

Phụ lục 1

BÁO CÁO THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG GIAI ĐOẠN 2001 - NAY

(Tài liệu phục vụ cuộc họp Tổ biên tập lần 1
ngày 26 tháng 6 năm 2012)

I. TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG GIAI ĐOẠN 2001 - 2010

1.1 Tình hình chung

Thời kỳ chiến lược 2001 – 2010, Đảng và Nhà nước ta tiếp tục thực hiện chủ trương chiến lược: đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ đối ngoại, *xây dựng nền kinh tế mở, hướng mạnh về xuất khẩu đồng thời thay thế nhập khẩu bằng những sản phẩm trong nước đã sản xuất được có hiệu quả*, theo tinh thần Nghị quyết hội nghị BCH Trung ương lần thứ 7, Khóa VII của Đảng. Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ IX đã thông qua Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2001 – 2010. Trong đó, đề ra mục tiêu: nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu gấp trên 2 lần nhịp độ tăng GDP. Đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản đạt 9 – 10 tỉ USD, trong đó thủy sản khoảng 3,5 tỉ USD; giá trị xuất khẩu công nghiệp chiếm 70- 75% tổng kim ngạch xuất khẩu, chế biến hầu hết nông sản xuất khẩu; *tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu, tiến tới cân bằng xuất nhập*. Chiến lược đã đề ra định hướng: giảm mạnh xuất khẩu sản phẩm thô và sơ chế, tăng nhanh tỷ trọng sản phẩm có hàm lượng trí tuệ, hàm lượng công nghệ cao. Xây dựng các Tổng Công ty Nhà nước đủ mạnh để làm nòng cốt trong xuất nhập khẩu.

Chỉ thị số 22/2000/CT-TTg ngày 27 tháng 10 năm 2000 của Thủ tướng Chính phủ về chiến lược xuất – nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2001 – 2010, đã xác định: tiếp tục chủ trương *dành ưu tiên cao nhất cho xuất khẩu, tăng tốc xuất khẩu trên mọi lĩnh vực*; tạo nguồn hàng có chất lượng, có giá trị gia tăng và sức cạnh tranh 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. *Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2001 – 2010 phải đạt mức tăng trưởng bình quân từ 15%/năm trở lên. Phấn đấu cân bằng cán cân thương mại vào những năm 2009 – 2010 và xuất siêu ở thời kỳ sau năm 2010*. Cơ cấu xuất khẩu phải chuyển dịch mạnh theo hướng gia tăng các sản phẩm chế biến chế tạo, chú trọng các sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, bên cạnh đó phải quan tâm khai thác mặt hàng chủ yếu sử dụng nguyên vật liệu tại chỗ, sử dụng nhiều lao động. Chú trọng nâng cao giá trị gia công và chất lượng từng sản phẩm xuất khẩu, *giảm*

xuất khẩu hàng chế biến thô, tăng tỉ trọng hàng chế biến sâu bằng công nghệ mới trong kim ngạch xuất khẩu. Nhập khẩu cả thời kỳ 2001 -2010 được duy trì ở mức tăng trưởng bình quân 14%/năm. Chú trọng nhập khẩu công nghệ cao để đáp ứng yêu cầu phát triển công nghiệp chế biến nông lâm thủy sản và công nghiệp nhẹ, đồng thời, phải gắn với việc phát triển, sử dụng các công nghệ được sản xuất trong nước. Hạn chế nhập khẩu các sản phẩm, công nghệ trong nước đã sản xuất được. Tăng cường tiếp cận các thị trường cung ứng công nghệ nguồn và có khả năng đầu tư hiệu quả, như Tây Âu, Mỹ, Nhật...

Sau 5 năm thực hiện chiến lược phát triển xuất khẩu 2001-2010, hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đã đạt được những thành tựu lớn. Để chuẩn bị cho một giai đoạn phát triển mới, nhất là chuẩn bị gia nhập WTO, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 156/2006/QĐ-TTg ngày 30 tháng 6 năm 2006 phê duyệt Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 – 2010, với mục tiêu tổng quát: *phát triển xuất khẩu với tốc độ cao và bền vững*. Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao, sản phẩm chế biến, chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỉ trọng hàng xuất khẩu thô. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa bình quân 17,5%/năm, đến năm 2010 đạt khoảng 72,5 tỉ USD. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ bình quân 16,3%/năm, đến năm 2010 đạt khoảng 12 tỉ USD. Xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm thủy sản chiếm 13,7%, nhóm nhiên liệu - khoáng sản chiếm khoảng 9,6%, nhóm hàng công nghiệp và công nghệ cao chiếm khoảng 54% và nhóm hàng hóa khác chiếm 22,7% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa. Thị trường Châu Á chiếm khoảng 45%, Châu Âu chiếm khoảng 23%, Châu Mỹ chiếm khoảng 24%, Châu Đại Dương chiếm khoảng 5% và thị trường khác chiếm khoảng 3% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa vào năm 2010. Kiểm chế mức nhập siêu hợp lý, thông qua thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ, phát triển sản xuất các sản phẩm có lợi thế so sánh để bảo đảm nhu cầu trong nước, tiến tới cân bằng xuất khẩu – nhập khẩu vào những năm đầu sau năm 2010.

Thời kỳ 2001 - 2010, hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của nước ta vừa có những thuận lợi vừa có những khó khăn, thách thức lớn. Sau khủng hoảng tài chính Châu Á 1997-1998, kinh tế và thương mại thế giới liên tục tăng trưởng cao đến 2006. Việt Nam chỉ chịu tác động gián tiếp của khủng hoảng, kinh tế tăng trưởng cao trong giai đoạn 2001 -2007 (tăng trưởng bình quân 7,75%/năm tính theo giá cố định 1994), kinh tế vĩ mô tương đối ổn định, đầu tư tăng cao... đã tạo cơ sở tăng cường quy mô xuất khẩu sản phẩm

và tăng nhu cầu nhập khẩu nguyên, nhiên vật liệu, máy móc thiết bị và công nghệ. Hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, nhất là việc ký kết Hiệp định thương mại Việt – Mỹ (BTA), gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO), tham gia các khu vực thương mại tự do (FTA)... đã mở ra những thời cơ, thuận lợi lớn về môi trường kinh doanh quốc tế cho phát triển thị trường xuất khẩu, phát triển hoạt động xuất khẩu hàng hóa của nước ta.

Bên cạnh những thuận lợi chủ yếu nêu trên, xuất nhập khẩu hàng hóa của nước ta 10 năm qua cũng đã gặp phải nhiều khó khăn, thách thức lớn. Kinh tế và thương mại thế giới đã gặp phải những biến động lớn, khó lường. Giá cả lương thực, nguyên, nhiên vật liệu trên thị trường thế giới biến động mạnh từ cuối năm 2007, khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu từ cuối năm 2008, sự biến động mạnh của tỉ giá hối đoái giữa các đồng tiền chủ chốt trong thanh toán quốc tế. Cạnh tranh trên thị trường thế giới diễn ra ngày càng gay gắt, nhất là chúng ta phải cạnh tranh trực tiếp với Trung Quốc, Ấn Độ và nhiều nước khác trên cùng một thị trường xuất khẩu và với các mặt hàng tương tự nhau. Tình hình kinh tế trong nước cũng có những diễn biến phức tạp, ngay từ đầu năm 2007 đã xuất hiện một số bất ổn kinh tế vĩ mô, kinh tế tăng trưởng chậm và lạm phát tăng cao. Ngay sau khi Việt Nam nhập WTO và tham gia một số FTA, chúng ta phải thực hiện cam kết về mở cửa thị trường, phải cắt giảm thuế và dỡ bỏ các rào cản thương mại để hàng hóa và dịch vụ nước ngoài tiếp cận thị trường Việt nam. Những khó khăn và thách thức nêu trên đã tác động trực tiếp đến hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu của Việt nam.

1.2 Tình hình hoạt động xuất khẩu 2001 – 2010

a. Về quy mô và nhịp độ tăng trưởng

- Giai đoạn 2001-2005, qui mô và nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hoá đều đạt và vượt các chỉ tiêu đặt ra cho giai đoạn 5 năm đầu của Chiến lược xuất khẩu 2001 - 2010. Trong đó, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá trung bình cả giai đoạn đạt 17,53%/năm vượt 1,53% so với chỉ tiêu đặt ra trong Chiến lược là 16%/năm. Kim ngạch xuất khẩu năm 2005 đạt trên 32,4 tỷ USD, vượt hơn 4 tỷ USD so với chỉ tiêu đặt ra trong Chiến lược là 28,4 tỷ USD. Trong 2 năm đầu, 2001 - 2002, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình chỉ đạt mức 7,4%/năm, thấp hơn nhiều so với chỉ tiêu trung bình đặt ra là 16%/năm do tác động của khủng hoảng tài chính châu Á và Khủng bố ngày 11/9/2001 tại Hoa Kỳ. Trong 3 năm cuối, 2003 - 2005, hoạt động xuất khẩu đã có sự bứt phá mạnh mẽ với nhịp độ tăng trưởng bình quân 24,7%/năm.

- Giai đoạn 2006-2010, qui mô và nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hoá về cơ bản đạt các chỉ tiêu đặt ra cho giai đoạn 5 năm 2006-2010. Nhịp độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá trung bình cả giai đoạn đạt 17,3%/năm, thấp hơn 0,2% so với chỉ tiêu; tổng kim ngạch xuất khẩu đạt 72,19 tỷ USD vào năm 2010 (so với mục tiêu 72,5 tỷ USD). Việc thực hiện đạt thấp là do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ toàn cầu, xuất khẩu năm 2009 đã có mức tăng trưởng âm 8,9%. Tuy nhiên, sau đó phục hồi mạnh vào năm 2010 với nhịp độ 26,44% /năm.

Thời kỳ 2001-2010, tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa bình quân 17,42%, cao hơn 2,42% so với chỉ tiêu đề ra tại Chiến lược phát triển xuất khẩu 2001-2010 (xem chi tiết tại phụ lục 1 và 2).

Bảng 1: Tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hóa thời kỳ 2001-2010

Năm Chỉ tiêu	Kim ngạch (Triệu USD)					Nhịp độ tăng bình quân hàng năm (%)		
	Năm 2000	Năm 2001	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2010	2001-2005	2006-2010	2001-2010
Tổng xuất khẩu	14.483	15.029	32.447	39.826	72.192	17,53	17,3	17,42
1. Phân theo khu vực kinh tế								
- Khu vực kinh tế trong nước	7.672	8.231	13.893	16.765	33.105	12,6	18,95	15,75
Tỉ trọng (%)	52,97	54,76	42,82	42,09	45,9			
- Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô)	6.811	6.789	18.554	23.061	39.086	22,15	16,1	19,1
Tỉ trọng (%)	47,03	45,17	57,18	57,90	54,1			
2. Phân theo nhóm hàng								
- Hàng công nghiệp nặng và khoáng sản	5.382	5.247	11.701	14.429	20.100	16,8	11,4	14,1
Tỉ trọng (%)	37,16	34,91	36,06	36,23	27,8			
- Hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công	4.903	5.368	13.288	16.382	35.274	22,1	21,6	21,8

ngiệp (kể cả vàng phi tiền tệ)								
<i>Tỉ trọng (%)</i>	33,85	35,72	40,95	41,13	48,9			
- Hàng nông, lâm, thủy sản	4.198	4.414	7.452	9.008	16.816	12,25	17,7	14,9
<i>Tỉ trọng (%)</i>	28,99	29,37	22,97	22,62	23,3			

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê và Tổng cục Hải quan Việt Nam

b. Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001-2010 đã có sự chuyển dịch khá tích cực theo hướng tăng dần tỷ trọng nhóm hàng chế biến và giảm dần hàng xuất khẩu thô. Trong đó, tỷ trọng của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản giảm dần từ 29,37% năm 2001 xuống còn 23,3% vào năm 2010; nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp đã tăng mạnh từ 35,72% vào năm 2001, lên 48,9% năm 2010; nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản giảm từ 34,92% năm 2001 xuống còn 27,8% năm 2010.

c. Về cơ cấu thị trường xuất khẩu

Thị trường ngoài nước ngày càng mở rộng, đa dạng. Số lượng thị trường xuất khẩu đã tăng gấp hơn 1,4 lần sau 10 năm, từ 160 thị trường lên trên 230 thị trường. Cơ cấu thị trường xuất, nhập khẩu đã có sự chuyển dịch theo hướng giảm dần lệ thuộc vào thị trường Châu Á.

Giai đoạn 2001-2010, khu vực thị trường châu Á đã giảm dần tỷ trọng từ 57,3% năm 2001 xuống 50,9% năm 2010, tỷ trọng xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Âu có xu hướng giảm nhẹ nhưng vẫn chiếm 20,1%. Xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Mỹ tăng đột biến kể từ sau khi Hiệp định thương mại Việt -Mỹ có hiệu lực, chiếm tỷ trọng từ 8,9% năm 2001 lên 21,3% vào năm 2010. Khu vực thị trường châu Phi có tỷ trọng tăng từ 1,2% năm 2001 lên 2,1% năm 2010. 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 2010.

Bảng 2. Cơ cấu thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam

Năm KVTT	Cơ cấu thị trường xuất khẩu (%)			Cơ cấu thị trường nhập khẩu (%)		
	Năm 2000	Năm 2005	Năm 2010	Năm 2000	Năm 2005	Năm 2010

Tổng số	100	100	100	100	100	100
- Châu Á	59,8	50,0	50,9	80,5	81	77,3
- Châu Âu	23	18,6	20,7	13,5	12,2	10,3
- Châu Mỹ	6,5	21,3	22,5	3,5	4,3	9,4
- Châu Đại Dương (Úc và NiuDilân)	9,6	8,5	3,4	2,3	1,8	2,1
- Châu Phi	0,75	1,6	2,5	0,2	0,7	0,9

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê và Tổng cục Hải quan Việt Nam

1.3 Tình hình hoạt động nhập khẩu 2001 – 2010 và cán cân thương mại

a. Quy mô và nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu

Theo số liệu thống kê, giai đoạn 2001-2005, nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu hàng hóa là 18,7%/năm ; giai đoạn 2006-2010 giảm xuống còn 18,42%. Tính chung cho toàn thời kỳ chiến lược 2001-2010 nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu là 18,42%. Tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa năm 2001 là 16,2 tỷ USD, đến năm 2010 là 84,8 tỷ USD.

Bảng 3: Tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2001-2010

Năm Chỉ tiêu	Kim ngạch (Triệu USD)					Nhịp độ tăng bình quân hàng năm (%)		
	Năm 2000	Năm 2001	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2010*	2001-2005	2006-2010	2001-2010
Tổng nhập khẩu	15.637	16.218	36.761	44.891	84.801	18,7	18,2	18,42
1. Phân theo khu vực kinh tế								
- Khu vực kinh tế trong nước	11.285	11.233	23.121	28.402	47.833	15,4	15,65	15,55
<i>Tỉ trọng (%)</i>	<i>72,17</i>	<i>69,26</i>	<i>62,90</i>	<i>63,27</i>	<i>56,41</i>			
- Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô)	4.352	4.985	13.640	16.489	36.968	25,65	22,1	23,85
<i>Tỉ trọng (%)</i>	<i>27,83</i>	<i>30,74</i>	<i>37,10</i>	<i>36,73</i>	<i>43,59</i>			

2. Phân theo nhóm hàng								
- Nguyên nhiên vật liệu (kể cả vàng)	9.888	9.982	24.483	30.342	52.501	19,9	16,5	18,2
<i>Tỉ trọng (%)</i>	63,23	61,54	66,60	67,59	62			
- Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng	4.782	4.949	9.285	11.041	24.800	14,2	21,7	17,9
<i>Tỉ trọng (%)</i>	30,58	30,52	25,26	24,59	29,2			
- Hàng tiêu dùng	968	1.288	2.993	3.508	7.500	25,35	20,15	22,7
<i>Tỉ trọng (%)</i>	6,19	7,94	8,14	7,81	8,8			

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê và Tổng cục Hải quan Việt Nam

b. Cơ cấu mặt hàng và thị trường nhập khẩu

Hàng hóa nhập khẩu được Bộ Công Thương chia thành 3 nhóm (nhằm mục đích quản lý): Nhóm 1 - Nhóm hàng cần nhập khẩu (gồm các mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng, nguyên nhiên vật liệu phục vụ sản xuất); Nhóm 2 - Nhóm hàng cần kiểm soát (gồm các mặt hàng đá quý, kim loại quý, linh kiện phụ tùng ô tô từ 9 chỗ trở xuống, linh kiện phụ tùng xe máy...); Nhóm 3 - Nhóm hàng cần hạn chế nhập khẩu (gồm các mặt hàng tiêu dùng như ô tô từ 9 chỗ trở xuống, xe máy, điện thoại di động, mỹ phẩm, rượu...).

Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu giai đoạn 2007-2010 (giai đoạn sau khi gia nhập WTO) đã có chuyển biến theo hướng tăng tỷ trọng nhóm hàng cần nhập khẩu, giảm tỷ trọng nhóm hàng cần kiểm soát và cần hạn chế nhập khẩu. Cụ thể là, cơ cấu nhóm hàng cần nhập khẩu chiếm 81-83% trong cơ cấu nhập khẩu cả nước, trong khi các giai đoạn trước chỉ chiếm khoảng 75-80%. Hai nhóm hàng nhập khẩu còn lại chỉ chiếm tỷ trọng thấp 17-19% trong tổng kim ngạch nhập khẩu.

