranh, song vẫn kém cạnh tranh hơn so với hàng xuất khẩu của Trung Quốc và các nước ASEAN+4, đặc biệt là Philippin và Malaysia, vì đây là các mặt hàng Trung Quốc và các nước này có lợi thế xuất khẩu và cũng là những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của họ. Cả Trung Quốc và ASEAN-4 đang tiến lên khá cao ở thượng nguồn của GEVC.

***Bảng 3:*** **Chỉ số RCA đối với các sản phẩm ngành CNĐT của Việt Nam so với một số nước giai đoạn 2005-2009**

| Năm | Việt Nam | Trung | Indonesia | Thái | Philippin | Malaysia |
|---|---|---|---|---|---|---|

[46] Thực trạng về xuất nhập khẩu của Việt Nam trong Báo cáo này sử dụng số liệu của Tổng cục Thống kê (GSO) và Tổng cục Hải quan Việt Nam, có sự chênh lệnh nhất định (thấp hơn khoảng 5- 10%) với các số liệu xuất nhập khẩu của các đối tác nước ngoài cung cấp bởi Thống kê tiêu chuẩn của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), do khác biệt trong việc tính toán chi phí giá thành, bảo hiểm và cước phí vận tải, song vẫn phản ánh cùng một xu hướng lưu chuyển thương mại.

| | | Quốc | | Lan | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **2005** | 0,4 | **1,7** | 0,6 | 1,4 | **3,6** | **2,5** |
| **2006** | 0,4 | **1,8** | 0,5 | 1,3 | **3,5** | **2,3** |
| **2007** | 0,5 | **1,8** | 0,5 | 1,3 | **3,4** | **2,3** |
| **2008** | 0,5 | **1,9** | 0,5 | 1,2 | **3,6** | **1,3** |
| **2009** | 0,7 | **1,9** | 0,5 | 1,1 | **3,1** | **2,2** |

*Nguồn: Thống kê của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC)*

Đánh giá về năng lực cạnh tranh theo các nhóm mặt hàng ngành CNĐT của Việt Nam so với các nước trong khu vực dựa trên chỉ số RCA, nhận thấy Philippin có chỉ số RCA cao nhất ở mặt hàng linh kiện điện tử và thiết bị văn phòng, tiếp đến là Malaysia, Thái Lan và Trung Quốc. Chỉ số RCA của Việt Nam đối với các mặt hàng này thấp nhất.

***Bảng 4:*** **Chỉ số RCA của Việt Nam với một số nước châu Á về các mặt hàng điện tử, viễn thông năm 2007**

| Mặt hàng | Việt Nam | Trung Quốc | Indonesia | Thái Lan | Philippin | Malaysia |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Thiết bị văn phòng | **0,41** | 2,28 | 0,78 | 2,20 | **3,86** | 3,62 |
| Thiết bị viễn thông | **0,14** | 2,11 | 0,18 | 1,27 | 0,69 | **2,53** |
| Linh kiện điện tử | **0,27** | 1,11 | 0,50 | 1,62 | **4,77** | 2,86 |

*Nguồn: Thống kê của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) - 2007*

Như vậy, với chỉ số RCA < 1 đối với tất cả các mặt hàng điện tử và linh kiện, Việt Nam bị coi là nước không có lợi thế so sánh khi sản xuất các sản phẩm của ngành CNĐT. Trong khi đó, Philippin là nước có lợi thế so sánh cao nhất khi sản xuất các mặt hàng thiết bị văn phòng và linh kiện điện tử; Malaysia là nước có lợi thế so sánh cao khi sản xuất tất cả các chủng loại mặt hàng điện tử và linh kiện với chỉ số RCA > 2,5. Tiếp đến, Thái Lan và Trung Quốc là hai nước tương đối có lợi thế so sánh khi sản xuất các sản phẩm của ngành CNĐT với $1 < RCA_1 < 2,5$.

Vậy xét theo tiêu chí này, nhận thấy tương quan so sánh thị phần của các sản phẩm công nghiệp điện tử Việt Nam trong tổng thị phần bình quân loại hàng hóa đó của thế giới là nhỏ bé và Việt Nam không có lợi thế so sánh trong ngành CNĐT so với các quốc gia ngay trong khu vực.

Theo cách tính $RCA_2$ dựa trên tỷ số giữa mức chênh lệch xuất, nhập khẩu với tổng xuất, nhập khẩu các mặt hàng điện tử và linh kiện, ta có kết quả tính như sau:

***Bảng 5:*** **Chỉ số RCA xác định bằng tỷ số giữa mức chênh lệch xuất, nhập khẩu với tổng xuất, nhập khẩu các mặt hàng điện tử, linh kiện của Việt Nam**

| Năm | KNXK *(Triệu USD)* | KNNK *(Triệu USD)* | H = (X-M)/(X+M) |
|---|---|---|---|
| **2000** | 788,6 | 892,8 | -0,062 |
| **2001** | 709,5 | 710,1 | -0,0004 |
| **2002** | 605,4 | 701,2 | -0,073 |
| **2003** | 672,3 | 1.014,1 | -0,203 |
| **2004** | 1.075,4 | 1.349,5 | -0,113 |
| **2005** | 1.427,4 | 1.638,6 | -0,068 |
| **2006** | 1.708,2 | 1.869,7 | -0,045 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **2007** | 2.154,4 | 2.958,4 | -0,157 |
| **2008** | 2.638,3 | 3.722,1 | -0,170 |
| **2009** | 2.763,0 | 3.953,9 | -0,177 |
| **2010** | 3.590,17 | 5.208,6 | -0,184 |

*Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam - HS 2010 và tính toán của tác giả*

Như vậy, dựa trên các tính toán về hệ số RCA trên đây, nhận thấy với những mặt hàng sử dụng công nghệ cao như ngành CNĐT, tuy có giá trị kim ngạch xuất khẩu cao nhưng trong giai đoạn từ năm 2000 đến nay, Việt Nam luôn là nước nhập siêu về các sản phẩm này, nên hệ số RCA luôn có giá trị âm. Tóm lại, Việt Nam không có lợi thế so sánh hay bất lợi khi sản xuất các sản phẩm ngành CNĐT, năng lực cạnh tranh kém hơn so với các nước trong khu vực. Trong tương lai, Việt Nam vẫn có thể phát triển mạnh ngành này nếu biết tận dụng tốt lợi thế so sánh sẵn có của mình và phát huy lợi thế so sánh động dựa trên tri thức và công nghệ, trên cơ sở tạo môi trường đầu tư thuận lợi và có định hướng chính sách hợp lý để đón đầu dòng thác công nghiệp ở Đông Á, tạo ra một sự chuyển dịch mạnh mẽ cho cơ cấu CNĐT Việt Nam.

*2.2.3. Đánh giá chung*

Bên cạnh những thành công về sự tăng trưởng khá nhanh của ngành công nghiệp điện tử về giá trị sản lượng, kim ngạch xuất khẩu và mở rộng thị trường xuất khẩu, cùng những định hướng chính sách khuyến khích thu hút đầu tư nước ngoài phát triển sản xuất những mặt hàng điện tử có giá trị gia tăng cao, theo hướng phát huy lợi thế cạnh tranh động dựa vào công nghệ và chất lượng nhân lực, ngành công nghiệp điện tử của Việt Nam còn rất nhiều hạn chế và yếu kém:

*Thứ nhất*, là những yếu kém và bất cập về mặt cơ cấu ngành gồm: cơ cấu mặt hàng sản xuất và xuất khẩu, trong đó điển hình là sự mất cân đối giữa điện tử tiêu dùng và chuyên dụng; cơ cấu thị trường xuất nhập khẩu và tiêu dùng trong nước hàng điện tử còn chưa tiếp cận nhiều công nghệ nguồn, công nghệ cao; cơ cấu giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị toàn cầu hàng điện tử, trong đó hàng điện tử của Việt Nam chủ yếu nằm ở công đoạn sản xuất, lắp ráp, nơi có giá trị gia tăng thấp nhất; cơ cấu doanh nghiệp sản xuất, xuất nhập khẩu, trong đó các doanh nghiệp FDI giữ vai trò thống lĩnh; cơ cấu đầu tư và cơ cấu xuất nhập khẩu thiên về nhập siêu... Những hạn chế và mất cân đối lớn về cơ cấu ngành công nghiệp tiềm ẩn những nguy cơ và rủi ro đối với phát triển bền vững CNĐT của Việt Nam thời gian tới.

*Thứ hai*, năng lực cạnh tranh yếu của CNĐT Việt Nam khiến cho thị phần xuất khẩu của Việt Nam ra thị trường thế giới là rất nhỏ, trong khi thị trường nội địa tràn ngập hàng điện tử tiêu dùng nhập khẩu từ Trung Quốc... CNĐT của Việt Nam đến nay vẫn chủ yếu dựa vào khai thác những lợi thế sẵn có về lao động, mà chưa chủ động tạo ra các lợi thế cạnh tranh mới để đảm nhiệm những khâu, công đoạn có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị hàng điện tử. Yếu tố vốn, hàm lượng tri thức và công nghệ trong cấu thành sản phẩm thấp, chất lượng sản phẩm chưa thực sự có ưu thế rõ rệt trên thị trường thế giới, năng suất lao động thấp, tỷ lệ nội địa hóa thấp dẫn đến giá thành sản phẩm cao, do đó năng lực cạnh tranh của các sản phẩm điện tử của Việt Nam kém so với các nước trong khu vực.

*Thứ ba,* CNĐT của Việt Nam chưa xây dựng được các thương hiệu mạnh. Đến nay, ngành CNĐT của Việt Nam mới dừng ở công đoạn lắp ráp và gia công là chính, giá trị gia tăng của các sản phẩm điện tử và linh kiện xuất khẩu Việt Nam nói chung còn thấp hơn nhiều so với mức trung bình của thế giới (chỉ khoảng 5-15%), ngành CNHT chưa phát triển và chưa tạo ra được các sản phẩm điện tử mang thương hiệu Việt ghi dấu ấn trên thị trường quốc tế.

*Thứ tư,* ngành công nghiệp điện tử của Việt Nam thời gian qua tuy tăng trưởng khá nhanh, cơ hội có nhiều nhưng chủ yếu vẫn phát triển theo chiều rộng, chứa đựng những yếu tố manh mún, tự phát, kém bền vững, năng lực chuyên môn hóa, phát triển theo chiều sâu còn hạn chế, ảnh hưởng đến khả năng tận dụng các cơ hội thị trường để vươn thành ngành công nghiệp mũi nhọn của Việt Nam.

*Nguyên nhân của những hạn chế nói trên có thể lý giải, n*goài những nguyên nhân khách quan của môi trường kinh doanh quốc tế và ít nhiều là sự non trẻ và xuất phát điểm thấp của CNĐT Việt Nam, đó là những nguyên nhân chủ quan từ các vấn đề nội tại của nền kinh tế Việt Nam:

*Thứ nhất, thể chế môi trường kinh doanh và cạnh tranh còn nhiều bất cập,* thể hiện:

Những nỗ lực đổi mới và hoàn thiện chính sách và pháp luật Việt Nam thời gian qua đã tạo môi trường ngày càng thông thoáng, thuận lợi cho hoạt động sản xuất, kinh doanh phát triển và góp phần thực hiện các cam kết quốc tế của Việt Nam. Tuy nhiên, môi trường thể chế cho hoạt động kinh doanh của Việt Nam nói chung và đối với phát triển CNĐT Việt Nam nói riêng vẫn đặt ra nhiều vấn đề cần được tiếp tục đổi mới và hoàn thiện.

- Đối với CNĐT- một ngành công nghiệp thâm dụng vốn và công nghệ cao, những chính sách phát triển phải tập trung ưu tiên, khuyến khích đầu tư, chuyển giao công nghệ, đào tạo công nghệ và phát triển kết cấu hạ tầng hiện đại. Nhưng chính sách và pháp luật của Việt Nam thời gian qua chưa đảm bảo hiệu lực thực thi và hiệu quả tác động đối với các yếu tố môi trường cạnh tranh và hỗ trợ này.

- Trong hoạch định và triển khai thực hiện chính sách đối với CNĐT còn duy trì chính sách bảo hộ thị trường nội địa ở mức cao và hệ thống thuế chưa hợp lý. Chính sách bảo hộ thị trường nội địa đã khuyến khích các doanh nghiệp tận dụng cơ hội này để kinh doanh trên thị trường trong nước thay vì tăng cường xuất khẩu. Với mức thuế mang tính bảo hộ cao như hiện nay, các bộ phận, linh kiện và nguyên phụ liệu nhập khẩu để sản xuất các mặt hàng điện tử trong nước sẽ có chi phí cao, dẫn đến giá thành sản phẩm điện tử của Việt Nam cao hơn so với các nước trong khu vực. Bảo hộ đối với khu vực kinh tế Nhà nước còn làm chậm quá trình đổi mới công nghệ, cải thiện năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành CNĐT.

- Phản ứng chính sách đối với việc thực hiện các cam kết quốc tế (cam kết WTO và các cam kết AFTA, FTAs, RTAs) còn bị động, lúng túng và chưa đủ nhạy bén, linh hoạt, làm cho ngành công nghiệp điện tử của Việt Nam càng gặp khó khăn, thách thức trong cạnh tranh để phát triển (Ví dụ, việc giảm thuế, bãi bỏ các chính sách ưu đãi, trợ cấp của Chính phủ chưa tìm được biện pháp tương đương và phù hợp thay thế để bảo vệ CNĐT non trẻ...).

*Thứ hai, Việt Nam chưa xây dựng được một chiến lược phát triển CNĐT phù hợp và khả thi cả ở tầm vĩ mô và chiến lược doanh nghiệp*, chính sách phát triển xuất khẩu của Việt Nam thiên về số lượng, chạy theo thành tích mà chưa chú trọng tới chất lượng. Trong chiến lược phát triển xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ 2001-2010, các chỉ tiêu xuất khẩu mới thể hiện về mặt số lượng như tốc độ tăng trưởng, quy mô xuất khẩu mà chưa tính đến chất lượng tăng trưởng. Tăng trưởng xuất khẩu của nước ta phụ thuộc chủ yếu vào yếu tố tăng vốn (chiếm 57,5%), tăng trưởng số lượng lao động (chiếm 20%), còn yếu tố chất lượng, gọi chung là năng suất các nhân tố tổng hợp (bao gồm hiệu quả đầu tư, năng suất lao động, trình độ công nghệ và chất lượng lao động) chỉ đóng góp 22,5%. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp trong ngành CNĐT còn thiếu chiến lược cạnh tranh, sản xuất nhiều chủng loại sản phẩm mà không xác định rõ chiến lược sản phẩm chủ lực, do đó hiệu quả sản xuất tăng trưởng chậm.

*Thứ ba, trình độ công nghệ và thiết bị trong ngành công nghiệp điện tử của Việt Nam lạc hậu nhiều so với khu vực và thế giới (10 - 15 năm).* Chính sách đầu tư cho đổi mới công nghệ và chuyển giao công nghệ hiện đại từ nước ngoài thông qua các doanh nghiệp FDI hay TNCs chưa phát huy tác dụng, việc ứng dụng công nghệ mới chưa theo kịp với sự phát triển nhanh chóng của khoa học công nghệ trên thế giới.

*Thứ tư, chất lượng nguồn nhân lực còn nhiều hạn chế, yếu kém,* cơ cấu lao động chưa phù hợp với nhu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa, thiếu lao động có tay nghề, thiếu đội ngũ kỹ sư có khả năng thiết kế, sáng tạo sản phẩm mới, nhất là đối với các ngành công nghệ cao như công nghiệp điện tử, do đó chưa chú trọng công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm mới. Bên cạnh đó, đội ngũ cán bộ có kiến thức về kinh doanh quốc tế và am hiểu thị trường xuất khẩu còn thiếu, do đó chưa nắm bắt được nhu cầu thị trường cũng như những xu thế vận động của thị trường thế giới. Điều đó ảnh hưởng đến công tác dự báo và hoạch định chiến lược thị trường xuất khẩu, một yếu tố kìm hãm tốc độ tăng trưởng xuất khẩu.

*Thứ năm, công nghiệp hỗ trợ kém phát triển.* Nhìn chung, CNHT và sản xuất phụ tùng, linh kiện của Việt Nam hiện nay quá yếu, không đáp ứng được yêu cầu của lắp ráp và do đó phải lệ thuộc quá nhiều vào các nhà cung cấp nước ngoài. Cho đến nay, sản phẩm CNHT chủ yếu do các doanh nghiệp Nhà nước sản xuất và cung cấp với chất lượng kém, giá thành cao (vì công nghệ lạc hậu, quản lý kém...), do đó chỉ tiêu thụ được trong nội bộ các doanh nghiệp Nhà nước. Một bộ phận khác, chủ yếu là những sản phẩm CNHT cấp thấp, do các doanh nghiệp nhỏ, hộ kinh doanh cá thể sản xuất, cũng đang gặp khó khăn lớn về vốn và công nghệ. Chính vì vậy, đây là một rào cản lớn trong thu hút các dự án FDI, các công ty đa và xuyên quốc gia trong ngành CNĐT vào Việt Nam, do các doanh nghiệp FDI tuy rất muốn tăng tỷ lệ nội địa hóa để giảm giá thành sản xuất nhưng khó tìm được nguồn cung cấp sản phẩm CNHT đáng tin cậy.

*Thứ sáu, vốn đầu tư cho toàn ngành CNĐT đã thiếu còn dàn trải, cơ sở hạ tầng kinh tế, kỹ thuật trong các khu công nghiệp, khu chế xuất của Việt Nam còn lạc hậu,* thể hiện ở giá cả dịch vụ cao và chất lượng phục vụ thấp (bao gồm các dịch vụ thông tin, viễn thông, vận tải, kho bãi, hải quan, điện, nước...). Điều này là nguyên nhân trực tiếp làm tăng chi phí đầu vào và giảm khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các

doanh nghiệp công nghiệp điện tử nói riêng. Cơ sở hạ tầng đang bị coi là một trong ba "*nút thắt cổ chai*" trong môi trường kinh doanh ở Việt Nam và điều này đang là một gánh nặng đối với các nhà đầu tư.

## 3. Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm phát triển bền vững ngành CNĐT Việt Nam

### *3.1. Triển vọng phát triển ngành CNĐT Việt Nam đến năm 2020*

Với dân số 86,5 triệu người và một nền kinh tế trên đà phát triển nhanh, Việt Nam đang nổi lên là một thị trường điện tử đầy hứa hẹn ở Đông Nam Á. Những thuận lợi từ môi trường trong nước cùng với việc thực hiện tự do hóa lớn hơn đối với công nghiệp điện tử trong khuôn khổ AFTA, ACFTA, WTO cũng như các hiệp định tự do thương mại trong khu vực và đa phương khác, đang tạo ra những cơ hội vàng cho phát triển CNĐT của Việt Nam. Đây là ngành có khả năng tạo ra sự tăng trưởng đột biến và trở thành một trong những ngành đem lại kim ngạch xuất khẩu lớn cho Việt Nam trong thời gian 10 năm tới, nếu có những định hướng phù hợp và chính sách khuyến khích, đầu tư phát triển thỏa đáng của Chính phủ.

*3.1.1. Các nhân tố trong nước*

*Thứ nhất,* Việt Nam có lợi thế địa kinh tế, nằm ở trung tâm Đông Á, khu vực kinh tế năng động nhất thế giới hiện nay và lợi thế địa chính trị, với sự ổn định về chính trị, sự kiên trì đường lối Đổi mới, mở cửa và chủ động HNKTQT của Đảng.

*Thứ hai,* Việt Nam là nước có dân số đông, thị trường nội địa phát triển sẽ góp phần kích cầu tiêu dùng đối với các sản phẩm của ngành CNĐT.

*Thứ ba,* ngành CNĐT được xác định là ngành công nghiệp được ưu tiên phát triển, thông qua các chính sách khuyến khích, ưu đãi, thu hút đầu tư nước ngoài của Nhà nước.

