

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT NHẬP KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN

NGUYỄN THỊ BÌNH MINH - Công ty Cổ phần Thân thiện Việt Nam

Trước những biến động khó lường trên thị trường thương mại - tiền tệ thế giới thời gian vừa qua, tình hình xuất nhập khẩu nói chung và hàng nông lâm thủy sản nói riêng 8 tháng đầu năm 2015 đã bị ảnh hưởng khá nhiều. Trong bối cảnh đó, Chính phủ cũng đã có nhiều chính sách, giải pháp nhằm giúp doanh nghiệp vượt qua khó khăn, mở rộng thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu. Đặc biệt, mới đây, việc Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Tấn Dũng phê duyệt “Đề án phát triển các thị trường khu vực thời kỳ 2015-2020, tầm nhìn đến năm 2030”, được kì vọng sẽ góp phần giúp kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng trong thời gian tới.

Thêm nhiều thách thức

Theo Tổng cục Thống kê, tính chung 8 tháng đầu năm 2015, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu cả nước ước tính đạt 106,3 tỉ USD, tăng 9% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 31,7 tỉ USD, giảm 2,5%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 74,6 tỉ USD, tăng 14,7%. Một số mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch tăng cao so với cùng kỳ năm trước như: Điện thoại các loại và linh kiện đạt gần 20 tỉ USD, tăng 31,1%; hàng dệt may đạt 15 tỉ USD, tăng 10,9%; điện tử, máy tính và linh kiện đạt 9,9 tỉ USD, tăng 51,8%; giày dép đạt 8,1 tỉ USD, tăng 20,9%...

Trong khi đó, kim ngạch hàng hóa nhập khẩu 8 tháng ước tính đạt 109,9 tỉ USD, tăng 16,4% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 44,7 tỉ USD, tăng 7,7%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 65,2 tỉ USD, tăng 23,2%. Một số mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu 8 tháng tăng mạnh so với cùng kỳ năm trước như: Ô tô đạt 3,8 tỉ USD, tăng 80,2% (ô tô nguyên chiếc tăng 132,1%, trong đó ô tô dưới 9 chỗ tăng 63,3%); máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác đạt 18,9 tỉ USD, tăng 33,4%; điện tử, máy tính và linh kiện đạt 15,1 tỉ USD, tăng 35,3%...

Tuy nhiên, báo cáo 8 tháng đầu năm của Bộ Công Thương cho thấy, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản lại có xu hướng giảm. Tính chung 8 tháng năm 2015, xuất khẩu nông sản, thủy

sản ước đạt 13,4 tỷ USD, giảm 10,2% so với cùng kỳ năm 2014. Chỉ có các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng so với cùng kỳ là sắn và các sản phẩm từ sắn ước tăng 26,5%, nhân điều tăng 22,6%, rau quả tăng 3,2%. Các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu giảm mạnh so với cùng kỳ là thủy sản ước đạt 4,2 tỷ USD, giảm 16,6%; cà phê ước đạt 1,8 tỷ USD, giảm 32,8%; gạo ước đạt 1,8 tỷ USD, giảm 11,0% và cao su ước đạt 921 triệu USD, giảm 10,3%. Một số mặt hàng xuất khẩu quan trọng giảm đã làm cho kim ngạch xuất khẩu cả nhóm giảm 766 triệu USD.

Theo đánh giá của nhiều chuyên gia, sự sụt giảm của nhóm hàng nông lâm thủy sản lên đến 10,2% bắt nguồn từ sự sụt giảm kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng thủy sản và 3 mặt hàng nông sản chủ lực gồm gạo, cà phê và cao su. Có thể dễ dàng nhận thấy nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng sụt giảm của một số mặt hàng xuất khẩu, trong đó có lĩnh vực nông lâm thủy sản thời gian qua, cụ thể:

Thứ nhất, giá dầu thô giảm kéo theo chính sách duy trì giá trị đồng nội tệ thấp để thúc đẩy xuất khẩu của nhiều quốc gia, đồng thời dẫn đến hạn chế nhập khẩu. Đặc biệt, các nước đang cạnh tranh xuất khẩu với Việt Nam thường có xu thế thả nổi đồng tiền của mình hơn, trong khi Việt Nam với chính sách cân đối vĩ mô vẫn phải có những kiểm soát tỉ giá giữa đồng đô la và đồng Việt Nam. Điều này khiến các DN Việt Nam gặp bất lợi khi xuất vào thị trường lớn như châu Âu, Nhật Bản... Bên cạnh đó, xu hướng bảo hộ đối với mặt hàng nông lâm thủy



sản của các nước đang gia tăng...

