

Hoạt động xuất khẩu 2003 và những giải pháp tăng trưởng xuất khẩu năm 2004

PGS.TS. ĐOÀN THỊ HỒNG VÂN

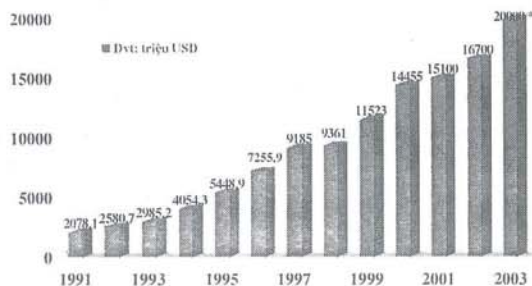
Xuân mới lại về trên đất nước – Xuân 2004 – Mùa xuân có vai trò quyết định góp phần thực hiện thắng lợi kế hoạch phát triển kinh tế – xã hội 5 năm 2001 – 2005. Đại hội IX của Đảng đã khẳng định, việc thực hiện thành công kế hoạch 5 năm 2001 – 2005 có vị trí quan trọng đối với nước ta. Đây là chiến lược 5 năm đầu tiên thực hiện chiến lược phát triển kinh tế – xã hội 10 năm (2001 – 2010) nhằm đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá theo định hướng XHCN, xây dựng nền tảng để đến năm 2020 nước ta cơ bản trở thành một nước công nghiệp.

Để góp phần hoàn thành kế hoạch 5 năm 2001 – 2005, xuất khẩu Việt Nam đã và sẽ làm gì?

Năm 2003, xuất khẩu hoàn thành vượt mức kế hoạch

Theo Bộ thương mại, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa 11 tháng đầu năm 2003 của cả nước đã đạt 18,298 tỷ USD, tăng 21,8% so với cùng kỳ năm ngoái, riêng kim ngạch xuất khẩu tháng 11 đạt 1,66 tỷ USD, tăng 8,9%. Đây là kết quả tăng trưởng cao nhất trong 3 năm 2001 – 2003. Nếu so với kim ngạch xuất khẩu năm 2002 là 16,7 tỷ USD, thì kim ngạch xuất khẩu 11 tháng năm 2003 đã tăng 9,5%, vượt so với mục tiêu Quốc hội đề ra cho cả năm là 7 – 8%. Kim ngạch xuất khẩu 11 tháng cũng đã đạt gần 99% kế hoạch cả năm là 18,5 tỷ USD. Nếu cứ với đà phát triển hiện tại, kim ngạch xuất khẩu của cả năm 2003 có thể đạt 20 tỷ USD, tăng 19,8% so với năm 2002. Năm 2003 kế hoạch xuất khẩu sẽ được hoàn thành vượt mức. Liên tục 13 năm liên từ 1991 đến 2003, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam luôn luôn tăng (xem hình 1).

Hình 1 Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn 1991 - 2003



(* Dự báo)

Nguồn: Bộ thương mại

Hình 1 cho thấy, thời gian qua hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đã thực sự đi tiên phong trong công cuộc hội nhập

kinh tế quốc tế và đã đạt được những kết quả rất đáng tự hào. Nếu năm 1991 kim ngạch xuất khẩu mới chỉ đạt 2.078,1 triệu USD, thì năm 2002 đã đạt 16.700 triệu và năm 2003 ước đạt 20.000 triệu. Cho đến nay Việt Nam đã ký 85 hiệp định thương mại để mở rộng thị trường xuất khẩu, chúng ta vừa kết thúc vòng đàm phán thứ 7 trong quá trình gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO), một vòng đàm phán theo đánh giá của WTO là Việt Nam đã có những bước tiến nhảy vọt. Trong năm 2004 chúng ta quyết tâm đẩy nhanh tốc độ đàm phán để có thể gia nhập WTO vào đầu năm 2005. Với sự ra đời của chỉ thị 113 xoá bỏ chế độ Nhà nước độc quyền ngoại thương, năm 1987 cả nước mới có 12 doanh nghiệp trực tiếp XNK, đến nay đã có 16.200 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này. Chúng ta cũng đã xây dựng được một số ngành hàng có năng lực sản xuất lớn, có sức cạnh tranh khá và kim ngạch xuất khẩu được xếp hạng trên thế giới. Kết quả xuất khẩu một số mặt hàng chủ lực của Việt Nam trong 11 tháng đầu năm 2003 được thể hiện ở Bảng 1.

