

NHÌN LẠI BỨC TRANH XUẤT KHẨU CỦA NƯỚC TA TRONG 20 NĂM ĐỔI MỚI

NGUYỄN DUY NGHĨA *

Nếu lịch sử hình thành và phát triển của ngành thương mại Việt Nam trong 60 năm qua (1946 - 2006) là một bức tranh hoành tráng thì mảng xuất khẩu trong 20 năm gần đây có nhiều gam màu sáng chói, biểu hiện sinh động về thành công của đường lối đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo.

Những thành công

Xuất khẩu của nước ta năm 2005 đạt 32,2 tỉ USD, bằng 40,8 lần năm 1986 (789 triệu USD). Năm 2000, kim ngạch xuất khẩu theo đầu người của chúng ta vượt 180 USD/năm (đây là mốc được công nhận là quốc gia có nền ngoại thương bình thường), nhưng đến năm 2005 con số trên đạt 390 USD, gấp đôi năm 2000. Xuất khẩu bình quân một tháng của năm 2005 được 2,68 tỉ USD hơn kim ngạch cả một năm của năm 1992 (2,58 tỉ USD). Năm 2006, hoạt động xuất nhập khẩu nước ta đạt mức tăng trưởng cao. Kim ngạch xuất khẩu cả nước đạt 39,6 tỉ USD, tăng 22,1% so với năm 2005 trong đó có 9 mặt hàng kim ngạch đạt trên 1 tỉ USD.

Với kết quả đó, lần đầu tiên xuất khẩu của nước ta vượt qua ngưỡng ba chục tỉ USD, tuy là con số chưa cao, nhưng nếu nhìn lại chặng đường đi qua mới thấy bước tiến của 20 năm đổi mới là khá ấn tượng bởi khoảng thời gian để tăng thêm được 10 tỉ USD kim ngạch xuất khẩu đang ngày càng rút ngắn: Từ khi cả nước "chung lưng đấu cật" xuất khẩu tới năm 1988 mới đạt kim ngạch 1,038 tỉ USD; 11 năm sau, năm 1999 vượt

ngưỡng 10 tỉ USD, đạt 11,054 tỉ USD; nhưng lên con số 20 tỉ USD chúng ta chỉ mất 4 năm - năm 2003 đạt 20,176 tỉ USD và để thêm 10 tỉ USD thứ 3 chỉ cần 2 năm (2004 - 2005).

Xuất khẩu tăng làm tăng thu nhiều ngoại tệ mạnh lại chính là nguồn tài lực để gia tăng nhập khẩu, có điều kiện lựa chọn, tiếp thu công nghệ nguồn, công nghệ tiềm năng, đáp ứng yêu cầu của công nghiệp hóa, hiện đại hóa. So với năm 1986, nhập khẩu tăng gấp 17,1 lần, song vì xuất khẩu tăng nhanh, nên tỷ lệ nhập siêu giảm dần. Năm 1986 tỷ lệ nhập siêu là 173%, tới năm 2005 chỉ còn 14,5%. Để có sự tổng kết sâu sắc hơn về những thành công và hạn chế, tồn tại xin nêu những yếu tố cơ bản như sau:

1 - Hệ thống chính sách quản lý xuất nhập khẩu tương đối hoàn thiện nhất từ trước đến nay. Đây là hệ quả tất yếu khi xóa bỏ độc quyền ngoại thương, trên 2 khía cạnh chính: một là, quyền kinh doanh xuất nhập khẩu được mở rộng đối với mọi thành phần kinh tế và đối với đa phần hàng hóa (trừ số ít hàng cấm và hàng

* Bộ Thương mại

chuyên dùng có cơ chế quản lý riêng); *hai là*, các công cụ về xuất nhập khẩu được ban hành kịp thời, khá đồng bộ, luôn được điều chỉnh, bổ sung phù hợp với nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, với các cam kết quốc tế mà Việt Nam tham gia và các chuẩn mực, thông lệ quốc tế khác, bao quát được mọi loại hình xuất khẩu và dịch vụ xuất khẩu trong buôn bán quốc tế. Từ chỗ mỗi năm chỉ có một quyết định điều hành xuất nhập khẩu, bước sang năm 2001, chúng ta đã có cơ chế cho cả giai đoạn 2001 - 2005, để doanh nghiệp chủ động sản xuất, kinh doanh. Các biện pháp khuyến khích xuất khẩu cũng được sử dụng. Nhờ đó, số doanh nghiệp tham gia xuất khẩu ngày càng nhiều - năm 2005 là 35,7 nghìn doanh nghiệp, gấp một nghìn lần so với năm 1986. Điều quan trọng hơn là thông qua đó các cấp, các ngành đã đổi mới tư duy kinh tế, tích lũy được kinh nghiệm phát triển nền ngoại thương theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