Thứ hai, ảnh hưởng từ biến động nguồn cung. Xuất khẩu thủy sản và gạo giảm do nguồn cung của các nước xuất khẩu dồi dào, dẫn đến sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường. Các đối thủ cạnh tranh trong mặt hàng gạo đã tăng thêm gồm: Thái Lan, Pakistan, Ấn Độ, Mỹ, Myanmar và Campuchia... cộng với việc các nước nhập khẩu sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008 -2009 cũng tập trung gia tăng sản xuất trong nước để đảm bảo an ninh lương thực, tránh phụ thuộc vào các nước xuất khẩu, dẫn đến cung - cầu hiện nay của thị trường là do người mua quyết định. Trong khi đó, tại thị trường trong nước, nguồn cung cũng bị ảnh hưởng do thời tiết, Chảnh hạn, đối với xuất khẩu cả phê giảm do hạn hán kéo dài tại khu vực Tây Nguyên và sâu bệnh khiến sản lượng thu hoạch giảm.

Thứ ba, năng lực cạnh tranh của sản phẩm trong nước vẫn chậm được cải thiện. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt thì năng lực cạnh tranh của chúng ta mặc dù đã khẳng định vị thế của mình trong một số các mặt hàng, nhưng nhìn chung vẫn chậm được cải thiện. Chẳng hạn, các mặt hàng nông sản, thủy sản... dù đã được xây dựng giá trị thương hiệu bước đầu nhưng sự bền vững của sản phẩm lại chưa được đảm bảo. Bên cạnh đó, nước ta vẫn còn khá yếu kém trong chuỗi liên kết các thành phần tham gia từ sản xuất, chế biến, đến tiêu thụ và xuất khẩu. Trong khi khâu tổ chức sản xuất của chúng ta đáp ứng nhu cầu thị trường, khâu chế biến các mặt hàng chưa được phong phú, đa dạng, phù hợp với thị hiếu của một số nước có nhu cầu chất lượng cao và khâu tiêu thụ cũng còn chưa tốt do nguồn lực còn hạn chế của các DN xuất khẩu.

Giải pháp vượt khó

Có thể nói, nhờ sự điều hành linh hoạt, chủ động của Chính phủ thời gian qua, nên dù tình hình kinh tế toàn cầu không thuận lợi, kết quả xuất nhập khẩu vẫn rất khả quan. Theo đó, Chính phủ đã chỉ đạo các Bộ, ngành tập trung cùng với các hỗ trợ cho DN không chỉ thông qua các Hiệp định thương mại tự do với những hành động cụ thể như: Chương trình hỗ trợ cho ngành hàng gạo, nông sản; Quyết định của Thủ tướng trong hỗ trợ về tín dụng, hỗ trợ về các điều kiện kinh doanh của các DN trong lĩnh vực chế biến thủy sản; Các hoạt động hỗ trợ cho DN trong giải quyết các tranh chấp thương mại... Những động thái này đã và đang có những tác động tích cực, giúp cho DN trong tháo gỡ khó khăn cũng như tiếp tục có những chiến lược ổn định trong sản xuất, kinh doanh. Bên cạnh đó, các đề án của Chính

phủ trong việc tái cơ cấu nền kinh tế, trong đó có nền kinh tế nông nghiệp đang triển khai quyết liệt nhằm nâng cao hơn nữa năng lực sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua đổi mới về công nghệ, đổi mới về quản trị cũng như nâng cao chất lượng của nguồn nhân lực sẽ góp phần gia tăng và cải thiện năng lực cạnh tranh cho các DN xuất khẩu trong thời gian tới.