Bảng 1. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong 11 tháng đầu năm 2003

Đvt: triệu USD

S T T	Mặt hàng	Kim ngạch XK 11 tháng đầu năm 2003
1	Dầu thô	3.398
2	Hàng dệt và may mặc	3.360
3	Thủy sản	2.091
4	Giày dép các loại	1.996
5	Gạo	729
6	Hàng điện tử và linh kiện máy tính	627
7	Sản phẩm gỗ	508
8	Cà phê	410
9	Cao su	350
10	Hàng thủ công mỹ nghệ	330
11	Dây điện và cáp điện	262
12	Điều nhân	259
13	Than đá	160
14	Sản phẩm nhựa	158
15	Rau quả	140
16	Xe đạp và phụ tùng	140
17	Hạt tiêu	99

Nguồn: Bộ thương mại

Đi sâu phân tích một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực chúng ta thấy:

• Gạo:

Mặc dù thị trường nông sản trên thế giới có những diễn biến rất phức tạp, nhưng năm 2003 được coi là năm

thành công đặc biệt của hoạt động xuất khẩu gạo Việt Nam. Theo Bộ thương mại, xuất khẩu gạo của cả nước ước đạt 4,2 triệu tấn, chỉ kém 300.000 tấn so với mức kỷ lục năm 1999. (xem bảng 2).

Bảng 2. Xuất khẩu gạo của Việt Nam qua các năm

STT	Năm	Số lượng (triệu tấn)	Trị giá (triệu USD)
1	1995	1,988	538,8
2	1996	3,003	868,4
3	1997	3,575	891,3
4	1998	3,730	1.006,0
5	1999	4,508	1.035,0
6	2000	3,476	667,8
7	2001	3,729	663,5
8	2002	3,241	725,5
9	2003	4,200	790,0

Nguồn: Bộ thương mại

Với lượng gạo xuất khẩu ước đạt 4,2 triệu tấn, kim ngạch xuất khẩu khoảng 790 triệu USD, Việt Nam đã trở lại vị trí thứ 2 trong làng xuất khẩu gạo thế giới (chỉ sau Thái Lan). Theo các chuyên gia, gạo xuất khẩu của Việt Nam không chỉ tăng về lượng, mà còn tăng về giá do chất lượng ngày càng được nâng cao. Nếu trước đây, bình quân giá gạo xuất khẩu của Việt Nam so với loại gạo tương đương của Thái Lan thường thấp hơn 20 – 30 USD/tấn, thì đến cuối năm 2003, giá gạo Việt Nam xuất khẩu đạt 185-190 USD/tấn, chỉ thấp hơn giá gạo Thái Lan từ 5 – 10 USD/tấn. Bên cạnh việc giữ vững và ổn định những thị trường truyền thống như: Indonesia, Philippines, Trung Đông... Việt Nam tăng cường xúc tiến thương mại, mở ra những thị trường mới đầy tiềm năng, trong đó có thị trường các nước châu Phi. Năm 2003 là năm đầu tiên Việt Nam xuất khẩu gạo trực tiếp sang thị trường này với sản lượng trên 700.000 tấn, báo hiệu một khả năng đầy hứa hẹn cho xuất khẩu gạo Việt Nam. Bộ thương mại cũng vừa ký hợp đồng xuất khẩu 150 ngàn tấn gạo cho Brazil trong năm 2004. Điều này cho thấy, Nam Mỹ cũng là một thị trường đáng quan tâm của hạt gạo Việt Nam

• **Cà phê:**

Theo Tổ chức cà phê quốc tế (ICO) sản lượng cà phê thế giới niên vụ 2003-2004 có thể chỉ đạt 105,5 triệu bao (60kg/bao), so với niên vụ trước đạt 117,3 triệu bao, giảm 10%. Sản lượng cà phê Arabica chỉ đạt 61,7 triệu bao, giảm 21%. Sản lượng cà phê Robusta dự báo đạt 44,4 triệu bao, tăng 13%. Cũng theo ICO, niên vụ 2002-2003, Việt Nam đạt 10,35 triệu bao cà phê và niên vụ 2003-2004 dự kiến đạt 12,5 triệu bao. Việt Nam là nước sản xuất cà phê đứng thứ 2 trên thế giới, chỉ sau Brazil.

Trong 11 tháng đầu năm 2003, Việt Nam đã xuất 596.000 tấn cà phê (tương đương 9,9 triệu bao) thu được 410 triệu USD; Lượng cà phê xuất khẩu chỉ bằng 91,5% so với cùng kỳ năm ngoái, nhưng nhờ giá tăng nên kim ngạch xuất khẩu tăng 46,9%.