2 - Chính sách thu hút đầu tư nước ngoài tạo nên sức bật mới. Với chủ trương thu hút đầu tư nước ngoài được khởi đầu bằng Luật Đầu tư trực tiếp nước ngoài (năm 1987), đến nay chúng ta đã có hơn 70 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam. Nhiều doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tham gia vào xuất khẩu tạo nên sự chuyển biến nhanh, cả về lượng lẫn chất trong xuất khẩu của đất nước. Hầu hết các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đều có năng lực vượt trội so với khối doanh nghiệp 100% vốn trong nước, vì vậy chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Năm 2005 các doanh nghiệp này đã xuất khẩu 18,5 tỉ USD, tăng 27,8 % so với năm 2004 (xuất khẩu của khối doanh nghiệp 100% vốn trong nước tăng 14,2 %), chiếm 57,4% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước.

3 - Xúc tiến thương mại là công cụ không thể thiếu trong hành trang xuất khẩu. Xúc tiến thương mại vốn mạnh nhen, nhưng đến thời đổi mới, trở thành tất yếu, làm sống động "mặt trận" xuất khẩu. Cục xúc tiến thương mại ra đời ngày 6-7-2000 có tư cách pháp nhân kết nối các tổ

chức xúc tiến thương mại trong nước và hợp tác với tổ chức tương tự của một số nền kinh tế thịnh vượng. Các bộ, ngành tham gia quản lý sản xuất, kinh doanh và thành lập những trung tâm với chương trình xúc tiến thương mại ở quy mô khác nhau về khoa học, công nghệ, ma-kết-tinh, quản trị kinh doanh, luật pháp. Mỗi năm chúng ta tổ chức hàng trăm hội chợ. Liên tục trong 3 năm gần đây, Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia đã giúp đỡ hàng nghìn lượt doanh nghiệp đi khảo sát thị trường, tìm bạn hàng, đào tạo nguồn lực. Chương trình xây dựng thương hiệu quốc gia, bảo vệ nhãn hiệu độc quyền cũng được khởi động và sớm lan tỏa. Công thương mại điện tử quốc gia (ECVN) đã khai trương nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia vào phương thức mua bán trực tuyến trên quy mô lớn, thuận lợi, hiệu quả, tạo thêm sức cạnh tranh cho doanh nghiệp trong tiến trình chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.

4 - Thị trường xuất khẩu mở rộng gần khắp toàn cầu. Bằng quan hệ thương mại với trên 180 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó ký hiệp định thương mại với trên 80 đối tác, nổi bật là Hiệp định khung về Hợp tác kinh tế - thương mại với EU, Hiệp định Thương mại với Hoa Kỳ (hai đối tác thương mại lớn nhất toàn cầu), đã tạo xung lực mới cho xuất khẩu. Đây chính là hình ảnh sinh động của đường lối đối ngoại đa phương hóa, đa dạng hóa. Từ đó định hình 4 khối: các thị trường chính bao gồm những nền kinh tế thịnh vượng chúng ta phải kiên định duy trì, mở rộng; các thị trường mới đầy tiềm năng thì cần nhanh chóng khai thác; các thị trường truyền thống đã kịp thời khôi phục; các thị trường gần luôn phải hết sức tranh thủ. Vì vậy, chúng ta tránh được tình trạng quá lệ thuộc vào một vài thị trường, thoát khỏi sự hẫng hụt khi có biến động trên thị trường quốc tế.

5 - Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế tạo nên chuyển biến về chất cho hoạt động kinh tế đối ngoại nói chung đặc biệt cho xuất khẩu. Chúng ta đã từng bước chuyển từ thế bị động sang thế chủ động trong việc tiếp cận thị trường, cố gắng xây dựng môi trường kinh doanh

thuận lợi, khẩn trương nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo khả năng tranh đấu đảm bảo công bằng trong quan hệ thương mại quốc tế. Đây là biểu hiện của sự chủ động hội nhập kinh tế quốc tế để đẩy mạnh xuất khẩu. Thực tế việc Việt Nam bị kiện về bán phá giá đã có từ năm 1994 đối với gạo xuất khẩu, nhưng mấy năm gần đây số mặt hàng vào diện bị áp mức thuế chống bán phá giá ngày càng tăng. Trước tình hình đó, nhiều doanh nghiệp đã cố gắng tạo mặt hàng mới, tìm kiếm các thị trường khác... để tồn tại và phát triển, còn cơ quan quản lý có thêm kinh nghiệm nhận biết cũng như đối phó với các vụ kiện. Việc ra đời các Pháp lệnh Đối xử quốc gia, Pháp lệnh Tự vệ, thành lập Hội đồng cạnh tranh, Hội đồng xử lý vụ việc chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ đều nhằm hội nhập kinh tế một cách chủ động hơn để đẩy mạnh xuất khẩu.

