

MỘT SỐ QUAN ĐIỂM, ĐỊNH HƯỚNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU BỀN VỮNG GIAI ĐOẠN ĐẾN NĂM 2025, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035

● VŨ BÁ PHÚ

TÓM TẮT:

Xúc tiến thương mại có vai trò quan trọng thúc đẩy phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, định hướng chuyển dịch sản xuất từ chiều rộng sang chiều sâu, hỗ trợ phát triển các ngành hàng có giá trị gia tăng cao và giá trị xuất khẩu lớn, tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, đặc biệt là các ngành hàng Việt Nam có lợi thế so sánh.

Bài viết khái quát bối cảnh kinh tế quốc tế và những tác động đến phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, qua đó đề xuất một số quan điểm, định hướng xúc tiến thương mại phát triển xuất khẩu bền vững giai đoạn đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035.

Từ khóa: Quan điểm, định hướng, xúc tiến thương mại, phát triển xuất khẩu.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh thương mại thế giới và trong nước giai đoạn đến năm 2025, tầm nhìn đến 2035 dự báo có nhiều thay đổi mạnh mẽ, với xu hướng mở rộng tự do hóa thương mại, thực thi EVFTA, CPTTP và tăng cường ký kết các Hiệp định thương mại tự do FTA thế hệ mới, có nhiều cơ hội và thách thức trong thương mại thế giới nói chung và phát triển thương mại Việt Nam nói riêng, tất yếu tạo ra những cơ hội và thách thức cho hoạt động xúc tiến thương mại (XTTM) bối cảnh mới, những tác động đa chiều đến phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

Hiện tại, do ảnh hưởng từ cuộc chiến về kinh tế, thương mại giữa các quốc gia lớn và bởi dịch bệnh Covid 19, kinh tế thế giới đã bắt đầu xuất hiện những dấu hiệu bất thường, khó đoán định và dự báo còn nhiều biến động trong thời gian

đi. Cùng với đó, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sẽ chịu nhiều tác động đa chiều khi thực thi EVFTA, CPTTP và các Hiệp định thương mại tự do FTA thế hệ mới, để phát triển xuất khẩu bền vững đòi hỏi hoạt động XTTM phải được đổi mới, thích ứng phù hợp trong tình hình mới.

Bài viết khái quát bối cảnh kinh tế quốc tế và những tác động đến phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, qua đó đề xuất một số quan điểm, định hướng xúc tiến thương mại phát triển xuất khẩu bền vững giai đoạn đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035.

2. Dự báo tác động tích cực và tiêu cực đến phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

2.1. Tác động tích cực

- Kinh tế thế giới sau một thời gian dài trì trệ do hậu quả của cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung, dịch bệnh Covid 19 sẽ dần phục hồi và dự

báo tăng trưởng ổn định kể từ năm 2021. Nhu cầu nhập khẩu và giá cả hàng hóa có xu hướng gia tăng trong mấy năm gần đây là cơ hội tốt để Việt Nam có thể đẩy mạnh xuất khẩu. Theo dự báo của Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) về Triển vọng kinh tế toàn cầu, với việc thị trường tài chính sôi động và chu kỳ phục hồi của sản xuất và thương mại, tăng trưởng kinh tế thế giới tăng từ 3,1% năm 2016 lên 3,5% năm 2017, 3,6% vào năm 2018, tăng trưởng kinh tế thế giới giảm còn 2,9% vào năm 2019 và dự báo tiếp tục giảm sâu xuống mức tăng trưởng âm (-2%) vào năm 2020 và sẽ phục hồi tăng trưởng trở lại ở mức 5,4% năm 2021 và tăng trưởng ổn định các năm tiếp theo.

- Các nước lớn trên thế giới tiếp tục điều chỉnh chiến lược phát triển kinh tế hướng đến Khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Đây là khu vực phát triển kinh tế sôi động, chiếm khoảng 59% GDP của thế giới và 49% giao dịch thương mại quốc tế tính đến năm 2019. Khu vực này đang được coi là đầu tàu kinh tế, là động lực tăng trưởng kinh tế thế giới, bao gồm các nền kinh tế lớn nhất về dân số, giàu mạnh nhất về kinh tế và năng động nhất về sức sản xuất cũng như nhu cầu tiêu dùng trên thế giới, là minh chứng cho thành tựu chung có thể đạt được thông qua liên kết và hợp tác kinh tế sâu rộng hơn, cũng như tự do hóa thương mại và đầu tư.