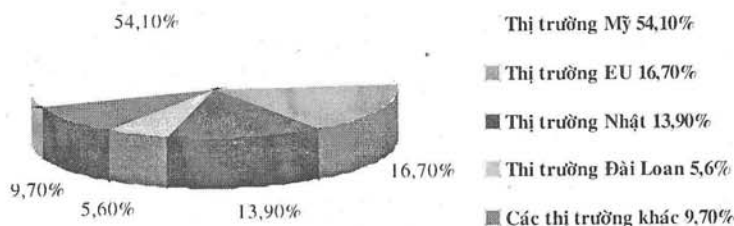
• **Thủy sản:**

Theo tin từ Bộ thủy sản, tháng 11 năm 2003 Việt Nam đã xuất khẩu được khoảng 220 triệu USD, nâng tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản 11 tháng đầu năm 2003 lên 2,091 tỷ USD. Tính đến giữa tháng 12 năm 2003 hàng thủy sản Việt Nam đã có mặt ở 77 quốc gia và vùng lãnh thổ. Tỷ trọng sản phẩm giá trị gia tăng đã tăng lên thêm 30,5% về khối lượng và 73,7% về giá trị so với cùng kỳ năm ngoái. Chỉ tiêu xuất khẩu thủy sản năm 2003 là 2,3 tỷ USD cơ bản hoàn thành. Cũng trong năm 2003, đã có thêm 28 cơ sở sản xuất kinh doanh thủy sản được công nhận đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, nâng tổng số cơ sở được công nhận lên 160 trong tổng số 332 cơ sở sản xuất, kinh doanh thủy sản trong cả nước.

• **Dệt may:**

Mặc dù gặp nhiều khó khăn do việc áp dụng hạn ngạch vào thị trường Mỹ, giá bông xơ tăng mạnh, cạnh tranh ngày càng khốc liệt... ngành dệt may Việt Nam đã có rất nhiều nỗ lực, cố gắng để hoàn thành vượt mức kế hoạch xuất khẩu năm 2003 (kế hoạch 3,1 tỷ USD, 11 tháng đầu năm đã đạt được 3,36 tỷ USD). Với dự báo tăng trưởng trong tháng 12, kim ngạch xuất khẩu của ngành dệt may dự kiến sẽ đạt khoảng 3,6 tỷ USD, với cơ

Hình 2. Cơ cấu thị trường của kim ngạch XK hàng dệt may năm 2003



cấu thị trường được thể hiện trên hình 2.

Bảng 3: Những thị trường chủ yếu của hàng dệt may VN

Thị trường	Kim ngạch XK
Mỹ	1,95 tỷ USD
EU	0,6 tỷ USD
Nhật Bản	0,5 tỷ USD
Đài Loan	0,2 tỷ USD
Thị trường khác	0,35 tỷ USD
Tổng cộng	3,6 tỷ USD

Nguồn: Bộ thương mại và Hiệp hội dệt may Việt Nam.

Tuy hoàn thành vượt mức kế hoạch, nhưng nếu đặt ngành dệt may Việt Nam trong bối cảnh chung của toàn cầu thì còn quá nhiều điều bất khả, lo lắng, bởi hiệu quả XK còn thấp, hơn 70% kim ngạch XK có được là nhờ hoạt động gia công, chỉ có chưa đầy 30% là XK thành phẩm. Hàng dệt may Việt Nam chỉ chiếm 0,95% thị trường EU, 2,9% thị trường Nhật Bản, 3,2% thị trường Mỹ và khoảng 1% tổng doanh thu dệt may toàn thế giới. Đặc biệt ngành dệt may Việt Nam còn bị phụ thuộc quá nhiều vào hạn ngạch, chưa tận dụng hết khả năng khai thác thị trường và mặt hàng XK phi hạn ngạch và chưa thâm nhập được vào mạng lưới phân phối của các thị trường lớn, thường phải XK qua trung gian. Ngày 1.1.2005, ngày chấm dứt chế độ hạn ngạch, đang đến gần, liệu ngành dệt may Việt Nam sẽ ra sao?

• Da giày:

11 tháng đầu năm 2003 ngành da giày đã đạt kim ngạch XK 1,996 tỷ USD, như vậy khả năng hoàn thành kế hoạch 2,1 tỷ USD cũng không còn bao xa, dự báo kim ngạch XK da giày cả năm 2003 có thể đạt 2,2 tỷ USD. Năm nay, tranh thủ một số thị trường mới được mở rộng, đặc biệt là thị trường Mỹ chưa bị áp đặt hạn ngạch, các doanh nghiệp da giày đã tăng nhanh sản lượng hàng hóa XK vào Mỹ, trong đó, các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài đang nắm giữ vị trí chủ chốt trong XK da giày vào Mỹ. Bên cạnh các doanh nghiệp này, nhiều doanh nghiệp trong nước như: Giày An Lạc, Giày Sài Gòn, Giày Thái Bình... cũng không ngừng tăng khả năng cạnh tranh bằng cách đổi mới công nghệ, trang bị các thiết bị chuyên dùng hiện đại (hệ thống máy vi tính có phần mềm thiết kế mẫu và tính toán giá gia công...), liên kết với các doanh nghiệp dệt vải công nghiệp để đảm bảo nguyên liệu, đầu tư sản xuất đế giày PU trong nước...

