



VIỆN HÀN LÂM KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI VÙNG TRUNG BỘ

TẠP CHÍ

KHOA HỌC XÃ HỘI MIỀN TRUNG

Central Vietnamese Review of Social Sciences

02(70) 2021

ISSN 1859-2635

TỔNG BIÊN TẬP

TS. Hoàng Hồng Hiệp

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

TS. Đinh Như Hoài

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

PGS.TS. Bùi Đức Hùng (Chủ tịch)

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

GS.TS. Nguyễn Xuân Thắng

Bí thư BCH Trung ương Đảng

Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

GS.TS. Nguyễn Chí Bền

Viện Văn hóa Nghệ thuật Việt Nam

GS.TS. Trần Thọ Đạt

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

GS.TS. Phạm Văn Đức

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

TS. Hoàng Hồng Hiệp

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

GS.TS. Nguyễn Xuân Kính

Viện Nghiên cứu Văn hóa

GS.TS. Eric Iksoon Im

University of Hawaii – Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Đỗ Hoài Nam

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Vũ Bằng Tâm

University of Hawaii – Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Nguyễn Quang Thuấn

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Trần Đăng Xuyên

Trường Đại học Sư phạm Hà Nội

BIÊN TẬP TRỊ SỰ

ThS. Châu Ngọc Hòe

ThS. Hoàng Thị Thu Hương

CN. Lê Thị Vân

Mục lục

Quan điểm, mục tiêu, định hướng, nhiệm vụ trọng tâm và các đột phá chiến lược phát triển đất nước trong thời gian đến <i>Đảng Cộng sản Việt Nam (2021)</i>	3
Tội phạm xuyên quốc gia trên Biển Đông trong những năm gần đây <i>Nguyễn Thanh Minh, Nguyễn Xuân Cường</i>	8
Xuất nhập khẩu của Việt Nam trong bối cảnh hiện nay <i>Nguyễn Thị Thoa</i>	21
Năng lực lãnh đạo, văn hóa doanh nghiệp và kết quả hoạt động tại các công ty lắp máy ở khu vực miền Trung <i>Bùi Thị Minh Thu, Nguyễn Hồ Phương Nhật, Phan Thị Yến Lai</i>	30
Ảnh hưởng của rủi ro cảm nhận đến ý định hành vi giảm thiểu sử dụng đồ nhựa của cộng đồng dân cư ven biển Nha Trang <i>Lê Chí Công, Hoàng Thị Thu Phương</i>	43
Phát triển ngành khai thác thủy sản tỉnh Bình Định <i>Nguyễn Thị Kim Đoàn</i>	53
Hình ảnh con lợn trong tục ngữ tiếng Hàn, tiếng Việt (từ góc nhìn văn hóa nông nghiệp) <i>Hoàng Thị Yến</i>	62
Di cư tự do của các tộc người thiểu số miền núi phía Bắc đến Lâm Đồng từ năm 1976 đến năm 2015 <i>Nguyễn Thị Hà Giang</i>	74

Contents

The Communist Party of Viet Nam's stances, goals, orientations, key tasks,
and strategic breakthroughs for the coming years

The Communist Party of Viet Nam **3**

Transnational crimes in the Bien Dong Sea in recent years

Nguyen Thanh Minh, Nguyen Xuan Cuong **8**

Viet Nam's international trade in the current context

Nguyen Thi Thoa **21**

On management capacity, corporate culture, and performance outcomes
at machinery installation companies in the Central Viet Nam

Bui Thi Minh Thu, Nguyen Ho Phuong Nhat, Phan Thi Yen Lai **30**

The impact of perceived risk to the local people's behavioral intention
of reducing plastic consumption in Nha Trang

Le Chi Cong, Hoang Thi Thu Phuong **43**

Promoting fisheries sector in Binh Dinh province

Nguyen Thi Kim Doan **53**

The image of pigs in Korean and Vietnamese proverbs
(from an agricultural perspective)

Hoang Thi Yen **62**

Free migration of ethnic minorities in the Northern mountains to Lam Dong
province from 1976 to 2015

Nguyen Thi Ha Giang **74**

Xuất nhập khẩu của Việt Nam trong bối cảnh hiện nay

Nguyễn Thị Thoa

Trường Cao đẳng Kinh tế - Kế hoạch Đà Nẵng

Email liên hệ: thoaminhphuc@gmail.com

Tóm tắt: Trong những năm qua, hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam đã đạt được những thành công nhất định. Ngay cả trong thời kỳ thế giới bị ảnh hưởng nặng nề từ dịch bệnh Covid - 19, Việt Nam vẫn duy trì được mức xuất siêu và mức tăng trưởng dương về xuất nhập khẩu. Tuy nhiên, xuất nhập khẩu của Việt Nam cũng đang đối mặt với không ít những khó khăn thách thức lớn bởi sự đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu do dịch bệnh, sự sụt giảm mạnh mẽ về cầu hàng hóa, dịch vụ do các thị trường xuất khẩu bị khủng hoảng kinh tế, sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các quốc gia xuất khẩu khác và những hạn chế nội tại trong sản xuất và hàng hóa xuất khẩu,... Bài viết tập trung phân tích thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam hiện nay và đề xuất những giải pháp phát triển xuất nhập khẩu Việt Nam trong những năm tới.