Đặc biệt, ngày 24/8/2015, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Tấn Dũng cũng đã ban hành Quyết định số 1467/QĐ-TTg về "Phê duyệt Đề án phát triển các thị trường khu vực thời kỳ 2015 - 2020, tầm nhìn đến năm 2030". Theo đó, mục tiêu chung đặt ra của đề án là phấn đấu kim ngạch xuất khẩu đến năm 2020 đạt 300 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân từ 11%-12%/năm trong giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2020; phấn đấu cân bằng thương mại ổn định vào năm 2020 và đạt thặng dư thương mại bền vững từ năm tiếp theo. Trong đó, phấn đấu thị trường Đông Nam Á đạt khoảng 30 tỷ USD vào năm 2020; tăng trưởng xuất khẩu trung bình 10% giai đoạn 2015 - 2020 và từ 9% - 10% giai đoạn 2020 - 2030; Thị trường nói tiếng Trung Quốc đạt khoảng 35 tỷ USD vào năm 2020; tăng trưởng xuất khẩu trung bình 10% giai đoạn 2015 - 2020 và từ 9% - 10% giai đoạn 2020 - 2030; Châu Âu đạt khoảng 60 tỷ USD vào năm 2020, tăng trưởng xuất khẩu trung bình 15% giai đoạn 2015 - 2020 và từ 10% - 14% giai đoạn 2020 - 2030...

Tuy nhiên, theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, sự sụt giảm của lĩnh vực nông lâm thủy sản cũng đặt ra nhiều vấn đề đáng quan tâm. Đặc biệt, tới đây, chúng ta còn phải đối mặt với nhiều thách thức hơn khi giá dầu thô đang giảm mạnh và chính sách tiền tệ của Trung Quốc, từ đó gây ra những áp lực không nhỏ đến hoạt động xuất nhập khẩu. Do vậy, để thực hiện được mục tiêu đề ra cho những tháng còn lại của năm 2015 và những năm tới, đặc biệt là vượt qua khó khăn do sự biến động của thị trường tài chính - tiền tệ toàn cầu và sự cạnh tranh khốc liệt từ các thị trường xuất khẩu, cần chú trọng các giải pháp trọng tâm, đặc biệt là các giải pháp được đề ra tại "Đề án phát triển các thị trường khu vực thời kỳ 2015 - 2020, tầm nhìn đến năm 2030", cụ thể:

Một là, củng cố các thị trường xuất khẩu truyền thống, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Theo đó, củng cố vững chắc và từng bước mở rộng thị phần hàng hóa Việt Nam tại các thị trường truyền thống bao gồm Đông Nam Á, Đông Bắc Á (Nhật Bản, Hàn Quốc), Trung Quốc, Australia, Hoa Kỳ, Liên minh Châu Âu (EU), Nga và các nước Đông Âu, Canada, Ấn Độ. Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, tập trung và tạo bước đột phá mở rộng thị trường xuất khẩu



mới, có tiềm năng tại khu vực châu Phi, Mỹ La-tinh, Trung Đông và Ấn Độ.

Hai là, khai thác và tận dụng tốt cơ hội mở cửa thị trường theo lộ trình cắt giảm thuế quan và dỡ bỏ các rào cản phi thuế quan để đẩy mạnh xuất khẩu; Nâng cao hiệu quả xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang các thị trường đã ký Hiệp định thương mại tự do (FTA); Đẩy mạnh hoạt động đàm phán thương mại song phương và đa phương, tạo thuận lợi cho xuất khẩu những mặt hàng thế mạnh của Việt Nam; Thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài từ các nước phát triển đã ký FTA với Việt Nam để tiếp nhận công nghệ hiện

Thời gian qua, Chính phủ đã chỉ đạo các bộ, ngành tập trung cùng với các hỗ trợ cho DN không chỉ thông qua các Hiệp định thương mại tự do với những hành động cụ thể như: Chương trình hỗ trợ cho ngành hàng gạo, nông sản; Quyết định của Thủ tướng trong hỗ trợ về tín dụng, hỗ trợ về các điều kiện kinh doanh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực chế biến thủy sản...

đại, nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia ngày càng sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Nghiên cứu, đề xuất ký kết Thỏa thuận thương mại với các đối tác có tiềm năng đẩy mạnh xuất khẩu, đặc biệt đối với nhóm hàng nông, lâm, thủy sản là thế mạnh của Việt Nam như: Malaysia, Đông Timo, Israel, EU, Madagascar, Bờ Biển Ngà, Cuba... Nghiên cứu đề xuất cơ chế hợp tác với các nước có cùng thế mạnh về sản phẩm xuất khẩu hoặc có thế mạnh trong thương mại quốc tế để xuất khẩu và trung chuyển hàng hóa của Việt Nam sang nước thứ ba.