- Quá trình hội nhập kinh tế toàn cầu sẽ tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi cho các dòng đầu tư quốc tế và cùng với đó là sự thúc đẩy phát triển hàng hóa xuất khẩu Việt Nam.

Các thị trường mới nổi, trong đó có Việt Nam sẽ là những đích đến của các dòng đầu tư toàn cầu và cũng chính những quốc gia này sẽ trở thành những nhà cung ứng hàng hóa xuất khẩu ra thị trường quốc tế. Việt Nam có thể tranh thủ thời cơ này để tăng cường thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), phục vụ cho mục tiêu phát triển xuất khẩu của mình. Đồng thời, với việc ký kết CPTTP, EVFTA và các FTA thế hệ mới sẽ có cuộc dịch chuyển sự phát triển mạnh mẽ của các nhà sản xuất từ các nước ngoài khối để hưởng các ưu đãi về quy tắc xuất xứ đối với các nước thành viên tham gia Hiệp định. Khi đó, thông qua các hoạt động XTTM, doanh nghiệp Việt Nam sẽ phát huy được

lợi thế và tìm kiếm các cơ hội kinh doanh, nâng cao năng lực tham gia sâu vào mạng lưới sản xuất, phân phối và các chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu, tìm ra mặt hàng và thị trường có tính đột phá để chủ động tham gia vào các khâu có giá trị gia tăng cao, nâng cao chất lượng giá trị xuất khẩu, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

- Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học và công nghệ trên thế giới sẽ tạo điều kiện cho Việt Nam đi tắt, đón đầu để tiếp cận các phương thức XTTM hiện đại để phát triển xuất khẩu.

Mặc dù cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 diễn ra chủ yếu ở những nước công nghiệp phát triển, nhưng không như các cuộc cách mạng trước đây mà lan truyền ngay sang các nước đang phát triển với tốc độ mạnh mẽ, thúc đẩy sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở mỗi quốc gia (thông qua môi trường mạng Internet). Điều này đang tạo ra cơ hội to lớn cho những quốc gia đi sau có cơ hội thu hẹp khoảng cách phát triển với các quốc gia đi trước. Trong hoạt động XTTM phát triển xuất khẩu, điều này sẽ tạo cơ hội để các nước đi sau, như Việt Nam có thể tham gia vào thị trường quốc tế một cách thuận lợi, dễ dàng và nhanh chóng hơn với chi phí thấp hơn.

2.2. Tác động tiêu cực

- Bối cảnh kinh tế quốc tế mới tác động cả về lượng và về chất đối với phát triển xuất khẩu của Việt Nam. Do Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu vào kinh tế thế giới, nên mỗi biến động của nền kinh tế thế giới sẽ tác động ngay và trực tiếp đến nền kinh tế trong nước. Biểu hiện rõ nét nhất là sự cạnh tranh với các đối tác khu vực và thế giới trên cả 3 cấp độ: quốc gia, doanh nghiệp và sản phẩm sẽ ngày càng gay gắt trong mọi lĩnh vực kinh tế, trong đó có hoạt động xuất khẩu. Xu hướng bảo hộ và đặt ra những quy định về tiêu chuẩn chất lượng, về sinh an toàn thực phẩm, môi trường, lao động,... ở các nước phát triển sẽ ảnh hưởng đến thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Đặc biệt là hàng nông sản, thủy hải sản và công nghiệp nhẹ.

- Chủ nghĩa bảo hộ trở lại trên thế giới sẽ tác động không nhỏ đến xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Thành quả của toàn cầu hóa không

được phân chia đồng đều giữa các khu vực, cùng với ảnh hưởng hậu quả của dịch bệnh Covid 19 đã dẫn tới xu hướng các quốc gia phát triển đặc biệt là ở những nền kinh tế lớn như EU, Hoa Kỳ đã thay đổi chính sách tập trung sản xuất tại nước sở tại những sản phẩm vốn không là thế mạnh đồng thời đa dạng hóa các nhà cung cấp, tránh sự phụ thuộc vào một hoặc một số thị trường cung ứng nguyên vật liệu và hàng hóa nhất định.

- Thị trường thế giới bị phân đoạn và chủ yếu do các công ty đa quốc gia và xuyên quốc gia chi phối. Tính đến cuối năm 2019, trong hoạt động thương mại quốc tế, các công ty đa quốc gia và xuyên quốc gia (TNC) chiếm khoảng 45% giá trị nhập khẩu và 55% giá trị xuất khẩu của toàn thế giới. Mạng lưới chi nhánh của các công ty này phủ khắp thế giới, đặc biệt là các nước đang phát triển ở châu Á. Chẳng hạn xuất khẩu của các chi nhánh TNC đã chiếm tới khoảng 60% tổng giá trị hàng hóa chế tạo tại một số quốc gia như Philippin, Srilanka, Malaysia và ngay cả Việt Nam. Với ảnh hưởng lớn trong thương mại thế giới và của từng quốc gia, các TNC làm thay đổi cơ cấu hàng hóa và thị trường trong thương mại thế giới.