Từ khóa: ngoại thương, xuất khẩu, nhập khẩu, Việt Nam.

Viet Nam's international trade in the current context

Abstract: In recent years, Viet Nam has made significant achievements in foreign trade. Despite the impact of the Covid-19 pandemic, Vietnam has recorded and maintained a trade surplus and positive growth in the industry. However, due to the pandemic, the industry has been facing various challenges and obstacles such as the disruption in the global supply chains, drastic decline in the demands for goods and services, severe competition among exporters, and internal hindrance in manufacture and exports. This paper focuses on analyzing Viet Nam's recent international trade and suggests some solutions to promoting the industry in the coming years.

Keywords: foreign trade, export, import, Viet Nam

Ngày nhận bài: 26/03/2021

Ngày duyệt đăng: 20/04/2021

1. Đặt vấn đề

Sau hơn 30 năm đổi mới và hội nhập quốc tế, hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu to lớn, góp phần phát triển kinh tế - xã hội. Ngay cả trong thời kỳ thế giới bị ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid - 19, Việt Nam vẫn duy trì được mức xuất siêu và mức tăng trưởng dương về xuất nhập khẩu. Tuy nhiên, bên cạnh những thành công, hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam cũng còn nhiều hạn chế và phải đối mặt với những thách thức không hề nhỏ, đặc biệt là trong bối cảnh đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu do dịch bệnh, sự sụt giảm mạnh mẽ về cầu hàng hóa dịch vụ do các thị trường xuất khẩu chủ lực khủng hoảng kinh tế, sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các quốc gia xuất khẩu khác và những hạn chế nội tại trong sản xuất và hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam,... Đã có nhiều công trình khoa học nghiên cứu về tình hình hội nhập và thực trạng xuất nhập khẩu của Việt Nam như:

“Bức tranh ngoại thương nhiều màu sắc” (Hà Anh, năm 2021); “Năm năm thần tốc của xuất khẩu Việt Nam” (Ngô Cường, năm 2021); “Năm 2021, xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam sẽ bứt phá?” (Nguyễn Quang Huy, năm 2021); “Vị thế mới của ngoại thương Việt Nam” (Công Trí, năm 2019);... Tuy nhiên, hầu hết các bài viết này tập trung phản ánh thực trạng thành tích xuất siêu của Việt Nam trong những năm gần đây, đặc biệt là năm 2020 với những đánh giá tích cực và những kỳ vọng lớn trong những năm tới. Thực tế phát triển đang đặt ra các yêu cầu cần phải nhận diện và đánh giá đúng những hạn chế, bất cập và nguyên nhân của nó, những thách thức trong hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam. Trên cơ sở đó, đề xuất những giải pháp phát triển hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam trong bối cảnh mới của quốc tế, khu vực và trong nước, nhằm tận dụng tốt các cơ hội, giảm thiểu các thách thức, góp phần phát triển bền vững hoạt động ngoại thương của quốc gia.

2. Thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu Việt Nam

2.1. Những kết quả

Trong giai đoạn 2016 - 2020, hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam có nhiều khởi sắc. Trước đây, Việt Nam vốn là nước thường xuyên ở tình trạng nhập siêu, song từ 2016 đến nay, Việt Nam đã liên tục là quốc gia xuất siêu. Năm 2020, mặc dù chịu tác động của đại dịch Covid - 19 và sự đứt gãy thương mại toàn cầu, xuất khẩu của Việt Nam vẫn đạt được những kết quả đáng ghi nhận với tốc độ tăng trưởng 6,5%. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của năm 2020 đạt khoảng 281,5 tỷ USD, có 31 mặt hàng sản xuất của Việt Nam đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD, chiếm 91,9% tổng kim ngạch xuất khẩu (Tổng cục Thống kê, năm 2020).

Bảng 1. Xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020

ĐVT: Triệu USD

Năm	2016	2017	2018	2019	2020
Xuất khẩu	176.580,8	215.118,6	243.696,8	264.189,4	281.500
Tốc độ tăng xuất khẩu (%)	9	21,8	13,3	8,4	6,5
Nhập khẩu	174.978,4	213.215,3	237.241,6	253.355,8	262.400
Tốc độ tăng nhập khẩu (%)	5,6	21,9	11,3	6,8	3,6
Cân đối xuất nhập khẩu	1.602,4	1.903,3	6.455,2	10.833,6	19.100

Nguồn: Niên giám thống kê Việt Nam 2019 và trang thông tin của Tổng cục Thống kê 2020

Xét theo ngành xuất khẩu, công nghiệp chế biến chế tạo vẫn chiếm tỷ lệ cao nhất trong tổng giá trị hàng xuất khẩu. Về cơ cấu nhóm hàng xuất khẩu năm 2020, nhóm hàng công nghiệp nặng vào khoáng sản đạt khoảng 152,5 tỷ USD. Nhóm hàng công nghiệp nhẹ vào tiểu thủ công nghiệp đạt khoảng 100,3 tỷ USD. Riêng giá trị xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm sản đạt 20,3 tỷ USD, giảm 1,9% so với năm 2019 và nhóm hàng thủy sản đạt 8,4 tỷ USD cũng giảm 1,8% so với năm 2019.