Bảng 4: Cơ cấu nhóm hàng nhập khẩu giai đoạn 2007-2010

Đơn vị tính: Tỷ USD; Tăng %; Cơ cấu %

Nhóm hàng	Năm 2007			Năm 2008			Năm 2009			Năm 2010		
	Trị giá	Tăng	Cơ cấu	Trị giá	Tăng	Cơ cấu	Trị giá	Tăng	Cơ cấu	Trị giá	Tăng	Cơ cấu
Tổng trị giá nhập khẩu	62,7	39,6	100	80,7	28,8	100	69,9	-13,3	100	84,8	21,3	100

1. Nhóm hàng cần nhập khẩu	52,0	41,4	82,9	65,1	25,3	80,6	57,7	-11,4	82,5	70,5	22,2	83,1
2. Nhóm hàng cần kiểm soát	7,0	20,9	11,2	11,2	60,0	13,9	7,2	-35,4	10,3	8,5	17,6	10,0
3. Nhóm hàng cần hạn chế	3,7	70,8	5,9	4,4	18,8	5,5	5,0	13,6	7,2	5,8	16,0	6,8

Các mặt hàng nhập khẩu giai đoạn 2007-2010 có kim ngạch lớn và chiếm tỷ trọng cao như: thức ăn gia súc và nguyên liệu, xăng dầu các loại, hóa chất nguyên liệu và sản phẩm hóa chất, dược phẩm và nguyên liệu, phân bón, thuốc trừ sâu và nguyên liệu, chất dẻo nguyên liệu và sản phẩm, gỗ nguyên liệu, giấy các loại và sản phẩm từ giấy, bông, vải, sợi, nguyên phụ liệu dệt may da, thép, phôi thép, kim loại thường khác, điện tử, máy tính và linh kiện, máy móc thiết bị phụ tùng....

Xét theo khu vực thị trường, Việt Nam có thâm hụt thương mại duy nhất với Châu Á và thặng dư thương mại với tất cả các châu lục còn lại. Trong đó, Việt Nam nhập siêu chủ yếu từ Ấn Độ, Đài Loan, Hàn Quốc, Malaysia, Singapore, Thái Lan và Trung Quốc. Chỉ tính riêng nhập siêu từ 7 nước trên thì trong 4 năm 2007-2010, chúng ta đã nhập siêu hơn 127 tỷ USD, trong đó năm 2007 nhập siêu 29,2 tỷ USD, năm 2008 nhập siêu 36 tỷ USD, năm 2009 nhập siêu 29 tỷ USD và năm 2010 nhập siêu 33,1 tỷ USD.

Bảng 5: Trị giá nhập siêu từ các nước Châu Á giai đoạn 2007-2010
(ĐVT: Tỷ USD)

Nước	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010
1. Ấn Độ	1,2	1,7	1,2	0,8
2. Đài Loan	5,8	7,0	5,1	5,5
3. Hàn Quốc	4,1	5,3	4,9	6,5
4. Malaysia	0,9	0,6	0,8	1,3
5. Singapore	5,4	6,7	2,2	2,0
6. Thái Lan	2,7	3,6	3,2	4,4
7. Trung Quốc	9,1	11,1	11,5	12,7
Tổng	29,2	36,0	29,0	33,1

Nhập khẩu từ các thị trường nhập siêu của Việt Nam, chủ yếu vẫn là các nhóm hàng nguyên vật liệu, xăng dầu, sắt thép các loại, máy tính và điện tử, các loại máy móc thiết bị phụ tùng khác... Cơ cấu nhập khẩu theo mặt

hàng đối với nhóm thị trường nhập siêu trong vài năm gần đây hầu như không thay đổi.

c. Cán cân thương mại

Trong toàn bộ thời kỳ chiến lược 2001-2010, chúng ta luôn luôn ở trong tình trạng nhập siêu với tổng kim ngạch là 62 tỷ USD, chiếm 15,86% so với xuất khẩu. Năm 2001 nhập siêu là 1,189 tỷ USD, chiếm 7,9% so với xuất khẩu thì đến năm 2010 là 12,6 tỷ USD và chiếm 17,46%. Ngay sau khi Việt nam gia nhập WTO, nhập siêu đã tăng mạnh nhưng sau đó giảm dần về gần mức trung bình của toàn thời kỳ.

Bảng 6: Kim ngạch xuất nhập khẩu và cán cân thương mại thời kỳ 2001-2010

Chỉ tiêu Năm	Kim ngạch xuất khẩu (Triệu USD)	Tăng trưởng XK (%)	Kim ngạch nhập khẩu (Triệu USD)	Tăng trưởng NK (%)	Cán cân thương mại (Triệu USD)	Tỉ lệ nhập siêu so với xuất khẩu (%)
2001	15.029	3,76	16.218	3,72	-1.189	7,9
2002	16.706	11,16	19.746	21,75	-3.040	18,2
2003	20.149	20,61	25.256	27,90	-5.107	25,34
2004	26.504	31,54	31.954	26,52	-5.450	20,56
2005	32.447	22,42	36.761	15,04	-4.314	13,3
2006	39.826	22,74	44.891	22,12	-5.065	12,7
2007	48.561	21,93	62.765	39,82	-14.204	29,25
2008	62.685	29,09	80.714	28,60	-18.029	28,76
2009	57.096	-8,92	69.949	-13,34	-12.853	22,5
2010	72.192	26,44	84.801	21,23	-12.609	17,46
Tổng	391.321	17,42	453.309	18,42	-62.078	15,86

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê và Tổng cục Hải quan Việt Nam

II. THỰC TRẠNG CÁC HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG GIAI ĐOẠN 2001 – 2010: THÀNH TỰU VÀ THÁCH THỨC

2.1 Hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa

a. Những thành tựu quan trọng

(1) Tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa vượt so với mục tiêu chiến lược 2001-2010, đạt 17,42%/năm và cao gấp 2,4 lần nhịp độ tăng GDP.

Thời kỳ Chiến lược 2001 – 2010, tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa bình quân 17,42%/năm, nhanh hơn tốc độ tăng trưởng GDP trên 2,4 lần (GDP tăng bình quân 7,21%/năm), vượt mục tiêu Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2001 – 2010 đã đề ra (nhịp độ tăng trên 2 lần nhịp độ tăng GDP), và vượt chỉ tiêu tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa đã đề ra trong Chiến lược phát triển xuất - nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2001 – 2010 (tăng trưởng bình quân 15%/năm). Phần lớn các nhóm hàng, mặt hàng xuất khẩu chủ lực đều đạt nhịp độ tăng trưởng cao trong thời kỳ 2001 – 2010. Nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản đạt nhịp độ tăng bình quân 14,1%/năm; Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản (chưa gồm sản phẩm gỗ) đạt nhịp độ tăng bình quân 14,9%/năm; Nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo và tiểu thủ công nghiệp tăng bình quân 21,8%/năm.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa bình quân đầu người đã tăng từ mức 175 USD trong năm 2000 lên 760 USD trong năm 2010 (gấp 4,3 lần), rút ngắn dần khoảng cách chênh lệch so với một số nước trong khu vực. Tăng trưởng xuất khẩu đã góp phần tạo việc làm và thu nhập cho hàng triệu lao động, nâng cao đời sống của nhân dân. Trong điều kiện xuất khẩu dịch vụ chưa phát triển, xuất khẩu hàng hóa là thành phần đóng góp chính tạo lập và hạn chế thâm hụt cán cân thanh toán vãng lai của nền kinh tế.

(2) Phát triển được một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực và thực hiện thành công một số khâu đột phá tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng mới

Năm 2001, có 4 mặt hàng xuất khẩu chủ lực đạt kim ngạch trên 1 tỉ USD (gồm dầu thô, dệt may, giày dép, thủy sản), với tổng giá trị 8,4 tỉ USD, chiếm 56% kim ngạch xuất khẩu. Đến năm 2010, đã có 18 mặt hàng xuất khẩu 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 kiện, máy móc thiết bị, dây điện và cáp điện, phương tiện vận tải, túi xách và ô dù), với tổng giá trị xuất khẩu trên 51 tỉ USD, chiếm 70,6% kim ngạch xuất khẩu.

Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng chủ lực đã vượt mục tiêu Chiến lược đề ra. Thủy sản đã thực hiện được vai trò hạt nhân tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản; kim ngạch xuất khẩu năm 2010 đạt trên 5 tỉ USD (mục tiêu Chiến lược là 3,5 tỉ USD). Chúng ta đã bảo đảm vững chắc an ninh lương thực và tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu gạo từ 0,62 tỉ USD trong năm 2001 lên 1,4 tỉ USD trong năm 2005 và 3,25 tỉ

USD trong năm 2010. Dệt may và giày dép đã thực hiện được vai trò hạt nhân tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng chế biến, chế tạo. Đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu hai mặt hàng dệt may và giày dép đạt 16,33 tỉ USD, chiếm 22,6% tổng kim ngạch xuất khẩu (chỉ tiêu này của năm 2000 là 23,2%). Về cơ bản, ta đã thực hiện thành công một số khâu đột phá Chiến lược tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu. Trong những năm đầu thực hiện Chiến lược (2001 – 2010), bên cạnh việc tiếp tục phát triển một số mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch lớn như dệt may, giày dép, nông sản, chúng ta đã sớm phát hiện và tập trung cho phát triển sản xuất và xuất khẩu một số mặt hàng có tiềm năng và lợi thế so sánh như: thủ công mỹ nghệ, thực phẩm chế biến, sản phẩm nhựa, hóa phẩm tiêu dùng, sản phẩm gỗ và sản phẩm cơ khí, điện và dây điện. Xuất khẩu các nhóm hàng này đã tăng trưởng bình quân 21%/năm, kim ngạch tăng từ 1,8 tỉ USD trong năm 2000 lên trên 12 tỉ USD trong năm 2010.

(3) Thị trường xuất khẩu hàng hóa ngày càng được mở rộng và đa dạng, đã bước đầu xác lập được một số thị trường đối tác hợp tác toàn diện/ thị trường đối tác chiến lược

Số lượng thị trường xuất khẩu đã tăng từ 160 thị trường trong năm 2000 lên 232 thị trường trong năm 2010. Tỉ trọng của thị trường Châu Á trong tổng kim ngạch xuất khẩu đã giảm từ 57,3% trong năm 2001 xuống 50% trong năm 2005 và duy trì ở mức 45 - 50% trong giai đoạn 2006 – 2010, cơ bản phù hợp với mục tiêu đề ra là 45%. Tỉ trọng của thị trường Châu Mỹ trong tổng kim ngạch xuất khẩu đã tăng nhanh trong giai đoạn 2001 – 2005, từ 8,9% năm 2001 lên 21,3% trong năm 2005 và tương đối ổn định ở mức 22,5 – 23% trong giai đoạn 2006 – 2010, phù hợp với mục tiêu Chiến lược đề ra là 24%. Chúng ta đã tạo được đột phá về thị trường xuất khẩu là tăng nhanh tỉ trọng của thị trường Hoa Kỳ từ 7,1% trong năm 2001 lên 20,2% trong năm 2005 và duy trì ở mức 19 – 20% trong giai đoạn 2006 – 2010.

4) Nhập khẩu hàng hóa tăng trưởng cao, đáp ứng được nhu cầu nguyên nhiên vật liệu, máy móc, thiết bị và hàng hóa phục vụ sản xuất và xuất khẩu, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng các mặt hàng thiết yếu của dân cư

Phần chủ yếu trong tổng giá trị nhập khẩu hàng năm là các nhóm hàng nguyên, nhiên, vật liệu, máy móc, thiết bị và công nghệ cho các dự án đầu tư phát triển sản xuất, tạo nguồn hàng cho xuất khẩu, đóng góp cho tăng trưởng kinh tế. Trong giai đoạn 2001 – 2005, tỉ trọng của nhóm hàng thiết yếu này chiếm khoảng 50% tổng kim ngạch nhập khẩu và bằng khoảng 40% GDP; trong giai đoạn 2006 – 2010 chiếm khoảng 70% tổng kim ngạch nhập khẩu

và bằng khoảng 60% GDP. Tỉ trọng của nhóm hàng nguyên phụ liệu và hàng tiêu dùng cần kiểm soát và hạn chế nhập khẩu tuy tăng mạnh từ 22,8% trong năm 2005 lên 26,7% trong năm 2008 nhưng sau đó đã giảm dần còn khoảng 18 – 19% trong hai năm 2009 – 2010. Trong tổng kim ngạch nhập khẩu, tỉ trọng của nhóm tư liệu sản xuất tuy đã có xu hướng giảm từ 93,8% trong năm 2000 xuống 89,6% năm 2005 nhưng sau đó đã tăng lên 90% trong năm 2010; Tỉ trọng của nhóm hàng tiêu dùng tuy có xu hướng tăng lên nhưng được kiểm soát ở mức dưới 10%. Nhập siêu tuy tăng cao trong các năm 2006 – 2008 nhưng sau đó đã được kiềm chế, tỉ lệ giá trị nhập siêu so với kim ngạch xuất khẩu đã giảm từ 29,2% trong năm 2007 xuống 22,5% trong năm 2009 và 17,5% trong năm 2010. Phần chủ yếu trong cơ cấu nhập siêu mang tính tích cực, tạo nền tảng cho phát triển sản xuất, tăng nguồn hàng xuất khẩu giúp giảm bớt giá trị nhập siêu trong thời gian tới.

5) Đã tận dụng được một số cơ hội do hội nhập kinh tế quốc tế đa phương và song phương để phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa

Trong thời kỳ Chiến lược 2001 – 2010, cùng với việc ký Hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ (BTA), gia nhập WTO, Việt Nam đã tiếp tục hội nhập thương mại khu vực sâu rộng hơn trong khung khổ 6 FTA khu vực. Tỉ trọng giá trị thương mại hai chiều giữa Việt Nam với 15 nước đối tác đã có FTA chiếm 58% tổng giá trị thương mại quốc tế của Việt Nam, trong đó, chiếm gần 44% kim ngạch xuất khẩu và 69% kim ngạch nhập khẩu (năm 2010). Ngay sau khi Hiệp định thương mại Việt nam - Hoa kỳ có hiệu lực và sau khi gia nhập WTO, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt nam nói chung và một số mặt hàng chủ lực nói riêng đã tăng cao đột biến. Chẳng hạn, trong năm 2007, sản phẩm nhựa tăng 56,9%, dệt may tăng 32,1%, túi xách và ô dù tăng 25%...

Thị trường xuất khẩu hàng hóa đã trở nên đa dạng hơn, thúc đẩy đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu, hàng hóa Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào các thị trường trọng điểm, xuất khẩu tăng trên hầu hết các thị trường và ít có biểu hiện chuyển hướng thương mại dưới tác động của các FTA đã tham gia. 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 khoảng 70% trong năm 2010.

6) Các chủ thể tham gia xuất khẩu không ngừng được mở rộng, đa dạng hóa và một số chủ thể hoạt động ngày càng có hiệu quả

Số lượng doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất nhập khẩu ngày càng tăng, đặc biệt là các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài. Thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) gia tăng

thúc đẩy sản xuất và phát triển xuất khẩu. Khoảng 55% tổng số dự án và trên 50% tổng số vốn FDI đã được thu hút vào các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo sản phẩm xuất khẩu. Số doanh nghiệp FDI trực tiếp tham gia xuất khẩu tăng nhanh từ 1.854 doanh nghiệp trong năm 2003 lên 3.272 doanh nghiệp trong năm 2007 và khoảng trên 4000 doanh nghiệp trong năm 2010, chiếm gần 20% tổng số doanh nghiệp xuất khẩu cả nước.

Nguyên nhân chủ yếu của những thành tựu

(1). Chủ trương phát triển xuất nhập khẩu và hội nhập quốc tế kịp thời của Đảng, sự quản lý đúng đắn của Nhà nước, sự chỉ đạo điều hành năng động và quyết liệt của Chính phủ, sự nỗ lực của cộng đồng doanh nghiệp, của các cấp, các ngành và của toàn dân. Về cơ bản, các mục tiêu, chủ trương và giải pháp lớn được xác định trong chiến lược phát triển xuất khẩu thời kỳ 2001-2010 là phù hợp và với việc tổ chức thực hiện tốt nên đã những mục tiêu quan trọng đã được hoàn thành.

(2). Những đổi mới trong cơ chế quản lý xuất nhập khẩu, mở cửa thị trường... cũng như những chính sách nhằm mở rộng quyền kinh doanh cho các doanh nghiệp trong nước đã góp phần quan trọng và tạo ra sự chuyển biến tích cực trong hoạt động đầu tư, sản xuất và xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2001-2010. Chúng ta đã thực hiện chủ trương khuyến khích mọi thành phần kinh tế được hoạt động kinh doanh ở tất cả các ngành nghề mà không bị cấm kinh doanh, nới lỏng các điều kiện kinh doanh xuất nhập khẩu và khuyến khích đầu tư sản xuất hàng xuất khẩu ở mức cao hơn sản xuất phục vụ tiêu dùng trong nước. Do vậy, các hộ kinh doanh, các doanh nghiệp thuộc nhiều thành phần kinh tế, cả các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đều tập trung vào nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu.

(3). Chúng ta đã huy động được một lượng lớn vốn đầu tư phục vụ sản xuất, đặc biệt là đầu tư trực tiếp nước ngoài để phát triển sản xuất và gia tăng lượng hàng hóa để xuất khẩu. Tỷ trọng xuất khẩu của các doanh nghiệp thuộc khu vực FDI đã tăng từ 45,17% vào năm 2001 lên đến 57,9% vào năm 2006 và 54,1% vào năm 2010.

(4). Bên cạnh việc tập trung khai thác lợi thế trong nước, tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của nước ta ở mức cao còn do yếu tố tăng giá nguyên nhiên vật liệu trên thị trường thế giới. Giá hàng nông sản và nguyên nhiên vật liệu trên thế giới tăng, với cơ cấu nhóm hàng thô và sơ chế chiếm gần 40% tổng kim ngạch xuất khẩu, riêng 8 mặt hàng (dầu thô, than đá, hạt tiêu, cà phê, cao su, gạo, hạt điều, chè) đã chiếm 30 – 31% tổng kim ngạch xuất

khẩu và đều là các mặt hàng có chỉ số giá tăng cao đã góp phần không nhỏ vào tăng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt nam.