*Thứ tư*, quá trình HNQT, gia nhập WTO và hội nhập sâu hơn trong các tổ chức khu vực, liên khu vực ASEAN, APEC, ASEM, ACFTA, AKFTA..., bên cạnh việc đặt ra những thách thức không nhỏ của cạnh tranh khốc liệt, cũng sẽ đem đến nhiều cơ hội tiếp cận công nghệ, kỹ năng quản lý tiên tiến, mở rộng thị trường xuất khẩu, tăng cường thu hút đầu tư trực tiếp và gián tiếp nước ngoài, tham gia sâu rộng vào quá trình phân công lao động quốc tế và tham gia chuỗi giá trị toàn cầu hàng điện tử của các TNCs/MNCs cho phát triển CNĐT Việt Nam.

*3.1.2. Các nhân tố ngoài nước và xu hướng phát triển ngành CNĐT thế giới*

*Thứ nhất,* CNĐT, CNTT là ngành có nhu cầu ngày càng tăng trên thị trường thế giới cùng với sự phát triển của đời sống kinh tế, xã hội đang chuyển sang nền kinh tế tri thức. Thị trường nhập khẩu các sản phẩm điện, điện tử trên thế giới là rất rộng lớn, có mức tăng trưởng vững chắc và đầy tiềm năng trong những năm tới.

*Thứ hai,* CNĐT hiện đang được coi là một trong những ngành công nghiệp mũi nhọn trên thế giới, với xu hướng chia nhỏ quy trình sản xuất thành các công đoạn mang tính chuyên môn hóa và quốc tế hóa sâu sắc.

*Thứ ba,* Việt Nam nằm giữa trung tâm CNĐT thế giới, trong "vòng cung Đông Á", vòng cung công nghệ điện tử chiếm khoảng 2/3 sản lượng CNĐT toàn cầu, khiến Việt Nam dễ

trở thành cứ điểm sản xuất có sức cạnh tranh, nhưng đồng thời phải đối mặt và cạnh tranh gay gắt với các đối thủ trong khu vực trên thị trường nội địa và trên các thị trường xuất khẩu.

*Thứ tư,* những vấn đề biến động trên thị trường thế giới về nhu cầu nhập khẩu, suy giảm đầu tư của TNCs/MNCs vào CNĐT toàn cầu, nhất là về giá cả do sự phát triển như vũ bão của KHCN làm giá thành các sản phẩm CNĐT giảm rất nhanh..., là những nhân tố khách quan ảnh hưởng đến sự phát triển CNĐT các nước, trong đó có Việt Nam.

*Tóm lại*, qua việc phân tích những nhân tố trong và ngoài nước tác động đến triển vọng phát triển của ngành CNĐT Việt Nam, chúng ta có thể thấy, bên cạnh những thách thức không nhỏ thì đây là ngành công nghiệp còn rất nhiều cơ hội để phát triển, "miếng bánh" thị trường sẽ ngày càng to hơn cùng với tốc độ tăng trưởng kinh tế và tăng trưởng thu nhập của người dân trên toàn cầu. Vấn đề đặt ra hiện nay là, ngành CNĐT Việt Nam cần có định hướng phát triển như thế nào và cần có những giải pháp gì để nâng cao năng lực cạnh tranh của toàn ngành, tham gia tích cực và hiệu quả vào mạng lưới sản xuất hàng điện tử toàn cầu để phát triển nhanh và bền vững.

### *3.2. Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm phát triển bền vững ngành công nghiệp điện tử Việt Nam thời gian tới*

*3.2.1. Giải pháp đối với Nhà nước*

*Thứ nhất, hoàn thiện thể chế môi trường kinh doanh, tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng và lành mạnh, khuyến khích đầu tư trực tiếp nước ngoài và chuyển giao công nghệ cho phát triển CNĐT.*

Trước hết, cần hoàn thiện môi trường pháp lý nhằm cải thiện môi trường đầu tư, phản ứng chính sách linh hoạt đối với việc thực hiện đúng cam kết trong các Hiệp định thương mại tự do khu vực và Thoả thuận quốc tế (WTO, AFTA, FTAs...) nhằm bảo vệ nền CNĐT non trẻ trong nước.

Tiếp đó, cần xây dựng một chính sách cạnh tranh nhằm tăng cường và khuyến khích cạnh tranh bình đẳng, lành mạnh, góp phần tạo dựng một môi trường cạnh tranh chung hiệu quả, duy trì sự tăng trưởng kinh tế bền vững. Chính sách cạnh tranh phải được xây dựng đảm bảo áp lực cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, tránh tình trạng phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế và các loại hình doanh nghiệp (Nhà nước, tư nhân và nước ngoài), cũng như những hình thái biến tướng của bao cấp, bảo hộ và độc quyền kinh doanh, một rào cản lớn đang kìm hãm khả năng phát triển của đất nước, góp phần làm tăng năng suất xã hội và qua đó có thể đề ra được một chính sách cải cách kinh tế sâu rộng.

Đồng thời, cần tạo môi trường thuận lợi khuyến khích, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài để tăng nguồn vốn đầu tư, chuyển giao công nghệ hiện đại và kỹ năng quản lý tiên tiến thông qua TNCs. Nhà nước cần có chính sách khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia đầu tư vào ngành CNĐT. Ưu tiên đầu tư vốn Ngân sách Nhà nước cho việc xây dựng cơ sở hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực, nghiên cứu phát triển, xúc tiến thương mại CNĐT. Ưu tiên sử dụng vốn ODA vay lại của Chính phủ đối với các dự án phát triển CNĐT.

Bên cạnh việc huy động tối đa các nguồn vốn trong nước đầu tư vào ngành CNĐT, cần đặc biệt chú trọng thu hút nguồn vốn đầu tư nước ngoài từ các doanh nghiệp nước ngoài đang sản xuất kinh doanh tại Việt Nam, nhất là đầu tư của các tập đoàn lớn, các MNCs/TNCs thông qua chuyển giao công nghệ hiện đại và kỹ năng quản lý tiên tiến vào lĩnh vực sản xuất các sản phẩm công nghệ cao, hàm lượng trí tuệ cao- một yếu tố quyết định đối với năng lực cạnh tranh và sự phát triển của ngành CNĐT.

Nâng cấp cơ sở hạ tầng, phát triển các khu, cụm công nghiệp điện tử, khuyến khích đầu tư của khu vực tư nhân, kể cả đầu tư nước ngoài tương xứng với nhu cầu và tiềm năng của khu vực kinh tế năng động này vào phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ xuất khẩu nói chung và cơ sở hạ tầng khu công nghiệp nói riêng, tiến tới xây dựng các khu, cụm công nghiệp điện tử, khu công nghệ thông tin tập trung...

Về mặt thể chế, Nhà nước nên và rất cần xây dựng đội ngũ kỹ trị để tham vấn chính sách phát triển công nghiệp điện tử. Tăng cường năng lực tham vấn chính sách của đội ngũ này sẽ giúp cho Chính phủ có những chính sách phát triển CNĐT tiên tiến và phù hợp để tạo đột phá cho ngành công nghiệp mũi nhọn của đất nước.

*Thứ hai, xây dựng chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành công nghiệp điện tử Việt Nam, thực hiện các Chương trình phát triển sản phẩm trọng điểm.*

Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu các sản phẩm ngành CNĐT chủ yếu dựa trên hàm lượng công nghệ cao, chất lượng nguồn lao động nhằm nâng cao giá trị gia tăng hàng xuất khẩu, hướng tới những đơn hàng có độ tinh xảo cao, giá trị gia tăng lớn. Trong điều kiện thực tế Việt Nam hiện nay, chúng ta chưa thể ngay lập tức tham gia nhiều vào lĩnh vực nghiên cứu & phát triển và thiết kế sản phẩm, nhưng hoàn toàn có thể tăng cường năng lực tham gia vào hai khâu xây dựng, phát triển thương hiệu và phân phối. Chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành CNĐT Việt Nam cũng cần chú trọng tới phân khúc này.

Cùng với việc nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu các sản phẩm ngành CNĐT, trong từng thời kỳ, Chính phủ cần phê duyệt và đưa vào thực hiện các *Chương trình phát triển sản phẩm trọng điểm,* định hướng cho các doanh nghiệp điện tử biết lựa chọn đúng "*dòng sản phẩm chiến lược*", đầu tư tập trung nhằm nâng cao chất lượng và hạn chế rủi ro cho mình.

*Thứ ba, có chính sách ưu tiên và hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và khuyến khích phát triển hoạt động R&D, năng lực thiết kế, chế tạo* nhằm nhanh chóng chuyển đổi mô hình tăng trưởng xuất khẩu từ việc chủ yếu khai thác lợi thế sẵn có về lao động dồi dào, giá rẻ sang khai thác lợi thế so sánh động trên cơ sở chất lượng lao động và công nghệ.

Bên cạnh đầu tư phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, việc thu hút các hoạt động R&D, thiết kế, chế tạo của TNCs là nhiệm vụ trọng tâm hàng đầu, là con đường ngắn nhất để phát triển hoạt động R&D tại Việt Nam. Để làm được điều đó, Việt Nam cần hoàn thiện chính sách phát triển và chuyển giao công nghệ, theo hướng khuyến khích các hoạt động R&D của TNCs ngay tại Việt Nam và tăng cường bảo hộ sở hữu trí tuệ, bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với KHCN và các sản phẩm công nghiệp điện tử. Bảo vệ sở hữu trí tuệ luôn nằm trong sự quan tâm của TNCs khi thực hiện đầu tư trực tiếp tại một nước. Nếu

những tài sản trí tuệ của TNCs được bảo vệ tại Việt Nam, họ sẽ không ngần ngại đầu tư vốn và chuyển giao kỹ thuật, công nghệ cho các nhà sản xuất thiết bị gốc của Việt Nam. Doanh nghiệp Việt Nam sẽ có cơ hội hỏi học thêm nhiều kỹ thuật mới, có thêm vốn đầu tư vào nghiên cứu và triển khai, rồi từ đó tiến lên tham gia vào những khâu quan trọng hơn trong GEVC của TNCs.

*Thứ tư, khuyến khích phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ phục vụ xuất khẩu*, thu hút đầu tư nước ngoài và khuyến khích các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia phát triển CNHT.

Nhà nước cần tạo môi trường kinh doanh ổn định cho các doanh nghiệp FDI và có cơ chế chính sách cụ thể, dài hạn nhằm khuyến khích phát triển các ngành CNHT cung cấp linh phụ kiện điện tử. Trên thực tế, việc nội địa hóa sản xuất linh phụ kiện cần phải bắt đầu từ việc thu hút các nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài trong lĩnh vực cung cấp linh phụ kiện đến Việt Nam, sau đó nâng cao dần năng lực của các nhà cung cấp linh phụ kiện trong nước. Các công ty đầu tư trực tiếp nước ngoài sẽ đóng vai trò chủ đạo và chiếm đa số trong CNHT vào giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hóa ở Việt Nam.

Bên cạnh việc thu hút đầu tư nước ngoài phát triển các ngành CNHT, Nhà nước cần có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia phát triển CNHT và tăng cường, củng cố các liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp Nhà nước, tư nhân và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài cho phát triển CNHT.

*Thứ năm, hỗ trợ tăng cường năng lực tham gia vào chuỗi giá trị mặt hàng điện tử toàn cầu,* chọn một chuyên ngành, tập trung vào một lĩnh vực sản xuất loại sản phẩm mà mình có thế mạnh nhằm tạo ra năng lực cạnh tranh cao, hướng tới mục tiêu trở thành một mắt xích trong GEVC.

Nhà nước cần định hướng và có chính sách khuyến khích doanh nghiệp xây dựng và phát triển các chuỗi giá trị mặt hàng điện tử ở trong nước theo hướng có thể đi tắt, đón đầu mà không nhất thiết phải đi tuần tự theo các nấc thang của chuỗi giá trị gia tăng, làm tiền đề cho việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

*Thứ sáu, đẩy mạnh hoạt động ngoại giao kinh tế, Nhà nước hỗ trợ thông tin thị trường, xúc tiến thương mại, đầu tư, mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu cho hàng điện tử Việt Nam.*

Để mở rộng thị trường xuất khẩu, cần tạo ra những sản phẩm điện tử phù hợp với nhu cầu thị trường, có chất lượng và giá cả cạnh tranh; tăng cường các hoạt động hợp tác quốc tế, xúc tiến thương mại, tiếp cận thị trường độc lập hoặc trong khuôn khổ Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, tham gia các hội chợ, triển lãm ở nước ngoài để có thông tin, thị trường, đối tác. Nhà nước cần khuyến khích, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp thành lập các chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp hoặc các trung tâm thương mại ở nước ngoài để tìm hiểu về nhu cầu, thị hiếu của thị trường, quảng bá sản phẩm, thương hiệu và ký kết hợp đồng, tổ chức tiêu thụ sản phẩm.

*Thứ bảy, hỗ trợ xây dựng khu vực doanh nghiệp điện tử Việt Nam*, trong đó khuyến khích hoạt động mua lại và sáp nhập (M&A) trên cơ sở liên kết tự nguyện để hình thành các tập đoàn điện tử mạnh của Việt Nam, đồng thời hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa

điện tử tham gia hoạt động thầu phụ, trở thành vệ tinh của các tập đoàn lớn, tạo hiệu ứng lan tỏa nhằm phát triển CNĐT Việt Nam.

*3.2.2. Giải pháp đối với các doanh nghiệp*

- Tăng cường tiềm lực về vốn và nâng cao trình độ khoa học - công nghệ trong các doanh nghiệp.

- Chú trọng phát triển nguồn nhân lực có chất lượng, đội ngũ cán bộ quản lý giỏi, đào tạo đội ngũ kỹ sư, người lao động lành nghề trong doanh nghiệp.

- Coi trọng phát triển thị trường và xây dựng chiến lược kinh doanh, chiến lược sản phẩm xuất khẩu trong ngắn hạn và dài hạn.

- Chủ động tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu trên cơ sở lựa chọn đúng các khâu cần ưu tiên nhằm khai thác lợi thế so sánh của doanh nghiệp, tăng cường năng lực quản trị và nâng cao khả năng lãnh đạo chuỗi.

- Tích cực, chủ động trong xây dựng và phát triển quan hệ đối tác lâu bền, đẩy mạnh liên kết với công ty FDI và các loại hình doanh nghiệp Nhà nước, tư nhân khác nhằm tăng cường tiềm lực về mọi mặt và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

*3.2.3. Giải pháp đối với Hiệp hội ngành nghề điện tử Việt Nam*

*Thứ nhất,* xây dựng năng lực thể chế cho các Hiệp hội, tạo hành lang pháp lý để phát huy vai trò là đầu mối giao lưu, liên kết giữa Nhà nước và các doanh nghiệp, xúc tiến thương mại và cung cấp thông tin chuyên ngành cho các hội viên.

*Thứ hai,* thúc đẩy chuyên môn hóa và tính chuyên nghiệp trong các hoạt động của Hiệp hội, theo kịp với biến động kinh tế thế giới và quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

**Hình 2.5.** *Thứ ba,* phát huy vai trò là đầu mối giao lưu với các tổ chức quốc tế, tham gia vào mạng lưới Hiệp hội nghề nghiệp và ngành hàng của khu vực và toàn cầu.

**Hình 2.6.** ***Kết luận***

**Hình 2.7.** Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập ngày càng sâu với khu vực và quốc tế, cạnh tranh trên thị trường thế giới cũng sẽ ngày càng khốc liệt, nhất là những ngành công nghiệp mà tốc độ đổi mới công nghệ nhanh đến chóng mặt như công nghiệp điện tử. Nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm phát triển bền vững CNĐT là một trong những yêu cầu cấp bách và mang tính chiến lược đối với Việt Nam trong giai đoạn phát triển mới. Để đáp ứng yêu cầu CNH, HĐH, cần nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành CNĐT trên cơ sở nỗ lực của toàn xã hội. Theo đó, nhà nước cần thực hiện các biện pháp chính sách nhằm hoàn thiện thể chế kinh doanh và cạnh tranh; xây dựng và triển khai thực hiện quyết liệt các chiến lược và chương trình trọng điểm phát triển; thúc đẩy đổi mới và chuyển giao công nghệ; nâng cao và phát triển mới kết cấu hạ tầng ngành công nghiệp; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; tăng cường thu hút đầu tư nước ngoài, phát triển hoạt động R&D, năng lực thiết kế, chế tạo; tăng cường năng lực tham gia và nâng cao giá trị gia tăng của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu hàng điện tử; khuyến khích tạo lập và phát triển các liên kết lành mạnh và bền vững đội ngũ doanh nghiệp Việt Nam; hỗ trợ tăng cường năng lực các tổ chức hiệp hội nghề nghiệp hàng điện tử./.

**Hình 2.8.**

**Hình 2.9.** ***Tài liệu tham khảo***

1. Nguyễn Hoàng Ánh, Vũ Thị Hạnh (2009), "Bài học kinh nghiệm trong việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu ngành điện tử của Trung Quốc", *Tạp chí Nghiên cứu Đông Bắc Á,* số 03/2009.

2. Trần Quang Hùng (2008), *Tác động của các cam kết WTO đối với ngành công nghiệp điện tử Việt Nam,* Tài liệu Hội thảo Đánh giá tác động sau hai năm gia nhập WTO đối với nền kinh tế Việt Nam, Hà Nội.

3. Hồ Quang Trung (2008), *Thực trạng xuất khẩu các sản phẩm điện tử Việt Nam và một số định hướng phát triển ngành công nghiệp điện tử trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Tài liệu Hội thảo Đánh giá tác động hội nhập sau hai năm gia nhập WTO đối với nền kinh tế Việt Nam, Hà Nội.

4. Trần Văn Tùng (2007), *Công nghiệp điện tử châu Á trong mạng lưới sản xuất toàn cầu*.

5. H. Mitarai (2005), *Issues in electrical and electronic industries of ASEAN countries and experiences for Vietnam* (Các vấn đề trong ngành công nghiệp điện và điện tử của các nước ASEAN, bài học kinh nghiệm cho Việt Nam), Vietnam Development Forum VDF.

# CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG XUẤT KHẨU ĐỐI VỚI MẶT HÀNG LÚA GẠO

*Ths. Hoàng Thị Vân Anh*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

Một trong những thành tựu nổi bật nhất về kinh tế Việt Nam trong 25 năm đổi mới vừa qua là sự phát triển nhanh chóng trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là đối với ngành sản xuất lúa gạo. Từ một nước phải phụ thuộc lớn vào lúa gạo nhập khẩu, Việt Nam không những đã đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng trong nước, đảm bảo an ninh lương thực mà còn trở thành nước xuất khẩu gạo nhiều năm liền luôn đứng hàng thứ hai thế giới.

Tuy đạt được những thành tựu quan trọng như vậy, nhưng sản xuất và xuất khẩu lúa gạo của Việt Nam hiện nay vẫn tiềm ẩn những rủi ro và thách thức đối với phát triển bền vững: tăng trưởng sản xuất và xuất khẩu vẫn chủ yếu về mặt lượng, dựa chủ yếu vào khai thác lợi thế so sánh sẵn có về điều kiện tự nhiên và nguồn lao động nông nghiệp dồi dào, việc phát triển theo chiều sâu dựa trên thành tựu của khoa học công nghệ, liên kết sản xuất, xuất khẩu theo chuỗi giá trị, xây dựng thương hiệu … còn rất hạn chế, tính bấp bênh của sản xuất, xuất khẩu theo mùa vụ còn cao, giá trị gia tăng và hiệu quả sản xuất, xuất khẩu lúa gạo còn thấp trong so sánh với các nước xuất khẩu gạo lớn khác…

Phát triển bền vững đất nước nói chung và ngành nông nghiệp nói riêng là mục tiêu chính sách mà Nhà nước luôn quan tâm theo đuổi. Bước vào thiên niên kỷ mới, Chính phủ đã ban hành: "Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam" theo Quyết định số 153/QĐ-TTg ngày 17/8/2004 làm cơ sở cho việc xây dựng các chiến lược, quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Đối với phát triển bền vững ngành nông nghiệp, Nghị quyết số 26-NQ/TW, ngày 5/8/2008 Hội nghị lần thứ bảy Ban Chấp hành Trung ương khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn, trong mục tiêu tổng quát đã xác định rõ "*Xây dựng nền nông nghiệp phát triển toàn diện theo hướng hiện đại, bền vững, sản xuất hàng hóa lớn, có năng suất, chất lượng, hiệu quả và khả năng cạnh tranh cao, đảm bảo vững chắc an ninh lương thực quốc gia cả trước mắt và lâu dài".* Trong quản lý, điều hành đất nước, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 63/NQ-CP ngày 23/12/2009 về đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, theo đó yêu cầu phát triển hiệu quả và bền vững là vấn đề có ý nghĩa quan trọng không chỉ đối với ngành sản xuất lúa gạo mà còn đối với cả ngành nông nghiệp Việt Nam.

Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả sẽ tập trung phân tích đánh giá tính bền vững của sản xuất, xuất khẩu lúa gạo của Việt Nam hiện nay và đề xuất các giải pháp chính sách nhằm phát triển bền vững mặt hàng lúa gạo thời gian tới, nhằm thực hiện mục tiêu phát triển bền vững kinh tế - xã hội của Việt Nam.

## 1. Đánh giá tình hình sản xuất và xuất khẩu bền vững mặt hàng gạo ở Việt Nam thời gian qua

Lúa gạo là cây trồng chính của sản xuất nông nghiệp và từ năm 1989 đến nay, gạo là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Vai trò quan trọng của lúa gạo đã được thực tế khẳng định gắn liền với những kết quả đạt được trong sản xuất, chế biến và xuất khẩu trong 25 năm đổi mới vừa qua.

Sản xuất lúa gạo là ngành đóng góp lớn vào thành tựu phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Nhờ áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật và tăng cường công tác thủy lợi nên năng suất tiếp tục tăng từ 48,6 tạ/ha năm 2005 lên 53,1 tạ/ha năm 2010, sản lượng lúa tăng từ 35.832.000 tấn năm 2005 lên gần 40 triệu tấn năm 2010, bình quân lương thực đạt 450/kg/người/năm, tăng 35 kg/so với năm 2005. Nhờ vậy, an ninh lương thực quốc gia được cải thiện rõ rệt, tỷ lệ người thiếu lương thực giảm nhanh chóng từ 10,1% năm 2005 xuống còn 3,2% năm 2010, góp phần quan trọng vào ổn định xã hội và phát triển kinh tế.

***Bảng 1:*** **Sản xuất lúa gạo ở Việt Nam**

| Năm | Diện tích (1.000 ha) | Sản lượng (1.000 tấn) | Năng suất (Tạ/ha) |
|---|---|---|---|
| 2005 | 7.329,2 | 35.832,9 | 48,6 |
| 2006 | 7.324,8 | 35.849,5 | 48,6 |
| 2007 | 7.207,4 | 35.942,7 | 49,8 |
| 2008 | 7.414,3 | 38.725,1 | 52,2 |
| 2009 | 7.437,2 | 39.415,6 | 52,9 |
| 2010 | 7.513,7 | 39.890,2 | 53,1 |

*Nguồn: Thống kê của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn*

Ngoài đáp ứng yêu cầu đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, sản xuất lúa gạo còn đóng góp nhiều vào kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Xuất khẩu gạo của Việt Nam trong nhiều năm đứng thứ hai về lượng, nhưng đứng thứ tư về giá trị kim ngạch xuất khẩu do chất lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam chưa cao nên giá thành thấp hơn so với các nước như Thái Lan, Ấn Độ.

Theo số liệu của Tổng cục hải quan Việt Nam, từ năm 1989 đến 2008, Việt Nam đã xuất khẩu 65 triệu tấn gạo các loại. Đặc biệt trong năm 2010, mặc dù mục tiêu xuất khẩu 6,5 triệu tấn gạo nhưng cả nước đã xuất khẩu tới 6,7 triệu tấn gạo với kim ngạch đạt 3,23 tỷ USD, tăng 14% về lượng và 20,6% về giá trị so với năm 2009 và đây cũng là năm đầu tiên kim ngạch xuất khẩu gạo đạt trên 3 tỷ USD, đóng góp không nhỏ vào tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

***Bảng 2:*** **Vị trí của gạo Việt Nam trên thị trường thế giới năm 2009**

| Nước | KNXK (1.000 USD) | Lượng XK (Tấn) | Đơn giá (USD/tấn) | Tăng trưởng về giá trị 2005-2009 (%) | Tăng trưởng về lượng 05-09 (%) | Tỉ trọng trong XK thế giới (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Thế giới** | **18.060.796** | | | **22** | | **100** |
| Thái Lan | 5.046.464 | 8.619.870 | 585 | 27 | 6 | 27,9 |
| Ấn Độ | 2.398.163 | 2.151.259 | 1.115 | 15 | -18 | 13,3 |
| Mỹ | 2.186.208 | 3.460.120 | 632 | 17 | -3 | 12,1 |
| Việt Nam | 1.960.977 | 3.917.844 | 501 | 26 | 4 | 10,9 |
| Pakistan | 1.774.460 | 3.210.121 | 553 | 19 | -3 | 9,8 |
| Italia | 742.058 | 730.023 | 1.016 | 17 | -2 | 4,1 |
| Trung Quốc | 523.565 | 784.005 | 668 | 20 | 1 | 2,9 |

*Nguồn: Trung tâm thương mại thế giới - ITC, 2010*

Gạo Việt Nam đã được xuất khẩu sang hơn 70 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Châu Á là thị trường tiêu thụ gạo lớn nhất của Việt Nam với các nhà nhập khẩu lớn nhất là Philippin, Malaysia…, trong đó Philippin vẫn là thị trường xuất khẩu hàng đầu, chiếm hơn 40% tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam. Trong những năm gần đây, thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam đã được mở rộng và không ngừng phát triển sang thị trường châu Phi và Trung Đông. Tuy nhiên, các thị trường tiêu thụ gạo chất lượng cao và rất cao là Hoa Kỳ, EU thì Việt Nam vẫn chỉ chiếm thị phần rất nhỏ và có dấu hiệu tăng chậm.

***Bảng 3:*** **Tỉ trọng KNXK gạo/KNXKHH của Việt Nam**

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Kim ngạch XKHH của VN (Tr. USD) | 39.626 | 48.387 | 59.030 | 57.096 | 72.191 |
| 2. Xuất khẩu gạo của VN (Tr. USD) | 1.276 | 1.455 | 1.500 | 2.663 | 3.247 |
| *Tỉ trọng (2/1) (%)* | *3,22* | *3,00* | *2,54* | *4,66* | *4,49* |

*Nguồn: Thống kê Hải quan*

***Bảng 4:*** **Thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam**

(Mã sản phẩm: 1006)

*Đơn vị: Lượng - Tấn; Trị giá - 1.000 USD*

| Thị trường | 2005 | | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ***Lượng*** | ***Trị giá*** | ***Lượng*** | ***Trị giá*** | ***Lượng*** | ***Trị giá*** | ***Lượng*** | ***Trị giá*** | ***Lượng*** | ***Trị giá*** |
| ***Tổng*** | ***4.262.378*** | ***1.315.667*** | ***3.693.470*** | ***1.099.807*** | ***3.342.849*** | ***1.142.900*** | ***2.972.866*** | ***2.078.888*** | ***3.762.473*** | ***1.894.723*** |
| Philippin | 1.695.760 | 505.901 | 1.463.705 | 433.753 | 1.380.834 | 495.064 | 1.662.219 | 1.292.216 | 1.692.705 | 998.684 |
| Malaysia | 255.714 | 70.739 | 449.584 | 135.302 | 277.969 | 92.752 | 469.555 | 332.122 | 860.911 | 401.866 |
| Côte d' voire | 296.629 | 90.703 | 208.874 | 64.680 | 113.457 | 45.105 | 97.615 | 65.792 | 281.355 | 136.106 |
| Senegan | 243.710 | 72.135 | 83.974 | 24.558 | 30.767 | 10.389 | 102.144 | 63.194 | 188.250 | 67.913 |
| Liên bang Nga | 82.879 | 17.090 | 63.219 | 17.974 | 40.286 | 13.810 | 53.790 | 32.515 | 92.418 | 42.628 |
| Mỹ | 157 | 67 | 467 | 231 | 803 | 22.489 | 883 | 741 | 52.241 | 20.863 |
| Angeria | 26.482 | 10.029 | 39.142 | 12.963 | 8.215 | 333 | 14.666 | 12.055 | 45.329 | 23.833 |
| Singapo | 25.474 | 6.519 | 61.024 | 16.700 | 69.690 | 22.489 | 33.450 | 18.172 | 40.422 | 20.356 |
| Mozambic | 61.506 | 32.784 | 18.584 | 9.897 | 9.836 | 3.577 | 34.284 | 19.565 | 30.106 | 30.308 |
| Đài Loan | 1.056 | 393 | 105 | 54 | 11.442 | 5.068 | 22.743 | 11.161 | 26.383 | 13.261 |
| Hồng Công | 1.340 | 317 | 2.683 | 792 | 1.325 | 413 | 2.948 | 1.626 | 21.130 | 12.083 |
| Indonesia | 44.773 | 12.387 | 272.833 | 83.773 | 1.022.835 | 335.559 | 125.070 | 47.392 | 20.971 | 7.937 |
| Pháp | 2.206 | 845 | 737 | 340 | 479 | 276 | 4.937 | 4.023 | 18.103 | 9.120 |

*Nguồn: Trung tâm thương mại thế giới - ITC, 2010*

Tuy nhiên, bên cạnh những đóng góp lớn cho nền kinh tế, sản xuất và xuất khẩu gạo của Việt Nam vẫn đứng trước những thách thức không nhỏ về hiệu quả và phát triển bền vững:

- *Về hiệu quả kinh tế:* Khi so sánh lợi nhuận thu được trên tấn gạo tính bình quân trong thời kỳ 1999-2008 cho thấy, hiệu quả sản xuất lúa gạo của Việt Nam đạt được còn thấp so với nhiều nước trên thế giới, điển hình là Thái Lan. Tổng chi phí và lợi nhuận sản xuất 1 tấn gạo từ các khâu sản xuất, thu gom, chế biến đến tiêu thụ gạo của ngành lúa gạo Việt Nam bình quân khoảng 921 USD/tấn và 145 USD/tấn, trong khi của Thái Lan là 915

USD/tấn và 222 USD/tấn. Chi phí sản xuất gạo của Việt Nam và Thái Lan chênh nhau không nhiều nhưng lợi nhuận thu được của ngành lúa gạo Việt Nam chỉ bằng 65,1% so với của Thái Lan, do gạo Thái Lan có chất lượng và giá bán cao hơn. Như vậy, cứ sản xuất 1 tấn gạo, ngành lúa gạo Thái Lan thu được lợi nhuận cao hơn so với ngành lúa gạo Việt Nam khoảng 78 USD.

- *Về giải quyết các vấn đề xã hội:* Sản lượng lúa gạo ngày càng tăng nhưng các hộ trồng lúa vẫn thuộc nhóm hộ có thu nhập thấp ở nông thôn, thu nhập bình quân đầu người thường ở mức giáp hộ nghèo. Khoảng cách chênh lệch về thu nhập đầu người của các hộ nông dân trồng lúa so với mức thu nhập bình quân đầu người của cả nước có xu hướng giảm, từ mức 66,2% trong giai đoạn 1998-2003 xuống còn 55,7% mức thu nhập bình quân đầu người của cả nước trong giai đoạn 2004-2008. Còn theo một nghiên cứu của Viện Nghiên cứu phát triển Đồng bằng sông Cửu Long về chuỗi giá trị lúa gạo Cần Thơ, thì trong điều kiện bình thường (không bị lũ lụt, thiên tai và không dịch bệnh phá hoại), với diện tích bình quân 0,5 ha/hộ và nếu sản xuất đủ 03 vụ lúa/năm thì thu nhập mang lại cho mỗi hộ (trung bình 4 người/hộ) đạt được ở mức 17 - 18 triệu đồng/hộ/năm. Như vậy, thu nhập bình quân đầu người/năm khoảng 4.432.500 đồng, mức thu nhập trên chỉ mới vượt qua chuẩn nghèo ở nông thôn (220.000 đ/người/tháng hay 2.640.000 đ/năm) và còn thấp xa mức thu nhập bình quân chung đầu người của Cần Thơ năm 2007 (18.190.000 đ/người) [47]. Vì vậy, nông dân ở một số nơi trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long đã bỏ sản xuất lúa để đi làm việc khác ngày càng nhiều khiến cho sản xuất lúa thiếu ổn định trong những năm vừa qua.

- *Về phát triển bền vững môi trường:* Hàng năm, tác động của xâm nhập mặn ảnh hưởng đến 50.000 ha lúa hè thu và tác động trực tiếp đến hệ thống canh tác lúa khoảng 250.000 ha ở các tỉnh ven biển; khô hạn cũng tác động đến 300.000 ha lúa hè thu (Cà Mau, Bạc Liêu, Sóc Trăng, Trà Vinh, Bến Tre, Tiền Giang và Long An), đồng thời gây khô hạn cho khoảng 500.000 ha vào cuối tháng 4 đến giữa tháng 5 hàng năm. Thêm vào đó, lũ sông Mê Kông cũng tác động trực tiếp đến 500.000 ha lúa tại An Giang, Đồng Tháp, Long An, Tiền Giang và Kiên Giang, đồng thời ảnh hưởng tới sản xuất vụ thu đông và vụ đông xuân của năm sau. Theo khảo sát của Viện khoa học thủy lợi năm 2008, vào các tháng mùa khô, độ mặn xâm nhập vào Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) với tỷ lệ 4g/l, cùng với kịch bản nước biển dâng thêm 0,5 - 1 m thì mặn sẽ ảnh hưởng nghiêm trọng đến dòng chính đối với nguồn nước phục vụ sản xuất nông nghiệp. Nếu mặn tiến sâu vào nội đồng 90 km và với độ mặn 4g/l thì có tới 71% diện tích đất lúa vùng ĐBSCL bị nhiễm mặn... Như vậy, tác động của môi trường đến diện tích đất trồng lúa là khá lớn và ảnh hưởng không nhỏ đến ngành sản xuất lúa gạo của Việt Nam.

Ngoài ra, tác động của phân bón hóa học và thuốc bảo vệ thực vật trong sản xuất lúa cũng ảnh hưởng trở lại đến môi trường sinh thái. Mức phân bón hóa học và thuốc bảo vệ

[47] TS. Võ Thị Thanh Lộc, *Gạo Việt Nam nhìn từ chuỗi giá trị lúa gạo tiêu thụ trong nước và xuất khẩu tại Cần Thơ*, 2009.

thực vật (BVTV) cho sản xuất 1 tấn lúa của Việt Nam trong thời kỳ 1981-1990 bình quân khoảng 56 kg phân bón/tấn lúa và 0,3 kg thuốc BVTV/tấn lúa. Từ năm 2000 đến nay, mức phân bón hóa học và thuốc bảo vệ thực vật cho sản xuất 1 tấn lúa tiếp tục tăng lên, bình quân ở mức 73 kg phân bón/tấn lúa và 0,45 kg thuốc/tấn lúa. Tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, nông dân thường sử dụng nhiều phân bón hóa học và thuốc bảo vệ thực vật để trồng lúa ngắn ngày với ba vụ lúa trong năm, nên mức bón phân hóa học cho lúa của Vùng hiện cao nhất trong cả nước. Mức sử dụng phân bón hóa học và thuốc bảo vệ thực vật cho gieo trồng lúa tăng lên, song chưa đi kèm tương ứng với các hoạt động phổ biến kỹ thuật sản xuất, sử dụng an toàn, hiệu quả phân hóa học, thuốc bảo vệ thực vật và các loại hóa chất nông nghiệp khác cho nông dân. Điều đó đã dẫn đến tình trạng ô nhiễm môi trường, mất cân bằng sinh thái đồng ruộng, dịch hại xảy ra khá phổ biến ở nhiều nơi, đặc biệt ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long thời kỳ vừa qua.

- *Về đảm bảo an ninh lương thực quốc gia:* Theo kết quả của Tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2009 cho thấy, Việt Nam hiện là nước đông dân thứ 3 trong ASEAN và thứ 13 trên thế giới với số dân lên đến gần 86 triệu người. Với mức tăng trung bình 1,2%/năm, dân số Việt Nam sẽ tiến đến 100 triệu người, điều này sẽ đe dọa trực tiếp đến vấn đề an ninh lương thực quốc gia. Bởi vì hiện tại, sản lượng lương thực hàng năm của cả nước đã đạt gần 40 triệu tấn, nhưng với mức tăng dân số trung bình như hiện nay thì đến năm 2020, sản lượng lương thực phải đạt tới hơn 50 triệu tấn mới đảm bảo nguồn lương thực cho cả nước. Tuy nhiên theo dự báo, dưới tác động của biến đổi khí hậu, Việt Nam sẽ là một trong năm nước chịu thiệt hại nặng nhất do biến đổi khí hậu toàn cầu và với kịch bản dự tính nước biển dâng 1 m, Đồng bằng sông Hồng sẽ mất 5.000 $km^2$ đất, Đồng bằng sông Cửu Long bị ngập 15.000 - 20.000 $km^2$, như vậy tổng sản lượng lương thực sẽ giảm khoảng 5 triệu tấn. Thêm vào đó, sản xuất nông nghiệp còn chịu thêm những khó khăn từ dịch bệnh và thiên tai như hạn hán, lũ lụt ngày càng khắc nghiệt. Vì vậy, để đạt được sản lượng lương thực 50 triệu tấn nhằm đảm bảo nguồn lương thực cho cả nước là cả một vấn đề lớn đối với ngành nông nghiệp nước ta.

**2. Những yếu tố chủ yếu cản trở xuất khẩu gạo của Việt Nam đạt hiệu quả cao và phát triển bền vững**

- *Chưa tạo được vùng nguyên liệu đủ lớn để có thể chủ động về sản lượng xuất khẩu:* Có thể thấy rằng, sản xuất lúa gạo của Việt Nam chủ yếu dưới hình thức nông hộ quy mô nhỏ nên ruộng đất manh mún, phân tán phổ biến ở nhiều vùng trong nước, đặc biệt ở các địa phương thuộc đồng bằng sông Hồng, Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung. Tình trạng này đã làm cản trở rất nhiều quá trình thực hiện cơ giới hóa, nâng cao năng suất lao động và phát triển sản xuất lúa tập trung gắn với chế biến, thông qua công nghiệp hóa, hiện đại hóa để nâng cao hiệu quả và phát triển bền vững sản xuất và xuất khẩu lúa gạo. Ngoài ra, với diện tích manh mún sẽ rất khó để áp dụng tiến bộ khoa học, công nghệ nhằm tăng năng suất, đặc biệt là không kiểm soát được chất lượng và nguồn gốc sản phẩm.

- *Ứng dụng khoa học và công nghệ còn hạn chế:* Tác động của khoa học, công nghệ đối với nâng cao hiệu quả và bền vững của sản xuất lúa gạo trong thời kỳ vừa qua chưa thực sự mạnh mẽ và toàn diện, chủ yếu mới thể hiện ở nâng cao năng suất lúa nhưng còn hạn chế về nâng cao chất lượng lúa, chất lượng gạo qua chế biến. Các giống lúa tốt còn thiếu, do vậy hàng năm, Việt Nam vẫn phải nhập khẩu gần 70% các giống lúa cho sản xuất, tỷ lệ diện tích gieo trồng giống lúa mới chưa cao. Hoạt động nghiên cứu và chuyển giao ứng dụng khoa học và công nghệ về sử dụng hợp lý tài nguyên và phòng chống, giảm nhẹ thiên tai cho lúa chưa được đẩy mạnh do thiếu đầu tư và thiếu cơ chế hỗ trợ. Các dịch vụ khuyến nông, dịch vụ khoa học và công nghệ phục vụ sản xuất lúa gạo cho nông dân ở cấp xã phát triển còn yếu, nông dân ở nhiều nơi còn thiếu thông tin về khoa học, công nghệ và thông tin thị trường dẫn đến hiệu quả chưa cao.