• Dầu thô:

Đến hết tháng 11 năm 2003, đã XK được 15,7 triệu tấn dầu thô, đạt kim ngạch XK 3,398 tỷ USD, chỉ tăng 1,9% về lượng nhưng tăng tới 16,7% về kim ngạch XK. Như vậy kế hoạch cả năm - XK dầu thô 3,45 tỷ USD, đã sắp hoàn thành. Dự báo cả năm 2003 có thể đạt 3,7 tỷ USD xuất khẩu dầu thô, dẫn đầu tất cả các ngành hàng xuất khẩu.

Từ những phân tích trên đây cho thấy, tổng kim ngạch XK và kim ngạch XK một số mặt hàng chủ lực trong năm 2003 đều tăng khá, nhưng chặng đường sắp tới còn nhiều chông gai, thử thách, đòi hỏi XK Việt Nam phải cố gắng rất nhiều thì mới có thể hoàn thành sứ mạng vẻ vang trong năm 2004.

Những biện pháp đẩy mạnh xuất khẩu

Ngày 17.12.2003, Thủ tướng Chính phủ đã ra quyết định số 266/2003/QĐ-TTg về việc phê duyệt Đề án phát triển thị trường XK hàng hóa giai đoạn 2004 - 2005. Theo đó, mục tiêu tăng trưởng XK trong giai đoạn này tối thiểu là 12%/năm; duy trì tốc độ tăng trưởng XK bình quân đối với các thị trường châu Á,

châu Âu, châu Đại Dương ở mức 12%/năm; ở khu vực thị trường châu Mỹ, châu Phi là 15-17%/năm. Các thị trường được ưu tiên xúc tiến thương mại mạnh mẽ là: Mỹ, EU (các nước EU cũ và EU mở rộng), Nhật, Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN, Nga, Trung Đông, châu Phi và Mỹ Latinh. Để biến các mục tiêu nêu trên thành hiện thực, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp:

- Nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa XK: Để làm được việc này cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các Bộ, ngành, các hiệp hội ngành hàng và các doanh nghiệp. Các Bộ, ngành cần phối hợp nghiên cứu đưa ra các chính sách tài chính, tín dụng, đầu tư, thuế... sao cho khoa học, hợp lý, phù hợp với yêu cầu hội nhập, tạo điều kiện nâng cao sức cạnh tranh cho hàng XK. Các hiệp hội ngành hàng cần được thành lập và đi vào hoạt động thực sự, để tập hợp sức mạnh của các doanh nghiệp, để có đủ sức đón nhận những cơ hội, vượt qua những thử thách, gian nan do thời cuộc mang lại. Và quan trọng hơn cả là các doanh nghiệp, phải nghiên cứu để tối ưu hoá từng thao tác, từng công việc, phải làm đúng ngay từ đầu thì mới có thể nâng cao sức cạnh tranh của hàng XK;

- Tăng cường công tác đàm phán mở cửa thị trường, chủ động đẩy nhanh tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Cụ thể, phải tích cực đẩy nhanh quá trình đàm phán gia nhập WTO, sao cho đầu năm 2005 Việt Nam trở thành thành viên của tổ chức này. Các Bộ, ngành phối hợp nghiên cứu đề xuất chủ trương ký kết, phê chuẩn, phê duyệt hoặc gia nhập các điều ước quốc tế để mở rộng thị trường, hội nhập kinh tế quốc tế; Tiến hành rà soát các hiệp định thương mại đã ký kết, trên cơ sở đó đề xuất việc sửa đổi, bổ sung hoặc ký mới các hiệp định thương mại phù hợp với tiến trình hội nhập;

- Tiếp tục nâng cao hiệu quả của công tác thông tin, dự báo thị trường và xúc tiến thương mại;

- Tăng cường nhận biết và ứng phó với các chính sách bảo hộ mậu dịch và hàng rào phi thuế quan trên thị trường ngoài nước;

- củng cố và tăng cường hiệu quả hoạt động của các cơ quan đại diện thương mại Việt Nam ở nước ngoài;

- Phát triển và ứng dụng thương mại điện tử để mở rộng thị trường XK. Lập các trang web có chất lượng tốt (cả về nội dung lẫn hình thức) để giới thiệu các nhu cầu giao dịch, xúc tiến thương mại, thực hiện e-marketing;

- Sớm triển khai nghiên cứu sản giao dịch hàng hoá đối với nông sản. Trên cơ sở nghiên cứu, học hỏi kinh nghiệm của nước ngoài, từng bước thực hiện việc giao dịch kỳ hạn hàng nông sản tại nước ngoài, tiến tới thành lập sàn giao dịch hàng nông sản tại Việt Nam.

Năm 2004 sắp đến, chúc xuất khẩu Việt Nam vững bước đi lên, gặt hái được nhiều thành tựu rực rỡ hơn năm 2003 ■