(5). Việc tạo ra các điều kiện môi trường kinh doanh quốc tế thuận lợi hơn cho xuất nhập khẩu hàng hóa thông qua việc ký kết tham gia các tổ chức quốc tế và hiệp định về tự do hóa thương mại - đầu tư như Hiệp định thương mại Việt – Mỹ, Việt Nam gia nhập WTO và tham gia các FTA... đã trực tiếp hoặc gián tiếp đóng góp cho tăng trưởng xuất nhập khẩu với tốc độ cao. Đồng thời, góp phần tích cực trong việc nâng cao vị thế đàm phán để các nước nhập khẩu hàng hóa của Việt nam tiếp tục dỡ bỏ hàng rào phi thuế và cắt giảm thuế quan, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hàng hóa Việt nam thâm nhập thị trường thế giới.

b. Những tồn tại, thách thức

(1) Qui mô xuất khẩu còn nhỏ, tăng trưởng xuất khẩu chưa vững chắc, chất lượng tăng trưởng và hiệu quả xuất khẩu thấp

Đến năm 2010, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa đã bằng gần 70% GDP, nhưng kim ngạch bình quân đầu người chỉ đạt 760 USD, bằng 41% mức bình quân toàn thế giới. Trong thời kỳ chiến lược 2001-2010, xuất khẩu hàng hóa với nhịp độ tăng trưởng bình quân là 17,42%/năm. Tuy nhiên, nhịp độ tăng trưởng không đều và khi thị trường thế giới có biến động lớn thì nhịp độ tăng trưởng giảm nhanh, xuất khẩu năm 2009 đã giảm 8,9% so với năm 2008.

Xuất khẩu vẫn chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên, hệ số tiêu hao nguồn lực cho một đơn vị kim ngạch xuất khẩu cao, tăng trưởng xuất khẩu nhanh đang có nguy cơ dẫn đến cạn kiệt tài nguyên. Đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông lâm thủy sản (chưa gồm gỗ và sản phẩm gỗ) vẫn chiếm 23,3% tổng kim ngạch xuất khẩu; tính theo kim ngạch, 86% hàng nông lâm, thủy sản xuất khẩu vẫn là sản phẩm thô và sơ chế. Tỉ trọng giá trị xuất khẩu nhóm hàng sử dụng nhiều nguyên liệu trong tổng kim ngạch xuất khẩu chỉ giảm từ 10,7% trong năm 2001 xuống 8,7% trong năm 2008, tỉ trọng của nhóm hàng nguyên liệu thô cũng chỉ giảm từ 34% xuống 28,7% trong thời gian tương ứng¹. Đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp (điện tử, máy móc thiết bị, dụng cụ, phương tiện vận tải và phụ tùng) đạt 8,22 tỉ USD, chiếm 11,38% tổng kim ngạch xuất khẩu. Chất lượng tăng trưởng và hiệu quả xuất khẩu rất thấp, chậm được nâng lên. Đến năm 2010, tỉ lệ giá trị gia tăng so với giá trị sản lượng của

¹ Tính toán của nhóm tác giả ở Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương từ nguồn số liệu của COMTRADE, Báo cáo: Tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đối với nền kinh tế sau 3 năm Việt Nam gia nhập WTO, Hà Nội tháng 12/2010

hàng công nghiệp xuất khẩu (VA/GO) chỉ đạt mức bình quân khoảng 22% (sản phẩm dệt: 27%, sản phẩm may mặc: 37%, giày dép: 27%, sản phẩm gỗ: 26%, sản phẩm nhựa: 18%, sản phẩm điện tử dưới 10%...), của hàng khoáng sản và nông sản xuất khẩu đạt khoảng 50%. Nếu tính giá trị gia tăng quốc gia (phần giá trị tăng thêm người Việt Nam được hưởng thực tế) thì tỉ lệ này còn thấp hơn, do các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài chiếm khoảng 50% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước và một phần không nhỏ giá trị gia tăng này được các nhà đầu tư nước ngoài chuyển về nước.

Chi phí xuất khẩu của Việt Nam cao hơn gấp khoảng 1,6 - 1,7 lần mức trung bình của khu vực. Năm 2007, chi phí xuất khẩu của Việt Nam là 701 USD, mức trung bình của khu vực khoảng 500 USD².

Xuất khẩu tăng trưởng nhanh nhưng chưa bền vững và rất dễ bị tổn thương bởi các cú sốc từ bên ngoài như sự biến động của giá cả trên thị trường thế giới hay sự xuất hiện của các rào cản thương mại mới do nước ngoài áp đặt.

(2) Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu chuyển dịch chậm và chưa thực sự hợp lý

Mục tiêu của chiến lược phát triển xuất khẩu 2001-2010 đặt ra là 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 có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng thô... đã chưa đạt được. Theo định hướng chiến lược, năm 2010 cơ cấu nhóm hàng nông, lâm thủy sản xuất khẩu phải giảm còn 15,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu nhưng thực hiện là 23,3%; cơ cấu nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản phải giảm còn 14,3% nhưng thực hiện là 27,8%; nhóm hàng công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp phải chiếm 50,6% nhưng mới chỉ đạt 48,9%. Mặc dù chúng ta đã phát triển được một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực có kim ngạch trên 1 tỷ USD/năm nhưng phần lớn các mặt hàng này còn phụ thuộc nhiều vào nguyên vật liệu, phụ liệu, máy móc, thiết bị và công nghệ của nước ngoài, tỷ lệ nội địa hóa còn thấp. Những năm qua, việc thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng vật liệu và sản phẩm trung gian, một số máy móc thiết bị và sản phẩm cơ khí, hàng điện tử dân dụng... là những mặt hàng có chỉ số lan tỏa nhập khẩu gây nên bởi xuất khẩu cao. Để đạt được mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu và chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu trong điều kiện công nghiệp hỗ trợ chưa phát triển đã buộc phải gia tăng nhập khẩu. Trong khi đó, các mặt hàng

² Theo WB: Chi phí xuất khẩu bao gồm chi phí giấy tờ, hành chính, bốc dỡ, lưu kho, vận chuyển đường bộ cho 1 container 20 ft. Năm 2007, mức chi phí xuất khẩu của Việt Nam là 701 USD, Ấn Độ: 846 USD, Indonexia: 546 USD, Malayxia: 481 USD, Trung Quốc: 335 USD - Nguồn: Doiry Bussiness 2007, WB

nông, lâm, thủy sản có chỉ số lan tỏa nhập khẩu gây nên bởi xuất khẩu thấp lại chưa được chú ý phát triển, nhất là chưa tập trung vào nâng cao chất lượng và cấp độ chế biến để tăng giá trị kim ngạch xuất khẩu..

(3) Tỷ lệ nhập siêu còn cao và chất lượng tăng trưởng nhập khẩu thấp

Mục tiêu Chiến lược 2001-2010 đặt ra là giảm nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu so với nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu, ở mức tăng bình quân 14%/năm để tiến tới cân bằng xuất nhập khẩu vào năm 2010 đã không đạt được. Thời kỳ 2001 - 2010, nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu bình quân 18,42%/năm, kim ngạch nhập khẩu tăng từ 16,2 tỉ USD trong năm 2001 lên 84,8 tỉ USD trong năm 2010. Tổng giá trị nhập siêu cả thời kỳ là 62,1 tỉ USD, bằng 15,86% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả thời kỳ 2001 – 2010. Nhập siêu chủ yếu từ thị trường các nước đối tác đã ký Hiệp định thương mại tự do (FTA) với ta, nhất là từ Trung Quốc, là khu vực thị trường công nghệ thấp, công nghệ trung gian, tương đồng về cơ cấu sản phẩm xuất nhập khẩu với Việt Nam nên tác động nhiều mặt, ảnh hưởng bất lợi đến sản xuất trong nước cả trong ngắn và dài hạn.

Cơ cấu nhập khẩu chưa hướng mạnh vào phần cốt lõi của công nghiệp hóa, hiện đại hóa, chưa cải thiện được nhiều tình trạng lạc hậu về công nghệ ở một số ngành, ít tiếp cận được với công nghệ nguồn. Tỉ trọng của nhóm máy móc, thiết bị và công nghệ - yếu tố hàng đầu để tăng năng lực sản xuất và hình thành sức cạnh tranh của sản phẩm – có xu hướng giảm liên tục từ 30,6% trong tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2000 xuống 24 - 25% trong các năm 2005 - 2007 và dao động ở mức 26 – 29% trong giai đoạn 2008 – 2010. Trong khi EU, Bắc Mỹ là những thị trường “nguồn” của công nghệ cao thì ta đã xuất siêu, ngược lại ta đã nhập siêu rất lớn từ thị trường Châu Á có công nghệ thấp là chủ yếu.

Nhìn chung, việc triển khai thực hiện định hướng tăng cường nhập khẩu công nghệ cao, công nghệ nguồn, công nghệ hiện đại để đáp ứng yêu cầu phát triển các ngành công nghiệp chế biến nông lâm thủy sản và công nghiệp nhẹ, nâng cao sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu đã chưa đạt được mục tiêu đề ra. Phần lớn công nghệ được nhập khẩu vào Việt nam trong thời gian qua đều có nguồn gốc từ các nước đang phát triển, hoặc là công nghệ của các nước phát triển chuyển giao do yêu cầu thay đổi công nghệ mới.

Nhập siêu kéo dài trong cả thời kỳ chiến lược 2001-2010 và chưa được kiểm chế một cách vững chắc. Tổng mức nhập siêu đã tăng từ 1,19 tỷ USD năm 2001, lên 5,07 tỷ USD năm 2006, 14,2 tỷ USD vào năm 2007, 18,03 tỷ USD vào năm 2008, sau đó giảm xuống còn trên 12,85 tỷ USD vào

năm 2009 và 12,61 tỷ USD vào năm 2010. Tuy nhiên, đây vẫn là mức cao và chưa đạt được mục tiêu cân bằng xuất nhập khẩu vào năm 2010.

(4) Cơ cấu thị trường nhập khẩu chậm chuyển dịch theo hướng tăng nhập khẩu ở các thị trường công nghệ cao và công nghệ nguồn, nhập siêu chủ yếu từ các thị trường Châu Á

Sự phát triển thị trường ngoài nước chủ yếu theo chiều rộng, chưa hướng mạnh vào phát triển theo chiều sâu, trên 80% lượng hàng hoá vẫn xuất FOB, nhập CIF. Chất lượng thông tin dự báo Chiến lược thị trường quốc tế còn yếu kém, chưa thực hiện thành công một số bước điều chỉnh Chiến lược thị trường xuất, nhập khẩu. Trong cơ cấu thị trường nhập khẩu, tỉ trọng của Châu Á không giảm như mong muốn, tăng từ 77 - 78% trong các năm 2003 - 2004 lên 80 - 82% trong giai đoạn 2005 - 2008, làm tăng sự phụ thuộc của nền kinh tế nước ta vào thị trường công nghệ thấp ở Châu Á. Chúng ta đã không thực hiện được chủ trương tăng tỉ trọng nhập khẩu từ các thị trường cung ứng công nghệ nguồn để nhập công nghệ hiện đại của Tây Âu, Mỹ, Nhật. Tỉ trọng kim ngạch nhập khẩu từ thị trường EU trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa đã có xu hướng giảm từ 9,5 - 10% trong các năm 2001 - 2003 xuống 6,8% trong năm 2008; Tỉ trọng của thị trường Mỹ đã giảm từ 4,5% năm 2003 xuống 2,34% trong năm 2005 và 4,44% trong năm 2010; Tỉ trọng của thị trường Nhật cũng giảm từ 16,5% năm 2000 xuống 11,1% trong năm 2005 và 10,6% trong năm 2010.

Trong chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu, tỉ trọng xuất khẩu sang các thị trường mới còn nhiều tiềm năng như Châu Phi, Trung Đông, Mỹ la tinh và Nam Mỹ, liên minh Hải quan Nga - Belarút - Kazakhstan... còn tăng chậm. Đến năm 2010, tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Châu Phi trong tổng kim ngạch xuất khẩu chiếm 2,5% (tăng 1 điểm phần trăm so với năm 2001), thị trường Mỹ la tinh và Nam Mỹ chiếm 2,2%, thị trường Nga - Belarút - Kazakhstan chiếm 1,5%, thị trường khu vực thương mại tự do Châu Âu (EFTA) chiếm khoảng 0,7%, thị trường Tây Á và Nam Á chiếm khoảng 4,5%.

(5) Chưa khai thác tốt các cơ hội và còn thiếu chủ động trong việc hạn chế các thách thức do hội nhập quốc tế và tham gia các FTA, khả năng đối phó với các biến động lớn của thị trường thế giới còn nhiều hạn chế

Chủ trương chủ động hội nhập quốc tế và đàm phán tham gia các FTA chậm được cụ thể hóa bằng một Chiến lược tổng thể với lộ trình phù hợp và gắn kết với Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu. Trong công tác triển khai thực hiện, một số địa phương và doanh nghiệp chưa nhận thức đầy đủ về các cơ hội do hội nhập mang lại nên chưa tận dụng và khai thác được cơ hội và

điều kiện thuận lợi của hội nhập WTO và tham gia các FTA để đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường đã ký FTA. Trong khi đó, các nước ký kết tham gia 6 FTA khu vực với Việt nam đã tận dụng được cơ hội này để đẩy mạnh xuất khẩu sang Việt nam. Trong quan hệ FTA với Trung Quốc, chúng ta chưa có đối sách phù hợp để tận dụng cơ hội và hạn chế thách thức khi thực hiện cam kết hội nhập nên đã bị bất lợi cả chiều xuất và nhập khẩu. Trong 7 năm thực hiện EFH/ACFTA, tỉ trọng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Trung Quốc trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam đã tăng gấp 1,63 lần, từ 14,37% năm 2004 lên 23,6% trong năm 2010; trong thời gian tương ứng, tỉ trọng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Trung Quốc đã giảm từ 0,54% xuống 0,49%.

Bên cạnh đó, việc xây dựng và sử dụng các biện pháp kỹ thuật để hạn chế những tác động bất lợi của các FTA đã ký kết còn chậm và chưa có hiệu quả cao. Vấn đề chủ động đối phó với các rào cản thương mại ngày càng tinh vi do nước ngoài dựng nên cũng còn nhiều hạn chế và bất cập. Những năm gần đây, kinh tế và thương mại thế giới có nhiều biến động lớn, bất lợi cho phát triển xuất khẩu hàng hóa nhưng khả năng đối phó của hầu hết doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều hạn chế.

Nguyên nhân của các hạn chế, yếu kém:

(1). Các bất ổn về kinh tế, chính trị, xã hội trên thế giới đã tác động tiêu cực đến xuất khẩu hàng hóa của Việt nam. Tác động bất lợi của tình hình kinh tế thế giới, nhất là tác động của khủng hoảng tài chính, suy thoái kinh tế toàn cầu và kéo theo đó là khủng hoảng nợ công, lạm phát tăng cao ở hầu hết các quốc gia, giá của hầu hết các loại nguyên, nhiên vật liệu chúng ta phải nhập khẩu đều tăng cao. Hậu quả của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu đã làm giảm tổng cầu trên thị trường thế giới, các nước phát triển ngày càng đặt ra các rào cản thương mại mới tinh vi hơn đối với hàng hóa nhập khẩu. Sự trỗi dậy của các nước đang phát triển, đặc biệt là Trung Quốc và Ấn độ... làm gia tăng sức ép cạnh tranh với hàng hóa Việt Nam trên thị trường xuất khẩu và ở trong nước.

(2). Kinh tế phát triển chưa bền vững, mô hình tăng trưởng kinh tế còn lạc hậu và chậm được chuyển đổi. Chất lượng tăng trưởng, năng suất, hiệu quả, sức cạnh tranh của nền kinh tế thấp, năng lực cạnh tranh của nhiều hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam còn thấp hơn so với các nước trong khu vực. Chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp (GCI) của nước ta liên tục giảm từ năm 2001 đến nay. Trong bảng xếp hạng năm 2009, năng lực cạnh tranh của Việt Nam đã tụt 10 bậc so với năm 2008, phản ánh năng lực cạnh tranh tổng thể của Việt Nam chậm được cải thiện so với các nước khác trên thế giới. Hệ số

cạnh tranh quốc tế (ICC) của các ngành sản xuất sản phẩm nông nghiệp, công nghiệp chế biến và công nghiệp nhẹ có xu hướng tăng nhanh hơn các ngành công nghiệp nặng, phản ánh Việt Nam có lợi thế cạnh tranh chủ yếu trong các ngành sản xuất chế biến nông sản và công nghiệp sử dụng nhiều tài nguyên, đòi hỏi nhiều lao động.

Tăng trưởng kinh tế vẫn dựa nhiều vào yếu tố phát triển theo chiều rộng, chậm chuyển sang phát triển theo chiều sâu. Tăng trưởng xuất khẩu đang chủ yếu dựa vào tăng trưởng theo chiều rộng, dàn trải cho nhiều mặt hàng và chưa chú trọng khai thác lợi thế cạnh tranh của nước ta so với các nước cũng như lợi thế cạnh tranh của mỗi địa phương. Tình trạng đầu tư dàn trải vào nhiều mặt hàng, mang tính cát cứ địa phương đã diễn ra mang tính phổ biến nhưng chậm được khắc phục và điều chỉnh.

