

# MỘT SỐ GIẢI PHÁP THúc ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030

HOÀNG ĐỨC THÂN\* - Các cộng sự\*\*

*Sau hơn 35 năm đổi mới, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ, đạt được những thành tựu quan trọng, trở thành trụ đỡ chủ yếu cho tăng trưởng kinh tế và phát triển xã hội của đất nước. Tuy nhiên, xuất khẩu hàng hóa vẫn còn nhiều hạn chế, đòi hỏi cần có những giải pháp đột phá để bảo đảm phát triển bền vững trong giai đoạn tới.*

## **Bối cảnh tác động đến xuất khẩu hàng hóa trong thời kỳ đổi mới**

*Một là, thực hiện thành công chủ trương đúng đắn, nhất quán về hội nhập quốc tế.*

Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế là xu hướng mang tính thời đại. Nhận thức đầy đủ, đúng đắn xu hướng đó, Đảng và Nhà nước ta đã thực hiện công cuộc đổi mới và hội nhập quốc tế từ năm 1986. Nhận thức và thực hiện con đường hội nhập quốc tế đã có bước phát triển cả về lượng và chất, từ thấp đến cao (xem Bảng 1).

Khởi đầu của tiến trình hội nhập quốc tế để chuyển từ một nền kinh tế đóng sang một nền kinh tế mở với phương châm “Việt Nam muốn làm bạn với tất cả các nước trong cộng đồng quốc tế, phấn đấu vì hòa bình, độc lập và phát triển”, sau hơn 35 năm đổi mới, từ chủ trương hội nhập kinh tế quốc tế đã phát triển thành “chủ động, tích cực hội nhập và nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế”. Từ chỗ bị bao vây, cấm vận, đến năm 2020, Việt Nam đã thiết lập quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại, đầu tư với hơn 230 quốc gia và vùng lãnh thổ; ký kết hơn 90 hiệp định thương

mại song phương; 12 hiệp định thương mại đa phương; gần 60 hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư; 54 hiệp định chống đánh thuế hai lần. Tính đến tháng 12-2021, có 17 hiệp định thương mại tự do (FTA) đã ký kết và đang đàm phán (trong đó có 3 FTA thế hệ mới). Hiện nay, Việt Nam là một trong những quốc gia tham gia nhiều các FTA trên thế giới. Từ cấp độ thấp đến cấp độ cao, từ khu vực ra thế giới, từ kinh tế sang các lĩnh vực khác là con đường hội nhập đúng đắn và bảo đảm nền tảng vững chắc cho sự phát triển của Việt Nam trong tương lai.

*Hai là, mô hình kinh tế thị trường ngày càng được hoàn thiện.*

Chuyển sang kinh tế thị trường là một chủ trương đúng đắn và sáng tạo của Đảng, Nhà nước ta. Nhận thức về mô hình kinh tế thị trường Việt Nam ngày càng đúng đắn, khoa học. Các quy luật khách quan của kinh tế thị trường được coi trọng và quản lý điều

\* GS, TS, NGND, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

\*\* ThS Trần Hương Thảo, Trường Đại học Kinh tế quốc dân; ThS Hoàng Đức Thành, Ngân hàng Techcombank

**Bảng 1: Phát triển tư duy về hội nhập quốc tế của Đảng, Nhà nước Việt Nam**

<b>Đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng</b>	<b>Nội hàm tư duy nhận thức về hội nhập quốc tế</b>
Đại hội VI (năm 1986)	Mở rộng hợp tác
Đại hội VII (năm 1991)	Đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ đối ngoại
Đại hội VIII (năm 1995)	Hội nhập kinh tế quốc tế
Đại hội IX (năm 2001)	Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế
Đại hội X (năm 2006)	Chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế
Đại hội XI (năm 2011)	Chủ động và tích cực hội nhập quốc tế
Đại hội XII (năm 2016)	Chủ động, tích cực và thực hiện hiệu quả hội nhập quốc tế trong điều kiện mới
Đại hội XIII (năm 2021)	Chủ động, tích cực hội nhập và nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế

*Nguồn: Các tác giả tổng hợp từ các văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng*

tiết vĩ mô của Nhà nước phù hợp hơn. Kinh tế thị trường ngày càng được hoàn thiện về lý luận và triển khai thực hiện thành công ở Việt Nam.