Ba là, tiếp tục đẩy mạnh xúc tiến thương mại. Theo đó, thực hiện các giải pháp tổng thể hỗ trợ DN tham gia hoạt động xúc tiến thương mại tại thị trường ngoài nước, đặc biệt là tại các hội chợ chuyên ngành thường niên uy tín giúp kết nối với các hệ thống phân phối và thu hút được nhiều đối tác trên thế giới tại các thị trường trọng điểm. Tăng cường công tác xây dựng, quảng bá thương hiệu hàng hóa Việt Nam gắn với các hoạt động xúc tiến thương mại tại các thị trường xuất khẩu nhằm xây dựng hình ảnh, tạo cơ sở phát triển xuất khẩu hàng Việt Nam ổn định, vững chắc. Đẩy mạnh công tác khảo sát thị trường, xúc tiến thương mại để phát triển xuất khẩu, đưa hàng Việt Nam tới các thị trường mới tại khu vực Châu Phi và Mỹ La-tinh; các thị trường tiềm năng khu vực Bắc Âu, Đông Âu và SNG, khu vực Nam Thái Bình Dương, khu vực Đông Bắc Á, một số bang vùng Trung Hoa Kỳ...

Bốn là, nâng cao sức cạnh tranh của DN, sản phẩm xuất khẩu thông qua đầu tư đổi mới công nghệ và quy trình sản xuất sản phẩm hàng hóa đạt quy chuẩn và tiêu chuẩn của thị trường quốc gia phát triển, ứng dụng công nghệ thông tin, áp dụng các phương thức quản lý và liên kết DN hiện đại. Xây dựng chuỗi liên kết các thành phần tham gia từ sản xuất, chế biến, đến tiêu thụ và xuất khẩu, từ đó nâng cao giá trị gia tăng cho các sản phẩm xuất khẩu nói chung và sản phẩm nông lâm thủy sản nói riêng.

Năm là, chủ động ứng phó với các biện pháp phòng vệ thương mại và tranh chấp thương mại quốc tế. Theo đó, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến, đào tạo, tập huấn để nâng cao kiến thức của các cơ quan quản lý nhà nước liên quan, hiệp hội, DN, luật sư, chuyên gia kinh tế, pháp lý về pháp luật cạnh tranh, chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ, về các vụ điều tra phòng vệ thương mại, vụ kiện trong thương mại quốc tế cũng như quy định, thủ tục điều tra của một số nước thường xuyên tiến hành các biện pháp phòng vệ thương mại trong thương mại quốc tế. Khuyến khích DN chủ động phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước trong chuẩn bị, ứng phó và tham gia vào các vụ việc cụ thể để đảm bảo các quyền, lợi ích hợp pháp của DN, hàng hóa Việt Nam tại thị trường nước ngoài. Tiếp tục củng cố và triển khai hệ thống cảnh báo sớm về phòng vệ thương mại.

Sáu là, tăng cường công tác ngoại giao phục vụ kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu và quan hệ thương mại song phương với các quốc gia, vùng lãnh thổ có quan hệ ngoại giao. Hình thành đại diện của DN, Hiệp hội ở các thị trường khu vực trọng điểm bao gồm EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, các thị trường tại khu vực Châu Phi, Mỹ La-tinh; Nghiên cứu, đầu tư mở kho ngoại quan ở các nước có khoảng cách địa lý xa Việt Nam tại châu Phi, châu Mỹ, châu Âu để hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu. Bên cạnh đó, đổi mới mô hình tổ chức để tạo sự chủ động và nâng cao hiệu quả hoạt động của các thương vụ, cơ quan xúc tiến thương mại của Việt Nam ở nước ngoài; Tích cực phối hợp và chỉ đạo Thương vụ kịp thời thông báo, đề xuất giải pháp ứng phó với những thay đổi tại thị trường của nước sở tại để tiếp tục duy trì và đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam...



Tài liệu tham khảo:

1. Số liệu thống kê tình hình xuất nhập khẩu 8 tháng đầu năm của Bộ Công Thương, Tổng cục Thống kê;
2. Quyết định số 1467/QĐ-TTg về "Phê duyệt Đề án phát triển các thị trường khu vực thời kỳ 2015 – 2020, tầm nhìn đến năm 2030."