

NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM 40 NĂM ĐỔI MỚI

Phùng Thị Vân Kiều - Nguyễn Thị Thanh Mai - Tô Việt Anh¹

Qua 40 năm thực hiện công cuộc đổi mới (1986 - 2025) do Đảng Cộng sản Việt Nam khởi xướng và lãnh đạo, Việt Nam đã có những biến đổi sâu sắc trên nhiều lĩnh vực, trong đó thương mại được coi là một trong những ngành đi đầu trong sự nghiệp đổi mới của nước ta. Những thành tựu đạt được của thương mại Việt Nam nói chung, ngoại thương nói riêng góp phần ổn định, phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Với việc mở cửa nền kinh tế và hội nhập quốc tế, ngoại thương Việt Nam không ngừng được mở rộng và phát triển, quy mô và kim ngạch xuất nhập khẩu gia tăng, cơ cấu hàng hóa và thị trường xuất khẩu được chuyển dịch theo hướng tích cực... Bên cạnh những kết quả đạt được, ngoại thương Việt Nam còn một số hạn chế như xuất khẩu hàng hóa chưa thật bền vững, hiệu quả xuất khẩu chưa cao... Do vậy, bài viết đi sâu phân tích thực trạng ngoại thương Việt Nam 40 năm đổi mới và đề xuất giải pháp phát triển ngoại thương Việt Nam đến năm 2035.

Từ khóa: Giải pháp; Ngoại thương; Thực trạng; Việt Nam; 40 năm đổi mới.

1. Thực trạng ngoại thương Việt Nam 40 năm đổi mới

Việt Nam thực hiện chính sách “đổi mới” và mở cửa nền kinh tế từ năm 1986, hội nhập kinh tế quốc tế (HNKTQT) từ năm 1995. Tính đến nay, Việt Nam có quan hệ thương mại song phương với 230 quốc gia và vùng lãnh thổ, ký kết trên 90 hiệp định thương mại song phương (ký với Hoa Kỳ năm 2000), gần 60 hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư, 54 hiệp định chống đánh thuế hai lần. Về các quan hệ đa phương toàn cầu và khu vực, Việt Nam đã gia nhập Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) năm 1995, tham gia Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (AFTA) năm 1996, là thành viên sáng lập Diễn đàn Hợp tác Á - Âu (ASEM) năm 1996, gia nhập Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC) năm 1998, gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) năm 2007, tham gia đàm phán ký kết 19 hiệp định thương mại tự do (FTA) khu vực và song phương (17 FTA đã ký kết và đang triển khai) và trở thành thành viên của Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) năm 2015. Việc mở cửa nền kinh tế và đẩy mạnh HNKTQT của Việt Nam tạo động lực phát triển hoạt động ngoại thương. Ngoại thương Việt Nam thời kỳ 1986 - 2025 phát triển mạnh, đạt được nhiều thành tựu (quy mô xuất nhập khẩu hàng hóa không ngừng mở rộng, kim ngạch tăng trưởng cao...) và đóng góp tích cực cho phát triển nền kinh tế.

Quản lý nhà nước về ngoại thương có những bước tiến quan trọng, từng bước hình thành hệ thống pháp luật phù hợp với cơ chế mới, tạo điều kiện cho sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu phát triển. Có thể nói, thành công của hoạt động ngoại thương trong 40 năm đổi mới có sự đóng góp rất lớn của cơ chế, chính sách quản lý và phát triển ngoại thương, trong đó đáng chú ý là sự ra đời các luật như: Luật Thương mại, Luật Hải quan, Luật Doanh nghiệp, Luật Thuế xuất

