

Cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ hậu Covid-19

ĐẶNG THỊ HIỀN*

Cuối năm 2019, đại dịch Covid-19 xuất hiện đầu tiên ở Trung Quốc, sau đó lan nhanh đến hầu hết các nước trên thế giới, vì vậy, ngày 11/3/2020, Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) đã chính thức công bố dịch Covid-19 là đại dịch toàn cầu. Đầu năm 2020, dịch Covid xuất hiện tại Việt Nam đã ảnh hưởng nghiêm trọng tới kinh tế, đặc biệt là các ngành dịch vụ. Tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam năm 2020 đã vượt khó bất chấp đại dịch và sự kiểm soát hà khắc đối với sản phẩm của các quốc gia để duy trì tăng trưởng dương (tăng 6,5% so với năm 2019), xuất siêu đạt mức cao kỷ lục (19,1 tỷ USD), tiếp nối mức xuất siêu trong 5 năm (2015-2020) trở lại đây, trở thành điểm sáng và tạo đà cho xuất khẩu cũng như tăng trưởng kinh tế năm 2021 và các năm tiếp theo.

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM NĂM 2020

Theo Tổng cục Thống kê (2020), tổng kim ngạch xuất - nhập khẩu hàng hóa năm 2020 ước tính đạt 543,9 tỷ USD, tăng 5,1% so với năm trước, trong đó, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa đạt 281,5 tỷ USD, tăng 6,5%; nhập khẩu hàng hóa đạt 262,4 tỷ USD, tăng 3,6%. Cán cân thương mại hàng hóa năm 2020 ước tính xuất siêu 19,1 tỷ USD, giá trị xuất siêu lớn nhất từ trước đến nay.

Thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam năm 2020

Năm 2020 với đại dịch Covid-19 hoành hành toàn thế giới, có thể nói, các quốc gia đều đưa ra các biện pháp để siết chặt hàng hóa nhập khẩu nhằm bảo vệ người dân và thị trường hàng hóa trong nước. Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu Việt Nam vẫn tăng trưởng và mở rộng tới hầu hết các nước trên thế giới, đặc biệt là thị trường

khắc khe được coi là “khách hàng khó tính bậc nhất” như Mỹ với rất nhiều các tiêu chuẩn riêng cho các doanh nghiệp xuất khẩu vào. Thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam năm 2020 là Mỹ, Trung Quốc và EU, trong đó phải kể đến Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với trị giá đạt khoảng 77 tỷ USD, kế tiếp là thị trường Trung Quốc ước tính đạt khoảng 49 tỷ USD. Tuy nhiên, bên cạnh việc đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường tăng mạnh, như: Mỹ, Trung Quốc, Australia, thì vẫn còn một số thị trường có kim ngạch xuất khẩu giảm, như: EU, Nhật Bản, Hàn Quốc (Bảng 1). Điều này cũng là một tất yếu khi đại dịch Covid-19 ảnh hưởng đến hầu hết kinh tế của các quốc gia trên toàn thế giới. Nhìn chung, có thể nói, xuất khẩu Việt Nam đã tạo được dấu ấn mới trước bối cảnh đại dịch Covid-19 toàn cầu, tạo động lực cho xuất khẩu những năm kế tiếp sau.

Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam

Theo số liệu xuất - nhập khẩu của Tổng cục Thống kê, xuất khẩu hàng hóa năm 2020 có cơ cấu khá đa dạng, trong đó, có 31 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, 24 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 2 tỷ USD, 9 mặt hàng có kim ngạch trên 5 tỷ USD và 6 mặt hàng có kim ngạch trên 10 tỷ USD. Mặt hàng

BẢNG 1: GIÁ TRỊ XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM VỚI MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG

Đơn vị tính: 1.000 USD

Khối nước	Trị giá sơ bộ năm 2019	Trị giá sơ bộ năm 2020
EU	41.546,617	35.138,998
ASEAN	25.208,534	23.132,372
Mỹ	61.346,590	77.077,317
Nhật Bản	20.412,642	19.283,961
Hàn Quốc	19.720,083	19.107,261
Australia	3.494,769	3.620,606
Trung Quốc	41.414,093	48.905,157
Ấn Độ	6.673,913	5.235,245
Ucraina	247,562	284,804