- *Năng lực chế biến, dự trữ hạn chế:* Công nghiệp chế biến gạo trong những năm gần đây phát triển khá nhanh về qui mô. Tuy nhiên, phần lớn chế biến gạo trong nước hiện nay mới dừng lại ở qui trình xay xát, sàng tuyển và đóng bao, ít tiến hành các qui trình hoàn chỉnh bao gồm cả phân loại kích thước, đánh bóng hạt và sấy khô gạo. Chất lượng gạo qua chế biến còn thấp, giá trị gia tăng ở khâu chế biến gạo chưa nhiều, mới đóng góp khoảng 19 - 20% cho GTGT/tấn gạo, trong khi của Thái Lan là 26%. Thất thoát sau thu hoạch (bao gồm cả thu hoạch, vận chuyển và chế biến) còn lớn, chiếm tỷ lệ khoảng 11 - 12%. Đối với vùng Đồng bằng sông Cửu Long, hàng năm có tới hơn 20 triệu tấn lúa nhưng công suất nhà máy chủ yếu đều từ nhỏ đến trung bình, chưa quan tâm nhiều đến việc đổi mới công nghệ và máy móc cho chế biến lúa gạo. Vì vậy, tài nguyên lúa chưa được khai thác toàn diện và đồng bộ khiến giá trị gia tăng thấp.

- *Chưa quy hoạch được các vùng chuyên canh theo nhu cầu của thị trường:* Hiện nay, nhu cầu về gạo trên thế giới rất lớn và rất đa dạng, mỗi thị trường có nhu cầu riêng về từng loại gạo, chẳng hạn, thị trường châu Phi thì chủ yếu tiêu thụ các loại gạo cứng và gạo đồ, thị trường Philippin và Indonesia tiêu thụ gạo dài thường, thị trường EU và Nhật Bản lại ưu chuộng các loại gạo chất lượng cao và gạo đặc sản. Tuy nhiên thời gian qua, Việt Nam sản xuất chủ yếu là các loại gạo có phẩm cấp thấp và trung bình, còn các loại gạo chất lượng cao và gạo đặc sản cũng có sản xuất nhưng sản lượng ít và khó cạnh tranh hơn so với gạo Thái Lan và Ấn Độ. Vì vậy, mặc dù xuất khẩu gạo của Việt Nam đứng thứ hai về lượng nhưng lại đứng thứ tư về giá trị do giá thấp và không ổn định.

- *Các chính sách hỗ trợ kém hiệu quả:* Các hộ nông dân trồng lúa thường là hộ nghèo nên thiếu vốn đầu tư cho sản xuất lúa để đạt hiệu quả cao. Trong khi đó, Nhà nước chưa có chính sách hỗ trợ lãi suất tín dụng đủ mạnh để khuyến khích nông dân vay đầu tư phương tiện, máy móc cho sản xuất lúa gạo, vì vậy quá trình thực hiện cơ khí hóa sản xuất lúa gạo còn chậm trong thời kỳ vừa qua.

- *Quy chế điều hành xuất khẩu gạo đang tồn tại nhiều bất cập:* Cơ chế phân bổ chỉ tiêu xuất khẩu của Hiệp hội lương thực Việt Nam (VFA) cũng còn nhiều bất cập. Tuy ở ngay tại vùng nguyên liệu dành cho xuất khẩu, nhưng doanh nghiệp kinh doanh lương thực của

các tỉnh ĐBSCL được phân bổ chỉ tiêu khá khiêm tốn nên khả năng thu mua lúa gạo bị hạn chế, không đảm bảo việc tiêu thụ hết lúa cho nông dân. Do đó, tiến độ tiêu thụ, đặc biệt là giá lúa gạo tại ĐBSCL, phụ thuộc rất lớn vào mức giá tại thời điểm quyết định triển khai thu mua của các đơn vị và thương lái. Đây là một trong những nguyên nhân làm giá cả, đầu ra lúa gạo thường không ổn định.

### 3. Giải pháp nhằm phát triển bền vững sản xuất và xuất khẩu gạo của Việt Nam

- *Tăng cường nghiên cứu và ứng dụng KHCN vào sản xuất lúa gạo:* Cần tăng cường công tác nghiên cứu và ứng dụng khoa học, kỹ thuật vào việc cải thiện chất lượng gạo và phải được bắt đầu từ việc cải thiện giống và các dịch vụ khuyến nông cho nông dân. Hiện nay, việc thiếu những quy định về quyền bảo hộ của người tạo giống đã làm giảm động cơ nâng cao chất lượng của các công ty sản xuất giống. Nhà nước cần tiếp tục đẩy mạnh nghiên cứu công nghệ sinh học, sản xuất và lai tạo các giống lúa mới như các giống lai, giống thuần cho năng suất cao, đặc biệt là các giống lúa có chất lượng cao để cung cấp cho các vùng lúa trong nước. Nghiên cứu chọn tạo, phát triển nhanh các giống lúa mới có năng suất, chất lượng và khả năng chống chịu cao phù hợp với từng vùng sinh thái, đặc biệt mở rộng diện tích lúa lai, giống lúa thích ứng với các vùng khó khăn như hạn hán, phèn mặn, úng trũng, giống chịu sâu bệnh hại lúa.

Ngoài ra, nhà nước cần hỗ trợ nông dân áp dụng các kỹ thuật canh tác lúa mới để giảm chi phí, nâng cao hiệu quả sản xuất, đồng thời giảm ô nhiễm môi trường như kỹ thuật tưới nước tiết kiệm, quản lý dịch hại tổng hợp, bón phân cân đối và quản lý dinh dưỡng tổng hợp, làm mạ công nghiệp, sản xuất lúa theo qui trình GAP. Chú trọng phát triển mạng lưới dịch vụ thông tin, tư vấn chuyển giao công nghệ sản xuất lúa gạo đến cấp xã, đảm bảo 100% các hộ nông dân tiếp cận được các dịch vụ này. Xây dựng các trung tâm huấn luyện và chuyển giao tiến bộ kỹ thuật sản xuất lúa cho nông dân ở các vùng và địa phương là trọng điểm sản xuất lúa. Hoàn thiện hệ thống thông tin về an ninh lương thực, hệ thống chính sách về an ninh lương thực quốc gia, xử lý thích hợp khi giá gạo thế giới biến động đột biến, giảm tác động xấu đối với nông dân trồng lúa.

- *Đẩy mạnh phát triển công nghiệp chế biến gạo:* Sản lượng lúa hàng năm của cả nước hiện đã lên đến gần 40 triệu tấn, nhu cầu chế biến gạo rất lớn, do vậy cần nhanh chóng nâng cấp hệ thống xay xát gạo hiện có, kết hợp hài hòa nhiều loại quy mô chế biến phù hợp với vùng lúa nguyên liệu. Hỗ trợ phát triển mạng lưới cơ sở chế biến gạo qui mô nhỏ và vừa ở nông thôn, nâng cấp các cơ sở xay xát, bổ sung máy phân loại, đánh bóng gạo, máy tách hạt để nâng cao phẩm cấp gạo chế biến. Tăng cường ứng dụng công nghệ trong khâu chế biến và bảo quản lúa gạo như sử dụng máy gặt đập liên hợp, máy sấy, đổi mới công nghệ và thiết bị trong các khâu xay xát, bảo quản lúa gạo để tăng tỷ lệ thu hồi sản phẩm, nâng cao chất lượng lúa gạo.

- *Hình thành vùng sản xuất lúa hàng hóa tập trung, quy mô lớn:* Cần rà soát về đất trồng lúa hiện nay ở các vùng, đặc biệt là đất lúa ở hai vùng Đồng bằng sông Cửu Long và Đồng bằng sông Hồng để xác định đúng thực trạng diện tích, năng suất, sản lượng từng chủng

loại giống lúa ở từng vùng. Trên cơ sở đó, xác định quy hoạch đất trồng lúa lâu dài trên quy mô cả nước và ở từng vùng, từng tỉnh. Nhà nước tập trung vốn ngân sách và thực hiện các chính sách huy động các thành phần khác cùng đầu tư đồng bộ hạ tầng phục vụ sản xuất lúa như thủy lợi, giao thông đồng ruộng, hệ thống xử lý sau thu hoạch, kho chứa thóc… Đối với người trồng lúa trong vùng đã quy hoạch, Nhà nước coi việc sản xuất lúa gạo của họ là thực hiện nhiệm vụ bảo đảm an ninh lương thực quốc gia và nghĩa vụ quốc tế về cung cấp lương thực. Trên quan điểm đó, Nhà nước chủ động việc xây dựng quỹ bảo hiểm rủi ro sản xuất lúa gạo với sự tham gia của Nhà nước, người sản xuất lúa, người mua gom, người chế biến, nhà phân phối gạo và sự tham gia đóng góp của cộng đồng quốc tế. Quỹ bảo hiểm sản xuất lúa có chức năng hỗ trợ nông dân trồng lúa để nông dân khắc phục những rủi ro về thiên tai và thị trường trong sản xuất lúa gạo.

- *Xây dựng chính sách tín dụng phục vụ sản xuất lúa gạo:* Ban hành cơ chế, chính sách cho hộ nông dân vay ưu đãi để sản xuất lúa gạo và đầu tư phương tiện, máy móc cơ giới hóa sản xuất với các điều kiện cho vay ưu đãi như đối với các hộ nông dân nghèo. Đối với các hộ nông dân đầu tư máy móc sản xuất lúa, có thể xem xét cho vay ưu đãi không phải thế chấp nếu tham gia sản xuất lúa gạo xuất khẩu thuộc các vùng có qui hoạch sản xuất lúa. Hỗ trợ lãi suất để nông dân vay vốn mua sắm phương tiện, máy móc thực hiện cơ giới hóa sản xuất lúa gạo và cho vay ưu đãi đầu tư đổi mới công nghệ tiên tiến đối với các doanh nghiệp chế biến gạo.

- *Nâng cao năng lực cạnh tranh, đa dạng hóa sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của từng thị trường, xây dựng thương hiệu cho gạo Việt Nam:* Mặc dù Việt Nam là nước xuất khẩu gạo lớn, nhưng chưa có thương hiệu gạo nổi tiếng hoặc đặc trưng cho gạo Việt Nam, trong khi các thương hiệu gạo "Hương nhài - Jasmine", gạo Basmati được gắn liền với các quốc gia sản xuất là Thái Lan, Ấn Độ và Pakistan trên thị trường thế giới. Do vậy, để nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển thị trường, cần thiết phải xây dựng thương hiệu cho gạo Việt Nam. Hiện nay, một số vùng miền núi phía Bắc và phía Nam đang đa dạng hóa các giống lúa để sản xuất các loại gạo đặc sản như gạo thơm, gạo nếp, gạo "sạch" và gạo để chế biến các sản phẩm đặc biệt nhằm hướng tới các phân đoạn thị trường khác nhau. Nhờ vậy, nông dân nghèo ở các vùng cao, vùng sâu cũng có thể tham gia các cơ hội này bằng cách trồng các giống lúa đặc sản của vùng cao hay trồng lúa sạch không dùng phân bón. Thêm vào đó, thị trường xuất khẩu gạo cấp trung và cấp thấp của Việt Nam cũng mang lại hiệu quả tốt và thành công trong nhiều năm qua khi điều kiện sản xuất lúa gạo của Việt Nam chưa thể cung cấp gạo đến thị trường cấp cao như Thái Lan. Vì vậy trong ngắn hạn, việc tiếp tục khai thác và tăng thị phần xuất khẩu gạo đến các thị trường này là cần thiết, đồng thời cũng cần quan tâm đầu tư chất lượng lúa gạo để phát triển thị phần xuất khẩu gạo tại các thị trường tiêu thụ gạo cao cấp hơn trong dài hạn.

- *Hoàn thiện quy chế điều hành xuất khẩu gạo:* Cần sửa đổi những bất cập trong quy chế xuất khẩu gạo hiện hành với trọng tâm là Hiệp hội lương thực Việt Nam cần thực hiện đúng chức năng của một tổ chức xã hội nghề nghiệp, làm đầu mối tìm kiếm, cung cấp thông tin về thị trường, cầu nối cho doanh nghiệp. Các tỉnh có quyền đề xuất số lượng gạo

xuất khẩu của tỉnh mình do họ có thể nắm bắt một cách chủ động sản lượng lúa của tỉnh. Đối với hợp đồng xuất khẩu tập trung số lượng lớn thì có thể phân bổ cho từng tỉnh, còn lại nên để cho doanh nghiệp chủ động tìm khách hàng và thực hiện hợp đồng. Cần mở rộng tổ điều hành xuất khẩu gạo, trong đó chú trọng tới thành viên là UBND các tỉnh có lượng xuất khẩu gạo lớn tham gia.

Theo kinh nghiệm của Bộ Thương mại Thái Lan, họ cho công bố rộng rãi lượng gạo xuất khẩu trong năm, rồi thu mua lúa dự trữ sẵn với mức giá đảm bảo cho nông dân có lãi. Lượng gạo này được kiểm tra đánh giá chất lượng từng loại, đảm bảo tính đồng nhất, sau đó bán cho doanh nghiệp có nhu cầu xuất khẩu. Doanh nghiệp nào cần số lượng bao nhiêu, chủng loại nào thì liên hệ với bộ phận phân phối của Bộ này. Như vậy vừa đảm bảo vấn đề an ninh lương thực, vừa điều hòa được đầu ra, giá cả ổn định, nông dân luôn có lãi và doanh nghiệp cũng chủ động tích cực mở thêm thị trường, hỗ trợ nông dân đầu tư phát triển sản xuất. Ngoài hỗ trợ tìm kiếm khách hàng, họ còn tạo điều kiện cho DN đầu tư kho trữ, cơ sở lau bóng, đóng bao bì ngay chính tại thị trường xuất khẩu để cung cấp cho thị trường đó.

- *Tăng cường sự tham gia hiệu quả của "bốn nhà" và xây dựng cơ chế phối hợp sản xuất:* Sự phối hợp giữa "bốn nhà" gồm nhà nông, nhà nước, nhà khoa học và nhà doanh nghiệp trong quá trình sản xuất lúa gạo cần được tăng cường chặt chẽ hơn. Thời gian qua, sự phản hồi và liên kết trong lĩnh vực khuyến nông giữa nhà nông với nhà khoa học hiện vẫn còn tương đối yếu. Vì vậy muốn cho nông dân thực sự có lợi thì phải tổ chức lại sản xuất: gắn các doanh nghiệp có đầu ra về gạo xuất khẩu ổn định với các hợp tác xã. Khi mối quan hệ chặt chẽ giữa doanh nghiệp với hợp tác xã đã được thiết lập, doanh nghiệp phải đ-ưa cán bộ kỹ thuật xuống giúp nông dân sản xuất, cho họ vay tiền để ứng dụng kỹ thuật. Các nhà khoa học sẽ cung cấp những kỹ thuật mới nhất cho doanh nghiệp, hợp tác xã và các ngân hàng sẽ cung cấp tín dụng cho nông dân để ứng dụng kỹ thuật, phát triển sản xuất. Có như vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo của Việt Nam mới có thể đứng vững được trong cạnh tranh khi chúng ta thực hiện các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế.

- *Giải pháp đảm bảo an ninh lương thực*: Vấn đề an ninh lương thực đã được Đảng và Nhà nước luôn đặc biệt quan tâm và thời gian qua, việc đảm bảo an ninh lương thực quốc gia đã đạt được những thành tựu quan trọng. Tuy nhiên, an ninh lương thực nước ta vẫn còn hạn chế và yếu kém, chủ yếu là: sản xuất lương thực, thực phẩm chưa thực sự bền vững; tổ chức sản xuất nông nghiệp chậm được đổi mới, cơ sở hạ tầng, dịch vụ phục vụ sản xuất còn nhiều yếu kém; quản lý sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu còn bất cập; thu nhập của người sản xuất còn thấp. Vì vậy, để đảm bảo an ninh lương thực, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 63/NQ-CP ngày 23/12/2009 về bảo đảm an ninh lương thực quốc gia. Theo đó, các giải pháp chủ yếu được đưa ra là: (1) Đảm bảo sự thống nhất và phù hợp về quy mô và địa bàn bố trí đất lúa với quy hoạch sử dụng đất trên phạm vi toàn quốc; (2) Tăng cường phát triển cơ sở hạ tầng và khoa học công nghệ vào sản xuất lúa; (3) Đào tạo, nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ khoa học kỹ thuật; (4) Hoàn thiện chính sách đối với nông dân, địa phương và doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh lúa gạo; (5) Hoàn thiện hệ

thống lưu thông, xuất khẩu lương thực; (6) Tăng cường, đổi mới tổ chức sản xuất; (7) Phát triển hệ thống thông tin an ninh lương thực; (8) Tăng cường hợp tác quốc tế, đặc biệt với các lĩnh vực mang tính khu vực và toàn cầu ảnh hưởng đến an ninh lương thực quốc gia như sử dụng nguồn nước, biến đổi khí hậu, kiểm dịch và vệ sinh động thực vật...

***Tài liệu tham khảo***


1. Kim Quốc Chính (2009)*, Một số giải pháp chủ yếu nâng cao hiệu quả và phát triển bền vững sản xuất lúa gạo ở Việt Nam.*

2. Phạm Quang Diệu (2009), *Nông dân trong chuỗi giá trị gạo*.

3. Hoàng Kim (2009), *An ninh lương thực không thể đặt lên vai nông dân.*

4. Võ Thị Thanh Lộc (2009)*, Gạo Việt Nam nhìn từ chuỗi giá trị lúa gạo tiêu thụ trong nước và xuất khẩu tại Cần Thơ.*

5. Đinh Văn Thành (2010), *Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam*, Đề tài cấp nhà nước, Mã số KX.01.16/06-10.

# MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG XUẤT KHẨU ĐỐI VỚI MẶT HÀNG CAO SU

*Ths. Hoàng Thị Hương Lan*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

Vị thế của ngành cao su Việt Nam trên thế giới ngày càng được khẳng định. Việt Nam là nước sản xuất cao su thiên nhiên đứng thứ 5 trên thế giới. Xét về xuất khẩu thì Việt Nam đứng thứ 4 thế giới (sau Thái Lan, Indonesia và Malaysia). Trong năm 2010, xuất khẩu của ngành cao su đạt mức cao nhất so với trước đây với lượng xuất khẩu đạt 782.200 tấn, trị giá 2,388 tỷ USD, đóng góp 3,3 % trong tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước và là nông sản có giá trị xuất khẩu xếp thứ hai sau gạo. Tuy nhiên, cao su xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu dưới dạng thô chưa qua xử lý và chủ yếu xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Để tránh tình trạng phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc và nâng cao giá trị xuất khẩu của cây cao su, cần có chính sách và giải pháp phù hợp nhằm phát triển bền vững với loại cây công nghiệp này.

## 1. Tình hình sản xuất cao su tự nhiên của Việt Nam trong những năm qua

Diện tích trồng cao su ở Việt Nam ngày càng tăng mạnh. Theo số liệu thống kê của Hiệp hội cao su thế giới, diện tích cao su của Việt Nam được xếp thứ 6 (chiếm khoảng 6,4% tổng diện tích cao su thế giới), sản lượng xếp thứ 5 (khoảng 7,7% tổng sản lượng cao su thế giới). Năm 2005, cả nước có khoảng 522.200 ha, đến năm 2007 tăng lên 631.500 ha. Năm 2009, tổng diện tích cây cao su đạt 674.200 ha, tăng 42.700 ha (13,5%) so với năm 2008. Năm 2010, diện tích mở rộng lên 740.000 ha, tăng bình quân khoảng 7,5%/năm. Các vùng trồng cao su chủ yếu ở Đông Nam Bộ (64%), kế đến là Tây Nguyên (24,5%) và Duyên hải miền Trung (10%). Trong đó, diện tích cây cao su ở vùng Tây Bắc mới đạt khoảng 10.200 ha (chiếm 1,5%).