- Nguy cơ nền kinh tế Việt Nam bị tụt hậu xa hơn so với các nước trong khu vực. Với thực lực còn hạn chế và nhiều yếu kém tích tụ trước và trong khủng hoảng kinh tế chưa được xử lý triệt để, Việt Nam sẽ gặp nhiều thách thức lớn về phát triển, như: việc duy trì chính sách ổn định kinh tế vĩ mô, tăng trưởng thấp sẽ có nguy cơ lạm phát và tiếp tục tụt hậu về công nghệ. Việc tìm kiếm đối tác và công nghệ để thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài bằng mọi cách như thời gian qua sẽ biến Việt Nam thành nơi cung cấp nguyên vật liệu thô, lao động không lành nghề và là nơi gia công đơn giản cho nước ngoài, nhất là công nghệ lạc hậu và gây ô nhiễm môi trường.

- Sự phát triển mạnh mẽ và làn sóng công nghiệp từ Trung Quốc sẽ tiếp tục gây áp lực cạnh tranh xuất khẩu hàng hóa ngày càng gay gắt, đồng thời tác động tiêu cực đến sự dịch chuyển cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam. Việc cạnh tranh đầu tư sản xuất hàng công nghiệp của Trung Quốc đã gây nên hiện tượng đầu tư trùng

lập và sản xuất dư thừa, làm tràn ngập hàng công nghiệp giá rẻ vào thị trường các nước, gây áp lực cạnh tranh quyết liệt với tất cả các nước ở những cấp độ khác nhau. Đặc biệt, những nước có trình độ phát triển tương đương hoặc yếu hơn như Việt Nam sẽ chịu ảnh hưởng mạnh trong việc phát triển xuất khẩu hàng hóa.

Với tình hình kinh tế và thương mại thế giới trong giai đoạn tới có những thay đổi, biến động liên tục như phân tích ở trên, đòi hỏi các cơ quan quản lý và các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất khẩu phải xác định chiến lược XTTM phát triển xuất khẩu hàng hóa trong thời gian tới.

Bên cạnh đó, hoạt động XTTM thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá còn một số tồn tại, hạn chế, chưa theo kịp năng lực và tiềm năng xuất khẩu hàng hóa của đất nước. Những hạn chế đó bao gồm:

(i) Hoạt động XTTM hiện vẫn tản mát, thiếu tập trung, thiếu kết nối liên ngành và chưa mang tính dài hạn do ảnh hưởng của một số yếu tố. Hình thức hoạt động XTTM chưa đa dạng, phong phú, chưa có các hình thức XTTM hiện đại và đổi mới. Quy mô các hoạt động xúc tiến xuất khẩu còn nhỏ so với các nước trong khu vực, chưa tạo được hiệu ứng lan tỏa;

ii) Kinh phí hỗ trợ thực hiện XTTM phát triển xuất khẩu được ngân sách nhà nước cấp còn hạn chế so với nhu cầu hỗ trợ XTTM của hiệp hội ngành hàng, khó triển khai thực hiện hoạt động XTTM với quy mô lớn, có chiều sâu, chỉ đáp ứng được 30% so với nhu cầu;

iii) Năng lực tổ chức và nguồn lực của các hiệp hội cũng như chính các doanh nghiệp còn yếu. Mỗi hiệp hội thường chỉ có 2-3 cán bộ về xúc tiến xuất khẩu, kiêm nhiệm, chưa được đào tạo bài bản mà chủ yếu là học qua thực tế. Các doanh nghiệp trong ngành cũng hạn chế ở khâu phát triển mẫu mã sản phẩm và khả năng tư đóng góp nguồn lực để bổ sung cùng kinh phí từ Chương trình XTTM quốc gia;

iv) Hiệu quả phối hợp giữa các Bộ, ngành, địa phương, dự án còn thiếu chặt chẽ, chưa kết hợp, bổ sung được nguồn lực lẫn nhau.

v) Các quy định và ứng dụng về truy xuất nguồn gốc chưa được thực hành phổ biến trong hoạt động

XTTM cũng như xuất khẩu hàng hoá nên chưa tạo được sự hiểu biết, lòng tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam,...