*Ba là, khủng hoảng, suy thoái kinh tế và đại dịch COVID-19.*

Trong hơn 35 năm đổi mới, Việt Nam phải đối mặt với nhiều cuộc khủng hoảng, suy thoái kinh tế toàn cầu. Khủng hoảng tài chính, khởi đầu tại Thái Lan vào tháng 7-1997 đã lan rất nhanh sang các nước khác trong khu vực. Những rối loạn ban đầu về tiền tệ và tài chính đã nhanh chóng chuyển thành suy thoái kinh tế châu Á.

Khủng hoảng kinh tế giai đoạn 2008 - 2013 đã gây tác động tiêu cực tới thương mại thế giới. Sức mua yếu làm cho giá của nhiều mặt hàng, như dầu thô, cao-su, than đá, lúa, gạo, sắt, thép, ô-tô,... giảm đáng kể, trong đó có những mặt hàng là hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

Từ cuối năm 2019 đến nay có dấu ấn đặc biệt đối với thương mại toàn cầu, với

sự bùng phát và diễn biến phức tạp của đại dịch COVID-19. Các biện pháp phong tỏa và đóng cửa biên giới để ngăn chặn đại dịch COVID-19 đã khiến thương mại toàn cầu đình trệ, chuỗi cung ứng đứt gãy, dẫn tới làn sóng phá sản nhiều doanh nghiệp trên toàn cầu. Tác động của khủng hoảng, suy thoái kinh tế và đại dịch COVID-19 đã tác động mạnh đến kinh tế nói chung, xuất khẩu hàng hóa (XKHH) của Việt Nam nói riêng.

**Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong 35 năm đổi mới**

Đánh giá cả quá trình 35 năm đổi mới (1986 - 2021), xuất khẩu của Việt Nam đã thu được những thành quả to lớn, thể hiện trên các mặt sau đây:

*Một là, kim ngạch XKHH tăng liên tục và ở mức cao.*

Tăng kim ngạch phản ánh trực tiếp tăng quy mô của XKHH và phản ánh mức tăng trưởng bền vững của xuất khẩu trên phương diện giá trị (xem Bảng 2).



**Bảng 2: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam**

Đơn vị: Triệu USD

Giai đoạn	Tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu	Tăng (%)	Kim ngạch xuất khẩu	Tăng (%)
1986 - 1990	19.716,8	-	7.031,7	-
1991 - 1995	39.940,2	102,7	17.156,2	143,9
1996 - 2000	112.706	182,2	52.649,1	206,9
2001 - 2005	240.929	113,8	110.829	110,5
2006 - 2010	623.480,5	158,7	280.360,9	153
2011 - 2015	1.321.855,1	112	655.794	133,9
2016 - 2021	2.984.468,1	125,8	1.515.924,4	131,2

*Nguồn: Tính toán của các tác giả trên cơ sở số liệu của Tổng cục Thống kê*

Tính chung, quy mô xuất khẩu của Việt Nam trong vòng 5 năm lại tăng lên gấp hơn hai lần về kim ngạch. Năm 2020, Việt Nam đạt được kỷ lục mới về quy mô kim ngạch xuất, nhập khẩu khi vượt 500 tỷ USD. Tổng trị giá xuất, nhập khẩu hàng hóa của cả nước đạt 545,36 tỷ USD, tăng 5,4% với năm 2019. Trong đó, giá trị hàng hóa xuất khẩu đạt 282,65 tỷ USD, tăng 7% (tương ứng tăng 18,39 tỷ USD). Đây là mức tăng trưởng ấn tượng khi Việt Nam tận dụng tốt các cơ hội trong hội nhập kinh tế quốc tế để mở rộng xuất khẩu, đóng góp nguồn lực cho ngân sách nhà nước và nền kinh tế cũng như cộng đồng doanh nghiệp để ứng phó với đại dịch COVID-19.