***Bảng 1:*** **Diện tích và sản lượng cao su của Việt Nam giai đoạn 2005-2010**

| Chỉ tiêu | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Diện tích (1.000 ha) | 522,2 | 549,6 | 631,5 | 631,4 | 674,2 | 740,0 |
| 2. Sản lượng (1.000 tấn) | 555,4 | 605,8 | 660,0 | 659,6 | 723,7 | 754,5 |

*Nguồn: Thống kê của Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn*

Sản lượng cao su tự nhiên của Việt Nam cũng tăng mạnh do việc mở rộng diện tích trồng, cũng như dùng giống cây mới tăng năng suất cao. Năm 2005, sản lượng cao su của cả nước đạt 555.400 tấn, năm 2007 đạt 660.000 tấn, năm 2009 đạt 723.700 tấn, tăng 9,7% so với năm 2008, năm 2010 đạt 754.500 tấn. Sản lượng cao su bình quân tăng 13,8%/năm. Những năm gần đây, nhu cầu cao su tự nhiên trên thế giới ngày càng tăng, đã đẩy giá mủ

cao su lên cao. Trong khi các đơn vị cao su quốc doanh hầu như không còn đất để mở rộng diện tích trồng mới, thì người dân ở nhiều địa phương trong nước đã đổ xô trồng cao su với mức tăng bình quân 3%/năm và được dự báo sẽ tăng cao hơn trong những năm tới. Riêng tại khu vực Đông Nam Bộ, bình quân mỗi năm diện tích cao su tiểu điền tăng từ 13.000 ha đến 20.000 ha. Theo Tập đoàn công nghiệp cao su Việt Nam (VRG), diện tích trồng cao su của tập đoàn là 270.000 ha, chiếm 40% diện tích trồng cao su của cả nước, sản lượng xuất khẩu chiếm 85%. Tập đoàn đang triển khai phương án trồng cao su đa mục tiêu (vừa khai thác mủ, vừa khai thác gỗ), đồng thời mở rộng diện tích trồng cao su ở những vùng đất mới như Tây Bắc, Bắc Trung Bộ, Nam Trung Bộ và vùng biên giới Tây Nguyên. Bên cạnh đó, tập đoàn còn tiến hành tìm những giống cây trồng phù hợp với từng vùng và khai thác theo hình thức liên doanh hoặc cổ phần với người dân để phát triển cây trồng này. Một xu hướng nữa đang được tập đoàn hướng đến là mở rộng diện tích trồng cao su ở các tỉnh Bình Phước, Đồng Nai, Tây Ninh, Bà Rịa - Vũng Tàu, đồng thời hướng đầu tư ra nước ngoài do quỹ đất trong nước không còn. Những nước nằm trong chiến lược này gồm Lào, Campuchia, Myanmar và Nam Phi. Trong thời gian gần đây, Tập đoàn công nghiệp cao su Việt Nam (VRG) đang chú trọng công tác trồng mới cao su thay thế những vườn cây già cỗi, cũng như hình thành các vườn cây mới sử dụng giống tiên tiến, cho năng suất cao. Trước nhu cầu cao su thiên nhiên của thế giới còn tăng, giá cả thuận lợi và lợi ích nhiều mặt của cây cao su về kinh tế, xã hội, môi trường, cây cao su đã được quy hoạch tiếp tục phát triển đến 800.000 ha vào năm 2015 hoặc 2020.

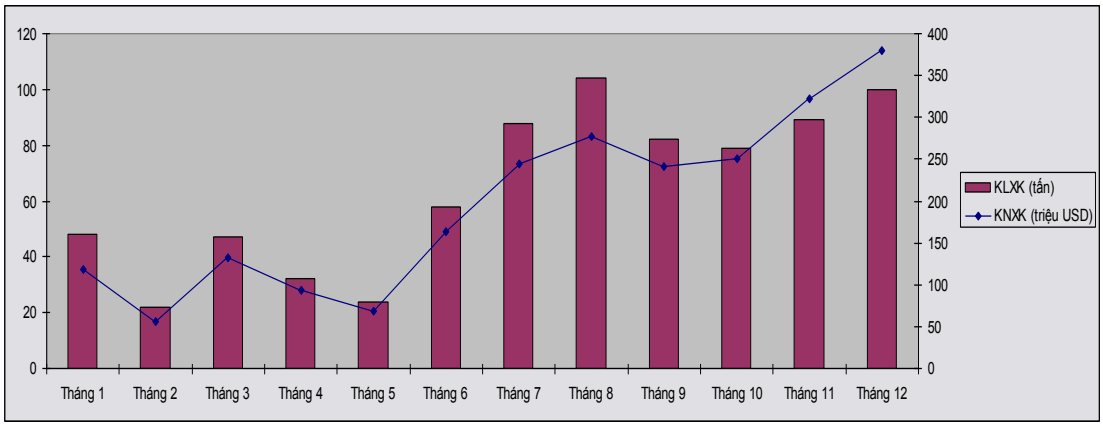
Theo phân tích của hiệp hội cao su Việt Nam, trồng cao su tốn ít chi phí nhưng cho lãi suất rất cao. Hiện cao su là cây trồng đứng thứ 2 về tỷ suất lợi nhuận, chỉ sau cây cà phê. Nhu cầu tiêu thụ cao su của thế giới tăng trong khi nguồn cung ở nhiều nước đang có chiều hướng giảm. Đây sẽ là cơ hội thúc đẩy sự phát triển của cao su Việt Nam.

**2. Tình hình xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam trong những năm qua**

Mức tăng trưởng xuất khẩu của cao su Việt Nam rất cao, giai đoạn 2005-2010 bình quân hơn 50%/năm. Nguyên nhân tăng trưởng mạnh chủ yếu do giá cao su tăng nhanh và giữ ở mức cao trong mấy năm gần đây. Lượng xuất khẩu tăng không nhiều, bình quân chỉ khoảng 12%/năm.

Năm 2010 là một năm thành công lớn của ngành cao su Việt Nam. Nhờ tăng sản lượng và nhờ giá cao, Việt Nam đã có mức kim ngạch và khối lượng xuất khẩu cao su thiên nhiên lớn nhất so với trước đây, đạt 2,388 tỷ đô la với lượng xuất khẩu là 782.200 tấn, giá bình quân là 3.053 USD/tấn (tăng 82% so với cùng kỳ năm trước), tăng 94,7% về trị giá và tăng 6,9% về lượng.

***Biểu 1*: Kim ngạch và khối lượng xuất khẩu cao su Việt Nam năm 2010**



*Nguồn: Thống kê của Tổng cục Hải quan, 2010*

Biểu trên cho thấy, trong năm 2010 khối lượng xuất khẩu cao su tháng 8 cao nhất, đạt mức 204 nghìn tấn, nhưng kim ngạch chỉ đạt 277 triệu USD, trong khi đó tháng 12 khối lượng xuất khẩu khoảng 100 nghìn tấn nhưng kim ngạch xuất khẩu đạt 380 triệu USD, cao hơn nhiều so với tháng 8. Nguyên nhân là do giá cao su thiên nhiên trên thế giới đã tăng liên tục từ tháng 8/2010 đến cuối tháng 12/2010 đạt mức đạt 4.456 USD/tấn, do nhu cầu tăng mạnh từ ngành sản xuất lốp xe sau khi nền kinh tế thế giới từng bước phục hồi, trong khi đó nguồn cung tăng chậm vì thời tiết xấu làm ảnh hưởng đến sản lượng cây cao su của nhiều nước và lụt lội trên diện rộng ở vùng cao su Thái Lan.

Hiện nay, Việt Nam có gần 10 chủng loại cao su xuất khẩu, nhưng cao su khối SVR 3L vẫn chiếm tỉ lệ cao nhất trong tổng sản lượng xuất khẩu. Đây cũng là chủng loại cao su xuất được giá cao nhất hiện nay so với các chủng loại khác. Hai chủng loại cao su đen SVR 10 và SVR 20 cũng đang được thị trường ưa chuộng.

***Bảng 2:*** **Sản phẩm cao su tự nhiên xuất khẩu theo chủng loại của Việt Nam**

| **Cao su định chuẩn kỹ thuật** | **Khối lượng (1.000 tấn)** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **2005** | **2006** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** |
| SVR 3L | 254,3 | 280,84 | 308,58 | 324,01 | 350,49 | 388,45 |
| SVR 10 | 92,65 | 111,14 | 116,38 | 122,20 | 124,64 | 128,15 |
| Loại khác | 60,47 | 17,44 | 33,59 | 35,27 | 45,97 | 43,24 |
| LATEX | 51,49 | 86,34 | 82,43 | 86,55 | 84,28 | 80,21 |
| CSRL | 35,34 | 15,33 | 17,86 | 18,75 | 19,13 | 14,2 |
| RSS 3 | 17,67 | 26,68 | 15,70 | 16,49 | 20,81 | 25,24 |
| SVR CV 60 | 16,09 | 30,16 | 27,58 | 28,96 | 29,54 | 27,2 |
| SVR 20 | 15,85 | 20,47 | 16,59 | 17,42 | 15,77 | 18,21 |
| SVR 5 | 5,93 | 9,14 | 11,09 | 11,64 | 11,88 | 25,45 |
| SVR CV 50 | 4,22 | 9,22 | 5,71 | 6,00 | 6,12 | 15,32 |
| Khác | 0 | 38,80 | 41,48 | 43,55 | 29,43 | 22,56 |
| **Tổng cộng** | **554,00** | **645,58** | **676,97** | **710,82** | **738,1** | **788,23** |

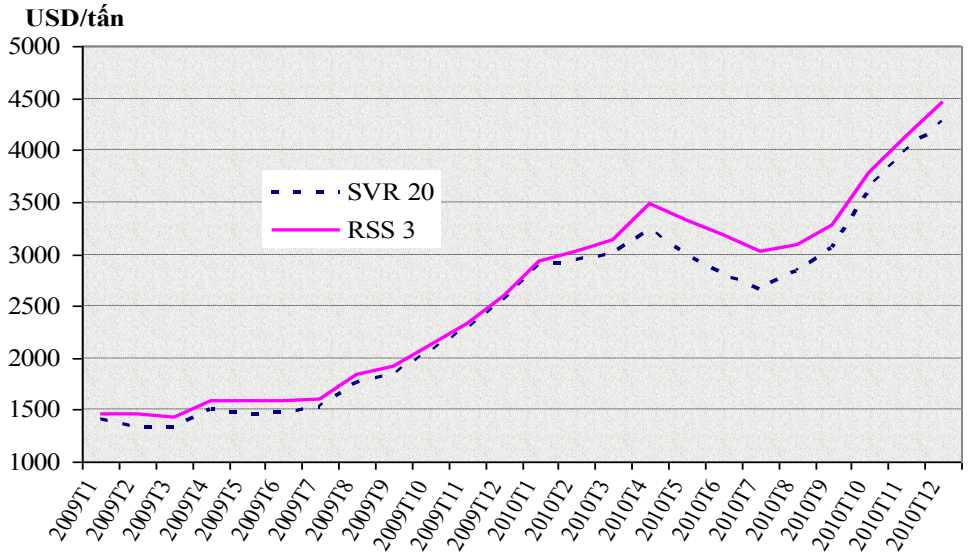
*Nguồn: Trung tâm công nghiệp thương mại - Bộ công Thương*

Theo bảng số liệu trên cho thấy, chủng loại cao su xuất khẩu nhiều nhất trong giai đoạn (2005-2010) là cao su khối SVR 3L chưa được xử lý, phần lớn đế sản xuất xăm lốp chất lượng thấp. Năm 2005, cao su SVR 3L chiếm 45,8% tổng khối lượng xuất khẩu cao su của Việt Nam. Trong năm 2007, cao su khối SVR 3L là chủng loại xuất khẩu chiếm tỉ trọng 42,78% tổng lượng cao su xuất khẩu của cả nước, đạt 308,58 ngàn tấn với trị giá trên 641 triệu USD/tấn, tăng 11,72% về lượng và tăng 18,83% về trị giá so với năm 2006. Năm 2010, xuất khẩu cao su khối SVR 3L chiếm 41,6% và đạt 388,45 ngàn tấn (tăng 18,8% về lượng so với năm 2009), tiếp đến là cao su SVR 10, đạt 128,15 ngàn tấn. Loại cao su này chủ yếu xuất sang Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc và Đức. Ngoài ra, lượng xuất khẩu một số loại cao su khác cũng tăng như CSR 10, CSRL, SVR 5. Trong khi đó, xuất khẩu mủ cao su Latex lại giảm về lượng so với năm 2009. Loại mủ cao su này chủ yếu xuất sang các thị trường Bỉ, Hàn Quốc, Mỹ và Trung Quốc. Cao su khối SVR CV 60 được xuất khẩu sang thị trường châu Âu, chủ yếu là Đức, Pháp, Phần Lan. Mặc dù nhu cầu đối với nhiều loại cao su tự nhiên, như SVR 10 và SVR 20 rất lớn, nhưng Việt Nam không thể tăng mạnh

khối lượng xuất khẩu các loại này vì nhiều lý do khác nhau. Dù gần đây giá cao su đã tăng, nhưng Việt Nam vẫn phải chịu giá xuất khẩu thấp so với các đối thủ cạnh tranh vì chất lượng cao su của Việt Nam còn thấp. Bên cạnh việc thiếu đa dạng hóa sản phẩm, cao su của Việt Nam hầu như không có thương hiệu "Việt Nam" trên thị trường. Đây cũng là câu hỏi lớn đặt ra cho các công ty xử lý cao su và xuất khẩu.

Giá cao su có sự biến động rất lớn và phụ thuộc nhiều vào giá dầu thô trên thế giới. Giá cao su tăng liên tục trong một số năm qua, nhưng đến năm 2008 do giá dầu thô sụt giảm và khủng hoảng tài chính toàn cầu, dẫn đến hệ quả trực tiếp là giá cao su năm 2008 đã sụt giảm mạnh. Tuy nhiên, trong năm 2009 và 2010 giá cao su liên tục tăng mạnh và đạt ở mức cao. Theo đánh giá dự báo từ nay đến hết năm 2011, giá cao su xuất khẩu sẽ dao động trong khoảng 5.000 USD/tấn.

***Biểu 2:* Giá cao su xuất khẩu trung bình theo tháng của Việt Nam năm 2009-2010**




*Nguồn: Hiệp hội cao su Việt Nam*

Giá cao su xuất khẩu chủng loại RSS3 tăng mạnh, bình quân tháng 1/2010, chỉ 2.910 USD/tấn, đến tháng 12/2010 đạt 4.456 USD/tấn, tăng 52% so với mức giá bình quân hồi tháng 1/2010. Giá cao su xuất khẩu loại SVR 20 bình quân tháng 12/2010 đạt 4.272 USD/tấn, tăng 48% so với mức giá xuất khẩu bình quân của tháng 1/2010. So với mức giá hồi tháng 1/2009, giá xuất khẩu cả hai chủng loại cao su RSS3 và cao su SVR 20 đều đã tăng trên 200%.

Việt Nam xuất khẩu cao su đến hơn 70 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới, đặc biệt là Trung Quốc, vẫn là nước nhập khẩu lớn nhất (hơn 50% tổng kim ngạch xuất khẩu), tiếp theo là Malaisia, Hàn Quốc, Đài Loan, Đức, Hoa Kỳ, Ấn Độ và Nhật Bản. Việt Nam có thể đa dạng hóa thị trường xuất khẩu sang các nước thành viên EU như Pháp và Cộng hòa Séc, Đông Âu, Trung Đông, Nam Mỹ và châu Phi.

***Bảng 3*: Các thị trường xuất khẩu chính cao su của Việt Nam 2009-2010**

| Thị | KNXK năm 2009 | KNXK năm 2010 | % so sánh |
|---|---|---|---|

| trường | | | | | (2010 với 2009) | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Trị giá** | **Lượng (nghìn tấn)** | **Trị giá (triệu USD)** | **Lượng (nghìn tấn)** | **Trị giá (triệu USD)** | **Lượng** | **Trị giá** |
| **Tổng KN** | **731,3** | **1.226** | **782,2** | **2.388** | **6,95** | **94,66** |
| Trung uốc | 510,2 | 856,0 | 464,3 | 1.420,0 | - 8,99 | 65,84 |
| Malaisia | 30,1 | 50,2 | 58,9 | 183,0 | 95,57 | 263,91 |
| Hàn Quốc | 28,3 | 40,8 | 34,7 | 97,8 | 22,39 | 139,53 |
| Đài Loan | 25,0 | 47,2 | 31,9 | 102,6 | 27,44 | 117,06 |
| Đức | 21,4 | 38,4 | 27,8 | 89,5 | 29,95 | 132,98 |
| Hoa Kỳ | 18,7 | 28,5 | 23,4 | 63,3 | 25,23 | 122,04 |
| Ấn Độ | 6,3 | 10,2 | 22,6 | 75,5 | 254,41 | 640,65 |
| Nga | 11,0 | 20,8 | 15,9 | 51,4 | 43,63 | 146,93 |
| Thổ Nhĩ ỳ | 8,6 | 14,2 | 11,6 | 34,3 | 35,20 | 141,74 |
| Nhật Bản | 8,7 | 15,9 | 10,1 | 34,3 | 15,98 | 116,11 |

*Nguồn: Trung tâm thông tin thương mại - Bộ Công thương*

Trong năm 2010, Trung Quốc là khách hàng lớn nhất chiếm đến 59,31% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và đạt 1.420 triệu USD. Mặt hàng xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc chủ yếu là mủ cao su khối SVR 3L chiếm đến 90%, được sử dụng để chế tạo xăm lốp ô tô. Sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc tạo nên rủi ro cao khi nhu cầu tiêu thụ giảm. Đặc biệt từ năm 2010, Mỹ thực hiện đánh thuế nhập khẩu 35% vào sản phẩm lốp ô tô Trung Quốc, sẽ tạo hiệu ứng lan truyền trong việc tiêu thụ sản phẩm cao su thiên nhiên của Việt Nam trong thời gian tới.

Với thị trường Malaysia, kim ngạch xuất khẩu từ thị trường này chiếm 6,34% tổng kim ngạch xuất khẩu. Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là SVR 10, SVR 3L, SVR 20. So với năm 2009, lượng xuất khẩu đã tăng 95,7%, trị giá tăng 263,91%.

Tiếp đến là thị trường Hàn Quốc, tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này đạt 97,8 triệu USD, chiếm 4,09%.

Giá cao su sang thị trường Nhật Bản và Nga cao hơn so với Trung Quốc, Malaysia…, nhưng do yêu cầu cao hơn về chất lượng và chủng loại sản phẩm nên sản lượng xuất khẩu sang các thị trường này còn khá thấp. Hiện tại, các sản phẩm cao su Việt Nam hầu như chưa đáp ứng được nhu cầu của các đối tác này.

