

## **MỘT SỐ THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA XUẤT KHẨU VIỆT NAM SAU KHỦNG HOẢNG KINH TẾ THẾ GIỚI**

TS. Nguyễn Minh Đức

Đại Học Nông Lâm TPHCM

Cuộc khủng hoảng kinh tế 2008 rồi cũng đã qua đúng như dự đoán. Đã có nhiều bài nghiên cứu phân tích, thảo luận về cơ hội và thách thức sau khủng hoảng của nền kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Bài tham luận này chỉ đóng góp một số ý kiến phân tích khái quát về những thuận lợi, khó khăn và giải pháp cho việc đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam. Trong xu thế hội nhập thế giới, nền kinh tế Việt Nam không thể nào không hướng đến xuất khẩu. Tuy nhiên, sự kỳ vọng quá nhiều vào thị trường thế giới cũng đã mang lại không ít thất vọng cho các doanh nghiệp Việt Nam khi kinh tế thế giới, đặc biệt là ở những nước phát triển, lâm vào tình trạng bất ổn. Việc quay trở lại thị trường nội địa và hai nước Lào, Cam-pu-chia đã giúp các doanh nghiệp xuất khẩu cầm cự qua thời gian khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Khi thị trường thế giới phục hồi, xu hướng sản xuất để xuất khẩu lại phát triển, áp đảo trở lại. Chính phủ Việt Nam cũng đã có chủ trương tăng cường xuất khẩu để giảm nhập siêu, khẳng định rõ ràng chiến lược phát triển dựa trên xuất khẩu của kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, khi nền kinh tế phục hồi và tăng trưởng mạnh mẽ trở lại, kim ngạch nhập khẩu cũng gia tăng nhanh chóng. Nhiệm vụ tăng xuất khẩu để giảm nhập siêu là một nhiệm vụ đầy khó khăn khi các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cũng đang gặp nhiều khó khăn, thách thức. Dù sao, trong từng thời kỳ, trước, trong hay sau khủng hoảng, cơ hội cho xuất khẩu Việt Nam cũng nhiều hơn.

### **Những thuận lợi và cơ hội cho xuất khẩu Việt Nam:**

- Cơ hội đầu tiên và rõ ràng là thị trường xuất khẩu của Việt Nam đang phục hồi. Khi nền kinh tế ở các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam như

- Hoa Kỳ, châu Âu và thị trường tiềm năng Trung Quốc phục hồi mạnh mẽ sau khủng hoảng, nhu cầu nhập khẩu ở những thị trường đó gia tăng tạo nên nhiều cơ hội cho hàng Việt Nam xuất khẩu, đặc biệt sau khi Ngân hàng Nhà nước điều chỉnh tỷ giá chính thức của VND so với USD theo hướng có lợi cho xuất khẩu.
- Như đã dự báo cách đây hai năm, nhu cầu thế giới sau khủng hoảng đối với hàng xuất khẩu, đặc biệt là nông sản, Việt Nam đã gia tăng trong năm 2009 và đầu năm 2010. Cùng với đó, với những nỗ lực vượt qua khủng hoảng cùng lúc với việc khai thác lợi thế vừa mới gia nhập WTO chưa lâu, doanh nghiệp Việt Nam đã từng bước tạo dựng thị trường và uy tín cho sản phẩm Việt Nam. Ví dụ: hàng xuất khẩu Việt Nam giờ cũng đã tràn ngập thị trường Cam-pu-chia và Lào, cũng như hàng Việt Nam đã xâm nhập mạnh vào các chuỗi cửa hàng bán lẻ Target, JC Penney ở Mỹ.
  - Môi trường chính trị xã hội ổn định, những thành công trong chính sách xóa đói giảm nghèo cũng như trong các chính sách kinh tế vượt qua khủng hoảng đã nâng cao uy tín và vai trò của Việt Nam trên thế giới. Điều đó cộng với sự đóng góp tích cực hơn của Việt Nam trên thế giới cũng tạo nên những thuận lợi cho việc xuất khẩu hàng Việt Nam qua các thị trường mới. Việt Nam ngày càng chủ động hơn trong các thể chế, tổ chức như ASEAN, APEC, WTO cũng đã khẳng định một vị thế mới cho nền kinh tế Việt Nam. Việt Nam không còn là một nước chỉ nhận viện trợ mà đã có khả năng như viện trợ nhân đạo cho các nước khác, kể cả các nước có nền kinh tế phát triển cao hơn như Hoa Kỳ, Trung Quốc.
  - Những điển hình về thực trạng kinh tế của Việt Nam cũng đã xuất hiện nhiều hơn trong các sách giáo khoa, các tạp chí nghiên cứu về kinh tế cũng thể hiện sự quan tâm ngày càng nhiều hơn của các nhà nghiên cứu kinh tế trên thế giới đối với nền kinh tế Việt Nam, tạo thuận lợi cho việc xuất khẩu sang các thị trường mới.