Kim ngạch XKHH năm 2021 đạt 336,31 tỷ USD, tăng 19% so với năm 2020. Đây là thành tựu ấn tượng khi đại dịch COVID-19 làm đứt gãy các chuỗi cung ứng toàn cầu và kinh tế trong nước rất khó khăn do tác động của đại dịch. Nhìn chung, giai đoạn 1986 - 2021, XKHH cả nước luôn tăng trưởng ở mức 2 con số. Điều này chỉ có một số ít quốc gia đạt được.

*Hai là, phát triển mạnh số lượng và nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu.*

Nhìn chung, tất cả các mặt hàng xuất khẩu đều có kim ngạch xuất khẩu năm sau tăng hơn năm trước, đồng thời xuất hiện một số mặt hàng mới. Trong đó, nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực giữ được vị trí khá ổn định và có mức tăng cao, như nông sản, hàng điện tử, điện thoại, hàng dệt may, giày dép,... Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực ngày càng khẳng định được vị thế trên thị trường khu vực và thị trường thế giới, như gạo xuất khẩu đứng thứ 2 thế giới, hạt điều đứng thứ 2 thế giới, cà-phê đứng thứ 4 thế giới.

Nếu như năm 1991 Việt Nam mới chỉ có 4 mặt hàng đạt kim ngạch 100 triệu USD trở lên, mặt hàng đạt kim ngạch cao nhất là dầu thô cũng chỉ đạt 581 triệu USD/năm, thì năm 1997, có 7 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu từ 500 triệu USD trở lên (gồm gạo, giày dép, dệt may, dầu thô, cà-phê, hàng điện tử, hàng thủy sản); đến năm 2015, Việt Nam đã có 24 nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu đạt từ 1 tỷ USD trở lên, trong đó có 12 nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu hơn 2 tỷ USD. Năm 2021, có 35 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 93,8% tổng kim ngạch xuất khẩu, trong đó

**Bảng 3: Cơ cấu nhóm hàng xuất khẩu**

Đơn vị: %

TT	Nhóm hàng	2010	2015	2020
1	Nông, lâm, thủy sản	21,1	12,7	8,9
2	Nhiên liệu, khoáng sản	11,2	3	1
3	Công nghiệp chế biến, chế tạo	53,6	78,9	85,2
4	Hàng hóa khác	14	5,4	4,9

*Nguồn: Tổng hợp và tính toán của các tác giả từ số liệu của Bộ Công Thương*

có 8 mặt hàng xuất khẩu đạt trên 10 tỷ USD, chiếm 69,7%.

Các doanh nghiệp sản xuất trong nước đã chú trọng đầu tư đổi mới công nghệ và nâng cao chất lượng sản phẩm khá nhanh. Nhờ đó, chất lượng hàng xuất khẩu nâng lên đáng kể, bước đầu tạo ra sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường thế giới, đồng thời cũng tác động tích cực tới chất lượng sản phẩm sản xuất trong nước. Hiện nay, mặt hàng điện tử, điện thoại, gạo, dầu thô, thủy sản, hàng may mặc, giày dép, cà-phê, nhân điều, hạt tiêu,... xuất khẩu từ Việt Nam đã từng bước được thừa nhận đạt tiêu chuẩn, chất lượng quốc tế.

*Ba là, cơ cấu hàng xuất khẩu đã có sự dịch chuyển mạnh mẽ từ xuất khẩu thô sang xuất khẩu hàng chế biến sâu, hàng công nghệ.*

Sự dịch chuyển cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng tích cực là tăng nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo, giảm nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản (xem Bảng 3).

Tỷ trọng giá trị xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo tăng từ mức 53,6% trong tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2010 lên mức 85,2% năm 2020. Trong khi đó, tỷ trọng nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản xuất khẩu đã giảm mạnh, từ 11,2% năm 2010 xuống 1% năm 2020. Tỷ trọng nhóm hàng công nghiệp chế

biến, chế tạo tăng lên chủ yếu do tăng kim ngạch xuất khẩu hàng điện thoại các loại và linh kiện, trong khi tỷ trọng nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp giảm (xem Bảng 4).