Lâu nay xuất khẩu cao su phụ thuộc quá nhiều vào thị trường Trung Quốc cả về sản lượng xuất khẩu lẫn giá bán. Vì vậy trong thời gian tới, Việt Nam bắt buộc phải nâng cao chất lượng cao su theo tiêu chuẩn quốc tế nếu muốn đa dạng hóa thị trường và kiểm soát được giá bán cao su trên thị trường thế giới. Theo Hiệp hội cao su Việt Nam (VRA), hiện khoảng hơn 60% sản lượng cao su xuất khẩu của nước ta là sang thị trường Trung Quốc, do đó, khi Trung Quốc mua nhiều thì giá bán cao su lên cao và ngược lại. Do nhu cầu sử dụng cao su thiên nhiên của Trung Quốc rất lớn nên các nhà nhập khẩu nước này không

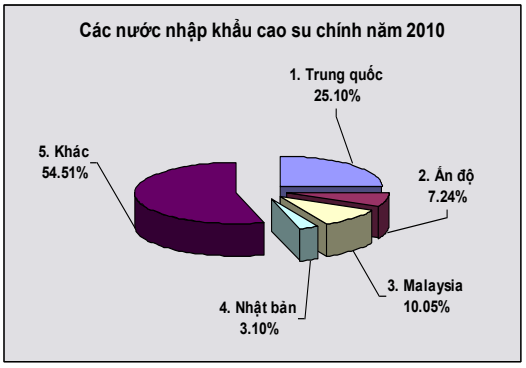
đòi hỏi cao về tiêu chuẩn chất lượng của mủ cao su. Đó là thuận lợi nhưng cũng là bất lợi cho xuất khẩu cao su của Việt Nam trong những năm tới. Vì nếu một lý do nào đó, phía Trung Quốc không mua cao su thì các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu cao su của ta sẽ không bán được cho những nước khác, vốn đòi hỏi khá cao những tiêu chuẩn về chất lượng của cao su. Do vậy, việc nâng cao chất lượng cao su thiên nhiên là điều cần thiết, vì trong tương lai các nước nhập khẩu cao su sẽ đưa ra những tiêu chí kỹ thuật bắt buộc từ các nước xuất khẩu cao su lớn như Việt Nam.

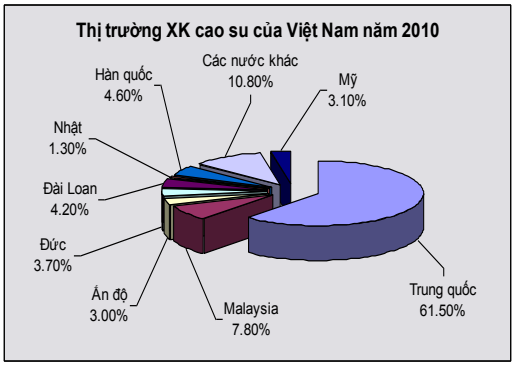
Ví dụ đầu năm 2011, Trung Quốc tăng cường mua cao su dự trữ trước khi vào mùa vụ thấp điểm sản lượng của cây cao su (tháng 3 và tháng 4), khiến giá cao su tăng rất nhanh trong tháng 2. Vào ngày 18/02/2011, giá cao su giao tháng 7/2011 đạt mức kỷ lục 535,7 Yên/kg tại TOCOM, 642 US cents/kg tại SICOM. Giá cao su tại Thái Lan cũng đạt mức cao nhất là 196,3 Baht/kg. Tuy nhiên, chính sách kiềm chế lạm phát của Trung Quốc ngay sau đó đã khiến giá cao su sụt giảm mạnh. Ngày 18/02/2011, chỉ 10 ngày sau khi tăng lãi suất, Ngân hàng Trung ương Trung Quốc công bố nâng tỷ lệ dự trữ bắt buộc của các ngân hàng thêm 0,5% áp dụng từ 24/02/2010. Biện pháp kiềm chế lạm pháp này của Trung Quốc, nước tiêu thụ cao su lớn nhất thế giới, đã làm giảm nhu cầu về hàng hóa, trong đó có cao su và ngay lập tức gây tác động giảm giá cao su trên toàn thế giới.

Không chỉ vậy, cú sốc giảm cầu đột ngột để hạ giá bằng cách sử dụng biện pháp hạn chế số doanh nghiệp nhập khẩu theo hệ tiểu ngạch qua các cửa khẩu cũng tác động không nhỏ đến giá cao su, trong đó có cao su xuất khẩu của Việt Nam. Giá cao su RSS3 giao tháng 7/2011 tại SICOM vào thời điểm 9/3/2011 chỉ còn 520 US cents/kg, tức đã giảm 19% so với mức đỉnh ngày 18/02/2011.

Ngoài ra, động đất xảy ra tại Nhật Bản cũng ảnh hưởng tới yếu tố tâm lý trên thị trường cao su bởi các nhà chế tạo ô tô Nhật Bản đã phải tạm dừng sản xuất. Tuy nhiên, theo nhận định của Hiệp hội cao su thiên nhiên thế giới, nếu như sự hồi phục sản xuất của các nhà máy tại Nhật Bản có thể sớm trở lại và nhờ có sự hậu thuẫn từ thị trường dầu mỏ, đặc biệt là nguồn cung sẽ rất hạn hẹp trong khoảng từ tháng 2 đến hết tháng 5, giá cao su sẽ được đẩy tăng trở lại, dù khó có thể đạt được những mức kỷ lục như trong giai đoạn vừa qua.

***Biểu 3:*** **Kim ngạch xuất khẩu cao su năm 2010 theo thị trường**



*Nguồn: Trung tâm thông tin thương mại - Bộ Công thương*

Theo số liệu thống kê của các nước sản xuất cao su lớn trên thế giới, trong năm 2010, Nhật Bản chỉ nhập khẩu 3,1% lượng cao su trên thế giới, trong đó nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 1,3% kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam. Do vậy, việc sụt giảm nhu cầu tiêu thụ cao su tại Nhật Bản do thảm họa sóng thần không thể là tác động chính yếu nhất gây nên tình trạng giá cao su giảm trong thời gian qua và cũng khó có tác động lâu dài tới ngành cao su của thế giới cũng như Việt Nam.

## 3. Một số giải pháp và kiến nghị

### *3.1. Một số giải pháp*

Để phát triển bền vững ngành cao su Việt Nam trong tương lai, một hệ thống các giải pháp đồng bộ cần thiết nên được thực hiện, cụ thể một số giải pháp chủ yếu:

+ **Đối với sản xuất**: Diện tích cao su tiểu điền có xu hướng tăng, nhưng hầu hết các vườn cao su tiểu điền có năng suất thấp (do sử dụng giống cũ, kỹ thuật chăm sóc, khai thác và quản lý còn hạn chế). Do đó, công tác khuyến nông, chuyển giao khoa học, kỹ thuật rất cần thiết cho các hộ trồng cao su, nhất là công tác giống (nhanh chóng đổi mới giống). Từ năm 1996, công tác khuyến nông cây cao su nông hộ đã được đưa vào chương trình khuyến nông quốc gia. Chương trình nhằm hỗ trợ việc pháp triển cao su tiểu điền, đặc biệt là tại các vùng chưa có truyền thống trồng cao su, vùng sâu vùng xa, vùng đồng bào dân tộc. Chương trình này kết thúc vào năm 2005 và đã mang lại hiệu quả thiết thực. Tuy nhiên, chương trình nên được tiếp tục vì trong ba năm trở lại đây, diện tích cao su tiểu điền tăng mạnh và tập trung ở miền núi.

Mặc dù rừng cao su cả nước cho sản lượng đáng kể, nhưng hàng năm Việt Nam vẫn phải nhập khẩu cao su thiên nhiên nguyên liệu cho chế biến sản phẩm công nghiệp. Với số lượng xuất khẩu là 782.200 tấn/năm, Việt Nam phải nhập khẩu 127.100 tấn cao su thiên nhiên từ các nước khác, trong đó cao su nhập khẩu một phần để tái xuất (khoảng 60%) và một phần để tiêu thụ trong nước (khoảng 40%). Để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm và giá trị kinh tế từ cây cao su, song song với việc mở rộng diện tích trồng cao su thêm 60.000 ha tại khu vực Tây Bắc, Đông Bắc, nâng diện tích trồng cao su của cả nước lên thành 800.000 ha, các nhà khoa học cũng đưa ra những giải pháp phát triển cây cao su một cách hiệu quả để có thể cho sản lượng 1,1 triệu tấn (2015) và 1,2 - 1,4 triệu tấn năm 2020. Trước hết, muốn cây cao su thu được năng suất cao, các nông hộ đại điền và tiểu điền cần chú ý đến cơ cấu giống cho năng suất cao, thời gian cho thu hoạch ngắn lại để người trồng thu hồi vốn sớm. Với những vườn cao su còn trồng giống cũ thì cần quy hoạch thay đổi sang trồng giống mới để nâng cao hiệu quả của cây, không gây ảnh hưởng đến năng suất chung. Ngoài ra, nông dân trồng cao su cũng cần chú trọng đến quá trình chăm sóc và thu hoạch mủ để cây cao su cho mủ lâu dài, đạt chất lượng. Trước hết nông dân chủ rừng cao su phải khai thác lúc cây vừa đủ tuổi, tránh tình trạng tham giá thị trường mà cạo mủ sớm, vì nếu bắt đầu mở cạo khi cây chưa đủ tuổi, sinh trưởng của cây sẽ bị chậm lại.

Để các nhà máy chế biến cao su hoạt động hiệu quả hơn thì phải đảm bảo vùng nguyên liệu cho nhà máy; các nhà máy cần hoàn thiện hệ thống quản lý chất lượng cao

su thiên nhiên sơ chế, các lô hàng được sản xuất phải đính kèm giấy chứng nhận kiểm phẩm; sản xuất chủng loại theo nhu cầu của thị trường như TSR 20 (53,7%), cao su cô đặc (16,3%), cao su tờ xông khói (11,3%), giảm SVR 3L và tăng cường các chủng loại SVR 10, SVR 20, cao su ly tâm và mủ tờ xông khói…; chuyển đổi cơ cấu chủng loại cao su thiên nhiên; tăng xuất khẩu chính ngạch giúp việc xuất khẩu cao su thiên nhiên của Việt Nam giảm rủi ro và chủ động hơn; hỗ trợ xúc tiến thương mại để mở rộng thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu; thành lập Quỹ bình ổn giá cao su để hỗ trợ cho người sản xuất khi thị trường bất lợi, hướng đến xây dựng thương hiệu cho cao su Việt Nam.

Bên cạnh việc theo dõi những biến động về giá cả cao su trên thị trường, một trong những nguyên nhân do tình hình kinh tế thế giới và giá cả hàng hóa liên quan (như dầu thô), cũng cần xem xét đến tình hình cung - cầu cao su trên thế giới. Cao su là cây dài ngày, trung bình sau 7 năm mới cho thu hoạch, do vậy giá cả cao su hôm nay có thể ảnh hưởng đến lượng cung của 10 - 20 năm sau. Điều đó cho thấy công tác dự báo cần phải được đặc biệt chú ý. Hiện nay, công tác dự báo cung - cầu các nông sản Việt Nam còn nhiều bất cập. Cần phải áp dụng mô hình dự báo mới trên thế giới cho các mặt hàng nông sản tại Việt Nam nói chung và cao su nói riêng.

Giảm bớt những rủi ro có thể xảy ra đối với nông dân trồng cao su, đa dạng hóa cây trồng và đa dạng hóa thu nhập của hộ là một trong những hướng cần thiết và hiệu quả. Các địa phương có diện tích trồng cây cao su tiểu điền nhiều cần có chính sách hướng dẫn phù hợp để giúp nông dân giảm bớt rủi ro có thể xảy ra.

+ **Đối với xuất khẩu**: Hiện nay, Trung Quốc là nước nhập khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam, nhưng thị trường xuất khẩu tiểu ngạch (qua biên mậu) vẫn chiếm tỷ trọng lớn. Tương lai cần định hướng chuyển sang buôn bán cao su chính ngạch để giảm bớt rủi ro trong thanh toán của thị trường biên mậu. Để thực hiện được định hướng này, cần tự do hóa, mở rộng quyền kinh doanh cho các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cao su, tận dụng khả năng thích ứng nhanh, cạnh tranh năng động của các doanh nghiệp này. Ngoài ra, đa dạng hóa sản phẩm để xuất khẩu, tự do hóa, đa dạng hóa các thành phần tham gia xuất khẩu cũng là những hướng nên triển khai.

Hiện nay, xuất khẩu cao su Việt Nam mới chỉ dưới dạng sản phẩm thô (mới qua sơ chế là chủ yếu). Do vậy, các doanh nghiệp sản xuất cao su cần chú ý hoàn thiện hệ thống chế biến mủ cao su, phát triển các xưởng sản xuất. Trong tương lai gần, cần chú ý hoàn thiện hệ thống chế biến mủ cao su, phát triển các xưởng sản xuất nhỏ với các loại sản phẩm phù hợp, nâng cao chất lượng chế biến. Trong dài hạn, cần suy nghĩ và phát triển công nghiệp chế biến sản phẩm cao su, nhất là đổi mới công nghệ. Ngành công nghiệp này đòi hỏi phải có vốn lớn, cho nên cần phải thu hút sự đầu tư của nước ngoài để tiếp cận với công nghệ hiện đại, kỹ thuật quản lý tiến tiến, sản phẩm sản xuất ra có đủ sức cạnh tranh trên thị trường thế giới.

Cao su là cây công nghiệp chủ lực, một trong mười mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của nước ta hiện nay. Vì vậy trong giai đoạn tới khi nước ta phấn đấu trở thành nước công nghiệp, thì ngành cao su cũng cần phải phát triển xứng tầm trở thành ngành công nghiệp

mũi nhọn. Yêu cầu đó đặt ra trong điều kiện nền kinh tế thị trường phát triển, cạnh tranh hết sức gay gắt, hội nhập khu vực và thế giới ngày càng mở rộng, làm nảy sinh nhiều khó khăn và thách thức, đòi hỏi phải khắc phục những khuyết tật của kinh tế quốc doanh nói chung và kinh tế hộ, tiểu nông nói riêng (với sản xuất mủ cao su). Khi nền kinh tế Việt Nam hội nhập càng sâu vào nền kinh tế thế giới, thì những tác động từ biến động của thị trường thế giới đến kinh tế chúng ta sẽ ngày càng sâu sắc. Ngành cao su Việt Nam cũng sẽ nằm trong hoàn cảnh này, nhất là 80% sản phẩm cao su dùng để xuất khẩu nên tác động từ bên ngoài đối với ngành cao su sẽ rõ ràng hơn những ngành khác.

### *3.2. Kiến nghị*

Nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành cao su là hướng phấn đấu cả hiện tại và tương lai. Muốn đạt được điều này thì **Chính phủ và Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn** cần:

• Hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến ngành cao su; Ổn định tổ chức của Tập đoàn công nghiệp cao su Việt Nam;

• Xây dựng chính sách thúc đẩy đầu tư các ngành công nghệ mũi nhọn sử dụng sản phẩm cao su;

• Khuyến khích các thành phần tham gia đầu tư bằng cách xã hội hóa lĩnh vực trồng cao su, huy động nhiều nguồn vốn từ các thành phần kinh tế; khuyến khích các doanh nghiệp nước ngoài tham gia vào lĩnh vực trồng, khai thác và chế biến mủ cao su;

• Đầu tư vào công tác dự báo cung cầu cao su trong nước.

**+ Với các địa phương:**

Cần có các chính sách phù hợp khuyến khích các doanh nghiệp trong và ngoài địa phương đầu tư công nghệ, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm cao su; khuyến cáo các đơn vị sản xuất, trồng cao su, nhất là các nông hộ nhỏ trồng cao su dạng tiểu điền không phát triển tự phát (trồng) cây cao su mà nên theo qui hoạch vùng sản xuất của địa phương.

**+ Với Tập đoàn công nghiệp cao su Việt Nam:**

• Cần đa dạng hóa thị trường xuất khẩu cao su, tránh dồn quá nhiều vào một thị trường (Trung Quốc) như hiện nay;

• Hạ giá thành sản phẩm bằng cải tiến, thay đổi công nghệ, khuyến cáo nông hộ nhanh chóng thay giống cây mới.

**+ Với các doanh nghiệp và hộ nông dân:**

• Cần đa dạng hóa hoạt động nhằm hạn chế rủi ro có thể xảy ra khi giá cao su xuống thấp;

• Không nên trồng/phát triển tự phát và quá nhanh diện tích cao su, cần thực hiện theo qui hoạch của địa phương.

### *Tài liệu tham khảo*

1. Lê Thị Kim Anh (2008), "Những giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm mủ cao su tại Công ty cao su Đắc Lắc trong hội nhập kinh tế".

2. Báo cáo hàng tháng của Hiệp hội các nước sản xuất cao su tự nhiên ANRPC.
3. Báo cáo chuyên đề của Hiệp hội cao su Việt Nam (VRA).
4. Báo cáo hàng tháng của Ủy ban cao su Ấn Độ.
5. Báo cáo ngành hàng cao su năm 2007, 2008, 2009, Tập đoàn cao su Việt Nam, Hà Nội.

# CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM

*Ths. Lê Huy Khôi*
**Viện Nghiên cứu Thương mại**

Cà phê không chỉ là ngành đóng góp lớn cho kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam mà còn mang lại rất nhiều lợi ích cho bà con nông dân, đặc biệt cho người dân miền núi, vùng dân tộc thiểu số, đồng thời góp phần tích cực trong thắng lợi của công cuộc xóa đói, giảm nghèo của Đảng và Nhà nước. Tuy nhiên, sự phát triển của ngành cà phê Việt Nam trong thời gian qua còn chứa đựng những yếu tố kém bền vững như: chúng ta mới chủ yếu là xuất khẩu cà phê nhân, cà phê chế biến và thương hiệu còn thấp; bản thân giá trị của cà phê nhân xuất khẩu cũng rất thấp, không chú trọng đến chất lượng và tính lâu dài của sản phẩm; tỉ lệ tiêu dùng cà phê ở trong nước vẫn ở mức thấp. Do vậy, giá trị giá tăng của cà phê Việt Nam hiện nay còn rất thấp, chủ yếu được tạo ra trong những khâu mà giá trị gia tăng rất thấp như: sản xuất và xuất khẩu cà phê nhân, còn những khâu nghiên cứu - triển khai, xuất khẩu cà phê tinh chế, phân phối và xây dựng thương hiệu - là những khâu tạo ra giá trị gia tăng cao thì chúng ta lại chưa khai thác được. Vì vậy, để phát triển ngành cà phê Việt Nam một cách bền vững và khai thác được triệt để giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê, đòi hỏi chúng ta phải phân tích, đánh giá được thực trạng giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê Việt Nam trong từng khâu của chuỗi giá trị mặt hàng cà phê, đánh giá được những mặt được, chưa được để từ đó có những giải pháp phù hợp.

## 1. Thực trạng giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê Việt Nam

Để có thể đánh giá được giá trị gia tăng hiện nay của mặt hàng cà phê Việt Nam, chúng ta hãy bắt đầu bằng việc phân tích chuỗi giá trị mặt hàng cà phê. Chuỗi giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê được cấu thành bởi các khâu trong chuỗi là: Nghiên cứu, triển khai; sản xuất và thu gom; chế biến và xuất khẩu; phân phối và phát triển thương hiệu. Giá trị gia tăng trong mỗi khâu trong chuỗi là khác nhau, thực tế giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê được tạo ra trong các khâu của chuỗi như sau: (1) Giá trị gia tăng thấp nằm trong khâu trồng trọt, thu hoạch; (2) Giá trị gia tăng trung bình nằm trong khâu thu gom, chế biến cà phê nhân, xuất khẩu/nhập khẩu cà phê nhân; (3) Giá trị gia tăng cao nằm trong khâu nghiên cứu, triển khai, rang, xay, phân phối và phát triển thương hiệu.

### *1.1. Trong khâu nghiên cứu, triển khai*

Đây có thể nói là khâu tạo ra giá trị gia tăng cao. Tuy nhiên, nghiên cứu, triển khai là khâu khá yếu kém của ngành cà phê Việt Nam. Hiện nay, chúng ta đang phát triển chủ yếu hai giống cà phê là Arabica và Robusta.

Đối với giống cà phê Robusta, cho tới nay hầu hết các diện tích cà phê đều được trồng bằng hạt do dân tự sản xuất, lai tạo và không qua chọn lọc. Gần đây, Việt Nam

mới có được một bộ giống tương đối hoàn chỉnh, đó là các dòng vô tính TR4, TR5, TR6, TR7, TR8 đã được công nhận chính thức và các dòng TR9, TR11, TR12, TR13 được công nhận tạm thời do Viện Khoa học kỹ thuật nông, lâm, nghiệp Tây Nguyên chọn lọc. Các dòng vô tính này có tiềm năng năng suất rất cao, từ 4 - 6 tấn/ha, hạt loại R1 trên 80%, kháng cao với bệnh gỉ sắt, chín rất tập trung, thuận lợi cho việc thu hái, chế biến và thích ứng tốt với các tỉnh trồng cà phê ở Tây Nguyên.