Xét về mặt xuất nhập khẩu dịch vụ, do ảnh hưởng của đại dịch Covid - 19, năm 2020, kim ngạch xuất khẩu dịch vụ chỉ đạt khoảng 6,3 tỷ USD, giảm 68,4% so với năm 2019 trong khi kim ngạch nhập khẩu dịch vụ đạt khoảng 18,3 tỷ USD, giảm 14,5%. Nhập siêu dịch vụ năm 2020 là 12 tỷ USD, gấp gần 2 lần kim ngạch xuất khẩu dịch vụ (Tổng cục Thống kê, 2020). Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam dịch chuyển theo hướng tăng tỷ trọng các mặt hàng công nghiệp chế biến, giảm dần tỷ trọng xuất khẩu hàng khoáng sản và nhiên liệu. Các doanh nghiệp đã chủ động đa dạng hóa các phương thức vận tải nhập khẩu (đường biển và đường

hàng không) thay thế một phần cho nhập khẩu nguyên phụ liệu bằng đường bộ để thích ứng tốt hơn với tình hình dịch bệnh.

Kể từ sau khi hiệp định EVFTA chính thức đi vào thực thi với nhiều ưu đãi đặc biệt trong các lĩnh vực như thủy sản, giày dép, nhựa và các sản phẩm từ nhựa,... nhiều doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đã nắm bắt được quy định và tận dụng được ưu đãi của EVFTA để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu thông qua xin cấp các C/O (Certificate of Origin) và các giấy tờ khác theo quy định.

Bảng 2. Giá trị xuất khẩu hàng hóa phân theo ngành kinh tế

ĐVT: Triệu USD

Năm	2016	2017	2018	2019
Nông lâm thủy sản	8001,7	8699,4	9219,9	8135,1
Khai khoáng	2991,3	3729,1	3172,1	2531,4
Công nghiệp chế biến chế tạo	164668,6	201652,2	230764,4	248570,8
Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí	91,9	83,9	89,0	181,1
Cung cấp nước, hoạt động xử lý nước thải, rác thải	2,3	2,7	3,1	3,6
Vận tải kho bãi	0,063	0,048	0,061	1,672
Thông tin truyền thông	92,1	98,1	112,4	424,6
Hoạt động chuyên môn khoa học công nghệ	0,5	0,7	1,0	0,5
Nghệ thuật, vui chơi giải trí	1,8	2,5	2,7	4,0
Không phân tổ được	730,6	849,9	332,1	4336,6

(Nguồn: Niên giám thống kê Việt Nam, 2019)

Về thị trường xuất khẩu hàng hóa, các năm trước và năm 2020 thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam là Hoa Kỳ, tiếp đến là Trung Quốc, Nhật, Hàn quốc, Đức, Hà Lan, Pháp, Anh, Bỉ,... Năm 2020, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt 76,4 tỷ USD, tăng 24,5% so với năm trước; tiếp đến là Trung Quốc đạt 48,5 tỷ USD, tăng 17,1%; thị trường EU đạt 34,8 tỷ USD, giảm 2,7%; thị trường ASEAN đạt 23,1 tỷ USD, giảm 8,7%; Nhật Bản đạt 19,2 tỷ USD, giảm 5,7%; Hàn Quốc đạt 18,7 tỷ USD, giảm 5,1%. (Tổng cục Thống kê, năm 2020). Các mặt hàng như: sản phẩm từ gỗ, đồ nội thất từ chất liệu khác, sản phẩm điện tử và linh kiện điện tử, máy móc thiết bị, phụ tùng, sắt thép, dây điện, dụng cụ thể thao, phân bón,... có mức đóng góp lớn vào tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

Năm 2020, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa đạt khoảng 262,4 tỷ USD, tăng 3,6% so với năm 2019, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 93,6 tỷ USD, giảm 10%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 168,8 tỷ USD, tăng 13%. Trong năm 2020, có 35 mặt hàng nhập khẩu đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD, chiếm 89,6% tổng kim ngạch nhập khẩu (4 mặt hàng đạt trên 10 tỷ USD, chiếm 49,4%). Tuy nhiên, năm 2020, một số ngành có mức tăng trưởng xuất khẩu giảm ví dụ như ngành dệt may (Tổng cục Thống kê, năm 2020).

Xét về cơ cấu nhập khẩu hàng hóa năm 2020, nhóm hàng tư liệu sản xuất nhập khoảng 245,6 tỷ USD, tăng 4,1% so với năm trước và chiếm 93,6% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa; nhóm hàng tiêu dùng khoảng 16,8 tỷ USD, giảm 3,8% và chiếm 6,4%. Nước nhập khẩu

vào Việt Nam lớn nhất là Trung Quốc. Năm 2020, Việt Nam nhập khẩu khoảng đạt 83,9 tỷ USD, tăng 11,2% so với năm 2019; tiếp theo là Hàn Quốc đạt 46,3 tỷ USD, giảm 1,5%; thị trường ASEAN đạt 30 tỷ USD, giảm 6,9%; Nhật Bản đạt 20,5 tỷ USD, tăng 5%; thị trường EU đạt 14,5 tỷ USD, tăng 3,5%; Hoa Kỳ đạt 13,7 tỷ USD, giảm 4,9%. (Tổng cục Thống kê, năm 2020).