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo phân loại tiêu chuẩn thương mại quốc tế (SITC) liên tục cải thiện theo chiều hướng tích cực, giảm hàm lượng xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, tinh chế. Điều này tạo điều kiện cho hàng hóa Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu. Hàng nguyên liệu thô năm 1991 chiếm trên 92% tổng kim ngạch xuất khẩu, đến năm 2015 giảm còn 34,8% và năm 2020 chỉ còn chưa đến 15%. Hàng chế biến và chế biến sâu (trong đó có hàng chế tạo) năm 1991 chỉ chiếm khoảng 8%, năm 2015 là 81,3% và năm 2020 lên tới 85,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu.

*Bốn là, thị trường XKHH đa dạng và phát triển ổn định.*

Trước năm 1986, hoạt động xuất, nhập khẩu của Việt Nam phụ thuộc chủ yếu vào thị trường Liên Xô (cũ) và các nước Đông Âu. Năm 1991, Việt Nam phát triển được hơn 20 thị trường XKHH nhưng vẫn tập trung ở các nước ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Năm 2015, lần đầu tiên Việt Nam có 29 thị trường xuất khẩu trên 1 tỷ



**Bảng 4: Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu Việt Nam**

Đơn vị: %

TT	Nhóm hàng	2010	2015	2020
1	Hàng thô hoặc mới sơ chế	34,8	18,7	14,4
2	Hàng chế biến hoặc đã tinh chế	65,1	81,3	85,5
3	Hàng hóa không thuộc nhóm trên	0,1	0	0,1

*Nguồn: Niên giám thống kê hằng năm*

USD với tổng giá trị 147,36 tỷ USD, chiếm hơn 90% tổng kim ngạch XKHH cả nước.

Năm 2020, có 31 thị trường xuất khẩu đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD, trong đó có 5 thị trường đạt kim ngạch trên 10 tỷ USD, 8 thị trường từ 5 đến 10 tỷ USD. Trong bối cảnh xuất khẩu ở một số thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam bị ảnh hưởng do đại dịch COVID-19, như xuất khẩu sang Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) giảm 8,4% so với năm 2019; xuất khẩu sang thị trường châu Âu giảm 5,3%; kim ngạch xuất khẩu chung vẫn đạt tăng trưởng dương. Điều này chứng tỏ, các doanh nghiệp xuất khẩu đã tìm kiếm được những thị trường thay thế để đẩy mạnh xuất khẩu nhằm bù đắp sự sụt giảm kim ngạch ở các thị trường truyền thống.

Đến năm 2021, Việt Nam đã phát triển quan hệ thương mại với hơn 230 quốc gia, vùng lãnh thổ. Việt Nam đã có quan hệ kinh tế, thương mại với tất cả các nước công nghiệp phát triển (G7), các khu vực kinh tế lớn và các định chế, thể chế kinh tế, thương mại, tài chính tiền tệ toàn cầu.

*Năm là, xuất khẩu của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài tăng cao.*

Các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tham gia tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước từ năm 1988. Khu vực này có mức tăng trưởng xuất khẩu nhanh trong suốt thời kỳ 1988 - 2021. Nếu như thời

kỳ 1988 - 1991 (chưa tính kim ngạch xuất khẩu dầu thô), khu vực FDI mới chỉ xuất khẩu được 51 triệu USD, năm 1992 tăng lên 112 triệu USD, chiếm tỷ trọng 4,3% so với tổng kim ngạch xuất khẩu chung cả nước; năm 1996 đạt 786 triệu USD, chiếm tỷ trọng 9,2% thì năm 2020, khu vực FDI đóng góp 202,89 tỷ USD trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, chiếm tỷ trọng 71,7%. Đến năm 2021, xuất khẩu của khu vực FDI (kể cả dầu thô) đạt 245,22 tỷ USD, tăng 20,9% so với năm 2020 và chiếm 72,9% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước. Đáng quan tâm là có khoảng 75% kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp FDI là hàng hóa chế biến và chế biến sâu, trong đó giày dép và may mặc chiếm khoảng 35% và có một số mặt hàng chứa hàm lượng kỹ thuật, công nghệ cao, như hàng điện tử, điện thoại và khí cụ công nghiệp...