6 - Số lượng hàng xuất khẩu ngày càng nhiều, có những mặt hàng đạt kim ngạch lớn.

Từ chỗ cả nước chỉ có vài mặt hàng đạt kim ngạch 100 triệu USD, đến năm 2005 chúng ta đã có 20 mặt hàng chủ lực, trong đó 7 mặt hàng đạt từ 1,3 tỉ đến trên 7 tỉ USD. Hàng hóa xuất khẩu cũng ngày được cải thiện: tăng tỷ lệ qua chế biến, mẫu mã đẹp, đa dạng kiểu dáng, chất lượng tốt, giá cả cạnh tranh. Đến nay, cả nước đã có khoảng 150 doanh nghiệp chế biến thủy sản đủ tiêu chuẩn xuất khẩu vào thị trường EU. Đồ gỗ Việt Nam tuy mới xuất khẩu, song đã cạnh tranh được với các đối thủ lớn, còn gạo, cà phê và hạt tiêu luôn giữ vững ở vị thế cao trên thương trường quốc tế.

7 - Mỗi địa phương một trận địa xuất khẩu.

Từ chỗ mỗi địa phương chỉ có một công ty cung ứng hàng hóa xuất khẩu cho các tổng công ty nhà nước thuộc các bộ, ngành, thì nay các tỉnh, thành phố đều có những doanh nghiệp lớn cùng nhiều đơn vị thuộc các thành phần trực tiếp xuất khẩu. Từng địa phương luôn cố gắng phát huy tiềm năng, lợi thế so sánh của mình, khắc phục khó khăn, tăng cường liên doanh liên kết, tranh thủ sự hỗ trợ từ nhiều phía để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu.

8 - Khu kinh tế cửa khẩu có nhiều đóng góp quan trọng. Mở đầu bằng Quyết định số 675 (tháng 9-1996) của Thủ tướng Chính phủ về xây dựng thí điểm khu kinh tế cửa khẩu Móng Cái, Quảng Ninh (sau hai 2 năm hoạt động kim ngạch xuất khẩu qua khu tăng 34%/ năm), chúng ta đã có khu kinh tế cửa khẩu thương mại - dịch vụ Lạng Sơn; Lao Bảo (Quảng Trị), các khu ở thành phố Lào Cai, Cầu Treo (Hà Tĩnh), Mộc Bài (Tây Ninh), Hà Tiên (Kiên Giang), góp phần phát triển giao lưu hàng hóa, đặc biệt đối với những mặt hàng bình dân chưa có khả năng vào được thị trường có yêu cầu cao. Từ đó còn thúc đẩy buôn bán với 3 nước láng giềng, tạo kết cấu hạ tầng cho hành lang kinh tế Đông - Tây và vành đai kinh tế biên giới Việt - Trung.

9 - Vai trò của làng nghề trong mặt trận xuất khẩu đã được khẳng định. Việc khôi phục và chấn hưng làng nghề chẳng những không để những nghề quý bị thất truyền, mà còn khơi dậy sức sáng tạo của các nghệ nhân, tăng xuất khẩu những sản phẩm độc đáo được các thị trường lớn trên thế giới ưa chuộng. Hiện cả nước có trên 2 nghìn làng nghề, bình quân mỗi làng có 40% sản phẩm được xuất khẩu. Trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ và đồ gỗ (năm 2004: 1,6 tỉ USD, năm 2005 tăng thêm 400 triệu USD) có phần đóng góp không nhỏ của các làng nghề.

10 - Cải cách hành chính được thực hiện trong xuất nhập khẩu. Bản thân các chính sách thông thoáng đã tạo nền tảng cho cải cách hành chính trong xuất nhập khẩu, song khi thực hiện, ở nơi này hay nơi khác vẫn còn tình trạng thủ tục lòng vòng, gây phiền hà, tốn kém thời gian, tiền bạc của doanh nghiệp, làm tăng giá thành, giảm sức cạnh tranh sản phẩm. Trước tình hình đó, cải cách hành chính trong xuất nhập khẩu đã được đặc biệt chú trọng trong những năm gần đây. Cơ quan trung ương phân cấp quyền hạn cho các địa phương, khu công nghiệp, khu chế xuất. Những thủ tục còn lại cũng hạn chế tối đa các yêu cầu giấy tờ, giảm thời gian quy định phải trả lời các doanh nghiệp. Đồng thời việc giản tiện

thủ tục thông quan hàng hóa tại cửa khẩu, trạm kiểm soát, bến bãi giao nhận hàng hóa, trên đường giao thông... được đẩy mạnh. Trong tiến trình này, những thành tựu mới nhất của công nghệ thông tin luôn được áp dụng kịp thời.