- Vị trí địa lý của Việt Nam cũng tạo ra một lợi thế cho các sản phẩm Việt Nam. Là một nước trung tâm ASEAN, lại nằm bên cạnh một thị trường rộng lớn Trung Quốc, lợi thế địa lý này cần được các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam chú trọng. Trong 5 năm sắp đến, cùng với thu nhập quốc dân của Trung Quốc tăng rõ rệt, việc giảm thuế xuất khẩu vào TQ theo hiệp định thương mại Trung Quốc-ASEAN và giá trị đồng nhân dân tệ được dự báo tăng sẽ đóng góp không nhỏ vào việc gia tăng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Vị trí trung tâm của ASEAN cũng giúp các sản phẩm xuất khẩu Việt Nam có một thị trường thế giới gần gũi và quen thuộc. Không những thế, các nước ASEAN xung quanh cũng có thể là một nguồn cung cấp nguyên liệu cho việc sản xuất các mặt hàng xuất khẩu mà Việt Nam đã tạo dựng một chỗ đứng riêng trên thị trường thế giới như nông sản, thủy sản, giày da, may mặc,...
- Sau một thời gian gia nhập các thể chế thương mại quốc tế như APEC, WTO, nguồn nhân lực của Việt Nam cũng đã được cải thiện, nâng cấp, đặc biệt tập trung cho các ngành xuất khẩu. Sự thiếu hụt lao động phổ thông phải chăng cũng là 1 cơ hội để tái cấu trúc nền kinh tế Việt Nam theo hướng gia tăng những sản phẩm đòi hỏi kỹ năng cao hơn, dẫn đến việc sản xuất nhiều mặt hàng có giá trị hơn.

**Một số thách thức lớn cho việc tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam:**

- Mặc dù có rất nhiều cơ hội để tăng trưởng, xuất khẩu Việt Nam cũng đang gặp phải nhiều khó khăn thách thức. Tỷ giá giữa đồng Việt Nam và USD còn ẩn chứa nhiều rủi ro khi cung cầu ngoại tệ chưa ổn định. Chính sách neo tỷ giá của tiền đồng đối với USD cũng khiến cho xuất nhập khẩu Việt Nam có phần lệ thuộc vào sức mạnh của đồng USD trên thế giới.
- Với các qui định của WTO và các hiệp định thương mại song phương, đa phương nhằm cắt giảm hay bãi bỏ thuế nhập khẩu, tạo thuận lợi cho thương mại quốc tế, các rào cản phi thuế quan ngày càng được sử dụng nhiều để