Chất lượng tăng trưởng các ngành sản xuất còn thấp, thiếu tính bền vững, làm cho chất lượng tăng trưởng xuất khẩu thấp và chậm được nâng lên. Chỉ số tăng năng suất lao động tổng hợp (TFP) của toàn nền kinh tế có xu hướng giảm, chỉ số MVA/GO cũng tiếp tục giảm từ 38,4% trong năm 2000 xuống 22% trong năm 2010, tỉ lệ tiêu tốn năng lượng cho một đơn vị sản phẩm công nghiệp của Việt Nam cao hơn hầu hết so với các nước trong khu vực.

(3) Công tác quy hoạch, kế hoạch và việc huy động, sử dụng các nguồn lực còn hạn chế, kém hiệu quả, đầu tư còn dàn trải theo phong trào. Vốn đầu tư phát triển xã hội, đặc biệt là dòng vốn FDI đầu tư vào các ngành sản xuất hàng xuất khẩu có xu hướng giảm so với đầu tư để khai thác thị trường nội địa đã không những làm giảm nguồn hàng xuất khẩu mà còn gia tăng nhập khẩu. Tỉ lệ vốn FDI đầu tư vào thị trường bất động sản, thị trường dịch vụ có xu hướng tăng nhanh sau khi Việt Nam gia nhập WTO, trong khi đó tỷ lệ đăng ký vào công nghiệp chế biến, chế tạo trong tổng vốn FDI đăng ký vào Việt Nam đã giảm từ 70% năm 2005 xuống 26% năm 2010.

Bên cạnh đó, thực hiện các cam kết hội nhập quốc tế, chúng ta đã thực hiện chính sách giảm dần mức độ bảo hộ đối với một số ngành sản xuất, nhất là các ngành công nghiệp chế biến chế tạo hàng xuất khẩu. Tỷ lệ bảo hộ thực tế của các ngành công nghiệp chế biến chế tạo đã giảm mạnh từ 40,38% năm 2005 xuống 28% năm 2009, tỉ lệ bảo hộ thuế quan của những ngành này cũng giảm từ 19,45%/năm 2005 xuống 13,7% năm 2009. Tỷ lệ bảo hộ thực tế của các ngành khai khoáng chỉ dao động từ 4,39% năm 2005 đến 4,43% năm 2009, bảo hộ thuế quan trong thời gian tương ứng là 3,85% và

5,38%³. Đối với các sản phẩm nông nghiệp, sau khi gia nhập WTO chúng ta phải giảm từ mức thuế suất bình quân từ 25,2% xuống 21%, đối với sản phẩm công nghiệp phải giảm từ mức thuế suất bình quân 16,1% xuống 12,6%. Đồng thời, chúng ta phải dỡ bỏ các rào cản phi thuế, phải mở cửa thị trường dịch vụ phân phối cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Cam kết thuế quan và mở cửa thị trường trong 6 FTA Việt Nam đã tham gia (AFTA, ACFTA, AKFTA, AJFTA, AIFTA, AANZFTA) đều có mức tự do hóa cao hơn mức cam kết gia nhập WTO của Việt Nam. Khoảng 90% trong tổng số thuế nhập khẩu với khung cắt giảm xuống 0% trong vòng 10 năm, một số ít dòng thuế được kéo dài thêm 2 – 6 năm. Mức độ bảo hộ thuế quan đối với nhóm hàng nhạy cảm thường được giảm thuế suất xuống mức 5% chỉ chiếm tỉ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ các đối tác FTA (trong ACFTA: 17,45%, trong AKFTA: 15,81% trong AJFTA: 2,2%, trong AANZFTA: 4,7%). Nhóm mặt hàng được giảm thuế suất xuống mức khoảng 40 – 50% hoặc được phép loại trừ cũng chỉ chiếm tỉ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch nhập khẩu từ các đối tác FTA (trong ACFTA: 9,1%, trong AKFTA: 5,71%, trong AJFTA: 5,49%, trong AANZFTA: 2,2%, trong AIFTA: 6,61%). Việt Nam đã bắt đầu lộ trình cắt giảm thuế quan theo cam kết CEPT/AFTA từ năm 1999 đến 01/01/2006 đã hoàn thành cắt giảm 99% số dòng thuế thuộc danh mục thông thường xuống dưới 5%. Bắt đầu lộ trình giảm thuế theo cam kết ACFTA từ 01/07/2005, theo cam kết AKFTA từ 01/06/2007, theo cam kết AJCEP từ năm 2008 và theo VJEPA từ 01/01/2009, theo AANZFTA từ 01/01/2010, và theo AIFTA từ 01/06/2010.

(4). Công nghiệp hỗ trợ chậm phát triển, trình độ công nghệ còn thấp và giá thành cao đã không những làm cho xuất khẩu tăng chậm mà còn gây cản trở quá trình tham gia vào mạng lưới sản xuất và phân phối toàn cầu. Mức độ phụ thuộc của nền kinh tế vào bên ngoài về nguyên nhiên, vật liệu và máy móc, thiết bị ngày càng lớn, làm tăng nhập khẩu và nhập siêu. Trong giai đoạn 2006 – 2010, kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này chiếm khoảng 70% tổng kim ngạch nhập khẩu và bằng khoảng 57% GDP cùng giai đoạn. Do phải phụ thuộc cao bởi đầu vào nhập khẩu nên khi thị trường thế giới có biến động mạnh về cung cầu và giá cả thì hoạt động xuất nhập khẩu của Việt nam đã gặp phải các tác động không nhỏ.

Nhận thức về phát triển công nghiệp hỗ trợ để thay thế hàng nhập khẩu cũng như phát triển xuất khẩu còn thiếu thống nhất. Phát triển công

³ Các tỉ lệ bảo hộ thực tế được tính toán với giả định là mặt hàng nào có thuế suất cam kết cao hơn thuế suất MFN năm 2006 sẽ được áp dụng thuế suất đối xử quốc gia. Tỉ lệ bảo hộ danh nghĩa được tính theo mức thuế suất bình quân của tổng số dòng thuế có trong Biểu thuế nhập khẩu với quyền sở của giá trị gia tăng của các ngành – Nguồn: Đề án: “Nghiên cứu tác động của hội nhập, cam kết gia nhập WTO và các cam kết khu vực, song phương – chính sách và các biện pháp thực hiện thích ứng”, CIEM tháng 12/2008.

ngành hỗ trợ không đồng nhất với chủ trương bảo hộ sản xuất trong nước và cũng không phải là biện pháp trợ cấp xuất khẩu. Phát triển công nghiệp hỗ trợ là nhằm mục tiêu dài hạn để phát triển công nghiệp theo hướng chủ động tham gia ngày càng sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên, cho đến nay chúng ta mới có chính sách chung cho phát triển và chưa xây dựng được chương trình hành động, các quy hoạch chi tiết và thiếu các biện pháp tổ chức thực hiện. Tình hình trên đã dẫn đến tình trạng nhiều doanh nghiệp không có chiến lược đầu tư để phát triển công nghiệp hỗ trợ.

(5). Thể chế môi trường kinh doanh nói chung và môi trường kinh doanh xuất nhập khẩu nói riêng chậm được cải thiện. Môi trường kinh doanh trong nước được cải thiện không đáng kể, năng lực quản trị quốc gia của Chính phủ đối với toàn nền kinh tế, đối với lĩnh vực XNK hàng hóa chậm được nâng lên. Chỉ số tự do kinh tế (IEF) của Việt Nam đến năm 2010 vẫn thấp hơn mức trung bình của thế giới và khu vực. Chỉ số thuận lợi hóa kinh doanh (IFC) của Việt Nam chưa có sự cải thiện, năm 2009 đã tụt 1 bậc so với năm 2008.

Chưa làm tốt công tác dự báo chiến lược tình hình quốc tế và trong nước, công tác xây dựng và thực hiện các chiến lược, quy hoạch và kế hoạch phát triển chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển nhanh và bền vững, chưa theo sát diễn biến nhanh và thường xuyên của tình hình kinh tế thế giới và trong nước. Việc xây dựng và sử dụng các TBT, SPS chậm được triển khai, thiếu đồng bộ và hiệu quả thấp, chưa hạn chế được những tác động bất lợi của tự do hóa thương mại. Việc cắt giảm thuế quan, dỡ bỏ các rào cản phi thuế, tạo thuận lợi cho thương mại theo các cam kết gia nhập WTO và các cam kết trong khuôn khổ của các FTA chưa gắn kết với xây dựng và hoàn thiện các biện pháp phòng hộ và phòng vệ.

(6). Kết cấu hạ tầng, nhất là hạ tầng cho phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ logistics còn lạc hậu, yếu kém, chưa đồng bộ, chưa theo kịp sự tăng trưởng cao của xuất nhập khẩu hàng hóa. Tình trạng quá tải tại các cảng biển, năng lực vận tải và bốc xếp hạn chế, thủ tục hành chính còn phức tạp đã làm cho thời gian thông quan bị kéo dài, chi phí tăng cao, năng lực cạnh tranh và hiệu quả XNK bị giảm. Nhiều dịch vụ phục vụ kinh doanh xuất nhập khẩu chúng ta phải thuê hoặc mua của nước ngoài. Chỉ trong 3 năm 2005 – 2007, nước ta đã phải chi trả 6 tỉ USD cho nước ngoài về chi phí bảo hiểm và vận tải hàng hóa xuất nhập khẩu, chiếm 35,7% tổng chi dịch vụ cùng giai đoạn. Đây cũng chính là nguyên nhân làm tăng thâm hụt cán cân dịch vụ, dẫn đến nhập siêu tăng cao.

(7). Nguồn nhân lực và chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển xuất nhập khẩu. Năng lực dự báo chiến lược tình hình quốc tế và trong nước còn hạn chế, trình độ cán bộ xây dựng các chiến lược và quy hoạch phát triển chưa cao dẫn đến một số chỉ tiêu của chiến lược chưa thực hiện được hoặc phải điều chỉnh. Năng lực xây dựng và tổ chức thực hiện các chính sách phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa chưa theo kịp đòi hỏi cao của hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Một số chính sách được ban hành nhưng còn thiếu đồng bộ, chưa bám sát tình hình thực tiễn thay đổi nhanh nên hiệu lực và hiệu quả thấp.

Nguồn nhân lực của các doanh nghiệp, đặc biệt là tại các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu vừa thiếu về số lượng, chưa phù hợp với cơ cấu và chất lượng không cao. Doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu của Việt nam chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thiếu các chiến lược gia và quản trị cao cấp, không có chiến lược kinh doanh bài bản theo hướng khai thác lợi thế so sánh trong thương mại quốc tế. Do thiếu kiến thức và kỹ năng hoạt động kinh doanh trên thị trường thế giới, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp diễn ra theo các phi vụ ngắn hạn, cạnh tranh lẫn nhau, thiếu tính liên kết và không có thương hiệu trên thị trường thế giới.

2.2 Hoạt động thương mại biên mậu

2.2.1 Những kết quả hoạt động thương mại biên mậu

Việt Nam có chung đường biên giới đất liền với Trung Quốc, Lào và Campuchia dài khoảng 4.510 km, chạy dài qua 25 tỉnh của Việt Nam, tiếp giáp với 2 tỉnh của Trung Quốc, 10 tỉnh của Lào và 9 tỉnh của Campuchia. Tính đến nay, trên toàn tuyến biên giới có 22 cửa khẩu quốc tế, 24 cửa khẩu chính (hay còn gọi là cửa khẩu quốc gia hoặc song phương) và khoảng trên 200 cửa khẩu phụ, lối mở qua biên giới. Trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế, hệ thống cửa khẩu biên giới đất liền đóng vai trò quan trọng trong chiến lược hợp tác kinh tế đối ngoại của đất nước với các nước láng giềng và các nước trong khu vực.

Kim ngạch trao đổi thương mại qua các cửa khẩu biên giới tăng trưởng cao và liên tục thể hiện bởi kim ngạch xuất nhập khẩu luôn tăng cao.

Kim ngạch trao đổi hàng hoá qua biên giới Việt Nam với Trung Quốc, Lào và Campuchia

(Đơn vị tính: Triệu đôla Mỹ)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Trung	3.158,11	5.468,34	6.528,00	6.508,93	7.829,33	8.847,14

Quốc						
Lào	304,37	347,46	471,01	446,68	636,51	784,05
Campuchia	688,45	772,07	1.077,15	1.400,46	1.957,10	2.389,42

(Nguồn: Báo cáo của Sở Công Thương các tỉnh biên giới)

Hoạt động trao đổi hàng hoá qua biên giới Việt Nam và các nước có chung biên giới ngày càng phát triển. Với kim ngạch hàng năm chiếm tỷ lệ cao trong tổng kim ngạch thương mại của mỗi nước, hoạt động xuất nhập khẩu, trao đổi thương mại qua biên giới đã đóng góp tích cực trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế - thương mại của cả Việt Nam và các nước có chung biên giới. Năm 2011, tổng kim ngạch trao đổi thương mại hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới của Việt Nam với Trung Quốc đạt trên 8,8 tỷ USD, với Lào đạt gần 800 triệu USD và với Campuchia đã đạt gần 2,4 tỷ USD.

2.2.2 Một số hạn chế, bất cập của hoạt động thương mại biên mậu

a. Khuôn khổ pháp lý đối với hoạt động thương mại biên mậu còn yếu và thiếu

Có thể nói, cho đến nay, Việt Nam chưa có được một chiến lược tổng thể linh hoạt, nhất quán về thương mại biên giới nói chung và thương mại biên giới với Trung Quốc nói riêng. Việt Nam đã xây dựng được những cơ sở pháp lý cho hoạt động thương mại biên giới, trong đó bao gồm chính sách thương mại biên giới với Trung Quốc. Ngày 07/11/2006 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 254/2006/QĐ-TTg về việc quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung biên giới thay thế cho Quyết định số 252/2003/QĐ-TTg.

Ngày 31/01/2008, Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Bộ Giao thông Vận tải, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Bộ Y tế và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành Thông tư Liên tịch số 01/2008/TTLT-BCT-BTC- BGTVT-BNN&PTNT-BYT-NHNN hướng dẫn thực hiện Quyết định số 254/2006/QĐ-TTg ngày 07 tháng 11 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung biên giới. Sau 3 năm triển khai thực hiện, ngày 23/12/2009, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 139/2009/QĐ-TTg sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 254/2006/QĐ-TTg ngày 07 tháng 11 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung biên giới.

Về chính sách mặt hàng: cho đến nay, Việt Nam chưa ban hành chính sách mặt hàng cụ thể trong hoạt động thương mại biên giới. Theo quy định về hàng hoá thương mại biên giới hiện hành thì “Hàng hóa mua, bán, trao đổi, xuất khẩu, nhập khẩu theo hình thức thương mại biên giới được thực hiện theo những quy định tại Nghị định số 12/2006/NĐ-CP ngày 23 tháng 01 năm 2006 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hoá quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hoá với nước ngoài”.

Về chính sách thương nhân: Theo quy định hiện hành, hoạt động thương mại biên giới chỉ áp dụng cho cư dân biên giới và một phần cho các thương nhân của tỉnh, thành phố khu vực biên giới. Việc này phù hợp với thực tiễn và thông lệ kinh doanh khi chính sách thương mại biên mậu chỉ áp dụng đối với các vùng ven biên giới quốc gia nhưng không làm thay thương mại quốc tế thông thường. Mặt khác, kinh doanh biên mậu là hình thức có tương đối nhiều rủi ro, thiếu nhiều chính sách bảo đảm. Tuy nhiên, do đặc thù của vị trí địa lý quốc gia, các doanh nghiệp Việt Nam tại hầu hết các tỉnh thành trong nhiều trường hợp đã ưu tiên sử dụng hình thức thương mại biên mậu hơn so với thương mại quốc tế nhất là đối với thị trường rộng lớn như Trung Quốc do chi phí cạnh tranh hơn, nhanh hơn, thuận tiện hơn. Như vậy, việc xây dựng một chính sách thương nhân phù hợp với thực tiễn cũng như thông lệ của hoạt động thương mại biên giới cần được nghiên cứu, xây dựng, đảm bảo lợi ích của quốc gia cũng như của các tỉnh, thương nhân khu vực biên giới.

Về chính sách liên quan đến tuyến đường xuất nhập khẩu hàng hóa: Theo quy định hiện hành, hàng hóa xuất nhập khẩu có thể được làm thủ tục tại các loại cửa khẩu như cửa khẩu quốc tế, cửa khẩu chính, cửa khẩu phụ, lối mở. Việc xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu chính, quốc tế được thực hiện theo quy định thông thường đối với thương mại hàng hóa quốc tế. Về nhập khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu phụ, lối mở biên giới, thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, Bộ Công Thương đã ban hành thông tư số 13/2009/TT-BCT ngày 03 tháng 6 năm 2009 quy định xuất nhập khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu phụ, lối mở biên giới nằm ngoài các Khu kinh tế cửa khẩu. Theo quy định của Thông tư này, hàng hóa được khuyến khích xuất khẩu đi qua các cửa khẩu phụ, lối mở biên giới; hàng nhập khẩu chỉ là nguyên, nhiên vật liệu, vật tư cần thiết phục vụ sản xuất trong nước theo danh mục ban hành kèm theo Thông tư và phải do Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh biên giới quyết định mới được đi qua các cửa khẩu phụ, lối mở biên giới nằm ngoài các khu Kinh tế cửa khẩu. Như vậy, hàng nông sản,

thực phẩm nhập khẩu đã được kiểm soát đi qua các cửa khẩu phụ, lối mở biên giới nằm ngoài các Khu kinh tế cửa khẩu.