Đối với giống cà phê Arabica, hiện nay người dân vẫn trồng chủ yếu từ giống Catimor. Giống này do Viện Khoa học kỹ thuật nông, lâm, nghiệp chọn lọc và phổ biến sản xuất từ năm 1990. Do có tiềm năng cho năng suất rất cao, kháng được bệnh gỉ sắt, hạn chế được sâu đục thân và đặc biệt là thích ứng tốt với tất cả các vùng sinh thái từ cao độ 1.000 - 1.500 m so với mặt biển nên vẫn được người sản xuất ưa chuộng. Tuy nhiên, giống này còn hạn chế ở chỗ kích thước hạt bé, chất lượng sản phẩm chưa cao. Trong những năm gần đây, Viện đã lai tạo, chọn lọc được các giống TN1, TN2, TN3 cho năng suất tương đương với giống Catimor, kháng được bệnh gỉ sắt, kích thước hạt lớn và chất lượng sản phẩm được cải thiện. Tuy nhiên vì là giống lai F1 nên việc triển khai trong sản xuất còn rất hạn chế do chi phí nhân giống bằng công nghệ ghép và nuôi cấy mô còn khá cao. Riêng dòng thuần TH1 mặc dù kháng được bệnh gỉ sắt, hạt to, chất lượng sản phẩm cao phù hợp với nhu cầu sản xuất cà phê chè chất lượng cao, nhưng năng suất thấp, dưới 2 tấn nhân/ha và chỉ thích ứng với những nơi có độ cao từ 800 m trở lên.

### *1.2. Trong khâu sản xuất và thu gom*

*- Đối với công đoạn sản xuất:*

Đến năm 2009, cả nước có 538.497 héc ta cà phê, trong đó diện tích cà phê ở các tỉnh phía Nam, chủ yếu ở Tây Nguyên và Đông Nam Bộ, đạt 501.100 héc ta, chiếm tỷ lệ 96,3%. Hơn 90% diện tích cà phê của Việt Nam là cà phê vối (Robusta), còn lại là cà phê chè (Arabica). Năng suất bình quân cà phê Việt Nam vào loại cao nhất thế giới, khoảng 1,7 tấn/ha, thường cao hơn khoảng 0,7 tấn/ha so với các nước trồng cà phê trên thế giới. Sản lượng bình quân hiện nay đạt khoảng 800.000 - 1.000.000 tấn (nhân), chiếm khoảng 14% tổng lượng cà phê toàn thế giới.

***Bảng 1*: Tình hình sản xuất cà phê của Việt Nam**

| Năm | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Diện tích (ha) | 503.241 | 491.400 | 488.700 | 506.000 | 520.000 | 538.497 |
| Năng suất (tạ/ha) | 16,6 | 15,6 | 20,2 | 18,9 | 18,5 | 20,9 |
| Sản lượng (1.000 tấn) | 834,6 | 767,7 | 985,3 | 961,3 | 961,3 | 1.057,5 |

*Nguồn: Hiệp hội cà phê, ca cao Việt Nam (VICOFA)*

Đối với cà phê Robusta, Việt Nam chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng lượng cà phê Robusta của thế giới, năm 2004 chiếm 35,5% và tăng lên 39,6% năm 2008.

Thực tế nghiên cứu cho thấy, tổng đầu tư qua các năm khoảng 43 triệu đồng/ha, nhưng năng suất cà phê năm 2008 cao hơn năm 2007 là 500 kg nhân/ha và hơn năm 2006 là 800 kg nhân/ha, với giá cà phê nhân được tính là 25.000 đồng/kg, thì mức lãi ròng/ha của năm 2006 chỉ là 24.320.000 đồng, năm 2007 là 32.090.000 đồng và năm 2008 là 43.680.000 đồng. Nếu cộng cả tiền thưởng 200 đồng/kg cà phê nhân do áp dụng tiêu chuẩn 4C vào quản lý sản xuất cà phê thì mức lãi ròng của 1 ha cà phê trong năm 2007 là 32.690.000 đồng, năm 2008 là 44.280.000 đồng.

***Bảng 2:*** **Hiệu quả kinh tế trung bình của 1 ha cà phê**

| Năm | Chi phí đầu tư (1.000 đồng) | Năng suất (kg/ha) | Tổng thu (1.000 đồng) | Lãi ròng (1.000 đồng) | Nước | P.bón Khác | Tổng |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2006 | 5.320 | 17.860 | 20.000 | 43.180 | 2.700 | 67.500 | 24.320 |
| 2007 | 4.570 | 18.340 | 20.000 | 42.910 | 3.000 | 75.000 | 32.090 |
| 2008 | 3.955 | 19.865 | 20.000 | 43.820 | 3.500 | 87.500 | 43.680 |

*Ghi chú:* Giá nước tưới, phân bón, công lao động và vật tư khác đều tính giống nhau qua các năm; Giá cà phê nhân là 25.000 đ/kg.

*- Đối với công đoạn thu mua sản phẩm:*

Trước đây, các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê trong nước hầu như chiếm độc quyền trong việc thu mua cà phê trực tiếp từ các hộ gia đình và các doanh nghiệp sản xuất cà phê để xuất khẩu, do vậy mà các doanh nghiệp này chưa thực sự quan tâm đến người sản xuất, mối liên kết giữa người sản xuất với các doanh nghiệp hầu như không tồn tại. Do không có mối liên kết nên một khi giá cà phê lên cao, các doanh nghiệp thường gặp khó khăn là khó có thể thu mua được số lượng lớn trong một thời gian ngắn để xuất khẩu. Hơn nữa, do nguồn tài chính có hạn, phần lớn phải vay ngân hàng nên dễ gặp phải rủi ro khi đến hạn giao hàng mà vẫn chưa thu mua đủ số lượng. Ngược lại, khi giá cà phê xuống thấp thì người sản xuất lại gặp rất nhiều khó khăn do chưa bán được sản phẩm, trong khi đó lại phải cần vốn để đầu tư chăm sóc vườn cây, phải đi vay ngân hàng làm tăng thêm chi phí sản xuất.

Năm 2007, tất cả các tác nhân tham gia chuỗi giá trị ngành cà phê được công nhận là thành viên của đơn vị 4C, tất cả các tác nhân trong chuỗi đều phải thực hiện/áp dụng đúng tiêu chuẩn của bộ qui tắc chung cho cộng đồng cà phê (4C) vào thực tế sản xuất và thu mua cà phê, để có thể được hưởng lợi từ mức thưởng của khách hàng tiêu thụ cà phê theo tiêu chuẩn 4C này. Do đó, đại lý thu mua cà phê được hưởng lợi từ hoạt động này.

Phân tích kinh doanh cà phê nhân của đại lý thu mua cho thấy: mức lãi ròng trên 1.000 kg cà phê nhân là không có chênh lệch giá so với trước đây (50.000 đ), nhưng do cà phê nhân trong chuỗi có chất lượng tốt hơn và đúng tiêu chuẩn 4C nên sau khi sơ chế, bán được với giá cao hơn và có thêm 100.000 đồng gia tăng/tấn cà phê nhân. Mặt khác, là thành viên của đơn vị 4C nên đại lý này cũng được hưởng lợi thêm 150.000 đồng. Như vậy đại lý thu

mua đã có thêm giá trị gia tăng là 300.000 đồng/tấn cà phê nhân. Nếu tách riêng quá trình thu mua thành 2 công đoạn riêng biệt: (1) Đại lý mua tại cấp xã và (2) Đại lý thu mua tại huyện thì các đại lý này hưởng lợi là 150.000 đồng/tấn cà phê nhân.

***1.3. Trong khâu chế biến và xuất khẩu***

*- Trong chế biến:*

Mặc dù công nghiệp chế biến cà phê của Việt Nam không bằng được với một số nước sản xuất và xuất khẩu cà phê lớn trên thế giới, tuy nhiên cùng với sự phát triển của ngành cà phê, công nghệ và phương pháp chế biến cà phê nhân đã được đầu tư nâng cấp, đổi mới với các máy móc thiết bị mới của Anh, Mỹ, Brasin, Nhật Bản nên chất lượng sản phẩm được nâng cao dần so với trước đây. Hiện cả nước có 97 nhà máy chế biến cà phê, công suất chế biến từ 5.000 đến 60.000 tấn/năm, đáp ứng yêu cầu chế biến 600.000 - 800.000 tấn nhân/năm; 17 cơ sở, trong đó có một số nhà máy quy mô công nghiệp (như Vinacafe Biên Hòa, Nestle, Thái Hòa, Olam Việt Nam, Trung Nguyên, Nescafe...) chế biến cà phê bột, cà phê hòa tan với tổng công suất 10.500 tấn và hơn 10.000 cơ sở rang xay nhỏ.

Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp nước ngoài đã từng bước trực tiếp tham gia thu mua sản phẩm cà phê từ các hộ nông dân và các doanh nghiệp sản xuất cà phê trong nước. Bằng cách thông qua các tổ chức cấp chứng chỉ về chất lượng sản phẩm như UTZ Certified, Rein Fruit Alliance, Organic Coffee, 4C... để thiết lập mối liên kết trực tiếp với người sản xuất. Do được hỗ trợ về mặt kỹ thuật, được đảm bảo cam kết với giá mua cao hơn, người nông dân dễ sẵn sàng chấp thuận tham gia vào các tổ chức này và từ đó các doanh nghiệp nước ngoài sẽ kiểm soát được sản lượng, chất lượng cà phê cũng như chi phí sản xuất thực tế của từng vùng. Với nguồn tài chính dồi dào, các doanh nghiệp nước ngoài đang dần trở thành người quyết định giá mua cà phê của người nông dân. Điều này đang ngày một góp phần quan trọng vào việc nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê của Việt Nam trong khâu chế biến này.

*- Trong xuất khẩu:*

Cà phê Việt Nam chủ yếu dành cho xuất khẩu (trên 90% tổng sản lượng cà phê sản xuất ra hàng năm). Cà phê là một trong những nông sản xuất khẩu có quy mô kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Năm 2007, kim ngạch xuất khẩu cà phê đạt 1.911 triệu USD, năm 2009 đạt 1.850 triệu USD. Về cơ bản, giá trị gia tăng của cà phê Việt Nam hiện nay vẫn chủ yếu được tạo ra nhờ xuất khẩu. Tuy nhiên, hiện chúng ta chủ yếu xuất khẩu cà phê ở dạng thô nên mặc dù kim ngạch xuất khẩu cà phê khá lớn nhưng giá trị gia tăng vẫn còn thấp.

+ Về thị trường xuất khẩu: Cà phê Việt Nam đã xuất khẩu đến 75 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó các nước thành viên EU và Hoa Kỳ vẫn là các thị trường trọng điểm. Bên cạnh các nước nhập khẩu/tiêu thụ, một số nước sản xuất cà phê khác cũng nhập khẩu một

số lượng lớn cà phê Robusta của Việt Nam để chế biến cà phê hòa tan, do cà phê Việt Nam có giá thành cạnh tranh hơn, trong đó phải kể đến Thái Lan, Indonesia và Ấn Độ.

***Bảng 3:*** **Giá trị xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang 10 thị trường nhập khẩu chủ yếu**

*Đơn vị: 1.000 USD*

| Năm | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ***Tổng*** | ***477,332*** | ***410,237*** | ***572,299*** | ***705,028*** | ***916,660*** | ***1,336,110*** | ***1,993,971*** | ***2,271,855*** | ***1,711,578*** | ***1,568,298*** |
| Hoa Kỳ | 92,142 | 63,045 | 86,848 | 130,062 | 171,630 | 220,639 | 325,742 | 308,201 | 277,168 | 387,703 |
| Đức | 67,267 | 56,912 | 88,979 | 134,983 | 141,859 | 245,537 | 402,910 | 376,398 | 295,344 | 321,761 |
| Tây Ban Nha | 35,620 | 28,921 | 45,037 | 60,354 | 82,977 | 124,853 | 180,622 | 208,927 | 159,716 | 148,866 |
| Italia | 31,708 | 28,895 | 39,181 | 43,373 | 55,037 | 86,911 | 141,462 | 176,502 | 153,235 | 145,408 |
| Nhật Bản | 15,982 | 15,952 | 16,449 | 20,194 | 26,431 | 40,327 | 76,884 | 125,241 | 98,485 | 90,324 |
| Bỉ | 8,712 | 12,041 | 15,118 | 15,734 | 17,163 | 42,501 | 40,061 | 154,253 | 83,239 | 86,258 |
| Hàn Quốc | 14,062 | 13,533 | 23,611 | 23,996 | 29,367 | 48,138 | 63,172 | 100,703 | 55,974 | 51,143 |
| Anh | 18,849 | 9,008 | 19,560 | 30,506 | 23,365 | 39,245 | 50,448 | 54,688 | 51,263 | 46,657 |
| Pháp | 35,452 | 30,306 | 44,083 | 31,922 | 30,518 | 47,373 | 84,928 | 71,229 | 70,371 | 46,339 |
| Trung Quốc | 4,179 | 4,544 | 7,716 | 7,909 | 7,317 | 17,989 | 24,228 | 32,643 | 27,511 | 36,121 |
| Tổng 10 nước | 323,973 | 263,157 | 386,582 | 499,033 | 585,664 | 913,513 | 1,390,457 | 1,608,785 | 1,272,306 | 1,360,580 |
| *Tỷ trọng* | *67.87* | *64.15* | *67.55* | *70.78* | *63.89* | *68.37* | *69.73* | *70.81* | *74.34* | *86.76* |
| Nước khác | 153,359 | 147,080 | 185,717 | 205,995 | 330,996 | 422,597 | 603,514 | 663,070 | 439,272 | 207,718 |
| *Tỷ trọng* | *32.13* | *35.85* | *32.45* | *29.22* | *36.11* | *31.63* | *30.27* | *29.19* | *25.66* | *13.24* |

*Nguồn: Số liệu của ITC, năm 2010*

Giá trị xuất khẩu cà phê theo chủng loại cà phê của Việt Nam chủ yếu là cà phê chưa rang, chưa khử caffein (Mã 090111). Giá trị xuất khẩu nhóm sản phẩm này đã tăng từ 388,04 triệu USD năm 2001 lên 730,26 triệu USD năm 2005 và đạt tới 2.108,15 triệu USD năm 2008, sau đó do ảnh hưởng của việc giá cà phê xuất khẩu trên thị trường thế giới giảm nên giá trị xuất khẩu của nhóm hàng này chỉ đạt 1.689,6 triệu USD năm 2009.

+ Về doanh nghiệp tham gia xuất khẩu: Theo Hiệp hội cà phê Việt Nam (Vicofa), cả nước hiện có hơn 140 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cà phê. Tuy nhiên, sản lượng cà phê nhân xuất khẩu của Việt Nam hiện nay đa phần thuộc các doanh nghiệp hội viên của Vicofa. Trong niên vụ 2007-2008, 60 doanh nghiệp hội viên của Vicofa xuất khẩu 578.878 tấn với kim ngạch 1,13 tỷ USD, chiếm 61% kim ngạch xuất khẩu cà phê cả nước và chỉ riêng 4 doanh nghiệp dẫn đầu đã chiếm tới 38% kim ngạch.

Dẫn đầu về thương hiệu cà phê xuất khẩu trong vòng 10 năm trở lại đây là Tổng công ty cà phê Việt Nam (Vinacafe), một doanh nghiệp Nhà nước, nhưng thực ra sản lượng xuất khẩu chủ yếu của doanh nghiệp này lại thuộc về một doanh nghiệp thành viên là Công ty cổ phần đầu tư xuất nhập khẩu Tây Nguyên (thương hiệu Vinacafe Buôn Mê Thuột). Hàng năm, xuất khẩu của Vinacafe Buôn Mê Thuột chiếm 17 - 20% kim ngạch xuất khẩu cà phê cả nước. Kế tiếp là các doanh nghiệp như Cà phê 2 - 9 Đắc Lắc (Simexco Dak Lak), Intimex, Thái Hòa, Inexim Đắc Lắc, Tín Nghĩa (Đồng Nai)...

### *1.4. Đánh giá chung về giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê Việt Nam trong thời gian qua*

- *Những kết quả đạt được:*

Nhìn chung, mặt hàng cà phê Việt Nam đã không ngừng phát triển và ngày càng khẳng định được vị trí của mình không chỉ trên thị trường nội địa mà cả trên thị trường cà phê thế giới. Cùng với đó, giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê Việt Nam cũng ngày một nâng cao.

+ *Trong khâu nghiên cứu và triển khai:* Nhìn chung, thời gian qua chúng ta đã không ngừng đầu tư cho nghiên cứu và triển khai những giống cà phê mới phù hợp hơn với điều kiện khí hậu và địa lý của từng vùng, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng cho cà phê Việt Nam, đồng thời góp phần quan trọng trong việc nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê trong khâu này.

+ *Trong khâu sản xuất và thu gom:* Đây cũng là khâu có giá trị gia tăng thấp. Tuy nhiên, cùng với sự nỗ lực đầu tư ngay từ các hộ sản xuất và các nhà thu gom, chế biến, giá trị gia tăng trong khâu này cũng đã không ngừng được cải thiện trong thời gian qua. Ngày càng có nhiều doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu của Việt Nam tham gia vào các chương trình phát triển cà phê bền vững. Các chứng chỉ cà phê sinh thái như UTZ CERTIFIED giúp nhà sản xuất cà phê chứng minh đã thực hiện các thực hành nông nghiệp tốt và phương pháp canh tác hiệu quả.

Tại Tây Nguyên, một số doanh nghiệp đã đi tiên phong trong việc đầu tư công nghệ chế biến, trong năm năm gần đây đã tập trung xuất khẩu cà phê chất lượng cao vào các thị trường khó tính như Nhật Bản, Tây Ban Nha, Ý, Đức... và đã đạt những thành quả đáng khích lệ.

+ *Trong khâu chế biến và xuất khẩu:* Đây là khâu tạo ra giá trị gia tăng chủ yếu của mặt hàng cà phê Việt Nam trong thời gian qua. Việt Nam đã áp dụng nhiều tiến bộ trong khâu sản xuất, chế biến cà phê. Với những tiến bộ được áp dụng trong khâu chế biến, cà phê Robusta ngày càng được các nhà chế biến trên thế giới ưa chuộng vì góp phần giảm giá thành các sản phẩm cà phê hòa tan, nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê xuất khẩu.

Chế biến cà phê hòa tan ngày càng được các doanh nghiệp kinh doanh cà phê quan tâm phát triển. Công nghệ cho chế biến cà phê rang xay cũng đã được các doanh nghiệp từng bước đầu tư công nghệ, trang thiết bị nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm.

- *Những hạn chế:*

Mặc dù trong thời gian qua, giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê Việt Nam đã không ngừng được nâng cao từ khâu sản xuất cho đến chế biến, xuất khẩu, phân phối và phát triển thương hiệu, song chúng ta vẫn chưa thực sự khai thác được giá trị gia tăng ở những khâu tạo ra giá trị gia tăng cao.

+ *Trong khâu nghiên cứu và triển khai:* Nhìn chung, khâu nghiên cứu và triển khai trong chuỗi giá trị mặt hàng cà phê của Việt Nam còn yếu kém. Trên thực tế, việc nghiên cứu và triển khai cho ra đời giống cà phê mới phù hợp với điều kiện đất đai, thổ nhưỡng của Việt Nam, tạo ra các giống cà phê có chất lượng cao, hương vị đặc biệt, thể hiện được mùi vị đặc trưng "riêng có" cho cà phê Việt Nam còn chưa có.

Hoạt động nghiên cứu, triển khai không chỉ đơn thuần là khâu tạo ra giống và ứng dụng cho sản xuất, mà hoạt động này còn bao trùm toàn bộ các khâu trong chuỗi giá trị mặt hàng cà phê như: nghiên cứu, triển khai cho các khâu thu gom, chế biến, phân phối và phát triển thương hiệu, tuy nhiên những hoạt động này cũng chưa được chúng ta quan tâm đầu tư phát triển.