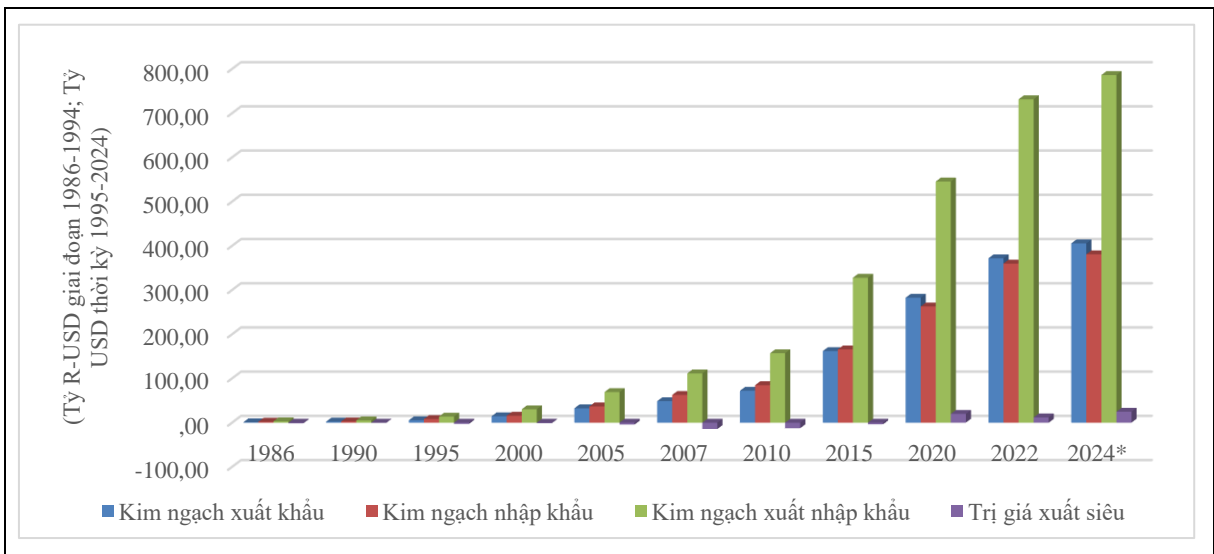
¹ Ths. Phùng Thị Vân Kiều, Phó Trưởng phòng Nghiên cứu chiến lược, chính sách thương mại; CN. Nguyễn Thị Thanh Mai và CN. Tô Việt Anh, Phòng Nghiên cứu chiến lược, chính sách thương mại - Viện Nghiên cứu chiến lược, chính sách Công Thương.

nhập khẩu, Luật Quản lý ngoại thương... và các văn bản hướng dẫn thi hành Luật tạo hành lang pháp lý cho hoạt động ngoại thương phát triển.

1.1. Thành tựu đạt được

Ngoại thương Việt Nam 40 năm đổi mới (1986 - 2025) đã đạt được những thành tựu sau:

Thứ nhất, hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa được mở rộng và duy trì ở mức tăng trưởng cao trong nhiều năm, tạo thế cho ngoại thương Việt Nam phát triển theo chiều sâu. Quy mô và kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa không ngừng gia tăng, đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế. Quy mô xuất nhập khẩu hàng hóa tăng 267,07 lần, kim ngạch xuất nhập khẩu năm 1986 mới đạt 2,9 tỷ R-USD, đến năm 2024 tăng lên 786,3 tỷ USD (Hình 1). Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa bình quân 15,82%/năm thời kỳ 1986 - 2024, trong đó kim ngạch xuất khẩu tăng 17,72%/năm, kim ngạch nhập khẩu tăng 14,62%/năm.



Hình 1. Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam thời kỳ 1986 - 2024

Nguồn: Số liệu của Tổng cục Thống kê; * Sơ bộ

Công cuộc đổi mới đã tạo điều kiện và cơ sở pháp lý thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của cả nước. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất nhập khẩu bình quân là 15,82%/năm thời kỳ 1986 - 2024, đã đưa Việt Nam trở thành quốc gia có tốc độ tăng trưởng xuất nhập khẩu cao hàng đầu thế giới. Năm 1986, kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa mới chỉ đạt 0,8 tỷ R-USD, sau gần 40 năm đổi mới, năm 2024 đạt 786,3 tỷ USD, tăng 267,07 lần. Sau một thời gian dài nhập siêu (giai đoạn 1986-1991, giai đoạn 1993-2011 và năm 2015), Việt Nam đã có xuất siêu, mức xuất siêu ngày càng lớn. Năm 2012 Việt Nam xuất siêu 0,7 tỷ USD, đến năm 2023 tăng lên 28,4 tỷ USD, năm 2024 đạt 24,8 tỷ USD. Cán cân thương mại ghi nhận năm thứ 9 liên tiếp xuất siêu ở mức cao, giúp nâng cao dự trữ ngoại hối, ổn định tỷ giá và các chỉ số kinh tế vĩ mô.

Xuất nhập khẩu hàng hóa đã trở thành một trong những động lực chính của tăng trưởng kinh tế (theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 1991 xuất nhập khẩu hàng hóa mới chỉ chiếm 26,2% GDP, đến năm 2023 tăng lên 81,8% GDP), góp phần tạo việc làm và thu nhập cho hàng triệu lao động, nâng cao đời sống của người dân, xóa đói, giảm nghèo.