*Sáu là, Việt Nam từ quốc gia nhập siêu trở thành quốc gia xuất siêu.*

Tỷ trọng nhập siêu so với tổng kim ngạch xuất khẩu ở giai đoạn 1986 - 1990 rất cao, ở mức 74,2% so với kim ngạch xuất khẩu, sang giai đoạn 1991 - 1995 còn 32,8%, đến giai đoạn 2011 - 2015 chỉ còn 1,56%. Năm 2016, cán cân thương mại hàng hóa cả nước có bước ngoặt thay đổi từ nhập siêu sang xuất siêu 9,16% và duy trì trạng thái này trong giai đoạn 2016 - 2021 với mức xuất siêu cả giai đoạn đạt 3,22%.

**Bảng 5: Nhập siêu, xuất siêu của Việt Nam**

Giai đoạn/năm	Lượng nhập siêu, xuất siêu (-) (triệu USD)	Tỷ lệ % nhập siêu, xuất siêu (-) (%)
1986 - 1990	5.653,4	80,3
1991 - 1995	5.627,8	32,8
1996 - 2000	10.508,8	19,9
2001 - 2005	19.323	17,4
2006 - 2010	62.758,7	22,4
2011 - 2015	10.267,1	1,56
2016	-1.602,4	-9,16
2017	-2.915,4	-1,38
2018	-6.790,1	-2,87
2019	-11.118,5	-4,21
2020	-19.954,3	-7,06
2021	-4.080	-1,21
2016 - 2021	-46.460,7	-3,22

*Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu của Tổng cục Thống kê*

Cán cân thương mại hàng hóa của cả nước vào cuối năm 2020 đạt giá trị thặng dư 19,95 tỷ USD, đây là mức cao nhất trong 5 năm liên tiếp xuất siêu kể từ năm 2016. Năm 2021, kinh tế thế giới và Việt Nam vẫn chưa hết khó khăn bởi đại dịch COVID-19 tiếp tục bùng phát, nhưng Việt Nam vẫn xuất siêu 4,08 tỷ USD.

Cán cân thương mại hàng hóa đạt thặng dư trong toàn bộ thời kỳ kế hoạch 5 năm 2016 - 2021 với mức xuất siêu năm sau cao hơn năm trước (ngoại trừ năm 2021, do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19), qua đó, đóng góp lớn vào tăng trưởng GDP, tạo việc làm, thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa, đặc biệt là nông sản hàng hóa cho người nông dân. Xuất siêu giúp nâng cao dự trữ ngoại hối, ổn định tỷ giá và ổn định kinh tế vĩ mô (xem Bảng 5).

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế được khai thác hiệu quả, thể hiện ở việc gắn tăng trưởng xuất khẩu với kiểm soát hiệu quả hoạt

động nhập khẩu, qua đó giúp cán cân thương mại chuyển từ nhập siêu sang xuất siêu. Đây cũng là định hướng điều hành kinh tế vĩ mô trong nhiều năm qua của Đảng và Nhà nước ta. Từ năm 2016, tốc độ tăng trưởng về xuất khẩu của Việt Nam luôn tăng nhanh hơn nhập khẩu, tạo đà cho xuất siêu.

*Những hạn chế trong XKHH của Việt Nam:*

Bên cạnh các kết quả đã đạt được, XKHH của Việt Nam sau hơn 35 năm đổi mới còn có một số hạn chế chủ yếu sau:

*Thứ nhất*, quy mô XKHH còn nhỏ, tăng trưởng xuất khẩu hiện tại đạt tốc độ cao nhưng chưa thật sự bền vững trong trung và dài hạn, tiềm ẩn nhiều rủi ro có thể ảnh hưởng đến tăng trưởng xuất khẩu ổn định.