+ *Trong khâu sản xuất và thu gom:* So với nhiều nước trồng cà phê trên thế giới thì các hộ nông dân trồng cà phê của Việt Nam đều thuộc dạng nhỏ lẻ, diện tích hẹp trung bình từ 0,5 - 1 ha và mang tính tương đối độc lập. Số hộ gia đình có diện tích lớn trên 5 ha và sản xuất dưới hình thức trang trại chiếm một tỷ lệ không đáng kể. Do hình thức tổ chức sản xuất dưới dạng hộ gia đình phân tán, nhỏ lẻ và tương đối độc lập dẫn đến suất đầu tư/tấn sản phẩm của từng hộ gia đình nói riêng và toàn ngành cà phê nói chung tăng cao, do hộ gia đình nào cũng phải tự mua sắm máy bơm, phương tiện vận chuyển, máy xay xát, đầu tư xây dựng sân phơi, kho tàng... nhưng hiệu quả sử dụng thấp vì chỉ sử dụng trong một khoảng thời gian ngắn trong năm, từ đó làm tăng chi phí sản xuất dẫn đến hiệu quả kinh tế thấp.

Điểm yếu lớn của cà phê Việt Nam chính là chất lượng do công nghệ thu hoạch và bảo quản còn lạc hậu, đầu tư cho chế biến để tăng giá trị còn hạn chế. Hệ thống tổ chức thu mua cà phê cũng như quan hệ phân chia lợi nhuận trong chuỗi giá trị cà phê trên thị trường nội địa cũng không khuyến khích được người sản xuất cải thiện công nghệ sau thu hoạch và nâng cao chất lượng của cà phê xuất khẩu.

Bên cạnh đó, do yếu tố an ninh xã hội trong thời gian thu hoạch, nhất là vào những thời điểm giá cà phê cao, người nông dân luôn có tâm lý thu hái theo kiểu "xanh nhà hơn già đồng", thu hái cả khi quả đang còn xanh, đây là nguyên nhân cơ bản dẫn đến cà phê xanh, hạt đen nhiều, tác động trực tiếp đến chất lượng cà phê.

+ *Trong khâu chế biến và xuất khẩu:* Hoạt động chế biến cà phê nói chung của Việt Nam còn nhiều hạn chế cả về quy mô và chất lượng. Dây chuyền chế biến công nghiệp phần lớn do các doanh nghiệp trong nước chế tạo, công nghệ nhập khẩu chiếm tỷ trọng nhỏ (7 - 8%) do khó khăn về vốn. Phương thức và tổ chức chế biến còn nhiều điểm bất hợp lý, chưa gắn với địa bàn sản xuất tập trung (Tây Nguyên). Hoạt động sơ chế, chế biến cà phê hộ gia đình còn bị thả nổi, phân tán, quy mô nhỏ, thiếu máy móc, thiết bị hiện đại nên chất lượng thấp, giá thành cao.

Trong hoạt động xuất khẩu, sau 20 năm phát triển, tuy đã được thế giới thừa nhận là "cường quốc cà phê" nhưng Việt Nam mới chỉ là cường quốc sản xuất và bán cà phê hạt, chỉ được chia phần giá trị gia tăng rất hạn chế trong chuỗi giá trị. Chất lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam không ổn định do tập quán canh tác đã tồn tại từ lâu của người nông dân Việt Nam.

Ngoài ra, việc suy giảm chất lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam còn do thiếu sự hướng dẫn của các cơ quan quản lý chuyên môn trong việc phổ biến và áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật cho mặt hàng cà phê xuất khẩu.

Bên cạnh đó, xuất khẩu cà phê hòa tan và cà phê khác mới đạt tỷ lệ rất thấp.

+ *Trong khâu phân phối và phát triển thương hiệu:* Là nước sản xuất cà phê lớn trên thế giới nhưng giá cà phê của Việt Nam phụ thuộc nhiều vào những nhà tiêu thụ lớn (các nhà rang xay) trên thế giới. Các doanh nghiệp trong ngành cà phê cũng chủ yếu sử dụng những nghiệp vụ buôn bán truyền thống, chưa có những hình thức thương mại tiên tiến như thị trường giao sau hay thương mại điện tử... Sự tham gia vào sàn giao dịch cà phê Buôn Mê Thuột còn rất hạn chế.

Việt Nam có sản phẩm cà phê với chất lượng cao, hương vị thơm ngon nhờ những lợi thế địa lý, khí hậu như cà phê Arabica ở Sơn La, cà phê Robusta Buôn Mê Thuột... Tuy nhiên, Việt Nam chưa xây dựng được những thương hiệu mạnh gắn liền với vị trí của sản phẩm trên thị trường quốc tế.

Nhiều chuyên gia trong lĩnh vực thương hiệu nông sản cho rằng, cơ sở của thương hiệu là vùng nguyên liệu đồng nhất, chất lượng cao và an toàn. Thực tế, hiện nay trừ vùng nguyên liệu cà phê Đắc Lắc là tương đối lớn, còn những vùng nguyên liệu cà phê Đông Nam Bộ hay Bắc Trung Bộ còn manh mún, nhỏ lẻ và chưa thật sự xây dựng được thương hiệu của mình.

## 2. Một số giải pháp nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho cà phê Việt Nam

Phương hướng nâng cao giá trị gia tăng của cà phê Việt Nam dựa trên cơ sở: Khai thác tối đa lợi thế so sánh của sản phẩm trên thị trường xuất khẩu và nội địa; Phát triển toàn diện, bền vững, hiện đại hóa đồng bộ các khâu: sản xuất nông nghiệp - chế biến công nghiệp - giao dịch thương mại; Đến năm 2020, toàn bộ sản phẩm cà phê Việt Nam được sản xuất - chế biến hợp chuẩn, hợp quy, giao dịch bình đẳng tại các sàn giao dịch trong nước và nước ngoài với giá bán ngang bằng hoặc cao hơn giá sản phẩm cùng loại trên thị trường; Giá trị gia tăng của sản phẩm do yếu tố chất lượng mang lại tăng từ 30 - 50% (tính theo giá cố định); Hạn chế tối đa những thiệt hại đối với ngành cà phê do sự biến động bất lợi của thị trường thế giới; Nâng cao lợi nhuận của doanh nghiệp và vị thế của cà phê Việt Nam trên trường quốc tế.

### *2.1. Giải pháp tập trung vào khâu nghiên cứu và triển khai*

- Cần ứng dụng các tiến bộ mới về giống, tiếp tục nghiên cứu thử nghiệm các giống cà phê, đa dạng hóa cơ cấu giống; đồng thời củng cố các trạm nhân giống đã có và xây mới các trạm đủ đảm bảo yêu cầu giống cho phát triển cà phê hàng năm.

- Triển khai có hiệu quả chương trình giống, nghiên cứu và chuyển giao nhanh vào sản xuất các loại giống mới có năng suất, chất lượng, độ đồng đều cao, đáp ứng đủ nhu cầu giống cho cải tạo, trồng mới.

- Tiếp tục nghiên cứu lai tạo, chọn lọc những giống cà phê có sức kháng bệnh, có năng suất chất lượng cao để đưa vào sản xuất đại trà.

+ Đối với cà phê vối: Từng bước thay đổi các giống cũ bằng việc cưa cải tạo các vườn già cỗi, vườn có năng suất thấp, quả nhỏ, tỷ lệ nhiễm bệnh gỉ sắt cao để ghép thay thế bằng các dòng cà phê vối chọn lọc có năng suất cao từ 4 - 5 tấn nhân, hạt to, trọng lượng 100 nhân trên 150 gr như các dòng TR4, TR5,TR6, TR8, TR9, TR13...

+ Đối với các giống cà phê chè: Ở vùng Tây Bắc, Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung, những nơi có cao độ thấp dưới 600 m nên sử dụng các giống Catimor, TN1, TN2. Riêng những nơi có cao độ trên 600 m và vùng Tây Nguyên nơi có cao độ trên 800 m thì ngoài các giống trên, nên bố trí thêm các giống TH1, Bourbon, Mundo novo, Catuai, Caturra, Typica để nâng cao chất lượng.

- Nghiên cứu xây dựng các quy trình kỹ thuật sản xuất cà phê, làm cơ sở cho việc chuyển giao kỹ thuật và áp dụng trong trồng, chăm sóc, bảo quản, chế biến cà phê cho từng vùng, từng địa phương.

- Tập trung đầu tư nghiên cứu chế tạo thiết bị quy mô vừa và nhỏ, phù hợp quy mô vùng nguyên liệu, bảo đảm công nghệ hiện đại, thiết bị tiên tiến.

***2.2. Giải pháp tập trung vào khâu sản xuất và thu gom***

- Ổn định diện tích trồng cà phê theo quy hoạch; thực hành các quy trình canh tác bền vững; triển khai quy hoạch chi tiết và ổn định diện tích trồng cà phê phù hợp với Quyết định 150/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

- Tăng cường ứng dụng khoa học, công nghệ trong sản xuất cà phê; thu hút các nguồn tài trợ của các tổ chức trên thế giới, triển khai áp dụng Bộ nguyên tắc chung cho cộng đồng cà phê 4C và Bộ tiêu chuẩn UTZ Certified.

- Thực hiện quy trình trồng cà phê hợp lý nhằm nâng cao năng suất và hiệu quả, sản xuất bền vững trên cơ sở khai thác tối đa lợi thế về điều kiện địa lý, sinh thái các vùng. Áp dụng quy trình GAP, TQM, IPM, Bộ tiêu chuẩn UTZ Certified, 4C và các bộ tiêu chuẩn tiên tiến khác trong sản xuất, các biện pháp phòng trừ dịch hại tổng hợp... Quản lý khâu thu hoạch cà phê xanh thông qua việc nâng cao nhận thức cho nông dân, tuyệt đối không thu hoạch quả xanh.

- Đổi mới các hình thức tổ chức sản xuất, tạo liên kết, gắn bó lợi ích giữa người trồng, doanh nghiệp chế biến và các cơ sở dịch vụ. Phát triển hình thức kinh tế hợp tác, hộ trang trại sản xuất lớn. Thực hiện liên kết "4 nhà", trong đó các doanh nghiệp cần chủ động liên kết với các hộ nông dân, hỗ trợ sản xuất, phân phối lợi ích hợp lý để phát triển vùng nguyên liệu theo quy hoạch, nhằm ổn định sản lượng và chất lượng nguyên liệu cho chế biến. Nghiên cứu, quy hoạch và xây dựng khu công nghiệp tập trung chế biến cà phê tại Tây Nguyên.

**Hình 2.10.** ***2.3. Giải pháp tập trung vào khâu chế biến và xuất khẩu***

** Trong hoạt động chế biến:*

- Tổ chức lại các mô hình chế biến cà phê nhân.

- Đầu tư thiết bị và công nghệ cho công đoạn phơi sấy và chế biến để nâng cao chất lượng cà phê. Về lâu dài, cần mở rộng quy mô, năng lực chế biến theo hướng hiện đại như sân phơi xi măng, nhà kho, máy xát quả tươi, máy phân loại, máy đánh bóng, máy sấy...

- Tập trung nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm chế biến. Đầu tư, nâng cấp hệ thống sân phơi và máy sấy đối với việc sơ chế bằng phương pháp khô. Khuyến khích các doanh nghiệp chủ động đầu tư trang bị máy móc, thiết bị tiên tiến, áp dụng tự động hóa dây chuyền sản xuất và giám sát chất lượng sản phẩm, áp dụng hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn ISO: 9000, HACCP, ISO: 14000, đảm bảo từ sau năm 2010, hầu hết các cơ sở chế biến cà phê nhân xuất khẩu tuân thủ các tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, phù hợp với yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Chú trọng các biện pháp xử lý ô nhiễm môi trường đảm bảo sản xuất an toàn, bền vững.

** Trong hoạt động xuất khẩu:*

- Với tổng sản lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam hàng năm từ 900.000 đến 1.000.000 tấn/năm, đạt kim ngạch 1,8 - 2 tỷ USD, nếu chúng ta cùng phấn đấu xuất khẩu cà phê sạch chất lượng cao (tạp chất từ 0% đến tối đa là 0,5%, tính lỗi hạt và thủy phần không quá 12,5%) để được cộng thêm từ 50 USD đến 100 USD/tấn thì chúng ta sẽ thu về lượng ngoại tệ tăng thêm từ 50 triệu USD đến 100 triệu USD, con số này không những nói lên về giá trị mà còn thể hiện rõ chất lượng - thương hiệu cà phê Việt Nam trên thị trường thế giới.

- Xây dựng chiến lược phát triển thị trường, điều chỉnh hợp lý cơ cấu sản phẩm hướng đến các thị trường có giá trị gia tăng cao. Xây dựng chiến lược phát triển thị trường đối với cà phê nước ta đến năm 2015, 2020 và xa hơn. Chú trọng các thị trường có khả năng tiêu thụ lớn như Trung Quốc, Đông Âu. Điều chỉnh cơ cấu sản phẩm theo hướng: (a) Tăng tỷ lệ xuất khẩu cà phê nhân sang các thị trường cao cấp, phấn đấu đến 2015 có 50 - 70% sản lượng cà phê Việt Nam tham gia giao dịch tại các sàn giao dịch quốc tế có chất lượng cao; (b) Phát triển mạnh cà phê hòa tan, cà phê rang xay, nâng mức chế biến sâu các sản phẩm cà phê đạt 20% vào năm 2015 và 30% vào năm 2020; (c) Tăng mức tiêu dùng nội địa đạt 10 - 15% tổng sản lượng.

- Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại và dịch vụ hậu cần cho ngành cà phê nhằm tăng cường và nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Tăng cường các hoạt động xúc tiến tổng thể và xúc tiến thương hiệu nhằm vừa mở rộng thị trường tiêu thụ cho từng mặt hàng cà phê, vừa mở rộng thị trường tiêu thụ cho một nhãn hiệu sản phẩm cà phê cụ thể. Xây dựng tiềm lực hậu cần chuyên nghiệp cho ngành cà phê Việt Nam và bảo hiểm sản phẩm cà phê xuất khẩu theo hướng chuyên nghiệp hóa.

- Tổ chức các hội chợ thương mại chuyên ngành cà phê và hội thi các chủ trang trại trồng cà phê giỏi của Việt Nam để thu hút các thương gia nước ngoài đến ký hợp đồng trực tiếp tiêu thụ sản phẩm như trường hợp của Braxin.

- Hiệp hội cà phê và ca cao Việt Nam với vai trò đầu mối trong việc tăng cường liên kết, thúc đẩy hoạt động liên kết giữa Việt Nam với các nước xuất khẩu cà phê như: Braxin, Indonesia, Columbia...

### *2.4. Trong khâu phân phối và phát triển thương hiệu*

- Hỗ trợ xây dựng được những thương hiệu mạnh cho cà phê Việt Nam gắn liền với vị trí của sản phẩm trên thị trường quốc tế.

- Nâng cao nhận thức của doanh nghiệp trong việc xây dựng thương hiệu, củng cố sự tin cậy đối với khách hàng và là công cụ bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp.

- Đưa các quy trình và tiêu chuẩn kỹ thuật vào thực tế cùng với xúc tiến thương mại, quảng bá chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Mê Thuột, cà phê Việt Nam trên thế giới. Làm như vậy, Việt Nam có thể nâng giá bán cà phê lên 10 - 30% so với hiện nay, chúng ta không chỉ tránh được tình trạng trừ lùi so với giá chuẩn mà còn được cộng thêm.

- Cần thực hiện phối hợp nhiều nỗ lực nhưng một điều cần phải làm và thay đổi cách làm, cách tiếp cận khi xây dựng thương hiệu, đó là chúng ta phải cung cấp các giá trị, các trải nghiệm mà thế giới đang cần chứ không phải là toàn bộ những gì chúng ta có.

- Một số đặc tính cần phải tạo ra cho thương hiệu cà phê Việt Nam như: chất lượng tốt, thân thiện với môi trường, phối hợp văn hóa Việt Nam với văn hóa tiêu dùng thế giới, tôn vinh và cổ vũ tinh thần sáng tạo, sử dụng công nghệ và năng lượng sạch...

- Cần phải tạo ra một "điểm đến", một chiến lược thương hiệu theo vùng lãnh thổ cho cà phê Việt Nam.

### *2.5. Giải pháp phát triển thị trường nội địa*

Thị trường nội địa với gần 90 triệu dân được đánh giá là tiềm năng cho bất cứ doanh nghiệp sản xuất nào trong nước, trong khi xuất khẩu cà phê Việt Nam vẫn tiềm ẩn những rủi ro, giá cả bị chi phối bởi thị trường thế giới.

Để đảm bảo tính ổn định cho giá cà phê trong nước nói riêng và cho ngành cà phê nói chung, phải nâng cao lượng tiêu dùng trong nước nhằm tạo hậu phương vững chắc trước những biến động lớn của thị trường xuất khẩu. Theo thống kê chưa đầy đủ, lượng cà phê tiêu thụ của người Việt Nam khoảng 0,5 kg/người/năm, trong khi tại các nước trồng và xuất khẩu cà phê trung bình là 3 kg/người/năm. Vậy là chúng ta cần tăng lượng tiêu thụ gấp 6 lần nữa mới bằng mức trung bình các nước.

Những năm gần đây, khi đời sống được nâng cao, cà phê trở thành một nhu cầu tất yếu trong đời sống tinh thần của không ít người dân. Vì vậy, trong thời gian tới cần có các giải pháp cụ thể để phát triển thị trường nội địa.

- Tiếp tục phát triển hệ thống phân phối cà phê trong nước theo phương thức các quán cà phê đa dạng về phong cách, không chỉ hình thành nên nét văn hóa cà phê Việt, mà còn góp phần khơi dậy tiềm năng tiêu thụ cho ngành chế biến.

- Tăng cường hoạt động nhượng quyền thương hiệu như của Trung Nguyên đã và đang làm.

- Khuyến khích phát triển những quán cà phê kinh doanh theo chuỗi gắn với từng thương hiệu như An Thái, Inexim... Tuy nhiên, cần phải đầu tư phát triển một cách bài bản hơn, định hình phong cách rõ ràng.

- Doanh nghiệp cần nỗ lực trong việc xây dựng thương hiệu gắn liền với việc tạo dựng nét văn hóa riêng của mình trong thưởng thức cà phê. Đây cũng chính là cách mà doanh nghiệp chinh phục, khơi dậy tiềm năng của thị trường nội địa...

# CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI NHẰM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM THỜI KỲ 2011 - 2012

*Chịu trách nhiệm xuất bản*

**Giám đốc: ĐỖ VĂN CHIẾN**
**Tổng biên tập: ĐẶNG THỊ NGỌC THU**
**Biên tập: PHÒNG BIÊN TẬP NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG**
**Chế bản: Nguyễn Quyết Tiến**
**Sửa bản in: Nguyễn Quốc Chung**
**Trình bày bìa: Phạm Thị Diệu Linh**

---

**NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG**
**Trụ sở: 46 Ngô Quyền - Hoàn Kiếm - Hà Nội**
**Điện thoại: 04 - 3826 0835 Fax: 04 - 3934 0599**
**Email: nxbct@moit.gov.vn**

**SÁCH KHÔNG BÁN**

**------***------**

**In 1000 cuốn, khổ 21cm*29,7cm tại Công ty TNHH in & Thương mại Linh Gia**

**Số đăng kí kế hoạch xuất bản: 46- 2012/ CXB/ 01- 112/ CT**

**Số Quyết định xuất bản: 22/ QĐ- NXBCT ngày 12/ 1/ 2012**

**In xong và nộp lưu chiểu tháng 1 năm 2012**

DỰ ÁN MUTRAP DO LIÊN MINH CHÂU ÂU TÀI TRỢ
BỘ CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM PHỐI HỢP THỰC HIỆN