Thứ hai, cơ cấu hàng hóa xuất, nhập khẩu đã có những chuyển biến cơ bản, tạo ra nhiều triển vọng mới cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu chuyển dịch theo hướng tích cực, giảm hàm lượng xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp, tạo điều kiện cho hàng hóa Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu. Nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo chiếm tỷ trọng chủ yếu trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trong những năm qua, tỷ trọng nhóm hàng này tăng từ 41,16% năm 2007 lên 85,06% năm 2024, tỷ trọng nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản và nông lâm thủy sản giảm từ 19,54% và 20,43% năm 2007 xuống còn 1,00% và 9,61% năm 2024.

Xuất khẩu hàng hóa được mở rộng về quy mô và số lượng mặt hàng. Hàng hóa xuất khẩu đa dạng và phong phú. Chất lượng hàng hóa xuất khẩu được nâng lên đáng kể, một số mặt hàng có sức cạnh tranh trên thị trường thế giới (gạo, thủy sản, dệt may, da giày...). Phát triển thêm mặt hàng xuất khẩu chủ lực và tạo vị thế cao trong xuất khẩu các mặt hàng chủ lực. Năm 1986 cả nước chưa có mặt hàng nào có kim ngạch xuất khẩu đạt 200 triệu USD. Năm 1999, chỉ có 4 mặt hàng xuất khẩu chủ lực đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD là gạo, dầu thô, hàng dệt may và giấy dếp, 4 mặt hàng này đạt kim ngạch 6,3 tỷ USD, chiếm 54,3% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa. Đến năm 2024 đã có 37 mặt hàng xuất khẩu đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD, chiếm 94,32% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Hàng hóa nhập khẩu ngày càng đa dạng phong phú, đáp ứng nhu cầu máy móc thiết bị, nguyên vật liệu thiết yếu đầu vào của các ngành sản xuất. Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu chuyển dịch theo hướng tích cực: Tăng tỷ trọng máy móc thiết bị, giảm tỷ trọng hàng tiêu dùng. Cụ thể, năm 1995 tỷ trọng của máy móc thiết bị chiếm 25,71% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam, đến năm 2023 tăng lên 43,11%, còn tỷ trọng nhóm hàng tiêu dùng giảm từ 15,18% năm 1995 xuống còn 11,09% năm 2023. Tỷ trọng nhập khẩu máy móc, thiết bị, công nghệ có xu hướng gia tăng trong thời kỳ HNKQT đã và đang tạo thuận lợi cho Việt Nam tiếp cận công nghệ, thiết bị tiên tiến, cải thiện trình độ công nghệ nhằm nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu, góp phần thúc đẩy và nâng cao hiệu quả của hoạt động xuất khẩu hàng hóa.

Thứ ba, thị trường xuất nhập khẩu ngày càng được mở rộng và đa dạng, cơ cấu thị trường xuất khẩu chuyển dịch theo hướng tích cực

Thị trường xuất nhập khẩu được mở rộng theo hướng đa dạng hóa và đa phương hóa các quan hệ kinh tế. Quan hệ thương mại mở rộng tới các châu lục, các khối kinh tế khu vực và quốc tế. Sự chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu, thị trường nhập khẩu bảo đảm được yêu cầu xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa là một trong những thành tựu lớn trong thời kỳ hội nhập.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu chuyển dịch theo hướng tích cực: Giảm dần tỷ trọng thị trường châu Á, tăng tỷ trọng thị trường châu Mỹ. Năm 1995, thị trường châu Á chiếm tỷ trọng rất cao 71,25%, thị trường châu Mỹ chiếm 3,47% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa, đến năm 2024 tỷ trọng thị trường châu Á giảm xuống còn 46,07%, tỷ trọng thị trường châu Mỹ tăng lên 33,90%.