*Thứ hai*, phát triển nguồn hàng xuất khẩu chưa bền vững, thiếu tính liên kết và dễ bị tác động tiêu cực khi thị trường nước ngoài có biến động. Sản xuất hàng hóa quy mô lớn dựa trên công nghệ hiện đại còn ít.



Đa số các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm xuất khẩu quy mô nhỏ, thiếu thông tin về thị trường xuất khẩu. Rất ít doanh nghiệp Việt Nam tham gia được vào mạng sản xuất, mạng phân phối và chuỗi giá trị toàn cầu.

*Thứ ba*, khả năng cạnh tranh trong xuất khẩu còn hạn chế ở cả ba cấp độ: cấp sản phẩm, cấp doanh nghiệp và cấp quốc gia. Điều này do hạn chế về các nguồn lực lao động trình độ cao, nguồn lực tài chính và nguồn lực công nghệ. Quá trình chuyển đổi số, phát triển kinh doanh trên nền tảng kinh tế số, công nghệ số diễn ra chậm.

*Thứ tư*, mức độ đa dạng hóa thị trường của nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam chưa cao, đặc biệt là nhóm hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu còn gặp nhiều khó khăn trong tiếp cận những thị trường có yêu cầu cao về chất lượng và an toàn thực phẩm.

*Thứ năm*, nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực là hàng gia công, giá trị gia tăng thấp. Năm 2021 có 8 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm 69,7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước là điện tử, máy tính và linh kiện; điện thoại và linh kiện; phương tiện vận tải và phụ tùng; sắt, thép; gỗ và sản phẩm gỗ; giày dép; hàng dệt may; máy móc, thiết bị và dụng cụ phụ tùng khác. Điều này chưa thực sự hợp lý vì nhóm hàng chế biến, chế tạo vẫn chủ yếu làm gia công, lắp ráp cho nước ngoài, giá trị gia tăng của sản phẩm xuất khẩu thấp. Sản phẩm xuất khẩu có hàm lượng công nghệ, chất xám và giá trị gia tăng cao còn hạn chế.

*Thứ sáu*, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đang phải đối diện với nhiều khó khăn do nhiều nước chuyển sang áp dụng các hình thức bảo hộ mới thay vì áp dụng các hàng

rào kỹ thuật, như áp thuế chống bán phá giá, chống trợ cấp và phòng vệ thương mại... đòi hỏi cần có nghiên cứu, thay đổi trong cách tiếp cận để kịp thời điều chỉnh, ứng phó. Mặc dù Việt Nam đã và đang rất tích cực, chủ động xử lý có hiệu quả các vấn đề trong tranh chấp thương mại, áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại, vượt qua các rào cản thương mại của các thị trường nhập khẩu nhưng tình hình thế giới đang có những diễn biến hết sức phức tạp, khó lường trong bối cảnh đại dịch COVID-19 và chủ nghĩa bảo hộ gia tăng.

*Thứ bảy*, xuất khẩu vẫn còn phụ thuộc nhiều vào khối doanh nghiệp FDI. Do sản xuất và xuất khẩu của các doanh nghiệp này phụ thuộc rất mạnh vào chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu nên mỗi khi có biến động xảy ra đối với chuỗi cung ứng, xuất khẩu của Việt Nam sẽ chịu tác động mạnh.

*Thứ tám*, cơ sở vật chất, kỹ thuật phục vụ XKHH còn nhiều yếu kém. Hệ thống logistics của Việt Nam, bao gồm kết cấu hạ tầng vật chất, kỹ thuật, dịch vụ logistics và kết nối logistics chậm phát triển.

*Thứ chín*, cơ chế, chính sách quản lý, điều hành xuất khẩu vẫn còn những cản trở cho XKHH. Đặc biệt, hệ thống pháp luật ngoại thương, dịch vụ hỗ trợ về thủ tục XKHH, thông tin thị trường xuất khẩu, hỗ trợ thương mại điện tử xuyên biên giới... còn hạn chế. Bên cạnh đó, doanh nghiệp tiếp cận các gói tài chính hỗ trợ của Nhà nước trong đại dịch COVID-19 còn nhiều khó khăn.