Bảng 3. Giá trị nhập khẩu hàng hóa phân theo ngành kinh tế

ĐVT: Triệu USD

Năm	2016	2017	2018	2019
Nông lâm thủy sản	9471,4	11842,7	13253,8	11947,4
Khai khoáng	1753,9	2778,0	6505,2	9191,0
Công nghiệp chế biến chế tạo	161552,0	195588,4	213790,9	225457,1
Sản xuất, phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí	135,6	109,0	170,9	187,8
Cung cấp nước, hoạt động xử lý nước thải, rác thải	8,3	8,1	8,4	9,9
Vận tải kho bãi	0,1	0,4	0,9	0,6
Thông tin truyền thông	147,7	184,3	156,9	187,3
Hoạt động chuyên môn khoa học công nghệ	1,0	3,1	0,2	0,3
Nghệ thuật, vui chơi giải trí	0,6	0,5	1,9	1,7
Không phân tổ được	1902,4	2700,8	3352,5	6372,7

(Nguồn: Niên giám thống kê Việt Nam, 2019)

2.2. Những hạn chế và nguyên nhân

Trình độ công nghệ của Việt Nam còn thấp, đặc biệt là đối với khu vực sản xuất trong nước, chưa tạo được nhiều giá trị gia tăng cho sản phẩm. Sức cạnh tranh của hàng hóa dịch vụ của Việt Nam chưa cao do sử dụng công nghệ lạc hậu, chưa đáp ứng tiêu chuẩn cao của những thị trường lớn. Giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam chủ yếu là từ khu vực có vốn đầu tư nước ngoài. Năm 2020, xuất khẩu của khu vực kinh tế trong nước chỉ đạt 78,2 tỷ USD, chiếm 27,8% tổng kim ngạch xuất khẩu; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 203,3 tỷ USD, chiếm 72,2% giá trị. Không những thế, thành tích xuất siêu 19,1 tỷ USD của Việt Nam lại đến từ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Theo đó, khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) xuất siêu 34,6 tỷ USD; trong khi khu vực kinh tế trong nước nhập siêu 15,5 tỷ USD.

Nhiều ngành hàng chủ lực xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu dưới dạng gia công như dệt may, da giày,... Hơn nữa, các mặt hàng chủ lực của Việt Nam về công nghiệp chế biến chế tạo phụ thuộc rất lớn vào nguồn cung cấp nguyên phụ liệu, linh kiện đầu vào nhập khẩu từ nước ngoài như điện tử, dệt may, da giày túi xách, sản xuất lắp ráp ô tô,... Vì vậy, khi dịch bệnh Covid – 19 xảy ra sẽ gây ra nhiều khó khăn trong sản xuất kinh doanh. Một số mặt hàng chủ lực khác xuất khẩu dưới dạng thô đặc biệt là nông sản, thủy sản nên chưa tăng được nhiều giá trị.

Nhiều doanh nghiệp xuất khẩu xuất thân từ doanh nghiệp nhỏ, nguồn lực hạn chế, thiếu kinh nghiệm quản lý, thiếu tầm nhìn và chiến lược cạnh tranh khi tham gia thị trường quốc tế và phát triển chuỗi cung ứng toàn cầu.

Nông sản xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu tập trung vào thị trường Trung Quốc, Nga,... nên rủi ro rất cao khi các thị trường này có biến động. Đại dịch Covid - 19 đã minh chứng điều đó, khi nông sản Việt Nam bị ứ đọng số lượng lớn khi đóng cửa biên giới. Ngoài ra, một số nông sản của Việt Nam không vượt qua được những hàng rào kỹ thuật về dư lượng hóa chất, an toàn thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ. Một số nông sản có tỷ lệ trả lại hàng cao như chè, rau quả tươi do vượt ngưỡng tồn dư thuốc bảo vệ thực vật. Cơ sở vật chất phục vụ chiếu xạ, xử lý hơi nước nóng còn hạn chế.

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vẫn chú trọng thành tích đạt kim ngạch xuất khẩu về số lượng, mà chưa chú ý nhiều tới chất lượng. Kim ngạch xuất khẩu đối với các mặt hàng gia công, lắp ráp và khai thác tài nguyên vẫn chiếm tỷ trọng lớn, trong khi đó tỷ trọng các mặt hàng chế biến sâu, chế tác và các mặt hàng do công nghiệp hỗ trợ tạo ra còn thấp. Xuất khẩu của Việt Nam phụ thuộc nhiều vào khai thác tài nguyên khoáng sản trong nước cũng như phụ thuộc nhiều vào nguyên nhiên vật liệu.

Số lượng vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam tăng lên. Tính đến hết tháng 9 năm 2020, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã bị điều tra gần 200 vụ việc về thương mại với kim ngạch bị ảnh hưởng lên tới 12 tỷ USD. Các mặt hàng bị điều tra phòng vệ thương mại là những mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế sản xuất như kim loại, sợi, thủy sản, gỗ dán, vật liệu xây dựng, hóa chất,... Các thị trường thường áp dụng điều tra phòng vệ hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam là Canada, Úc, Liên minh châu Âu, Mỹ, Ấn độ, Thổ Nhĩ Kỳ, các nước ASEAN,... chiếm trên 80% vụ việc.

Tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam cũng bị ảnh hưởng bởi năng lực hạn chế trong quản lý và phát triển chuỗi cung ứng. Do hoạt động quản lý chưa chặt chẽ nên hàng hóa Việt Nam xuất khẩu đi chịu sự kiểm soát chặt và tỷ lệ vướng vào các vụ phòng vệ thương mại cao. Do hạn chế về phát triển chuỗi cung ứng nên khả năng thâm nhập thị trường chưa tốt. Hơn nữa, chi phí vận chuyển nội địa đối với hàng hóa xuất khẩu cao khiến giá thành hàng hóa gia tăng, ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh về giá trên thị trường quốc tế. Thực tế cho thấy, do thiếu container mà xuất khẩu nông sản giảm đi một nửa trong năm 2020 và cước phí vận chuyển tăng từ 3 đến 4 lần. "Giá thuê container đi EU đã tăng gấp 4 lần so với cách đây 3 tháng, từ 1.000 USD lên 4.900 USD/container tại cảng Hamburg của Đức, nên một số DN xuất khẩu của VN đã hủy đơn hàng, chấp nhận bị phạt hợp đồng", vào thời điểm tháng 12/2020 so với tháng 10/2020, chi phí vận chuyển vào thị trường Nhật tăng gần 13%, thị trường Mỹ tăng 17 - 23%. Riêng vào châu Âu tăng khủng khiếp nhất, khoảng 217% (Công Trí, năm 2019).

Việt Nam thiếu cơ quan tìm hiểu thông tin thị trường ở nước ngoài và có những hạn chế nhất định trong việc kết nối doanh nghiệp Việt Nam với doanh nghiệp nước ngoài. Mặc dù việc hội nhập của Việt Nam với bên ngoài phát triển khá mạnh, song "hội nhập bên trong" còn yếu, khoảng 68% doanh nghiệp và người dân không nắm được các thông tin về đàm phán và cam kết hội nhập, việc điều chỉnh, bổ sung hệ thống luật pháp, các quy định, chính sách về quản lý hoạt động kinh tế cũng như đổi mới và tái cơ cấu kinh tế của đất nước diễn ra chậm, chưa đáp ứng yêu cầu hội nhập.

2.3. Những thách thức đối với hoạt động xuất nhập khẩu

Đại dịch Covid - 19 tác động mạnh mẽ lên nền kinh tế toàn cầu khiến cho hình thái và dòng lưu chuyển mới trên thế giới về thương mại, đầu tư, chuỗi cung ứng thay đổi. Dịch bệnh vẫn diễn biến phức tạp tại nhiều quốc gia trên thế giới và luôn tiềm ẩn nhiều nguy cơ,

rủi ro lớn về thị trường tiêu thụ, về quá trình vận chuyển, lưu thông hàng hóa dịch vụ xuất nhập khẩu,...

Chế độ quản lý hàng hóa về tiêu chuẩn, nguồn gốc xuất xứ, chỉ dẫn địa lý, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn,... ngày càng nghiêm ngặt ở nhiều quốc gia, trong đó có những thị trường chủ lực cho hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam như Trung Quốc, Mỹ, Nga,... Với xu thế hội nhập quốc tế sâu hiện nay, các hàng rào thuế quan dần dần bị xóa bỏ nhưng thay vào đó các hàng rào phi thuế quan được dựng lên. Các quy định về tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật công nghệ, tiêu chuẩn về môi trường và một số biện pháp phòng vệ thương mại khác cũng được áp dụng. Vì vậy, hàng hóa Việt Nam muốn tăng cường xuất khẩu và chiếm lĩnh thị phần quốc tế thì phải cải tiến và đáp ứng được các yêu cầu này.

Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam hiện nay còn bị phía nước nhập khẩu nghi ngờ do khâu kiểm soát hàng chưa chặt chẽ. Không chỉ nghi ngờ về chất lượng, mà còn nghi ngờ về nguồn gốc xuất xứ do có thể không phải hàng được sản xuất tại Việt Nam mà là hàng của nước khác đội lốt hàng Việt Nam để hưởng các ưu đãi các nước dành cho Việt Nam. Các mặt hàng thường bị nghi ngờ như: vật liệu xây dựng, gỗ, thép,...

Biến đổi khí hậu, bất ổn chính trị ở các quốc gia cũng là thách thức lớn đối với hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam, đòi hỏi trong quá trình phát triển các doanh nghiệp và quốc gia cần có một tư duy mới và tính toán dự phòng những rủi ro do biến đổi khí hậu, thời tiết cực đoan, bất ổn chính trị, khủng bố, dịch bệnh,... gây ra.

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) có hiệu lực từ ngày 1/8/2020 tới dù được đánh giá mở ra nhiều cơ hội cho xuất khẩu hàng hóa, song cũng tạo ra những sức ép cạnh tranh lớn tại thị trường nội địa Việt Nam bởi lộ trình giảm thuế được triển khai, nhiều sản phẩm với tiêu chuẩn EU sẽ có cơ hội vào Việt Nam với mức giá cạnh tranh hơn so với hiện nay.