* ThS., Khoa Quản lý kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

đóng góp lớn nhất vào tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu năm 2020 là điện thoại và linh kiện với giá trị xuất khẩu lớn nhất đạt 51,1 tỷ USD, chiếm 18,1% tổng kim ngạch xuất khẩu, giảm 1% so với năm trước; điện tử, máy tính và linh kiện đạt 44,5 tỷ USD, tăng 24,4% (Bảng 2). Những năm gần đây nổi lên vai trò chi phối của nhóm hàng điện tử, máy tính, điện thoại và linh kiện. Trị giá xuất khẩu của 2 nhóm hàng này đang tiến dần tới mốc 100 tỷ USD với tỷ trọng ngày càng tăng, chiếm tới 33,9% tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2020. Kết quả này là tương đối ấn tượng khi so sánh với các quốc gia trong khu vực đều có tăng trưởng xuất khẩu âm hoặc không tăng trưởng. Bên cạnh đó, một số mặt hàng khác có giá trị tăng cao và có mức tăng trưởng dương so với năm 2019, như: Máy móc, thiết bị dụng cụ phụ tùng khác có giá trị xuất khẩu đạt gần 28,2 tỷ USD năm 2020, tăng 48,6% so với năm 2019; Gỗ và sản phẩm gỗ có giá trị xuất khẩu đạt gần 12,4 tỷ USD năm 2020, tăng 16,2% so với năm 2019; Phương tiện vận tải và phụ tùng có giá trị xuất khẩu đạt 9 tỷ USD năm 2020, tăng gần 7% so với năm 2019.

Tuy nhiên, bên cạnh đó, cũng có một số mặt hàng giảm về giá trị so với cùng kỳ năm 2019, như: Giấy dệt có giá trị xuất khẩu đạt gần 17 tỷ USD năm 2020, giảm 8,3% so với năm 2019; Hàng dệt may có giá trị xuất khẩu đạt khoảng 30 tỷ USD, giảm 9,3% so với năm 2019; Hàng thủy sản có giá trị xuất khẩu đạt gần 8,4 tỷ USD năm 2020, giảm 1,5% so với năm 2019... Điều này cũng là tất yếu khi dịch bệnh bùng phát, nhiều doanh nghiệp đóng cửa hoặc cho lao động làm việc tại nhà, nên nhu cầu các mặt hàng này giảm mạnh.

Ngoài ra, một điểm sáng khác của xuất khẩu là sự tăng trưởng của các mặt hàng mới, bù đắp sụt giảm của các mặt hàng truyền thống, cụ thể như: đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận ước đạt 2,89 tỷ USD, tăng 48,7% so với năm 2019; sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ ước đạt 2,49 tỷ USD, tăng 47,6%... (Chi Công, 2021).

CƠ HỘI VÀ MỘT SỐ THÁCH THỨC, HẠN CHẾ ĐỐI VỚI XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM THỜI KỲ HẬU COVID-19

Cơ hội mở ra

Mặc dù còn nhiều khó khăn, song xuất khẩu Việt Nam trong năm 2021 và

BẢNG 2: TRỊ GIÁ MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHÍNH SƠ BỘ NĂM 2020

Đơn vị tính: 1.000 USD

Tên hàng	Sơ bộ năm 2019	Sơ bộ năm 2020
Nhóm/Mặt hàng chủ yếu		
Điện thoại các loại và linh kiện	51.378.831	51.183.927
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	35.925.568	44.576.387
Hàng dệt may	32.850.225	29.809.802
Máy móc thiết bị dụng cụ phụ tùng khác	18.303.639	27.193.100
Giấy dệt các loại	18.320.514	16.791.048
Hàng hoá khác	11.729.572	13.936.447
Gỗ và sản phẩm gỗ	10.647.787	12.371.953
Phương tiện vận tải và phụ tùng	8.505.383	9.090.577
Hàng hải sản	8.543.583	8.412.679
Phụ tùng ô tô	5.645.428	5.717.760

những năm tới cũng đứng trước nhiều cơ hội, đến từ việc tham gia các hiệp định thương mại tự do (FTA), đặc biệt là CPTPP, EVFTA đã tạo thêm động lực và mang lại nhiều tác động tích cực cho kinh tế Việt Nam, đặc biệt là thị trường xuất khẩu được mở rộng và đa dạng hóa. Ngoài ra, sản xuất trong nước được khôi phục. Một số nước dự kiến triển khai các gói kích thích kinh tế hậu Covid-19, qua đó có thể thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng và nhập khẩu hàng hóa trong năm 2021.