Vì vậy, cần thiết phải xây dựng quan điểm, định hướng XTTM phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong giai đoạn tới nhằm phát triển xuất khẩu phù hợp với tính chất, trình độ phát triển của nền kinh tế, phù hợp với các nguyên lý phát triển kinh tế, thương mại đạt hiệu quả xuất khẩu với giá trị gia tăng cao và bền vững trong tiến trình hội nhập kinh tế sâu, rộng với khu vực và thế giới.

3. Một số quan điểm, định hướng XTTM phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035

3.1. Quan điểm

- XTTM phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến 2035 nằm trong Chương trình cấp quốc gia về XTTM, phù hợp với Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hoá, Chiến lược và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của cả nước.

- Thực hiện XTTM phát triển xuất khẩu theo cơ chế thị trường, đảm bảo hài hoà lợi ích của Nhà nước và doanh nghiệp; Thực hiện XTTM phát triển xuất khẩu theo hướng tập trung vào những lĩnh vực, ngành hàng, sản phẩm xuất khẩu Việt Nam có lợi thế và phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội của đất nước.

- Thực hiện XTTM phát triển xuất khẩu phải hướng đến liên kết cấp vùng, khu vực, đảm bảo sự phù hợp giữa sản xuất với thương mại; Tạo thị trường cạnh tranh lành mạnh giữa các thành phần kinh tế.

- XTTM phát triển xuất khẩu mang tính thương xuyên, liên tục và dài hạn; thực hiện trong thời gian trung hạn (3-5 năm) và dài hạn (trên 5 năm).

3.2. Định hướng XTTM tự phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

- XTTM phát triển xuất khẩu phải hướng vào việc thực hiện mục tiêu thúc đẩy sản xuất để phát triển xuất khẩu, nâng cao hiệu quả kinh doanh, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa và phát triển bền vững. XTTM phát triển xuất khẩu trong giai đoạn đến

năm 2025, tầm nhìn 2035 phải được đánh giá hiệu quả từ các doanh nghiệp tham gia cũng như toàn ngành hàng xuất khẩu nhằm mục tiêu thực hiện các nhiệm vụ đặt ra trong chiến lược tổng thể nền kinh tế quốc dân, đạt được hoặc vượt các chỉ tiêu đề ra trong Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hoá thời kỳ đến năm 2025, góp phần thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, mở rộng thị trường tiêu thụ, khắc phục sự phụ thuộc vào một vài thị trường nhập khẩu chính, đạt tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao, ổn định và tiến tới có thặng dư thương mại.

- XTTM phát triển xuất khẩu hướng đến việc tăng cường hoạt động sản xuất, kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và phát triển thị trường xuất khẩu. Trong giai đoạn hiện nay, cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách XTTM theo hướng hiện đại, quy mô lớn và dài hạn nhằm điều chỉnh, hướng dẫn, khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư phát triển sản xuất, kinh doanh xuất khẩu hàng hóa, phát triển các thị trường xuất khẩu tiềm năng. Các cơ chế, chính sách XTTM cần gắn với lộ trình hội nhập quốc tế của nền kinh tế, nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất khẩu.

- XTTM phát triển xuất khẩu phải tuân theo các quy luật của kinh tế thị trường, phát huy tính chủ động của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu, đồng thời đảm bảo vai trò định hướng phát triển xuất khẩu của cơ quan quản lý nhà nước về XTTM, trung tâm XTTM, hiệp hội ngành hàng. Hoạt động XTTM phát triển xuất khẩu phải tuân theo các quy luật của kinh tế thị trường như quy luật giá trị, quy luật cung cầu, quy luật cạnh tranh,... Mở rộng quyền cho các tổ chức sản xuất - kinh doanh xuất khẩu hàng hóa trên cơ sở quan quản lý nhà nước về XTTM đóng vai trò kiến tạo phát triển và tạo một môi trường kinh doanh lành mạnh cho các doanh nghiệp hoạt động. Các cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực XTTM, xuất nhập khẩu giảm sự can thiệp sâu vào hoạt động quản lý thương mại, xuất nhập khẩu cụ thể và thay vào đó là tập trung sức làm tốt việc định hướng xuất khẩu, dự báo, cung cấp thông tin kinh tế thương mại, thị trường, hỗ trợ XTTM, xúc tiến xuất khẩu.