3. Giải pháp phát triển hoạt động xuất nhập khẩu Việt Nam trong bối cảnh mới

3.1. Về phía nhà nước

Một là, hoàn thiện cơ chế chính sách, luật liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu cũng như các chính sách liên quan đến sản xuất kinh doanh hàng hóa. Các chính sách không những hoàn thiện theo hướng khuyến khích xuất khẩu hàng hóa dịch vụ mà còn cần thiết hoàn thiện chính sách thương mại, xuất nhập khẩu theo hướng nhất quán với chính sách đầu tư nhằm tạo ra nền tảng thể chế và luật pháp thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu, khuyến khích tăng cường xuất khẩu và giảm dần nhập khẩu hàng hóa dịch vụ, nguyên nhiên vật liệu mà trong nước có thể sản xuất được. Ngoài ra, nhà nước cần hoàn thiện chính sách phát triển các ngành sản xuất và công nghiệp phụ trợ để tăng cường tự chủ sản xuất trong nước, giảm giá thành sản phẩm và tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

Hai là, tiếp tục đẩy mạnh cải thiện môi trường đầu tư, môi trường kinh doanh. Trong đó, cần chú trọng phát triển cơ sở hạ tầng và hệ thống logistics nhằm tạo ra một sự hỗ trợ có tính chất dài hạn đối với sản xuất nói chung và xuất nhập khẩu nói riêng, để các doanh nghiệp có những điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất kinh doanh, hạ giá thành sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Theo đó, nhà nước cần: (1) Hoàn thiện cơ sở hạ tầng cứng và hạ tầng “mềm” để tạo thuận lợi cho doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia tốt hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Tăng cường phối hợp giữa các cơ quan liên quan để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đa dạng hóa phương thức vận tải trong xuất nhập khẩu hàng; (2) Tạo ra cơ chế khuyến khích doanh nghiệp sản xuất áp dụng công nghệ sản xuất tiên tiến hiện đại nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm Việt Nam, tạo dựng cơ chế

giúp doanh nghiệp dễ dàng vay vốn và ứng dụng khoa học công nghệ mới; (3) Khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh theo chuỗi, phát triển hoạt động chế biến sâu sản phẩm để tăng giá trị hàng hóa. Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận đất đai phát triển sản xuất và mở rộng quy mô.

Ba là, tăng cường quản lý các khâu trong hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam nhằm chấn chỉnh các khâu quản lý, kiểm tra sản xuất trong nước, định hướng doanh nghiệp tuân thủ các quy trình sản xuất đảm bảo tiêu chuẩn của các đối tác và thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Tác động mạnh tới khâu bảo đảm chất lượng hàng hóa xuất khẩu, để đảm bảo hàng hóa đáp ứng được các yêu cầu ngày càng cao của các thị trường nhập khẩu, nâng cao uy tín và thương hiệu xuất khẩu quốc gia, hạn chế các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam. Nhà nước cần tăng cường công tác quản lý hoạt động của các doanh nghiệp xuất khẩu để đảm bảo hàng hóa xuất khẩu tuân thủ các tiêu chuẩn và yêu cầu của thị trường hiện tại. Các cơ quan chức năng liên quan cần kiểm soát chặt chẽ chất lượng hàng hóa dịch vụ, cần tăng cường năng lực kiểm tra kiểm nghiệm để có thể phát hiện sớm những doanh nghiệp không đáp ứng được các yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng, xây dựng các chế tài phù hợp với pháp luật để ngăn chặn những doanh nghiệp này tham gia vào hoạt động xuất khẩu. Đặc biệt chú ý quản lý những mặt hàng có nguy cơ vi phạm cao.

Bốn là, tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin thị trường trong quá trình thâm nhập và mở rộng thị trường xuất nhập khẩu, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và bảo vệ thương hiệu, sở hữu trí tuệ, trực tiếp đàm phán và ký hợp đồng. Tạo điều kiện để doanh nghiệp có những cơ hội tiếp xúc, hợp tác kinh doanh với các đối tác nước ngoài. Bên cạnh đó, doanh nghiệp có những thông tin chính thống để căn cứ vào đó xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh, hạn chế những rủi ro trong quá trình thâm nhập và mở rộng thị trường. Theo đó, chính phủ cần: (i) Lựa chọn và thực hiện các phương pháp và cách thức hỗ trợ doanh nghiệp hữu hiệu trong xúc tiến thương mại. Chú trọng hỗ trợ cho các doanh nghiệp đầu tàu có kế hoạch dài hơi thâm nhập vào thị trường mới nhiều hơn là tỷ lệ đi tiếp xúc thương mại theo đoàn; (ii) Cân nhắc xây dựng, huy động các tham tán thương mại kết nối với các tổ chức chuyên nghiên cứu thị trường ở các nước xuất khẩu để tìm hiểu thông tin, sau đó cung cấp các thông tin về các cơ hội hợp tác kinh doanh, thông tin thị trường xuất nhập khẩu cho các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp tham gia vào hệ thống để nhận thông tin thị trường, đóng phí sử dụng thông tin nhằm duy trì hoạt động của hệ thống và giảm bớt gánh nặng cho ngân sách nhà nước. Ngoài ra, chính phủ nên kết hợp với các thương vụ và tận dụng các kênh ngoại giao để mở rộng, tìm kiếm và đa dạng hóa nguồn cung ứng linh phụ kiện nhập khẩu phục vụ sản xuất và hướng tới tăng dần tỷ lệ nội địa hóa trong cấu thành sản phẩm đặc biệt là các ngành mà Việt Nam có nguồn nguyên liệu thay thế.