### **Các giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa đến năm 2030**

Định hướng chiến lược phát triển xuất khẩu giai đoạn 2021 - 2030 theo mục tiêu bền vững trên cơ sở nâng cao năng suất, chất

lượng và hiệu quả xuất khẩu, phát huy lợi thế so sánh và nâng cao năng lực cạnh tranh, tham gia sâu và hiệu quả vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu. Thúc đẩy mạnh mẽ chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo chiều sâu, hướng vào lĩnh vực công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Đa dạng thị trường xuất khẩu, đồng thời tập trung phát triển thị trường cho các sản phẩm xuất khẩu chủ lực có sức cạnh tranh lớn, có giá trị gia tăng cao hoặc các nhóm sản phẩm có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu lớn. Nâng cao năng lực đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội, môi trường, quy tắc xuất xứ trong các FTA thế hệ mới.

Thực hiện chiến lược XKHH của Việt Nam đến năm 2030 trong bối cảnh kinh tế thế giới phục hồi sau đại dịch COVID-19; thương mại và quy mô thị trường hàng hóa thế giới tăng trưởng mạnh; thương mại toàn cầu đang được định hình lại khi các quốc gia nỗ lực tìm cách thúc đẩy hợp tác thương mại thông qua các hiệp định khu vực hoặc liên khu vực; sự phát triển mạnh mẽ của khoa học - công nghệ làm thay đổi thương mại quốc tế truyền thống và hiện đại. Sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các quốc gia ngày càng lớn thông qua dòng thương mại và chuỗi cung ứng toàn cầu. Chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch gia tăng và sự thay đổi chính sách thương mại quốc tế của các nước có nguy cơ nổ ra chiến tranh thương mại.

Bối cảnh trong nước với những cơ hội mới cho XKHH đến từ đẩy mạnh cải cách thể chế và chuyển đổi mô hình tăng trưởng, nâng cao năng lực cạnh tranh dựa trên đổi mới tư duy, chú trọng đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và phát triển khoa học - công nghệ. Bên cạnh đó là những khó khăn, thách

thức không nhỏ đến từ những yếu kém nội tại của nền kinh tế chậm được khắc phục, nguy cơ tụt hậu và rơi vào bẫy thu nhập trung bình còn rất lớn, xu hướng gia tăng các thách thức an ninh thương mại phi truyền thống, đặc biệt là các vấn đề về xã hội, môi trường và biến đổi khí hậu.

Để tận dụng được cơ hội, vượt qua thách thức, cần có những giải pháp đồng bộ và đột phá nhằm phát triển bền vững XKHH của Việt Nam đến năm 2030, trong đó, cần tập trung vào một số giải pháp sau:

*Một là, hoàn thiện cơ chế, chính sách, tạo môi trường vĩ mô thuận lợi cho XKHH.*

Xây dựng, sửa đổi, bổ sung cơ chế, chính sách kinh tế, thương mại cần thực hiện đồng bộ và thường xuyên. rà soát lại hệ thống văn bản pháp luật và cơ chế, chính sách hiện hành để làm rõ những nội dung không phù hợp với quy định quốc tế và cam kết trong các FTA, từ đó, sửa đổi, bổ sung, ban hành mới các văn bản pháp quy cho phù hợp. Kiện toàn các tổ chức pháp chế của ngành, địa phương và doanh nghiệp, củng cố hệ thống tòa án kinh tế, lao động, hành chính và các tổ chức trọng tài. Tạo dựng môi trường kinh doanh thuận lợi, thông thoáng và minh bạch. Chủ động, tích cực tham gia xây dựng các quy tắc và luật lệ chung của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC); tích cực bảo vệ lợi ích chính đáng của Nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam trong các tranh chấp kinh tế, thương mại và đầu tư quốc tế.