- các quốc gia có thể bảo hộ sản xuất nội địa. Các biện pháp chống phá giá, chống trợ cấp được cho phép bởi WTO đã bị lợi dụng nhằm thiết lập nên những rào cản thương mại có hiệu quả bảo hộ tương tự như với thuế quan nhập khẩu. Trong vài năm gần đây và trong tương lai gần, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đang và sẽ phải đối phó với nhiều hình thức rào cản thương mại mới như các tiêu chuẩn vệ sinh, xã hội và môi trường do cơ cấu sản phẩm xuất khẩu vẫn thiên về các mặt hàng nông sản, thực phẩm hay những sản phẩm sử dụng nhiều lao động như dệt may, giày da.
- Việc tập trung vào sản xuất một số sản phẩm sử dụng nhiều tài nguyên và lao động để xuất khẩu cũng có thể khiến người sản xuất trong một số ngành sản xuất lâm vào tình trạng “tăng trưởng khôn cùng” khi tỷ lệ thương mại giảm, nghĩa là giá sản phẩm xuất khẩu sụt giảm so với giá các mặt hàng nhập khẩu. Người lao động trong những ngành sản xuất đó phải sản xuất nhiều hơn, sử dụng nhiều tài nguyên nhân lực, vật lực hơn mà chỉ có thể tiêu thụ ít hơn các sản phẩm khác. Cho dù trên lý thuyết tình trạng này rất khó xảy ra, nhưng trên thực tế, đã có những cảnh báo rằng, càng tăng trưởng, người lao động Việt Nam đang càng nghèo đi. Thu nhập thực tế của công nhân trong các xí nghiệp giày da, may mặc hay chế biến thực phẩm ngày càng giảm. Tình trạng nông dân trở thành người làm thuê trên chính mảnh đất của mình đã và đang diễn ra phổ biến hơn, đặc biệt ở Đồng bằng sông Cửu long.
  - Việc tập trung vào sản xuất một số mặt hàng xuất khẩu sử dụng nhiều tài nguyên sơ cấp cũng khiến cho Việt Nam khai thác quá mức các nguồn lực tự nhiên và khiến cho người sản xuất khó khăn hơn khi ứng phó để thích nghi với các biến đổi khí hậu mà ví dụ điển hình là tình trạng hạn hán trong mùa khô, lũ lụt trong mùa mưa hay diện tích rừng, trữ lượng tài nguyên giảm sút đã được thông tin rất nhiều trên báo chí. Việc lệ thuộc vào tự nhiên đã khiến cho những dự báo kim ngạch xuất khẩu Việt Nam ngày

càng khó khăn hơn khi thiên tai, lũ lụt, dịch bệnh vẫn là những nguy cơ lớn đe dọa cả sự phát triển kinh tế nói chung.

**Một vài đề xuất giải pháp:**

- Để các sản phẩm xuất khẩu Việt Nam thâm nhập mạnh hơn vào các thị trường thế giới, những chiến lược sản xuất hướng đến tiêu chuẩn hóa và thích nghi hóa cần được quan tâm và phát triển cụ thể. Chỉ có tiêu chuẩn hóa các sản phẩm xuất khẩu, các doanh nghiệp Việt Nam mới có thể vượt qua được những rào cản thương mại ngày càng dày đặc hơn. Những tiêu chuẩn vệ sinh, môi trường và xã hội cùng với các hệ thống quản trị chất lượng nên được phổ biến và áp dụng rộng rãi hơn hướng đến người lao động trực tiếp sản xuất, nhằm tạo ra những giá trị cao hơn, những lợi thế cạnh tranh tốt hơn cho sản phẩm Việt Nam
- Những chính sách thương mại quốc tế cũng nên tạo điều kiện thuận lợi hơn cho việc nhập khẩu nguyên liệu, hướng đến việc tái cấu trúc nền kinh tế, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu sang những mặt hàng, dịch vụ có giá trị cao hơn, ít lệ thuộc hơn vào tài nguyên thiên nhiên.
- Doanh nghiệp Việt Nam cũng nên có những chiến lược sản xuất để thích nghi tốt hơn với sự thay đổi của những “luật chơi” thương mại và đặc biệt là thích nghi với biến đổi khí hậu. Hiện nay, cụm từ “biến đổi khí hậu” và tác động của biến đổi khí hậu cũng được nói đến mỗi ngày trên báo chí, trong các diễn đàn đa phương và song phương. Tuy nhiên, quan trọng hơn là làm thế nào để các ngành sản xuất Việt nam thích nghi tốt hơn với các biến đổi. Nâng cao năng suất sản xuất nhằm sử dụng hiệu quả hơn các tài nguyên, đặc biệt là các tài nguyên thiên nhiên, không chỉ là bài toán chi phí mà còn hướng đến một nền kinh tế xanh hơn, sạch hơn, và tạo ra một giá trị bền vững hơn cho các sản phẩm xuất khẩu Việt Nam.