3.2. Phía doanh nghiệp xuất nhập khẩu

Một là, các doanh nghiệp cần tìm hiểu và nghiên cứu kỹ thị trường xuất nhập khẩu, có sự chuẩn bị chu đáo và kỹ lưỡng khi tham gia các thị trường ngoại thương nhằm đảm bảo hoạt động xuất nhập khẩu thông suốt, hạn chế rủi ro dẫn đến kết quả không tốt trong hoạt động xuất nhập khẩu, nâng cao lợi nhuận sản xuất kinh doanh. Các doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ các thị trường và hiểu rõ các rào cản gia nhập đối với từng hàng hóa dịch vụ trên từng thị trường để chuẩn bị các điều kiện cần thiết về sản phẩm, các minh chứng, giấy tờ pháp lý cho phù hợp, hạn chế những xung đột và rủi ro phát sinh. Không ngừng tìm hiểu và thực hiện

tốt các quy định, tiêu chuẩn, các rào cản kỹ thuật của từng thị trường xuất khẩu. Các doanh nghiệp phải nghiên cứu kỹ đặc điểm thị trường xuất khẩu, nhập khẩu từng nước để có các chiến lược tiếp cận cho phù hợp.

Hai là, các doanh nghiệp cần chú trọng tăng cường chất lượng và giá trị hàng hóa dịch vụ xuất nhập khẩu bên cạnh phát triển về số lượng và doanh số để phát triển thương hiệu sản phẩm, nâng cao uy tín xuất nhập khẩu của doanh nghiệp. Các ngành kinh tế trong nước cần có sự phối hợp để tạo ra nguồn hàng xuất khẩu có chất lượng cao, đáp ứng đúng nhu cầu của thị trường, gia tăng giá trị hàng hóa. Kiểm soát chặt chẽ các khâu trong quá trình xuất nhập khẩu tránh trà trộn hàng kém chất lượng dẫn đến ảnh hưởng tới uy tín thương hiệu của doanh nghiệp. Riêng trong lĩnh vực nông nghiệp, sản xuất nông sản xuất khẩu, các doanh nghiệp cần hoàn thiện tổ chức lại sản xuất, phát triển theo chuỗi giá trị hướng về xuất khẩu. Tận dụng các ưu đãi và chính sách hỗ trợ xúc tiến theo các chương trình của chính phủ như OCOP,... đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, sản xuất sạch,... Áp dụng các tiêu chuẩn sản xuất phù hợp với các tiêu chuẩn xuất khẩu như tiêu chuẩn về kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn môi trường,...

Ba là, tăng cường ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ, công nghệ thông tin trong sản xuất và kinh doanh hàng hóa dịch vụ xuất nhập khẩu. Khoa học công nghệ sẽ giúp doanh nghiệp cải thiện chất lượng, mẫu mã sản phẩm, tiết kiệm chi phí, tăng sức cạnh tranh trên thị trường, tận dụng những lợi ích mà khoa học công nghệ mang lại để đẩy nhanh tốc độ phát triển của doanh nghiệp cũng như thích ứng với nền kinh tế số, giảm những rủi ro về dịch bệnh, thời tiết, thị trường hiện nay. Nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ, công nghệ thông tin trong quá trình sản xuất hàng hóa dịch vụ, trong quá trình quản lý, kinh doanh phát triển chuỗi, trong mọi hoạt động của doanh nghiệp. Lựa chọn ứng dụng khoa học công nghệ phù hợp với yêu cầu sản xuất sản phẩm và tình hình thực tế. Thêm vào đó, trong bối cảnh nhiều biến động về kinh tế, chính trị và ảnh hưởng từ dịch bệnh, khoa học công nghệ và công nghệ thông tin là giải pháp tối ưu giúp cho nhiều doanh nghiệp duy trì hoạt động và phát triển kinh doanh chiếm lĩnh thị phần. Thực tế cho thấy những doanh nghiệp có sự sẵn sàng cao trong chuyển đổi và thích ứng với công nghệ số sẽ có những ưu thế vượt trội trong phát triển hoạt động kinh doanh, và có tốc độ tăng trưởng nhanh hơn các doanh nghiệp cùng ngành khác không hoặc ít ứng dụng công nghệ. Để tận dụng những tiện ích từ sự phát triển công nghệ trong hoạt động xuất nhập khẩu. Các doanh nghiệp cần chuẩn bị nguồn lực đầu tư về cả vốn, trang thiết bị và nhân lực để vận hành những công nghệ này.