Mười điểm nêu trên vừa là nguyên nhân vừa là kết quả, gắn kết nhau, lĩnh vực này làm tốt thúc đẩy các lĩnh vực khác và ngược lại tựu trung đều nhằm đẩy mạnh xuất khẩu của đất nước.

Một số tồn tại chính

Tuy xuất khẩu của 20 năm đổi mới đạt được những thành tích đáng khích lệ nhưng nếu so với yêu cầu đặt ra thì còn không ít tồn tại không dễ sớm khắc phục. So với các nước trong khu vực, quy mô xuất khẩu của nước ta còn nhỏ. Năm 2004, xuất khẩu bình quân theo đầu người của Xin-ga-po là 47 nghìn USD, Ma-lai-xi-a - 4,9 nghìn USD và Thái Lan - 1,4 nghìn USD, còn Việt Nam chỉ mới đạt 320 USD. Thực trạng đó còn chứng tỏ, số doanh nghiệp vừa và nhỏ của nước ta chiếm đại bộ phận, với năng lực tài chính yếu, trình độ quản lý hạn chế, nên chưa dám thực hiện các hợp đồng lớn, dài hạn, vươn tới những thị trường ở xa.

Điều quan trọng hơn là xuất khẩu phát triển chưa bền vững bởi sản lượng một số nông phẩm đã tới hạn do diện tích nuôi trồng bị thu hẹp, nếu muốn tăng đột biến phải chuyển đổi cơ cấu cây trồng, áp dụng tiến bộ của công nghệ sinh học. Trong cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu, tỷ trọng hàng thô còn cao, giá trị gia tăng còn thấp, các mặt hàng gia công cho các công ty nước ngoài còn khá nhiều, thương hiệu mặt hàng Việt Nam chưa phát triển mạnh. Một số mặt hàng, như: dệt may, giày dép có giá trị nguyên liệu nhập khẩu chiếm gần 70% tổng kim ngạch xuất khẩu, gỗ chế biến - khoảng 50%, nên hiệu quả xuất khẩu còn khiêm tốn.

Bên cạnh đó các cơ sở xuất khẩu của Việt Nam chưa có biện pháp ứng phó hiệu quả với các rào cản thương mại và những biến động khó lường của thị trường thế giới... Đó là những hạn

chế chắc chắn ảnh hưởng không nhỏ và sẽ tiêu cực đến việc đẩy mạnh xuất khẩu của chúng ta trong những năm tới.

Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu trong thời gian tới

Ngành thương mại đặt mục tiêu tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2007, đạt trên 47,54 tỉ USD tăng 20% so với mức thực hiện của năm 2006. Để thực hiện được mục tiêu trên trong giai đoạn tới phát triển xuất khẩu với phương châm nâng cao hiệu quả, tính bền vững và chất lượng tăng trưởng, làm động lực thúc đẩy tốc độ tăng GDP. Đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh, tích cực phát triển mặt hàng có tiềm năng thành những mặt hàng chủ lực mới, mặt hàng sử dụng nhiều nguyên vật liệu nội địa và lao động địa phương nhằm 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 tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng xuất khẩu thô và xuất khẩu thông qua các trung gian...

Trước mắt xin đề xuất các giải pháp sau:

Một là, tiếp tục huy động mọi thành phần kinh tế hướng tới xuất khẩu, ngày càng sản xuất nhiều hàng hóa đạt tiêu chuẩn của thị trường nước ngoài, đặc biệt đáp ứng yêu cầu vệ sinh, an toàn thực phẩm và có khả năng cạnh tranh cao. Điều chỉnh, bổ sung chiến lược phát triển xuất khẩu, kết hợp với tập trung điều hành để duy trì tốc độ tăng xuất khẩu của những mặt hàng có kim ngạch lớn, chiếm thị phần đáng kể ở thị trường chính và những mặt hàng tuy kim ngạch còn nhỏ, nhưng có tốc độ tăng cao, thuận lợi về thị trường, năng lực sản xuất chưa tới hạn, có khả năng trở thành hàng chủ lực. Kịp thời phát hiện những khó khăn của doanh nghiệp để bổ sung, sửa đổi nhanh các thủ tục hành chính đảm bảo công khai, minh bạch. Chú trọng phát triển ngành công nghiệp phù trợ phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu. Phân đầu cân bằng cán cân thương mại trong thời gian sớm nhất.