Về chính sách mặt hàng được nhập khẩu dưới hình thức mua, bán, trao đổi của cư dân biên giới: căn cứ Quyết định số 139/2009/QĐ-TTg ngày 23 tháng 12 năm 2009 của Thủ tướng Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 254/2006/QĐ-TTg ngày 07 tháng 11 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung biên giới, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 10/2010/TT-BCT ngày 29 tháng 3 năm 2010 quy định Danh mục hàng hóa được sản xuất từ nước có chung biên giới nhập khẩu dưới hình thức mua, bán, trao đổi hàng hóa cư dân biên giới thời kỳ 2010-2012. Như vậy, từ ngày 01 tháng 6 năm 2010, cư dân biên giới chỉ được phép nhập khẩu dưới hình thức mua, bán, trao đổi những mặt hàng theo danh mục đã quy định. Tuy nhiên, việc quy định danh mục hàng hóa và định mức miễn thuế trên thực tế một mặt đáp ứng nhu cầu của cư dân biên giới nhưng một mặt cũng là một khe hở cho hoạt động gian lận thương mại, thu gom hàng hóa miễn thuế bất hợp pháp, làm lợi cho các “đầu nậu” buôn bán hàng lậu thay vì phục vụ mục đích dân sinh của cư dân biên giới.

b. Chưa có khuôn khổ pháp lý đối với cơ quan chủ trì và người được giao trách nhiệm chung trong điều hành hoạt động của các lực lượng chức năng tại cửa khẩu, thiếu thống nhất trên toàn tuyến biên giới

Tại các cửa khẩu có hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa, theo quy định hiện hành phải có đủ các lực lượng chức năng Biên phòng, Hải quan, Kiểm dịch trực tiếp quản lý hoạt động xuất – nhập của người, phương tiện giao thông vận tải, hàng hóa và vật phẩm qua biên giới. Các cửa khẩu quốc tế và một số cửa khẩu có kim ngạch trao đổi hàng hóa lớn hiện đã bỏ đủ Biên phòng, Hải quan, Kiểm dịch. Tuy nhiên, tại một số cửa khẩu khác mới chỉ có lực lượng Biên phòng và Hải quan, khi có hàng hóa thông quan hoặc yêu cầu thực hiện nhiệm vụ (ngăn chặn dịch bệnh...) thì các cơ quan chức năng mới bố trí đầy đủ lực lượng để giải quyết thủ tục theo quy định.

Bên cạnh đó, do nhu cầu phát triển của hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới, hoạt động qua – lại của người, phương tiện giao thông vận tải liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa qua biên giới, còn có các lực lượng của các cơ quan quản lý chuyên ngành và cơ quan cung cấp dịch vụ tại cửa khẩu như: bộ phận quản lý xuất nhập cảnh, cấp phép, ngân hàng, kho bạc, tài chính, bưu chính viễn thông.... Tuy nhiên, các lực lượng chuyên ngành và dịch vụ này cũng chưa thống nhất tại các cửa khẩu biên giới đất liền trên toàn tuyến, nơi có, nơi không.

Hiện nay, không có một sự phối hợp có tổ chức và người được giao chỉ huy chung trong điều hành hoạt động của các lực lượng chức năng tại các cửa khẩu. Các tỉnh cũng áp dụng không thống nhất về cơ quan chủ trì cửa khẩu, ví dụ: một số tỉnh do Bộ đội biên phòng là cơ quan chủ trì tại cửa khẩu (Hà Giang, Nghệ An, Thừa Thiên - Huế và Kiên Giang); một số tỉnh do Hải quan là cơ quan chủ trì tại cửa khẩu (Lạng Sơn và Cao Bằng); một số tỉnh do Ban Quản lý Khu kinh tế, Khu kinh tế cửa khẩu, Ban Quản lý cửa khẩu chủ trì tại cửa khẩu (Quảng Ninh, Lào Cai, Lai Châu, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Kon Tum, Gia Lai); các tỉnh còn lại chưa có lực lượng chủ trì cửa khẩu (Điện Biên, Sơn La, Thanh Hóa, Quảng Trị, Quảng Nam, Đắk Nông, Đắk Lắk, Bình Phước, Tây Ninh, Long An, Đồng Tháp, An Giang).

Vì vậy, cần phải xây dựng khuôn khổ pháp lý đối với cơ quan chủ trì và người được giao trách nhiệm chung trong điều hành hoạt động của các lực lượng chức năng tại cửa khẩu.

c. Cơ chế điều hành và thủ tục hành chính tại các cửa khẩu biên giới đất liền Việt Nam hiện nay còn nhiều bất cập, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển trao đổi thương mại qua các cửa khẩu biên giới

Hiện nay, thủ tục hành chính tại các cửa khẩu chưa được nhất thể hóa, thiếu thống nhất vẫn là điểm yếu chưa có biện pháp khắc phục có hiệu quả. Cho đến nay hoạt động hành chính, nghiệp vụ tại các cửa khẩu đều do các cơ quan chủ quản chỉ đạo và quản lý riêng theo lĩnh vực nên nhiều khi chồng chéo, trùng lặp. Những việc phát sinh nhất là quản lý hành chính thì vẫn chưa có người được chính thức giao trách nhiệm chính để chỉ đạo các hoạt động chung của cửa khẩu. Tại các cửa khẩu chưa có người được giao trách nhiệm chung trong quản lý, điều hành hoạt động của các lực lượng chức năng nên vấn đề quản lý còn khó khăn, đôi khi trùng lặp và chồng chéo, khi có vấn đề phát sinh chưa thể xử lý kịp thời và chuẩn xác.

Các dịch vụ giao nhận, kiểm dịch, kiểm tra chất lượng hàng hóa chưa được phối hợp tổ chức tốt giữa các cơ quan chức năng, gây ứ đọng tại khu vực cửa khẩu đối với rau quả xuất khẩu và bị động trong kiểm dịch, kiểm tra chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm đối với gia cầm, gia súc, rau quả nhập khẩu. Điều hành hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa qua biên giới còn thiếu linh hoạt, chưa thực hiện triệt để các chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ cũng như các biện pháp về khuyến khích xuất khẩu, kiểm soát nhập khẩu; chưa kiểm soát được việc các đối tượng buôn lậu lợi dụng và trốn thuế.

d. Các cơ chế điều hành và thủ tục hành chính tại các cửa khẩu biên giới đất liền chưa thúc đẩy “xã hội hoá” nhằm khuyến khích các nhà đầu tư vào các dịch vụ hỗ trợ cửa khẩu, chính sách hỗ trợ thương nhân còn thiếu

Dịch vụ hỗ trợ thương mại tại khu vực cửa khẩu đóng vai trò rất quan trọng trong tổ chức hoạt động xuất nhập khẩu qua các cửa khẩu biên giới, bao gồm các dịch vụ hỗ trợ nâng cao khả năng tiếp cận và thâm nhập thị trường; dịch vụ thanh toán (đổi tiền, gửi tiền, chuyển khoản, thanh toán...); dịch vụ giao nhận, kho tàng bến bãi, bao bì đóng gói, bảo quản hàng hoá... Tuy nhiên dịch vụ hỗ trợ thương mại tại các khu vực cửa khẩu biên giới cho đến nay vẫn chưa được phát triển.

Sự kém phát triển của dịch vụ hỗ trợ thương mại biên giới là do cơ chế quản lý và điều hành tại các cửa khẩu biên giới đất liền chưa được tổ chức tốt. Cần phải xây dựng cơ chế quản lý và điều hành trên cơ sở gắn kết giữa dịch vụ công và dịch vụ hỗ trợ khác tại cửa khẩu nhằm khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào khu vực cửa khẩu. Đặc biệt, hoạt động điều hành tại các cửa khẩu biên giới phải được tổ chức theo hướng hỗ trợ thương nhân, hỗ trợ tổ chức hệ thống phân phối hàng hóa từ vùng sản xuất đến khu vực cửa khẩu và xuất khẩu qua các cửa khẩu biên giới.

Hoạt động hỗ trợ xúc tiến thương mại biên giới còn nhiều yếu kém, tổ chức các hội chợ chưa đa dạng, chưa hỗ trợ nhiều cho doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ khảo sát thị trường và các thông tin hỗ trợ cho các doanh nghiệp thực hiện hoạt động xúc tiến của mình, chưa cung cấp cho các doanh nghiệp dịch vụ tư vấn kinh doanh và đào tạo nguồn nhân lực. Việc phối hợp các hoạt động chống buôn lậu và gian lận thương mại còn nhiều hạn chế, chồng chéo làm cho tình hình buôn lậu và gian lận thương mại ở các tuyến biên giới trở nên phức tạp hơn.

2.3 Hoạt động xúc tiến thương mại và thương hiệu quốc gia

2.3.1 Kết quả thực hiện Chương trình XTTM quốc gia giai đoạn 2006-2011

a. Những thành tựu đã đạt được

Chương trình XTTM quốc gia giai đoạn 2006-2010 được thực hiện trên cơ sở Quyết định số 279/2005/QĐ-TTg và 80/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ.

Trong giai đoạn 2006-2010, Chương trình XTTM quốc gia đã thực hiện hiệu quả nhiệm vụ đẩy mạnh xuất khẩu, nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh của cộng đồng doanh nghiệp, năng lực tổ chức hoạt động xúc tiến thương mại của các hiệp hội ngành hàng, các tổ chức XTTM từ Trung ương tới địa phương. Chương trình đã mở ra cơ hội cho hàng chục nghìn lượt doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế trong cả nước tham gia

nhiều hoạt động xúc tiến thương mại đa dạng, phong phú, đạt nhiều kết quả tích cực.

Trong giai đoạn này, Chương trình được Chính phủ cấp tổng kinh phí là 515,9 tỷ đồng (bình quân 103,2 tỷ đồng mỗi năm). Chương trình đã hỗ trợ trên 19.000 lượt doanh nghiệp tham gia, 11.932 hợp đồng và biên bản ghi nhớ trị giá 3,6 tỷ USD đã được ký kết. Chương trình đã góp phần đáng kể cho sự tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam: năm 2006, xuất khẩu cả nước đạt 39,6 tỷ USD, tăng 22,1% so với năm 2005; năm 2007 đạt 48 tỷ USD, tăng 20,5% so với năm 2006; năm 2008 đạt 62,7 tỷ USD, tăng 30% so với năm 2007; năm 2009 đạt 56,6 tỷ USD và năm 2010 đạt 72,2 tỷ, tăng 26,4% so với năm 2009.

Năm 2011 là năm đầu tiên thực hiện Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình XTTMQG, theo đó, ngoài nội dung định hướng xuất khẩu, Chương trình đồng thời được giao thực hiện thêm hai nhiệm vụ khác là XTTM thị trường trong nước và XTTM thị trường miền núi, biên giới, hải đảo. Do phải thực hiện chủ trương tiết kiệm chi ngân sách theo tinh thần các Nghị quyết 02 và 11 của Chính phủ, nên mặc dù khối lượng công việc nhiều hơn, nhưng kinh phí Chính phủ dành cho Chương trình XTTMQG năm 2011 chỉ còn 55 tỷ đồng.

Nguồn kinh phí này đã được phân bổ cho 50 đề án của 22 tổ chức XTTM và 16 địa phương. Theo thống kê chưa đầy đủ, Chương trình năm 2011 đã hỗ trợ 2.529 lượt doanh nghiệp tham gia, hợp đồng và bản ghi nhớ được ký kết đạt tổng giá trị khoảng 1,0 tỷ USD. Bên cạnh đó, Chương trình đã thực hiện được nhiều hoạt động nhằm phát triển mạng lưới phân phối hàng Việt trên thị trường nội địa, đưa hàng Việt về nông thôn, miền núi, biên giới; góp phần thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” do Bộ Chính trị phát động. Để bù đắp phần nào sự thiếu hụt kinh phí từ nguồn ngân sách, Bộ Công Thương cũng đã chủ động tìm, tận dụng các nguồn khác, trong đó có việc vận động sự tham gia đóng góp của doanh nghiệp. Nhờ sự quan tâm, chỉ đạo của Chính phủ, các Bộ, ngành, cộng đồng doanh nghiệp và kết quả hoạt động xúc tiến thương mại từ các năm trước, xuất khẩu của Việt Nam đã tăng trưởng ấn tượng với tổng kim ngạch đạt 96,26 tỷ đô la Mỹ, tăng 33% so với năm 2010, doanh thu dịch vụ và thị trường nội địa tăng khoảng 24%. Những ngành hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn trong năm 2011 là dệt may (ước đạt 14 tỷ USD, tăng 25% so với năm 2010); giày dép (ước 6,5 tỷ USD, tăng 27%), thủy sản (ước đạt trên 6 tỷ USD), gạo (ước đạt 3,7 tỷ USD) và cao su (ước đạt 3,2 tỷ USD)....

Theo thống kê chưa đầy đủ, đến nay các hoạt động XTTM quốc gia 2011 đã hỗ trợ 2.529 lượt doanh nghiệp tham gia với 4.389 gian hàng, 6 đoàn giao dịch thương mại tại nước ngoài và nhiều hoạt động hiệu quả khác. Một số hoạt động tiêu biểu bao gồm:

- Hội chợ Trung Quốc – ASEAN: các doanh nghiệp Việt Nam tham gia 192 gian hàng, ký được nhiều hợp đồng với tổng giá trị trên 300 triệu USD.

- Hội chợ đồ gỗ nội ngoại thất Las Vegas: các doanh nghiệp Việt Nam tham gia trên diện tích 250m², ký được 51 hợp đồng và bản ghi nhớ với tổng giá trị là 15,7 triệu USD.

- Hội chợ thương mại Việt Nam - Campuchia 2011 có hơn 100.000 lượt người dân Campuchia tham quan và mua sắm, ký được 72 hợp đồng và biên bản ghi nhớ với tổng giá trị trên 6 triệu USD.

- Hội chợ Thực phẩm Hàn Quốc tại Seoul, Hàn quốc ký được hơn 6,5 triệu USD.

- Tổ chức tiếp xúc với các nhà nhập khẩu nước ngoài vào Việt Nam giao dịch mua sản phẩm Điều ký được 20 hợp đồng giá trị 9,4 triệu USD

- Đoàn giao thương khảo sát thị trường nhập khẩu hồ tiêu tại Đức kết hợp tham dự hội chợ quốc tế thực phẩm (Anuga) tại Cologne, Đức có 11 doanh nghiệp tham gia, ký được 4 hợp đồng trị giá 1,35 triệu USD.

- Hiệp hội cao su Việt Nam, Hiệp hội lương thực Việt Nam với các đề án mua thông tin thương mại ngành giúp doanh nghiệp kịp thời nắm bắt được tình hình thương mại quốc tế, dự đoán được xu hướng giá cả, cung cầu nhằm có kế hoạch kinh doanh hiệu quả, đầu tư, phát triển sản xuất, mở rộng các thị trường mới, tìm kiếm đối tác phù hợp, tập trung vào những mặt hàng phù hợp với nhu cầu thị trường và có khả năng nâng cao giá trị xuất khẩu

- Trong nước: Hội chợ Quốc tế hàng trang trí gia đình và quà tặng Việt Nam (Vietnam Lifestyle tại TP Hồ Chí Minh): có 130 hợp đồng với tổng giá trị trên 14 triệu USD.

- Các hội chợ, triển lãm cấp vùng như: Hội chợ Thương mại Quốc tế Việt - Trung năm 2011 tại Lào Cai có quy mô hơn 700 gian hàng, 19 hợp đồng với tổng trị giá 201 triệu USD; Hội chợ thương mại quốc tế Miền trung Tây nguyên 2011 tại Phú Yên ký được 21 triệu USD và 55 tỷ đồng; Hội chợ Thương mại quốc tế khu vực Bắc Trung Bộ 2011 tại Thanh Hóa với quy mô trên 500 gian hàng; Hội chợ triển lãm Công Thương - xây dựng vùng kinh tế trọng điểm phía Nam và Đông Nam Bộ 2011 tại Bà Rịa Vũng Tàu với quy

mô gần 600 gian hàng của trên 200 doanh nghiệp; Hội chợ triển lãm đồ gỗ và lâm sản Việt Nam năm 2011 tại Bình Định với trên 700 gian hàng, doanh thu đạt 100 tỷ, 30 hợp đồng và 10 biên bản ghi nhớ được ký kết,...

b. Tồn tại, thách thức của hoạt động xúc tiến thương mại

(i) Kinh phí hỗ trợ doanh nghiệp thông qua Chương trình XTTM quốc gia năm 2011 quá thấp so với nhu cầu của doanh nghiệp

Năm 2011, Bộ Công Thương đã tiếp nhận 272 đề án XTTM quốc gia của 72 đơn vị chủ trì với tổng kinh phí đề nghị ngân sách nhà nước hỗ trợ là **405,6** tỷ đồng. Tuy nhiên, Chương trình XTTM quốc gia năm 2011 chỉ được Nhà nước bố trí kinh phí là 55 tỷ đồng - bằng 31,97 % so với năm 2009 (172 tỷ đồng) và bằng 45,83% năm 2010 (120 tỷ đồng).

Nguồn kinh phí trên là quá nhỏ so với nhu cầu thực tế về xúc tiến thương mại năm 2011 của các đơn vị chủ trì, do đó Bộ Công Thương gặp rất nhiều khó khăn trong việc phê duyệt Chương trình. Thực tế đã có rất nhiều đề án tốt, có tính khả thi cao và thiết thực phục vụ trực tiếp trong việc đẩy mạnh xuất khẩu và an sinh xã hội nhưng do không có kinh phí, nên không được đưa vào phê duyệt thực hiện. Ngân sách XTTM được bố trí thấp về lâu dài sẽ ảnh hưởng lớn đến việc thực hiện các mục tiêu thúc đẩy xuất khẩu, mở rộng và khai thác thị trường trong nước, miền núi, biên giới và hải đảo.