Đặc biệt, những thành quả chống dịch ấn tượng năm 2020, cùng những nỗ lực và giải pháp kiên trì trong cải cách thể chế, cải thiện môi trường kinh doanh nhiều năm qua đã giúp Việt Nam trở thành điểm đến hàng đầu cho hoạt động sản xuất và ngày càng hấp dẫn nhà đầu tư, cũng như các thị trường nhập khẩu của Việt Nam. Trong Báo cáo "Điểm lại" công bố vào ngày 22/12/2020, Ngân hàng Thế giới (WB) đã nhận định, kiểm soát tốt khủng hoảng Covid-19 chính là công cụ quảng bá tốt nhất cho Việt Nam, là cách để khuyến khích doanh nghiệp nước ngoài chuyển hoạt động sản xuất từ các nước khác, nơi các nhà máy của họ vẫn bị đóng cửa, sang Việt Nam, qua đó góp phần đem lại kết quả xuất khẩu vững chắc (Hà Chính, 2020).

Một số thách thức, hạn chế

Bên cạnh những cơ hội nói trên, phải thẳng thắn nhìn nhận một số thách thức đối với xuất khẩu của nước ta. Theo đó, bên cạnh sự phụ thuộc vào diễn biến của dịch Covid-19, doanh nghiệp xuất khẩu cũng đang phải đối mặt với thách thức do xu hướng tiêu dùng thay đổi (ví dụ như đối với ngành da giày, theo Hiệp hội Da giày - Túi xách Việt Nam (Lefaso), đã có sự thay đổi lớn đối với xu hướng tiêu dùng trên thế giới. Hơn 60% người tiêu dùng cắt giảm mua sắm thời trang nhanh; 65% người tiêu dùng chuyển từ hàng thời trang nhanh sang hàng cơ bản, lâu bền; 67% người tiêu dùng yêu cầu về phát triển bền vững và vấn đề về lao động) (Huế Nguyễn, 2021).

Bên cạnh đó, các quốc gia ngày càng khắt khe hơn trong các yêu cầu quản lý chất thải, bảo vệ môi trường,

song song với đó là yêu cầu về chất lượng cao. Nền kinh tế tuần hoàn cũng đang được các nhân hàng theo đuổi. Không chỉ các nước phát triển, các quốc gia đang phát triển sẽ tiến tới đánh thuế các sản phẩm gây ô nhiễm môi trường. Nếu như các nhà sản xuất không nắm bắt được sẽ bị loại ra khỏi chuỗi cung ứng toàn cầu.

Không chỉ vậy, mối lo thiếu lao động, chi phí nhân công gia tăng đang thường trực với các doanh nghiệp trong bối cảnh đại dịch Covid-19.

Trong khi đó, hạn chế của lĩnh vực xuất khẩu nước ta đó là, đa phần các mặt hàng xuất khẩu Việt Nam chủ yếu là nguồn từ các doanh nghiệp vốn FDI. Điều này cho thấy, năng lực sản xuất các mặt hàng có giá trị xuất khẩu các doanh nghiệp trong nước còn hạn chế. Ngoài ra, giá trị gia tăng hàng hóa xuất khẩu Việt Nam vẫn chủ yếu do gia công xuất khẩu, nên giá trị chưa cao.

Bên cạnh đó, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc tăng mạnh, điều này không loại trừ Trung Quốc đang mượn hàng hóa Việt Nam để tránh thuế và lẩn tránh xuất xứ vì những căng thẳng thương mại dưới thời ông Donald Trump với Trung Quốc. Nếu giả thiết trên là có thật, rất có thể Việt Nam sẽ bị Mỹ áp thuế bán phá giá.