Hai là, thực hiện Nghị định 12, ngày 23-1-2006 của Chính phủ, về mua bán quốc tế, đại lý, mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài, trên cơ sở đó hoàn thiện hệ thống cơ chế điều hành xuất nhập khẩu phù hợp với cam kết của các tổ chức kinh tế quốc tế mà Việt Nam tham gia và các chuẩn mực quốc tế khác.

Ba là, phát huy nội lực kết hợp với tranh thủ sự ủng hộ của quốc tế để củng cố và mở rộng thị trường xuất khẩu, nhất là những thị trường mới bằng cách: tạo thêm khung pháp lý, cam kết chính phủ, ưu đãi tối huệ quốc... Huy động các lực lượng làm công tác thị trường, kết hợp với kiểm tra giám sát diễn biến, thu thập và xử lý thông tin nhiều chiều về hàng hóa, giá cả, nhất là thông tin dự báo. Phát hiện cơ hội kinh doanh, tìm bạn hàng mới, áp dụng nhiều phương thức buôn bán linh hoạt. Khuyến khích các hiệp hội ngành hàng tự nguyện lập Quỹ phòng ngừa rủi ro, tăng tính cộng đồng trên thị trường quốc tế.

Bốn là, trong việc triển khai Quyết định 279, ngày 3-11-2005 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia giai đoạn 2006 - 2010 cần kết hợp xúc tiến thương mại với xúc tiến đầu tư, quảng bá du lịch, các dịch vụ bảo hiểm, ngân hàng, bưu chính viễn thông, hàng không, giao nhận vận tải quốc tế. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý và kinh doanh xuất nhập khẩu; phát huy tiện ích của "Công thương mại điện tử quốc gia" trong hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia vào phương thức mua bán trực tuyến trên quy mô lớn, thuận lợi, có hiệu quả.

Năm là, trên cơ sở pháp lý về bảo đảm sự công bằng trong quan hệ thương mại quốc tế, các cơ quan quản lý phối hợp với cộng đồng doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng trong hoạt động vận động hành lang, lập nên mặt trận thống nhất khi có các vụ kiện thương mại. Đồng thời, xây dựng cơ chế dự phòng, cảnh báo sớm để tránh các vụ kiện thương mại. □

Tiếp tục bồi đắp...

(Tiếp theo trang 72)

văn minh trong xã hội và tích cực quan tâm bảo vệ môi trường tự nhiên. Đẩy mạnh xây dựng các đơn vị văn hóa, gia đình văn hóa một cách thực chất; nhất là xây dựng các mô hình gia đình văn hóa ít con, kinh tế khá giả, hạnh phúc bền vững. Củng cố các mối quan hệ truyền thống, các nền nếp gia phong tốt đẹp của các gia đình, dòng họ. Giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa xứ Nghệ. Phần đầu đến năm 2010 có 80% - 85% gia đình văn hóa; 45% - 50% làng, bản, khối phố văn hóa; 100% số xã, phường, thị trấn có thiết chế văn hóa, thể thao (trong đó 50% đồng bộ), 5 huyện đạt tiêu chuẩn văn hóa.

Thực hiện có hiệu quả Kết luận 20 của Bộ Chính trị Về xây dựng thành phố Vinh trở thành đô thị loại I, trong đó hình thành một trung tâm văn hóa của Bắc miền Trung, với các thiết chế văn hóa hiện đại như Tháp truyền hình, Bảo tàng các dân tộc, Thư viện tổng hợp, Trung tâm điện ảnh đa chức năng... Trong năm 2007, Nghệ An tích cực chuẩn bị các điều kiện hướng tới Kỷ niệm 50 năm Ngày Bác Hồ về thăm quê lần thứ nhất (14-6-1957 - 14-6-2007) và Kỷ niệm 105 năm Ngày sinh cố Tổng Bí thư Lê Hồng Phong (6-9-1902 - 6-9-2007).

Nghệ An đang nỗ lực phấn đấu nâng cao chất lượng các hoạt động văn hóa theo hướng xã hội hóa, đáp ứng nhu cầu sáng tạo và hưởng thụ các giá trị văn hóa tinh thần của nhân dân; chủ động thích ứng với cơ chế thị trường, chuẩn bị mọi điều kiện gia nhập WTO, hội nhập vào dòng chảy của các nền văn hóa thế giới mà vẫn giữ được bản sắc văn hóa xứ Nghệ, góp phần cùng cả nước thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh. □