Nguồn ngân sách nhà nước hỗ trợ cho hoạt động XTTM ngày càng giảm trong khi nhu cầu của cộng đồng doanh nghiệp càng lớn, doanh nghiệp ngày càng nhiều, hiệu quả của Chương trình XTTMQG đối với xuất khẩu ngày càng tăng, nhiệm vụ nhà nước giao ngày càng nặng nề (không chỉ bao gồm XTTM định hướng xuất khẩu, mà còn bao gồm XTTM thị trường trong nước và XTTM biên giới, hải đảo) là một nghịch lý XTTM tại Việt Nam.

(ii) Mức kinh phí Nhà nước đầu tư cho XTTM tại Việt Nam quá thấp - không tạo được sức cạnh tranh cho doanh nghiệp và sản phẩm Việt nam trên thị trường trong nước và thế giới

Sau khi Việt Nam gia nhập WTO, các khoản hỗ trợ mang tính trợ cấp trực tiếp của Chính phủ cho doanh nghiệp buộc phải bãi bỏ. Việc hỗ trợ doanh nghiệp có hiệu quả nhất là thông qua các hoạt động XTTM – đây cũng là phương thức hỗ trợ phù hợp với các quy định của WTO mà các nước trên thế giới đã và đang áp dụng phổ biến.

Theo nghiên cứu của World Bank có tựa đề “Export Promotion Agencies: What Works and What Doesn’t”, trung bình, các quốc gia trên thế giới bố trí ngân sách cho hoạt động XTTM là 0,11% kim ngạch xuất khẩu: trong đó khu vực Mỹ La tinh và các nước Caribbean là 0,17%, các nước

Đông Âu và Châu Á là 0,12%, các nước Bắc Mỹ và thành viên Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) là từ 0,09-0,10% (Thí dụ: năm 2010, Úc dành trên 200 triệu USD cho XTTM, trên tổng kim ngạch xuất khẩu là 212 tỷ USD, tương đương 0,094%).

Với các nước có trình độ phát triển tương đồng Việt Nam, theo nghiên cứu của Diễn đàn Xúc tiến thương mại châu Á (ATPF) năm 2010, Bangladesh dành 0,02% kim ngạch xuất khẩu (3,76 triệu USD trên tổng kim ngạch XK 19,24 tỷ USD), Phillippines dành 0,0074% kim ngạch xuất khẩu (3,76 triệu USD trên tổng kim ngạch XK 50,68 tỷ USD) Thái Lan dành 0,047% kim ngạch xuất khẩu (86,6 triệu USD trên tổng kim ngạch XK 184 tỷ USD) cho hoạt động XTTM.

Với ngân sách Chương trình XTTM quốc gia của Việt Nam năm 2011 là 55 tỷ đồng, tỷ lệ kinh phí XTTM trên kim ngạch xuất khẩu chỉ bằng 0,0036%. Tính theo tỷ lệ phần trăm, chỉ tương đương 1/30 tỷ lệ trung bình của toàn thế giới, bằng 1/5 so với Bangladesh, bằng 1/2 so với Philippines, bằng 1/12 so với Thái Lan và chỉ đáp ứng được 13,6% nhu cầu hỗ trợ doanh nghiệp do các đơn vị chủ trì đề xuất. Điều này cho thấy kinh phí của Chính phủ dành cho XTTM của Việt Nam còn rất nhỏ so với nhu cầu của các doanh nghiệp Việt Nam.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu, không chỉ khi bước ra thị trường thế giới, mà ngay cả khi tìm chỗ đứng cho mình trên thị trường trong nước, doanh nghiệp phải đối diện với vô vàn khó khăn và rủi ro, một chính sách quốc gia không đặt ưu tiên cao cho việc hỗ trợ các doanh nghiệp xúc tiến bán hàng, marketing sẽ làm cản trở sự phát triển của hàng hóa, dịch vụ Việt Nam, của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam và do đó làm suy giảm khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng và nền kinh tế Việt Nam nói chung.

(iii) Cơ chế hỗ trợ tài chính còn nhiều bất cập

Triển khai thực hiện Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg, ngày 17 tháng 6 năm 2011, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư 88/2011/TT-BTC hướng dẫn cơ chế tài chính hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để thực hiện chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia.

Theo phản ánh của các đơn vị chủ trì Chương trình XTTM quốc gia, việc áp dụng Thông tư này trong năm 2011 còn nhiều vướng mắc, bất cập, còn nhiều điểm không phù hợp với thực tế xúc tiến thương mại. Cụ thể:

- *Thông tư 88 quy định mức hỗ trợ tối đa không quá 6.000.000đ/1 doanh nghiệp đối với Hội chợ triển lãm định hướng xuất khẩu tại Việt Nam là quá thấp so với chi phí thực tế:*

Mức hỗ trợ có thể áp dụng với các hội chợ được tổ chức tại các địa phương theo thời giá hiện tại nhưng sẽ không phù hợp khi tổ chức tại Hà Nội hoặc TP. Hồ Chí Minh (chi phí 6.000.000 đ chỉ tương đương với 50% chi phí cho 01 gian hàng 3mx3m = 9m² khi tổ chức tại Hà Nội hoặc TP. Hồ Chí Minh). Với diện tích như vậy sẽ không đủ đặt một máy lớn, một dây truyền nhỏ hoặc một bộ sản phẩm đồ gỗ, vật liệu xây dựng... do đó sẽ không khuyến khích các doanh nghiệp có chất lượng tốt tham gia. Ngoài ra, các hội chợ càng uy tín, có quy mô lớn và hiệu quả thì giá thành gian hàng sẽ càng cao. Nếu không chế mức trần chi phí không hợp lý thì các doanh nghiệp Việt Nam sẽ bị hạn chế trong việc tham gia các hội chợ uy tín, chất lượng và do đó sẽ mất cơ hội gặp gỡ, tiếp xúc, giao dịch với các khách hàng lớn, ảnh hưởng đến hiệu quả chung của việc tổ chức, tham gia Hội chợ.

- *Thông tư 88 quy định hỗ trợ 100% chi phí Tuyên truyền quảng bá và mời khách đến giao dịch khi tổ chức hội chợ triển lãm sau khi trừ các khoản thu từ các đối tượng không được hưởng hỗ trợ khi tham gia hội chợ triển lãm tại Việt Nam như: doanh nghiệp pháp nhân nước ngoài. Điều này sẽ làm tăng gánh nặng thủ tục lên cho các đơn vị chủ trì.*

Trên thực tế, doanh nghiệp, pháp nhân nước ngoài không thuộc đối tượng điều chỉnh của Quyết định 72 và không được hưởng hỗ trợ từ nhà nước. Việc các doanh nghiệp quốc tế tham gia hội chợ sẽ giúp nâng tầm các hội chợ ở Việt Nam lên tầm quốc tế, từ đó thu hút được nhiều khách tham quan đến từ nhiều nước đồng thời đóng góp vào xuất khẩu tại chỗ (dịch vụ hội chợ triển lãm, khách sạn, đi lại,...). Nguồn thu/chi từ các đối tượng này được hạch toán riêng và thực hiện các nghĩa vụ tài chính đối với nhà nước theo quy định. Việc yêu cầu thủ tục tài chính phức tạp sẽ khiến các đơn vị chủ trì mất nhiều thời gian vào công tác thanh quyết toán, không có thời gian tập trung cho công việc chuyên môn, nâng cao chất lượng công tác tổ chức hoạt động XTTM.

- *Thông tư 88 quy định mức hỗ trợ tối đa không quá 700.000 đồng/1 doanh nghiệp đăng ký và nhận thông tin đối với nội dung Thông tin thương mại, nghiên cứu thị trường, xây dựng cơ sở dữ liệu các thị trường xuất khẩu trọng điểm theo ngành hàng làm hạn chế chất lượng cung cấp thông tin.*

Quy định như trên là không khả thi và không phù hợp với thực tế vì giá thành của các nội dung này phụ thuộc vào tính phức tạp, độ lớn của thông tin/nghiên cứu/cơ sở dữ liệu, nguồn tin, phương pháp thực hiện, chất

lượng (giá trị, tính kịp thời,...), tần suất, phương tiện phổ biến thông tin. Việc xác định kinh phí cho nội dung này cần cân nhắc tính hiệu quả về mặt kinh tế (lợi ích/chi phí) chứ không nên đánh đồng trên số lượng doanh nghiệp. Nếu quy định tối đa không quá 700.000 đồng/1 doanh nghiệp đăng ký và nhận thông tin thì các doanh nghiệp chỉ có thể nhận được những thông tin đơn giản, sơ lược và không đem lại được hiệu quả cao cho doanh nghiệp tham gia. Đồng thời việc thực hiện quy định này phát sinh nhiều thủ tục hành chính phức tạp cho các đơn vị chủ trì và các doanh nghiệp tham gia.

- *Thông tư 88 quy định mức hỗ trợ không quá 40.000.000 đồng /1 doanh nghiệp tham gia các đoàn “Tổ chức đoàn giao dịch thương mại tại nước ngoài” là không phù hợp với chi phí thực tế.*

- Tại Khoản 6 Điều 5 của Thông tư số 88/2011/TT-BTC quy định về mức hỗ trợ đối với tổ chức đoàn giao dịch thương mại tại nước ngoài, mức hỗ trợ tối đa 40.000.000 đồng/1 doanh nghiệp tham gia (được tính trên tổng chi phí: vé máy bay khứ hồi cho DN tham gia + 100% chi phí tuyên truyền quảng bá + 100% chi phí tổ chức hội thảo giao thương + công tác phí cho cán bộ tổ chức chương trình). Mức hỗ trợ này chỉ phù hợp với một số thị trường gần. Đối với các thị trường có nhu cầu khảo sát cao như Châu Âu, Châu Phi, Châu Mỹ ... chưa đủ để thanh toán vé máy bay khứ hồi (Châu Âu, Mỹ trên 2.000USD, Châu Phi từ 2.000-3.000 USD tùy thời điểm và số điểm đến). Do các hóa đơn chứng từ liên quan sẽ được xuất toàn bộ cho Đơn vị chủ trì, nên trong trường hợp phần chi phí vượt quá 40 triệu đồng/1 doanh nghiệp, các doanh nghiệp tham gia không có chứng từ để thanh toán tại doanh nghiệp. Ngoài ra, trong trường hợp này doanh nghiệp sẽ phải hỗ trợ 100% công tác phí cho cán bộ tổ chức chương trình và các chi phí tổ chức giao thương của đơn vị chủ trì, chứ không được Nhà nước hỗ trợ như quy định tại Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg.

2.3.2 Kết quả thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia

Hiện nay Chương trình đang triển khai 2 nội dung chính sau: (1) Giúp các doanh nghiệp nâng cao nhận thức về tầm quan trọng và tăng cường năng lực trong việc xây dựng, quảng bá, bảo vệ thương hiệu; (2) Lựa chọn các thương hiệu sản phẩm tham gia Chương trình Thương hiệu Quốc gia để hỗ trợ phát triển theo các giá trị của Chương trình.

Trên cơ sở đó, Nhà nước sẽ cùng với các doanh nghiệp xây dựng các chương trình hành động cụ thể để tăng cường năng lực cạnh tranh cho các thương hiệu sản phẩm được lựa chọn, hướng tới 3 giá trị “Chất lượng - Đổi mới sáng tạo - Năng lực lãnh đạo”.

a. *Nâng cao nhận thức về tầm quan trọng và tăng cường năng lực trong việc xây dựng, quảng bá, bảo vệ thương hiệu*

a1. *Xây dựng năng lực kinh doanh và phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp*

-) Ấn phẩm và thông tin: Thông qua in ấn và phát hành 05 cuốn sách Hỏi đáp về đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa tại Nhật bản, Trung quốc, ASEAN, Thỏa ước Madrid, Hoa kỳ, EU và Hỏi đáp về Thương hiệu quốc gia cũng như phối hợp với Alphabooks xây dựng Tủ sách THQG “Tri thức@THQG”, lựa chọn các đầu sách hay trong lĩnh vực quản trị thương hiệu, mua bản quyền, dịch và phát hành. Hiện tủ sách đã phát hành được 11 ấn phẩm.

-) Hội thảo, đào tạo, hội nghị: Bộ Công Thương đã tiến hành tổ chức nhiều hội thảo về thương hiệu nhân dịp các Hội chợ VIETNAM EXPO; tổ chức Diễn đàn kinh doanh ASEAN chủ đề về thương hiệu (10/2004) với sự tham dự của gần 700 người từ các nước ASEAN và các nước đối thoại cũng như các vùng kinh tế; phối hợp và ký thỏa thuận hợp tác về các chương trình liên quan đến thương hiệu với Hiệp hội chống hàng giả và bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP) và tổ chức Hội thảo bảo vệ thương hiệu và chống hàng giả (7/4/2005) với quy mô hơn 200 đại biểu tham dự; phối hợp với Liên minh thiết kế Châu Á tổ chức Hội thảo “Xây dựng thương hiệu xuyên á – branding across asia” nhân dịp APEC 2006 tại TP. Hồ Chí Minh với sự tham dự của diễn giả và khán giả đến từ 21 nền kinh tế thành viên APEC. Tổ chức Diễn đàn thương hiệu Việt Nam vào các năm 2009, 2010.

Bộ Công Thương cũng đã đưa nội dung xây dựng và phát triển thương hiệu và tiếp thị địa phương là một chuyên đề đào tạo trong các khóa tập huấn về xúc tiến thương mại.

-) Hỗ trợ nâng cao năng lực kinh doanh: Bộ đã phối hợp cung cấp nghiên cứu thị trường về mức độ nhận biết cho 30 doanh nghiệp có thương hiệu sản phẩm (THSP) tham gia chương trình Thương hiệu quốc gia và phối hợp với Tập đoàn tư vấn Boston triển khai các hoạt động hỗ trợ tư vấn phát triển kinh doanh cho doanh nghiệp

-) Hỗ trợ truyền thông: Thông qua Chương trình, Bộ đã hỗ trợ chi phí truyền thông thông qua các hoạt động cụ thể. Ví dụ như in ấn áp phích, tờ rơi bằng tiếng Việt và tiếng Anh giới thiệu về Chương trình và 30 THSP tham gia Chương trình, phát hành sổ quà tặng truyền thông của Chương trình THQG và 30 doanh nghiệp tham gia Chương trình, truyền hình trực tiếp trên VTV1 và phát thanh trực tiếp trên VOV1 về Lễ công bố 30 Doanh nghiệp có THSP tham gia Chương trình...

a.2. Tuyên truyền và quảng bá của Chương trình THQG

Nhằm tạo sức lan tỏa cho Chương trình, Bộ Công Thương đã phối hợp với các cơ quan báo chí, truyền thông thực hiện các hoạt động tuyên truyền, quảng bá.

Cụ thể là Bộ đã phối hợp với Thời báo kinh tế Việt Nam tổ chức Triển lãm Thương hiệu trên Internet chính thức được khai mạc vào dịp Hội chợ EXPO2 003, Hội chợ FEGOT 2003, Hội chợ tại Đà Nẵng (25-30/7), Hội chợ tại Cần Thơ (9-13/8) và tiếp tục duy trì đến nay, triển khai hợp tác truyền thông nội dung THQG trên Đài truyền hình Việt Nam, Đài tiếng nói Việt Nam, tạo dựng chuyên mục thương hiệu quốc gia trên Thời báo kinh tế Việt Nam và Thời báo kinh tế Sài gòn và phối hợp cùng với Thời báo kinh tế Việt Nam triển khai in sách Trang vàng thương hiệu hàng năm, xây dựng chương trình truyền hình “Sức Sống Việt” nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Chương trình THQG nói riêng và các doanh nghiệp Việt Nam nói chung quảng bá thương hiệu và sản phẩm, góp phần hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Kết hợp với các tổ chức như Câu lạc Bộ Doanh nhân Sài gòn, các Hiệp hội ngành hàng, Trung tâm Năng suất Việt Nam (Tổng Cục Tiêu chuẩn đo lường chất lượng) để phát triển các nội dung Chương trình đến cộng đồng doanh nghiệp...

a.3. Hỗ trợ các hiệp hội, làng nghề xây dựng thương hiệu

Việc hỗ trợ các hiệp hội, làng nghề xây dựng phát triển các thương hiệu tập thể, thương hiệu chứng nhận hay thương hiệu doanh nghiệp thành viên là một nội dung hỗ trợ trong Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia. Bộ Công Thương làm đầu mối phối hợp với các đơn vị chủ trì để phát triển một số chương trình trọng điểm như với Hiệp hội Chè, Thủy sản, Cà phê Việt Nam.

a.4. Đánh giá và định giá thương hiệu

Để thực hiện hoạt động này, Bộ đã thực hiện các hoạt động như: phối hợp với trường Đại học Thương mại điều tra 600 khách nước ngoài nhân dịp hội chợ EXPO 2003 và tiến hành tổng hợp đánh giá kết quả điều tra về hình ảnh sản phẩm hàng hóa dịch vụ của Việt Nam trong con mắt người nước ngoài; Tiến hành điều tra, tổng hợp, phân tích, đánh giá trên mẫu 200 khách người Nga nhân dịp tuần lễ Việt Nam tại Liên bang Nga về thương hiệu hình ảnh sản phẩm Việt Nam là cơ sở cho hoạt động xúc tiến xuất khẩu hàng Việt Nam sang thị trường Nga; tham gia Ban Tổ chức Giải thưởng Sao vàng đất Việt, phối hợp với Thời báo kinh tế Việt Nam tổ chức giải thưởng Thương hiệu mạnh Việt Nam và phối hợp với Hiệp Hội Dệt may Việt nam, Thời báo Kinh tế Sài gòn đánh giá và lựa chọn “Doanh nghiệp tiêu biểu ngành dệt

may Việt Nam”; Phối hợp với Công ty Taylor Nielsen Sofres đánh giá mức độ nhận thức các thương hiệu theo ngành hàng...

a.5. Lựa chọn các thương hiệu sản phẩm tham gia Chương trình THQG

Sau quá trình chuẩn bị kỹ lưỡng và lựa chọn nghiêm túc trên cơ sở hệ thống tiêu chí khoa học và thực tiễn, vào ngày 20 tháng 4 năm 2008, Hội đồng Thương hiệu quốc gia đã công bố danh sách 30 doanh nghiệp đầu tiên có thương hiệu sản phẩm tham gia Chương trình Thương hiệu quốc gia trong tổng số hơn 1.000 doanh nghiệp có thương hiệu sản phẩm đăng ký tham gia chương trình đợt 1.