Bốn là, nâng cao trình độ chuyên môn tay nghề, khả năng ứng dụng khoa học công nghệ và công nghệ thông tin cho người lao động nhằm tạo ra một đội ngũ lao động đáp ứng đầy đủ yêu cầu cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong bối cảnh khoa học công nghệ phát triển mạnh và mức độ cạnh tranh trên thị trường thế giới ngày càng cao, giúp cho doanh nghiệp thích ứng tốt hơn với những biến động rủi ro từ dịch bệnh và bất ổn khác. Khuyến khích người lao động học tập nâng cao trình độ chuyên môn tay nghề, năng lực sử dụng ngoại ngữ và tin học trong hoạt động xuất nhập khẩu. Đối với doanh nghiệp sản xuất cần bồi dưỡng những hiểu biết về khoa học kỹ thuật, yêu cầu chất lượng sản phẩm, các quy định và yêu cầu của hàng hóa xuất khẩu... cho người lao động. Nếu doanh nghiệp có được đội ngũ lao động tốt, không những doanh nghiệp có thể phát triển nhanh mà còn có thể tìm thấy những cơ hội tiềm ẩn ngay trong những bối cảnh khó khăn chung của nền kinh tế.

Năm là, các doanh nghiệp tăng cường các mối liên kết trong sản xuất kinh doanh để tạo ra sự ổn định nguồn hàng hóa xuất nhập khẩu, tăng khả năng tiếp cận và mở rộng thị trường, tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Các doanh nghiệp cần tăng cường các mối liên kết giữa khâu sản xuất - vận chuyển – khâu chế biến – tiêu thụ, giữa doanh nghiệp sản xuất cung ứng nguyên phụ liệu với doanh nghiệp sản xuất sản phẩm cuối cùng,... giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài. Các doanh nghiệp cần nghiên cứu lựa chọn phát triển các kênh phân phối cho phù hợp với đặc thù thị trường, đặc thù hàng hóa và đặc thù tình hình thực tế về dịch bệnh hiện nay.

4. Kết luận

Xuất nhập khẩu Việt Nam trong thời kỳ 2016 - 2020 đã đạt những thành công đáng kể khi giữ được mức tăng trưởng dương trong suốt thời kỳ, đặc biệt là năm 2020. Tuy nhiên, bên cạnh những thành công xuất nhập khẩu Việt Nam cũng còn một số hạn chế nhất định về chất lượng hàng hóa xuất nhập khẩu, sức cạnh tranh, về khả năng ứng dụng khoa học công nghệ, khả năng tiếp cận và mở rộng thị trường,... Để phát triển xuất nhập khẩu Việt Nam trong những năm tới cần có sự phối hợp đồng bộ của nhà nước và doanh nghiệp trong việc ban hành thực hiện những chính sách, biện pháp nâng cao chất lượng hàng hóa xuất nhập khẩu, nâng cao uy tín thương hiệu doanh nghiệp và uy tín xuất nhập khẩu quốc gia trên thị trường quốc tế.

Tài liệu tham khảo

Bửu Đẩu, Trần Mạnh, Khắc Tâm, Công Trung. (2021). Xuất khẩu nông sản Việt Nam giảm hơn một nửa vì thiếu Container. Truy xuất từ <https://tuoitre.vn/chuyen-kho-tin-xuat-khau-nong-san-viet-giam-hon-mot-nua-vi-thieu-container.htm>, ngày 25/3/2021.

Công Trí. (2019). Vị thế mới của ngoại thương Việt Nam. Truy xuất từ <http://baochinhphu.vn/kinh-te/vi-the-moi-cua-ngoai-thuong-viet-nam/.vgp>, ngày 25/3/2021.

Đỗ Đức Bình, Nguyễn Thường Lạng. (2014). Giáo trình Kinh tế quốc tế. Nxb Lao Động xã hội. Hà Nội.

Hà Anh. (2021). Bức tranh ngoại thương nhiều màu sắc. Truy xuất từ <http://nhandan.com.vn/nhan-dinh/buc-tranh-ngoai-thuong-nhieu-mau-sang/>, ngày 25/3/2021.

Ngô Cường. (2021). Năm năm thần tốc của xuất nhập khẩu Việt Nam. Truy xuất từ <https://laodong.vn/kinh-te/5-nam-than-toc-cua-xuat-nhap-khau-viet-nam-872667.lido>, ngày 21/3/2021.

Nguyễn Quang Huy. (2021). Năm 2021, xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam sẽ bứt phá?. Truy xuất từ <https://tapchitaichinh.vn/su-kien-noi-bat/nam-2021-xuat-nhap-khau-hang-hoa-viet-nam%C2%A0se-but-pha-331918.html>, ngày 24/3/2021.

Nguyễn Quỳnh. (2021). *Xuất nhập khẩu Việt Nam 2020 ấn tượng qua một năm vượt khó*. Truy xuất từ <https://vov.vn/kinh-te/xuat-nhap-khau-viet-nam-2020-an-tuong-qua-1-nam-vuot-kho-827921.vov>, ngày 23/3/2021.

Tổng cục Thống kê. (2020). Báo cáo tình hình kinh tế xã hội quý IV và năm 2020. Truy xuất từ <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2020/12/baocao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2020>, ngày 22/3/2021.

Tổng cục Thống kê. (2020). *Niên giám thống kê Việt Nam năm 2019*. Nxb Thống kê. Hà Nội.