Xây dựng thể chế kinh tế thị trường Việt Nam hiện đại, bảo đảm tính hệ thống, công khai, minh bạch và ổn định; bảo đảm thuận lợi cho hoạt động XKHH và kiểm soát tốt,



hiệu quả hoạt động nhập khẩu. Thúc đẩy XKHH chế biến sâu, có hàm lượng công nghệ cao và khuyến khích nhập khẩu công nghệ nguồn, máy móc, công nghệ hiện đại.

*Hai là, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia trong XKHH.*

Đổi mới mô hình tăng trưởng theo chiều sâu, chất lượng, cấu trúc lại ngành, doanh nghiệp. Đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại, có khả năng kết nối cao. Xây dựng các trung tâm logistics vùng, quốc gia để tham gia mạng lưới logistics khu vực và quốc tế. Điều tra, phân loại, đánh giá khả năng cạnh tranh của từng sản phẩm, ngành hàng, dịch vụ, từng doanh nghiệp, từng địa phương. Phát triển khu vực doanh nghiệp tư nhân thực sự trở thành một trong những động lực chủ yếu của nền kinh tế quốc dân. Phát triển mạnh các liên kết kinh tế, tích tụ các nguồn lực đầu tư cho phát triển sản xuất hàng hóa theo chiều sâu. Đầu tư phát triển các thương hiệu quốc gia và Nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu trên thị trường quốc tế. Khuyến khích hình thành các vùng sản xuất hàng xuất khẩu chủ lực tập trung, tạo nguồn hàng xuất khẩu quy mô lớn và có chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế.

*Ba là, nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp và sản phẩm xuất khẩu.*

Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và sản phẩm xuất khẩu trên cơ sở chiến lược kinh doanh phù hợp, đổi mới phương thức kinh doanh, tăng cường tiềm lực của doanh nghiệp và phát triển các liên kết trong và ngoài nước. Doanh nghiệp tích cực và chủ động tham gia quá trình phân công lao động quốc tế, tham gia mạng sản xuất, mạng phân phối khu vực và quốc tế, tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. Cần đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số và kinh doanh trên nền tảng công nghệ

số của doanh nghiệp. Phát triển đa dạng cả phương thức xuất khẩu chính ngạch truyền thống và phương thức xuất khẩu hiện đại. Đặc biệt, cần đẩy mạnh áp dụng thương mại điện tử xuyên biên giới và tham gia các sàn thương mại điện tử thế giới.

*Bốn là, đa dạng thị trường XKHH.*

Đẩy mạnh các hoạt động đàm phán song phương, đa phương với các thị trường, khu vực thị trường trọng điểm, nhiều tiềm năng. Tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu theo hướng chú trọng mở rộng thị trường ở các nước đang phát triển, các thị trường tiềm năng và thị trường mới nổi. Đồng thời, phát triển xuất khẩu theo chiều sâu tới những thị trường truyền thống, như Mỹ, EU, Trung Quốc, các nước Đông Á, ASEAN...

*Năm là, tận dụng hiệu quả hơn các lợi thế do các FTA mang lại.*

Việc áp thuế suất thấp hoặc bằng 0% đối với hàng Việt Nam như thỏa thuận trong tổng số 17 FTA Việt Nam đã và đang đàm phán ký kết, thực thi là động lực thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ và tận dụng những ưu đãi do các FTA mang lại để thâm nhập thị trường, tăng trưởng xuất khẩu và đạt hiệu quả cao, bền vững trong XKHH.

*Sáu là, tăng cường hoạt động thông tin, truyền thông trong XKHH.*

Đẩy mạnh hoạt động truyền thông về các FTA, thông tin về các thị trường quốc tế, các mặt hàng xuất, nhập khẩu. Bộ Công Thương cần chủ trì phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan biên soạn, phát hành các ấn phẩm thông tin về xuất, nhập khẩu hữu ích với doanh nghiệp. Nhà nước cần tập trung đầu tư để có cơ sở dữ liệu lớn (big data), phát triển mạnh cơ sở dữ liệu điện tử dùng chung và liên thông quốc gia hỗ trợ xuất khẩu. □