Kể từ khi được lựa chọn tham gia Chương trình, tuy chịu ảnh hưởng bởi cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, các doanh nghiệp vẫn đạt được tăng trưởng. Việc thực hiện vận hành doanh nghiệp theo nguyên lý giá trị được các doanh nghiệp tiến hành áp dụng rộng rãi 3 giá trị của chương trình thương hiệu quốc gia vào đời sống sản xuất và kinh doanh. Các doanh nghiệp tham gia chương trình đạt mức tăng trưởng từ 15% trở lên, đặc biệt có doanh nghiệp tăng trưởng 121% trong thời kỳ này đạt tổng doanh thu thị trường của cả 30 doanh nghiệp năm 2008 là 155.277 tỷ đồng.

Năm 2010, có 43 doanh nghiệp có thương hiệu sản phẩm đủ điểm tham gia Chương trình, trong đó có 16 doanh nghiệp mới và 27/30 doanh nghiệp đáp ứng đủ điều kiện để tiếp tục được lựa chọn tham gia Chương trình, 3/30 doanh nghiệp không đủ điều kiện tham gia Chương trình.

b. Những tồn tại, thách thức của Chương trình

(i) Các nội dung hoạt động cần xác định rõ ưu tiên; một số hoạt động có nội dung liên quan tới Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia cần được tăng cường phối kết hợp để tiết kiệm nhân lực, tài chính và thời gian.

(ii) Hoạt động hỗ trợ kỹ thuật trực tiếp cho các doanh nghiệp tham gia Chương trình nói riêng và cộng đồng doanh nghiệp cần tăng cường hơn nữa. Bên cạnh những kết quả tích cực trong hoạt động tuyên truyền quảng bá cho Chương trình, nội dung xây dựng thương hiệu ngành hàng như một ưu tiên của Chương trình chưa được chú trọng thực hiện.

(iii) Sự hỗ trợ về thể chế và tài chính từ các Bộ và cơ quan hữu quan dành cho các đối tượng tham gia Chương trình Thương hiệu quốc gia đã phát huy tác dụng khởi nguồn cho các hoạt động của Chương trình. Tuy nhiên, cơ chế hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp tham gia Chương trình trong các hoạt động cụ thể còn chưa sát với thực tế.

(iv) Việc phối kết hợp giữa các Bộ và cơ quan hữu quan đã được kiến lập nhưng cần tạo dựng được cơ chế hợp tác liên tục và bền vững hơn, nhất là cơ sở cho việc lồng ghép các hoạt động có nội dung xây dựng hình ảnh quốc gia do nhiều Bộ ngành đang thực hiện.

2.4 Hoạt động sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại tại Việt Nam

a. Pháp lệnh của về MFN và NT

Tính đến cuối năm 2005, Việt Nam đã ký Hiệp định thương mại với 86 nước và vùng lãnh thổ, trong đó Việt Nam dành cho 77 đối tác Đối xử tối huệ quốc về thuế nhập khẩu (thực chất là thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi) trên cơ sở Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế xuất khẩu, Thuế nhập khẩu và có 76 đối tác dành Đối xử Tối huệ quốc cho Việt Nam (trừ Mỹ).

Hầu hết các hiệp định song phương mà Việt Nam tham gia ký kết đều chỉ quy định chung là dành cho nhau MFN, một số hiệp định có quy định cụ thể hơn nhưng mức độ dành cho nhau MFN lại rất khác nhau. Cho tới nay, chỉ có Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ quy định tương đối chi tiết về MFN và NT trên cơ sở tuân thủ chặt chẽ các quy định của WTO.

Ngoài ra, do đang phải nỗ lực đàm phán gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO), cho đến nay Việt Nam chưa thực hiện việc từ chối áp dụng đối xử tối huệ quốc và đối xử quốc gia trong thương mại quốc tế.

b. Các Pháp lệnh về chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ

Công việc triển khai 03 pháp lệnh chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ gồm 03 mảng việc chính: hoàn thiện thể chế; xây dựng bộ máy và năng lực thực hiện cho cơ quan điều tra chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ và tuyên truyền, phổ biến pháp luật về chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ. Một số các công việc liên quan đến thể chế đã được hoàn thành, đó là:

- Chính phủ đã ban hành Nghị định thành lập Cơ quan Quản lý cạnh tranh, gồm cả chức năng chống bán phá giá, trợ cấp và tự vệ;
- Thủ tướng Chính phủ đã bổ nhiệm Thủ trưởng cơ quan điều tra;
- Chính phủ đã ban hành Nghị định thành lập Hội đồng xử lý vụ việc chống bán phá giá, trợ cấp và tự vệ;

Để có thể triển khai thực hiện 03 Pháp lệnh, việc xây dựng bộ máy và năng lực thực hiện cho cơ quan điều tra chống bán phá giá, trợ cấp và tự vệ là hết sức quan trọng và cần thiết. Vì vậy, Bộ Công Thương đang tạo mọi điều kiện và tích cực kiện toàn bộ máy tổ chức cho Cục quản lý Cạnh tranh.

Công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật về chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ là một mảng công việc không thể thiếu trong quá trình thực thi 03 Pháp lệnh. Bộ Công Thương cũng đã xây dựng kế hoạch và từng bước triển khai một số mảng việc như:

- Tổ chức các hoạt động tuyên truyền, phổ biến như các hội thảo chuyên đề, các hoạt động có liên quan; Tăng cường công tác quan hệ công chúng trong lĩnh vực chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ như tổ chức họp báo, thông cáo báo chí, viết bài, phỏng vấn, nói chuyện,...

- Xây dựng ấn phẩm định kỳ của cơ quan quản lý cạnh tranh trong đó có nội dung về chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ;

- Biên tập các tài liệu phổ biến pháp luật chống bán phá giá... (sách hướng dẫn, tài liệu tham khảo, giới thiệu kinh nghiệm các nước, tờ rơi,...);

- Xây dựng nội dung thông tin tư liệu, dữ liệu và các vụ việc cho trang thông tin của cơ quan quản lý cạnh tranh liên quan đến lĩnh vực chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ.

Trong năm 2010 và 2011, Bộ Công Thương đã tiếp nhận và điều tra theo thẩm quyền 01 vụ việc liên quan đến mặt hàng kính nổi. Báo cáo kết luận của cơ quan điều tra đã cho thấy chưa có đủ căn cứ để Bộ trưởng Bộ Công Thương ra quyết định áp dụng các biện pháp tự vệ đối với mặt hàng này. Trên cơ sở đó, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ra Quyết định dừng điều tra đối với việc nhập khẩu mặt hàng này.

III. BỐI CẢNH, ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC VÀ NHỮNG GIẢI PHÁP CHỦ YẾU

3.1 Bối cảnh, định hướng chiến lược về ngoại thương trong thời gian tới

a. Bối cảnh quốc tế

Cục diện thế giới trong 10 năm tới sẽ có nhiều biến chuyển khó lường, tương quan sức mạnh giữa các nước lớn sẽ chuyển biến 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. Các nước lớn vừa hợp tác vừa kiềm chế lẫn nhau, cạnh

tranh gay gắt hơn ở khu vực “ngoại vi”, nhất là các địa bàn chiến lược, giàu tài nguyên. Toàn cầu hóa tiếp tục phát triển về quy mô và hình thức biểu hiện, quốc tế hóa mọi mặt đời sống quốc tế tiếp tục tiến triển nhưng sẽ có những điều chỉnh theo hướng và lĩnh vực; chủ nghĩa khu vực tăng lên và chủ nghĩa bảo hộ sẽ tiếp tục cản trở quá trình toàn cầu hóa nhưng ít có khả năng đảo ngược quá trình tự do hóa thương mại, đầu tư...

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, hội nhập khu vực sâu hơn, nhưng mức độ tranh giành ảnh hưởng, tranh giành thị trường của các nước lớn trong khu vực này sẽ ngày càng quyết liệt trong thời kỳ tới. Trung Quốc tiếp tục lớn mạnh, có vai trò ảnh hưởng lớn hơn tại khu vực. Quan hệ Trung – Mỹ trở thành nhân tố chủ yếu tác động tới tình hình khu vực châu Á – Thái Bình Dương. Cục diện quốc tế mới tại khu vực châu Á – Thái Bình Dương đang hình thành, đang định hình cấu trúc liên kết mới, tại khu vực với vai trò trung tâm của ASEAN. Các nước ASEAN tuy còn nhiều khó khăn nhưng sẽ thúc đẩy liên kết nội khối để hoàn thành xây dựng cộng đồng kinh tế (AEC) vào năm 2015, tiến tới xây dựng Cộng đồng chung theo Hiến chương ASEAN. Ấn Độ sẽ tăng cường “hướng Đông” để tăng vai trò ở khu vực châu Á-Thái Bình Dương, củng cố vị thế ở khu vực Nam Á và Ấn Độ Dương, gia tăng vai trò đối trọng trong các mối quan hệ Trung - Mỹ, Mỹ - Trung - Nga. Nhật Bản vẫn có vai trò hạn chế trong khu vực, nhất là sau thảm họa động đất, sóng thần và khủng hoảng hạt nhân hiện nay, tiếp tục phụ thuộc vào Mỹ về an ninh. Nga tiếp tục phục hồi nhưng chưa vững chắc. Cả Mỹ, Nhật Bản, Nga, Ấn Độ đều muốn Việt Nam và ASEAN mạnh lên để ngăn chặn ảnh hưởng và kiềm chế Trung Quốc.

Quy mô các hoạt động kinh tế toàn cầu có thể bị giảm sút do tác động của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, nợ công và lạm phát tăng cao ở hầu khắp các nước, khủng hoảng chính trị ở Bắc Phi- Trung Đông, biến đổi khí hậu và thiên tai, xung đột sắc tộc, tôn giáo, tranh giành năng lượng, tài nguyên và biển đảo. Trong ngắn và trung hạn, kinh tế thế giới sẽ phục hồi chậm, bước vào kỳ tăng trưởng mới và có thể đạt được mức tăng trưởng cao nhất trong các năm 2016-2017 để chuyển sang kỳ suy thoái mới vào những năm tiếp theo. Các nền kinh tế mới nổi và ASEAN sẽ phục hồi nhanh hơn và bước vào kỳ tăng trưởng sớm hơn các khu vực khác. Kinh tế Mỹ, EU và Nhật Bản sẽ phục hồi rất chậm, tốc độ tăng trưởng GDP trong kỳ tăng trưởng sẽ thấp hơn nhiều khu vực khác. Khu vực động lực của tăng trưởng kinh tế thế giới thời kỳ đến năm 2020 rất có thể sẽ là các nền kinh tế mới nổi châu Á và ASEAN, đặc biệt là Trung Quốc, Ấn Độ.

Theo dự báo tháng 4/2011 của Quỹ tiền tệ (IMF) về triển vọng kinh tế toàn cầu đến năm 2016, tăng trưởng kinh tế thế giới sẽ phục hồi chậm từ 4,4% trong năm 2011 lên 4,5% trong năm 2012 và 4,7% trong năm 2016. Trong đó, tăng trưởng kinh tế của các nước phát triển chỉ dao động ở mức 2,4 – 2,6%/năm, của các nước đang phát triển sẽ ở mức 6,5%/năm trong các năm 2011 – 2012 và có khả năng tăng lên 6,8% trong năm 2016. Các nền kinh tế mới nổi Châu Á sẽ có tốc độ tăng trưởng cao nhất thế giới, đạt khoảng 8,4%/năm trong các năm 2011- 2012 và có thể đạt 8,6% trong năm 2016. Tăng trưởng kinh tế của Mỹ sẽ chỉ dao động ở mức 2,7 – 2,9%/năm trong các năm 2011 – 2016, của khu vực đồng EURO dao động ở mức 1,6 – 1,8%/năm trong cả giai đoạn. Tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế Nhật bản là 1,4% trong năm 2011 và 1,2% trong năm 2016. Kinh tế khu vực Mỹ la tinh và Caribe có mức tăng trưởng giảm dần từ 4,7% trong năm 2010 xuống 3,9% vào năm 2016. Kinh tế khu vực Trung Đông và Bắc Phi sẽ có mức tăng trưởng từ 4,1% trong năm 2011 lên 5,1% vào năm 2016. Nền kinh tế Úc tăng trưởng từ 3% trong năm 2011 lên 3,5% trong năm 2012 sau đó giảm dần còn 3% vào năm 2016. Kinh tế Hàn Quốc đã đạt mức tăng trưởng 6,1% trong năm 2010 nhưng sẽ giảm tốc xuống 4,2% trong năm 2012 và 4,0% vào năm 2016. Khu vực ASEAN sẽ là khu vực có tốc độ tăng trưởng cao nhất thế giới trong giai đoạn 2011 – 2016, bình quân toàn khu vực tăng 8,4%/năm trong các năm 2011 – 2012, và 8,6% vào năm 2016 (tương đương tốc độ tăng trưởng của các nền kinh tế mới nổi Châu Á là Trung Quốc và Ấn Độ).

Thị trường hàng hóa thế giới tiếp tục bị tác động mạnh bởi biến động giá nguyên nhiên vật liệu, đã hình thành mặt bằng giá mới ở mức cao trong các năm 2010 -2011 và sẽ có thể tiếp tục biến động theo xu hướng tăng ở những năm tiếp sau. Biến đổi khí hậu toàn cầu, trái đất nóng dần lên sẽ có thể gây ra hạn hán và ngập lụt trên diện rộng và hệ quả là giá lương thực, thực phẩm có thể tiếp tục tăng. Sau khủng hoảng hạt nhân ở Nhật Bản tháng 3/2011 đã và sẽ tác động trực tiếp đến các quốc gia phát triển trong việc sử dụng năng lượng hạt nhân vì mục đích hòa bình và kéo theo đó là sự tăng giá các loại nguyên nhiên vật liệu hóa thạch. 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. Vòng đàm phán Doha trong khung khổ WTO tiếp tục bế tắc kéo dài. Các thành viên WTO tiếp tục tăng cường đàm phán ký kết các thỏa thuận hoặc Hiệp định thương mại tự do song phương (FTA) và khu vực (RTA).

Tăng trưởng thương mại thế giới sẽ tiếp tục diễn ra với tốc độ cao hơn tăng trưởng của kinh tế thế giới, nhưng khó có thể đạt tốc độ trên

10%/năm như giai đoạn 1996-2005. 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 một trong các 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, nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa để đạt mục tiêu kỳ vọng đến năm 2015 tăng kim ngạch xuất khẩu gấp hai lần năm 2010. 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 thanh toán vãng lai của các nước này.

Dự báo mối tương quan giữa tốc độ tăng trưởng thương mại với tốc độ tăng trưởng kinh tế thế giới giai đoạn 2012 – 2018 có thể sẽ tương đồng với giai đoạn 2002 – 2008 (kỳ tăng trưởng). Tốc độ tăng trưởng nhập khẩu hàng hóa toàn thế giới có thể đạt mức bình quân 6,5 – 6,6%/năm trong giai đoạn 2011 – 2015 và 6,7 – 6,8%/năm trong giai đoạn 2016 – 2020 (gấp khoảng 1,4 lần tốc độ tăng GDP toàn cầu). Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa toàn thế giới có thể đạt mức bình quân 6,9 – 7,0% trong giai đoạn 2011 – 2015 và 7,2 – 7,3% trong giai đoạn 2016 – 2020 (gấp khoảng 1,5 lần tốc độ tăng GDP toàn cầu).

Trong 10 năm tới, tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của Trung Quốc có thể chỉ ở mức bình quân dưới 13%/năm (so với 16,7%/năm trong thời kỳ 1979- 2009), tỉ trọng của Trung Quốc trong tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu sẽ tăng lên. Các khu vực thị trường sẽ chịu nhiều sức ép giá tăng xuất khẩu của Trung Quốc có thể là Bắc Mỹ, Đông Âu, ASEAN, Đông Bắc Á và Trung Đông. Dự báo, trong thời kỳ 2011 – 2020, trong cơ cấu thị trường xuất khẩu của Trung Quốc, tỉ trọng của khu vực thị trường Châu Á, Châu Phi và Trung Đông sẽ tăng dần lên, tỉ trọng của khu vực thị trường Châu Mỹ và Châu Âu sẽ giảm dần (năm 2009, Châu Á chiếm 38,4%, Châu Âu: 22,5%, Châu Mỹ: 26,7%, Châu Phi 3,2%, Trung Đông: 5,1%). Nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu của Trung Quốc trong 10 năm tới sẽ cao hơn so với tăng xuất khẩu và có thể sẽ cao hơn 10 năm qua (thời kỳ 2002 – 2009 nhập khẩu của Trung Quốc tăng bình quân 19,3%/năm) để đáp ứng nhu cầu nguyên nhiên vật liệu... cho tăng trưởng kinh tế ở mức cao và thực hiện bước điều chỉnh chiến lược thị trường hướng vào khai thác thị trường nội địa. Trong cơ cấu thị trường nhập khẩu của Trung Quốc, tỉ trọng của khu vực Châu Á, Trung Đông và Châu Phi sẽ liên tục tăng lên (thời kỳ 2001 – 2009, tỉ trọng của Châu Á tăng từ 55,5% lên 57,5%, của Trung Đông tăng từ 3,8% lên

7,1%, của Châu Phi tăng từ 2,0% lên 7,1%). Trung Quốc sẽ tiếp tục thúc đẩy mạnh thu hút nguồn nguyên nhiên, vật liệu và các tài nguyên khác của khu vực Đông Nam Á, tây Nam Á, Trung Đông và Châu Phi.