- *XTTM phát triển xuất khẩu chú trọng đến việc đảm bảo liên kết hình thành các vùng sản xuất hàng xuất khẩu trong điểm và kết nối giao thương cấp vùng, miền.* Để tạo vùng sản xuất hàng hóa xuất khẩu và kết nối giao thương vững mạnh nhằm phát triển chuỗi giá trị xuất khẩu, cần xác định và định hướng hàng hóa, thị trường xuất khẩu cho một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam từ đó định hướng xây dựng một số vùng sản xuất trọng điểm dựa vào lợi thế của các vùng, miền, đồng thời, tạo nên sự liên kết, kết nối giao thương để thúc đẩy, hỗ trợ hoạt động sản xuất hàng xuất khẩu và kinh doanh xuất khẩu cùng phát triển.

- *Đổi mới phương thức XTTM theo hướng hiện đại, linh hoạt để định hướng và thúc đẩy một số ngành, hàng sản xuất và kinh doanh hàng hóa xuất khẩu.* Hoạt động XTTM cần hướng đến hình thành quy chế phối hợp chặt chẽ giữa Trung ương và địa phương trong quản lý hoạt động XTTM theo đúng chức trách của từng cơ quan quản lý nhà nước, xây dựng bộ cơ sở dữ liệu về doanh nghiệp xuất khẩu, thị trường xuất khẩu và doanh nghiệp tham gia chương trình XTTM quốc gia,

thương hiệu quốc gia từ đó phân tích, đánh giá hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu và hướng vào những ngành nghề, lĩnh vực sản xuất, kinh doanh mà Việt Nam có thế mạnh, có tỉ lệ xuất khẩu cao.

- *XTTM gắn với ứng dụng công nghệ nền tảng kỹ thuật số như sử dụng dữ liệu lớn (Big data), ứng dụng kết nối vạn vật qua internet (IoT), trưng bày, giới thiệu và xuất khẩu hàng hóa qua gian hàng trên sàn giao dịch TMDT quốc tế, kết nối giao thương B2B, B2C ứng dụng XTTM (App XTTM) qua điện thoại thông minh để phát triển xuất khẩu.* Nền tảng kỹ thuật số là một yếu tố hết sức quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động XTTM, hỗ trợ hoạt động xuất khẩu của hàng hóa Việt Nam trong hội nhập toàn cầu.

Tóm lại, việc xây dựng quan điểm, định hướng XTTM phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035 sẽ định hướng cho doanh nghiệp xuất khẩu nhanh chóng ứng dụng khoa học - công nghệ nền tảng kỹ thuật số ở các ngành/lĩnh vực kinh tế, góp phần tăng trưởng giá trị xuất khẩu một cách hiệu quả và bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chính phủ (2016), *Nghị quyết số 19/NQ-CP ngày 28/4/2016 của Chính phủ về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.*
2. Chính phủ (2016), *Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày 16/5/2016 của Chính phủ về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020.*
3. Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030.*
4. Thủ tướng Chính phủ (2012), *Quyết định số 950/QĐ-TTg ngày 25/7/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030.*
5. Lê Danh Vinh (2012), *Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020.* NXB Công Thương, Hà Nội.
6. Chính phủ (2018), *Nghị định số 28/2018/NĐ-CP ngày 01/3/2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển hoạt động ngoại thương.*
7. Thủ tướng Chính phủ (2010), *Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia.*

8. Thủ tướng Chính phủ (2019), *Quyết định số 12/2019/QĐ-TTg ngày 26/02/2019 của Thủ tướng Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia ban hành kèm theo Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ.*

9. Bộ Công Thương (2019), *Thông tư số 11/2019/TT-BCT ngày 30/7/2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương hướng dẫn thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại phát triển ngoại thương thuộc Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại.*

Ngày nhận bài: 22/6/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/6/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/7/2020

Thông tin tác giả:

ThS. VŨ BÁ PHÚ

Cục Xúc tiến Thương mại, Bộ Công Thương

**SOME PERSPECTIVES AND ORIENTATIONS
FOR VIETNAM'S TRADE PROMOTION TOWARDS
THE SUSTAINABLE EXPORT DEVELOPMENT
THROUGH 2025, VISION TO 2035**

● **Master. VU BA PHU**

Vietnam Trade Promotion Agency

Ministry of Industry and Trade

ABSTRACT:

Trade promotion plays an important role in promoting the development of Vietnam's exports, guiding Vietnam's production shift from breadth development to depth expansion, supporting the development of high added value and high value goods, helping Vietnam deeply penetrate into global value chains, especially the chain that Vietnamese goods have comparative advantages. This paper outlines the international economic context and its impacts on Vietnam's export development, thereby proposing a number of perspectives and orientations for Vietnam's trade promotion towards the sustainable export development through 2025, vision to 2035.

Keywords: Perspectives, orientation, trade promotion, export development.