Mặc dù ngành khai thác và đánh bắt thủy hải sản Việt Nam đã cố gắng nỗ lực song "thẻ vàng" của Ủy ban châu Âu (EC) vẫn chưa được gỡ bỏ đối với ngành. Đây là những thách thức, khó khăn đối với xuất khẩu thủy, hải sản Việt Nam.

MỘT SỐ KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

Để hoạt động xuất khẩu được bền vững và tăng trưởng dương trong năm 2021 và các năm tới, theo tác giả, cần thực hiện có hiệu quả một số vấn đề như sau:

Một là, tập trung rà soát pháp luật trong quá trình thực thi các FTA để sửa đổi, bổ sung các văn bản quy phạm pháp luật, các nội dung đã cam kết, bảo đảm tính nhất quán của hệ thống luật pháp.

Hai là, tăng cường phổ biến về nội dung cam kết, công việc cần triển khai cho các doanh nghiệp dưới nhiều hình thức đổi mới, sáng tạo hơn thông qua phương tiện truyền thông, trang thông tin điện tử, các ấn phẩm, tài liệu, chương trình phát thanh và truyền hình hoặc các lớp tập huấn, hội thảo; xây dựng các

dầu mối hỗ trợ để thực thi hiệu quả; liên kết đầu mối thực thi tại các bộ, ngành và địa phương.

Ba là, xây dựng, chỉnh sửa và ban hành các quy định cụ thể trong xuất khẩu hàng hóa, đẩy mạnh hoạt động trực tuyến và đơn giản hóa các thủ tục hành chính tạo cơ chế thông thoáng cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Đồng thời, cần nâng cao chất lượng, năng lực dịch vụ logistics để giảm chi phí cho doanh nghiệp xuất khẩu.

Bốn là, nghiên cứu kỹ lưỡng từng mặt hàng tại thị trường cụ thể, từ đó định hướng doanh nghiệp về các ngành hàng có tiềm năng xuất khẩu sang thị trường này, thông tin về nhu cầu nhập khẩu của các nước và định hướng hoạt động xúc tiến thương mại. Bên cạnh đó, xây dựng các chương trình hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh, kết hợp đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ cho các ngành hàng, doanh nghiệp, phù hợp cam kết quốc tế; hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu.

Năm là, sử dụng hiệu quả các công cụ phù hợp với cam kết quốc tế, nhất là phòng vệ thương mại và phòng, chống gian lận xuất xứ. Triển khai các chương trình, đề án lớn về phòng vệ thương mại, phòng, chống gian lận xuất xứ nhằm tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng cho các ngành sản xuất trong nước, góp phần tăng nguồn thu cho ngân sách nhà nước, thúc đẩy sản xuất trong nước, duy trì việc làm cho người lao động.

Sáu là, tăng cường vai trò và hiệu quả các cơ quan đại diện thương mại, hiệp hội ngành nghề để mở rộng thị trường và thông tin kịp thời những thay đổi trong quy định của thị trường xuất khẩu cho các doanh nghiệp. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục Thống kê (2020). *Tình hình kinh tế - xã hội năm 2020*
2. Tổng cục Thống kê (2019-2020). *Số liệu xuất, nhập khẩu các năm 2019, 2020*
3. Hà Chính (2020). *Đạt kết quả "độc nhất vô nhị", Việt Nam biến khủng hoảng thành cơ hội*, truy cập từ <http://baohinhphu.vn/Kinh-te/Dat-ket-qua-doc-nhat-vo-nhi-Viet-Nam-bien-khung-hoang-thanh-co-hoi/417938.vgp>
4. Thế Hải (2020). *Doanh nghiệp tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa xuất khẩu sang EU*, truy cập từ <https://baodautu.vn/doanh-nghiep-tu-chung-nhan-xuat-xu-hang-hoa-xuat-khau-sang-eu-d127500.html>
5. Huế Nguyễn (2021). *Thách thức đối với xuất khẩu da giày sau dịch Covid-19*, truy cập từ <http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/kinh-doanh/2021-01-13/thach-thuc-doi-voi-xuat-khau-da-giay-sau-dich-covid-19-98286.aspx>