Cơ cấu thương mại thế giới sẽ chuyển dịch theo hướng tăng tỉ trọng thương mại dịch vụ, tăng tỉ trọng của các nền kinh tế mới nổi. Các nước phát triển sẽ đẩy mạnh xuất khẩu để tái cân bằng các cân đối vĩ mô và sẽ hạn chế nhập khẩu thông qua các rào cản thương mại dưới mọi hình thức; các nền kinh tế mới nổi sẽ nhập khẩu nhiều hơn để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng sản xuất và tiêu dùng. 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 những sản phẩm này. Xu hướng tăng cường liên kết kinh doanh toàn cầu, phát triển các chuỗi cung ứng hàng hoá toàn cầu, mạng lưới phân phối toàn cầu sẽ tiếp tục mạnh lên trong thời gian tới.

b. Bối cảnh trong nước và định hướng phát triển ngoại thương

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI đã thông qua cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội (bổ sung phát triển năm 2011). Trong đó đã xác định đến giữa thế kỷ XXI xây dựng nước ta trở thành nước công nghiệp hiện đại, theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Thực hiện CNH, HĐH gắn với phát triển kinh tế tri thức, bảo vệ tài nguyên, môi trường; xây dựng cơ cấu kinh tế hợp lý, hiện đại, có hiệu quả và bền vững, gắn kết chặt chẽ công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ. Coi trọng phát triển các ngành công nghiệp nặng, công nghiệp chế tạo có tính nền tảng và các ngành công nghiệp có lợi thế; phát triển nông, lâm, ngư nghiệp ngày càng đạt trình độ công nghệ cao, chất lượng cao gắn với công nghiệp chế biến và xây dựng nông thôn mới. Xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ, đồng thời chủ động và tích cực hội nhập quốc tế. giải quyết tốt mối quan hệ giữa độc lập tự chủ và hội nhập quốc tế. Phát triển kinh tế là nhiệm vụ trung tâm, phát triển nhanh gắn liền với phát triển bền vững. **Đó chính là định hướng có tính xuyên suốt cho việc hoạch định các Chiến lược phát triển kinh tế của nước ta đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và các năm tiếp theo.**

Phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa trong 10 năm tới phải góp phần thúc đẩy công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và thực hiện các mục tiêu, định hướng đã đề ra trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011 – 2020.

Đó là: tăng trưởng GDP bình quân 7 – 8%/năm; chuyển đổi mô hình tăng trưởng sang phát triển hợp lý giữa chiều rộng và chiều sâu, chú trọng chất lượng và hiệu quả; chuyển dịch cơ cấu kinh tế gắn với tái cấu trúc và

điều chỉnh chiến lược thị trường, tăng nhanh hàm lượng nội địa, giá trị gia tăng và sức cạnh tranh của sản phẩm, doanh nghiệp và của cả nền kinh tế. Đột phá trong xây dựng và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, phát triển đồng bộ và hiện đại hoá kết cấu hạ tầng. Đến năm 2020 GDP bình quân đầu người đạt trên 3000 USD, tỉ trọng giá trị sản phẩm công nghệ cao đạt khoảng 45% GDP, yếu tố TFP đóng góp vào tăng trưởng trên 35%; giảm tiêu hao năng lượng tính trên GDP 2,5-3%/năm. Phát triển khu vực dịch vụ phải đạt tốc độ cao hơn các khu vực sản xuất và cao hơn tốc độ tăng GDP. Mở rộng thị trường nội địa, phát triển thương mại trong nước; đa dạng hoá thị trường ngoài nước; khai thác có hiệu quả các thị trường có Hiệp định thương mại tự do và thị trường tiềm năng, tăng nhanh xuất khẩu, giảm nhập siêu cả qui mô và tỉ trọng, phân đầu 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 hoá Việt Nam. Bên cạnh đó, Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2011 – 2015 được Đại hội XI thông qua đã xác định rõ: kim ngạch xuất khẩu tăng bình quân 12%/năm, giảm nhập siêu, đến năm 2020 cân bằng được xuất nhập khẩu.

Phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020 diễn ra trong bối cảnh còn nhiều khó khăn trước đây chưa được giải quyết. Năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, sản phẩm và doanh nghiệp còn thấp hơn so với nhiều nước trong khu vực. 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 vào thị trường thế giới của xuất khẩu và cả nền kinh tế còn cao, khả năng thích ứng của sản xuất trong nước với những biến động của tình hình quốc tế còn chậm. Công nghiệp hỗ trợ và dịch vụ logistics chưa thể phát triển nhanh. Các nút thắt tăng trưởng chậm được tháo gỡ, các vấn đề về bảo đảm an sinh xã hội, an ninh kinh tế còn diễn biến khó lường.

Xuất khẩu hàng hóa thời kỳ tới còn phải tiếp tục dựa vào tăng trưởng đầu tư nhưng một số công trình sẽ bị chậm tiến độ nên chưa thể phát huy ngay hiệu quả, dòng vốn FDI đầu tư vào công nghiệp chế biến chế tạo hàng xuất khẩu đang tiếp tục giảm. Nhóm hàng nông lâm, thủy sản đã phát triển đến giới hạn về sản lượng, chỉ chủ yếu tăng trưởng kim ngạch thông qua phát triển sản phẩm chế biến nhưng sẽ vẫn phải đối mặt với nhiều rào cản thương mại mới. Nhóm sản phẩm chế biến dựa trên khai thác lao động rẻ và công nghệ trung bình sẽ không có cơ hội tạo ra sự đột phá trong xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong giai đoạn tới. Trong ngắn và trung hạn, nhóm sản phẩm công nghiệp sử dụng công nghệ cao cũng chưa thể có sức bứt phá mạnh để tăng trưởng xuất khẩu. Phát triển xuất khẩu trong 10 năm tới sẽ còn

phải dựa vào gia công, lắp ráp, chế biến nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, chế biến hàng tiêu dùng, chế biến thủy sản, là những ngành đang có tỷ lệ nhập khẩu đầu vào cao. Việc gia tăng sản xuất và xuất khẩu sản phẩm của những ngành này sẽ đặt ra thách thức rất lớn đối với thực hiện mục tiêu giảm nhập siêu, cân bằng xuất nhập khẩu.

Giảm nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu, giảm nhập siêu thời kỳ tới sẽ phải vượt qua những khó khăn, thách thức lớn, nhất là từ năm 2012 nước ta phải thực hiện cắt giảm thuế quan sâu hơn, tự do hoá thương mại cao hơn theo các cam kết WTO, các FTA đã ký kết và các FTA có mức tự do hóa sâu rộng hơn đang đàm phán, tham gia (TPP, EVFTA...). Đến năm 2020, chúng ta phải hoàn thành cơ bản lộ trình cắt giảm thuế, tự do hóa thương mại theo các FTA đã ký kết. Theo cam kết, Việt Nam phải giảm mức thuế suất bình quân đơn giản cả Biểu thuế trong AFTA từ mức 3,2% năm 2008 xuống 0,4% năm 2018, trong ACFTA giảm từ 14,5% năm 2007 xuống 2,1% năm 2020, trong AKFTA giảm từ 17,53% năm 2007 xuống 4,59% năm 2021, trong AJCEP giảm từ 11,3% năm 2008 xuống 1,8% năm 2026, trong AANZFTA giảm từ 19,7% năm 2009 xuống 2,9% năm 2020, và trong AIFTA giảm từ 15,04% năm 2009 xuống 6,96% năm 2024.

Thực hiện cam kết gia nhập WTO, trong thời gian tới, chúng ta phải tiếp tục giảm bảo hộ các ngành sản xuất trong nước, nhất là các ngành công nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu. Tỷ lệ bảo hộ thực tế của các ngành công nghiệp chế biến chế tạo phải giảm từ mức 28% năm 2009 xuống 21,1% vào năm 2015, tỷ lệ bảo hộ thuế quan của những ngành này cũng phải giảm từ 13,7% năm 2009 xuống 10,6% vào năm 2015. Trong thời gian tương ứng, tỷ lệ bảo hộ thực tế của các ngành khai khoáng giảm từ mức 4,43% xuống 0,29%, tỷ lệ bảo hộ thuế quan giảm từ 3,83% xuống 0,17%.

3.2 Những giải pháp chủ yếu

3.2.1 Thực thi chiến lược ngoại thương 2011 - 2020

Ngày 28/12/2011, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 2471/2011/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 – 2020, định hướng đến năm 2030. Với mục tiêu tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa đến năm 2020 tăng gấp trên 3 lần năm 2010, bình quân đầu người đạt trên 2.000 USD, cán cân thương mại được cân bằng.

a. Chiến lược đã đề ra ba nhóm mục tiêu cụ thể gồm:

Một là, phấn đấu tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa bình quân 11 - 12%/năm trong thời kỳ 2011 - 2020, trong đó giai đoạn 2011 - 2015 tăng

tăng trưởng bình quân 12%/năm; giai đoạn 2016 - 2020 tăng trưởng bình quân 11%/năm. Duy trì tốc độ tăng trưởng khoảng 10% thời kỳ 2021-2030.

Hai là, phân đầu tốc độ tăng trưởng nhập khẩu thấp hơn tăng trưởng xuất khẩu; tốc độ tăng trưởng nhập khẩu hàng hoá bình quân 10 – 11%/năm trong thời kỳ 2011 – 2020, trong đó giai đoạn 2011 – 2015 tăng trưởng bình quân dưới 11%/năm; giai đoạn 2016 – 2020 tăng trưởng bình quân dưới 10%/năm.

Ba là, phân đầu giảm dần thâm hụt thương mại, kiểm soát nhập siêu ở mức dưới 10% kim ngạch xuất khẩu vào năm 2015 và tiến tới cân bằng cán cân thương mại vào năm 2020; thặng dư thương mại thời kỳ 2021 – 2030.

b. Chiến lược cũng nêu định hướng xuất khẩu chung gồm:

- Phát triển xuất khẩu theo mô hình tăng trưởng bền vững và hợp lý giữa chiều rộng và chiều sâu, vừa mở rộng quy mô xuất khẩu, vừa chú trọng nâng cao giá trị gia tăng xuất khẩu;

- Chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu một cách hợp lý theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, tập trung nâng nhanh tỷ trọng các sản phẩm xuất khẩu có giá trị gia tăng cao, sản phẩm chế biến sâu, sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, sản phẩm thân thiện với môi trường trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu.

** Định hướng phát triển ngành hàng:*

- Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản (là nhóm hàng có lợi thế về tài nguyên nhưng bị giới hạn nguồn cung): Có lộ trình giảm dần xuất khẩu khoáng sản thô; đầu tư công nghệ để tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, tận dụng các cơ hội thuận lợi về thị trường và giá cả để tăng giá trị xuất khẩu.

- Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản (là nhóm hàng có lợi thế và năng lực cạnh tranh dài hạn nhưng giá trị gia tăng còn thấp): Nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng; chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu hướng mạnh vào chế biến sâu, phát triển sản phẩm xuất khẩu có ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến.

- Nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo (là nhóm hàng có tiềm năng phát triển và thị trường thế giới có nhu cầu): Phát triển sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao; phát triển công nghiệp hỗ trợ, nâng cao tỷ lệ giá trị trong nước, giảm phụ thuộc vào nguyên phụ liệu nhập khẩu.

- Nhóm hàng mới (nằm trong nhóm hàng hóa khác): Rà soát các mặt hàng mới có kim ngạch hiện nay còn thấp nhưng có tiềm năng tăng trưởng

cao trong thời gian tới để có các chính sách khuyến khích phát triển, tạo sự đột phá trong xuất khẩu.

** Định hướng phát triển thị trường:*

- Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu; củng cố và mở rộng thị phần hàng hóa Việt Nam tại thị trường truyền thống; tạo bước đột phá mở rộng các thị trường xuất khẩu mới có tiềm năng.

- Phát huy vai trò, vị thế 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; phát triển hệ thống cơ quan xúc tiến thương mại tại các khu vực thị trường lớn và tiềm năng; tăng cường bảo vệ hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường khu vực và thế giới.

- Tận dụng tốt các cơ hội mở cửa thị trường của nước ngoài và lộ trình cắt giảm thuế quan để đẩy mạnh xuất khẩu và nâng cao hiệu quả xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang các thị trường đã ký FTA.

- Tổ chức xây dựng và từng bước phát triển hệ thống phân phối hàng Việt Nam tại thị trường nước ngoài.

- Định hướng về cơ cấu thị trường đến năm 2020: châu Á chiếm tỷ trọng khoảng 46%, châu Âu khoảng 20%, châu Mỹ khoảng 25%, châu Đại Dương khoảng 4% và châu Phi khoảng 5%.

** Định hướng nhập khẩu*

- Chủ động điều chỉnh nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu hàng hóa, đồng thời phát triển sản xuất nguyên, nhiên, phụ liệu phục vụ các ngành hàng xuất khẩu, đáp ứng nhu cầu trong nước và phát triển công nghiệp hỗ trợ, kiểm soát chặt việc nhập khẩu các mặt hàng không khuyến khích nhập khẩu, góp phần giảm nhập siêu trong dài hạn.

- Đáp ứng yêu cầu nhập khẩu nhóm hàng máy móc thiết bị và công nghệ cao phù hợp với nguồn lực, trình độ sản xuất trong nước và tiết kiệm năng lượng, vật tư; định hướng nhập khẩu ổn định cho các ngành sản xuất sử dụng các nguyên, nhiên, vật liệu mà khai thác, sản xuất trong nước kém hiệu quả hoặc có tác động xấu đến môi trường.

- Đa dạng hóa thị trường nhập khẩu, cải thiện thâm hụt thương mại với các thị trường Việt Nam nhập siêu.

c. Chiến lược cũng đã vạch ra các giải pháp chủ yếu để thực hiện gồm:

- Phát triển sản xuất, chuyển dịch cơ cấu kinh tế: gồm Phát triển sản xuất công nghiệp và phát triển sản xuất nông nghiệp.

- Phát triển thị trường;

- Chính sách tài chính, tín dụng và đầu tư phát triển sản xuất hàng xuất khẩu;

- Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao nhận kho vận và đẩy nhanh xã hội hoá hoạt động dịch vụ logistics;

- Đào tạo phát triển nguồn nhân lực;

- Kiểm soát nhập khẩu;

- Nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp và vai trò của hiệp hội ngành hàng.

3.2.2 Những giải pháp hoàn thiện hệ thống pháp luật, hoàn thiện thể chế

Song song với việc triển khai đồng bộ các giải pháp thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa 2011 – 2020 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, việc tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật, hoàn thiện thể chế cần được tiến hành khẩn trương, nhanh chóng nhằm khắc phục những hạn chế, bất cập, chồng chéo trong quy định tại các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến hoạt động ngoại thương, kịp thời xây dựng hệ thống các công cụ pháp lý mới phục vụ cho việc thể chế hóa chủ trương, đường lối của Đảng, yêu cầu của tình hình mới, phù hợp với cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

Công tác hoàn thiện hệ thống pháp luật, thể chế cần được thể hiện ở các mặt sau đây:

a. Về hoàn thiện hệ thống pháp luật

Thống nhất công tác quản lý nhà nước thông qua việc xây dựng một đạo luật điều chỉnh toàn diện các mặt của hoạt động ngoại thương đảm bảo các mục tiêu lớn sau:

- (i) Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước có phân công, phân nhiệm, phân cấp rõ ràng, minh bạch trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, thực hiện cam kết quốc tế;

- (ii) Thống nhất với các quy định của pháp luật hiện hành, pháp luật chuyên ngành;

- (iii) Làm rõ tính đồng bộ, sự khác biệt giữa các loại hình, phương thức mua bán hàng hóa quốc tế trong sự đa dạng về khu vực địa lý của quốc gia

(mậu dịch biên giới), trong mối quan hệ với các chính sách đặc biệt, đặc thù (khu kinh tế, khu phi thuế quan...), trong mối quan hệ chặt chẽ giữa thị trường nội địa và hoạt động ngoại thương hàng hóa.

(iv) Đẩy mạnh cải cách hành chính, giảm thiểu, minh bạch hóa các thủ tục hành chính trong lĩnh vực xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa, giảm chi phí cho doanh nghiệp, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam.

b. Về hoàn thiện thể chế thực thi pháp luật

Nhằm thống nhất quản lý nhà nước trong lĩnh vực ngoại thương, nâng cao khả năng chủ động, hiệp đồng của các cơ quan chức năng, việc nghiên cứu, đề xuất thành lập các cơ quan chức năng có năng lực đề xuất, xây dựng chính sách, sử dụng các công cụ quản lý nhà nước (trong đó quan trọng là công tác điều tra, xử lý các vụ kiện trong thương mại quốc tế), chủ động phối hợp với các cơ quan quản lý chuyên ngành trong việc thực thi pháp luật là cần thiết để đáp ứng các yêu cầu của tình hình mới. Các cơ quan này phải được pháp luật giao những chức năng, nhiệm vụ toàn diện, bao quát, nhất quán về quản lý nhà nước đối với hoạt động ngoại thương, đủ sức tham mưu cho Chính phủ, Bộ Công Thương và các Bộ, ngành liên quan trong hoạt động thực thi pháp luật. Việc nghiên cứu, thành lập các cơ quan chức năng này vừa phải phù hợp với điều kiện khách quan của đất nước nhưng cũng phù hợp với kinh nghiệm thành công của quốc tế trong lĩnh vực này.

BỘ CÔNG THƯƠNG