Thứ tư, tận dụng được các cơ hội do hội nhập kinh tế quốc tế mang lại để phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa

Các FTA sau khi ký kết, triển khai đã hỗ trợ cho phát triển mặt hàng và thị trường xuất nhập khẩu, đóng góp vào tăng trưởng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa. Việt Nam khai thác, tận dụng tốt các cơ hội từ HNKTQT để phát triển thị trường xuất nhập khẩu. Việc ký kết 19 FTA (thực thi 17 FTA), hàng hóa xuất khẩu được hưởng ưu đãi từ 53 quốc gia (bao gồm hầu hết các đối tác thương mại lớn của Việt Nam). Hoạt động xuất nhập khẩu đã cơ bản tận dụng, khai thác có hiệu quả các cam kết mở cửa thị trường từ các FTA, tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam với hầu hết các thị trường đã ký FTA. Tổng kim ngạch xuất khẩu sử dụng các loại C/O ưu đãi theo FTA trung bình đạt 35 - 40% kim ngạch xuất khẩu sang thị trường các đối tác FTA. Hàng hóa xuất khẩu Việt Nam đang dần nâng cao mức tận dụng ưu đãi thuế quan tại các thị trường có FTA. Kim ngạch sử dụng các loại C/O ưu đãi tăng từ 2,3 tỷ USD (chiếm 8,31% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang các thị trường ký FTA) năm 2008 lên tới 86,1 tỷ USD (37,35%) năm 2023.

Thứ năm, ngoại thương Việt Nam có vị thế cao trên thế giới

Năm 1986, Việt Nam mở cửa nền kinh tế, kim ngạch xuất khẩu mới chỉ đạt 0,8 tỷ R-USD, kim ngạch nhập khẩu đạt 2,2 tỷ R-USD, chiếm tỷ trọng vô cùng nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu của thế giới. Đến năm 2023, Việt Nam đã vươn lên trở thành nước xuất khẩu lớn thứ 23 thế giới, đạt kim ngạch 353,1 tỷ USD, chiếm 1,49% tổng kim ngạch xuất khẩu của thế giới. Việt Nam cũng trở thành nước nhập khẩu lớn thứ 22 thế giới, đạt kim ngạch 325,4 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 1,36% tổng kim ngạch nhập khẩu của thế giới năm 2023 (theo số liệu của ITC, trapmap download ngày 12/03/2025, <https://www.trademap.org/>).

Sau 40 năm đổi mới, Việt Nam đã đạt được vị thế cao trong thương mại thế giới, thuộc top 25 nước có quy mô thương mại hàng đầu thế giới, ý kiến của Việt Nam có trọng lượng cao hơn trong đàm phán thương mại và giải quyết tranh chấp quốc tế. Việt Nam có vị thế và uy tín ngày càng cao trong các tổ chức khu vực, thế giới như ASEAN, ASEM, APEC, WTO... Việt Nam ngày càng thể hiện vai trò quan trọng trong các chuỗi giá trị toàn cầu và đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa với nhiều quốc gia trên thế giới.

1.2. Tồn tại, hạn chế và nguyên nhân

Bên cạnh những thành tựu đạt được, ngoại thương Việt Nam 40 năm đổi mới còn những tồn tại, hạn chế sau:

Thứ nhất, xuất khẩu hàng hóa chưa thật sự bền vững

Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa chưa ổn định trong thời kỳ 1986 - 2024, tiềm ẩn nhiều rủi ro có thể ảnh hưởng đến tăng trưởng xuất khẩu ổn định. Những rủi ro đó có thể đến từ sự mất cân đối về cơ cấu hàng hóa xuất khẩu, thị trường xuất khẩu và doanh nghiệp xuất khẩu.

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu còn tập trung chủ yếu vào một số mặt hàng chủ lực của ngành nông, lâm, thủy sản và công nghiệp gia công sử dụng nhiều lao động và tài nguyên. Năm 2024, Việt Nam có 8 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 10 tỷ USD (hàng thủy sản, gỗ và sản phẩm gỗ, hàng dệt may, giày dép, máy vi tính sản phẩm điện tử và linh kiện, điện thoại các loại và linh kiện, máy móc thiết bị dụng cụ phụ tùng khác, phương tiện vận tải và phụ tùng), chiếm 69,04% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước. Chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu chưa

hướng mạnh vào chế biến sâu, phát triển sản phẩm xuất khẩu có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, năng lực cạnh tranh và hàm lượng đổi mới sáng tạo trong sản phẩm chưa cao, tỷ trọng sản phẩm chế biến, chế tạo có giá trị gia tăng cao còn thấp vì nhóm hàng chế biến, chế tạo vẫn chủ yếu làm gia công, lắp ráp cho nước ngoài (hàng dệt may, da giày, điện tử, điện thoại). Tỷ lệ nhập khẩu nguyên phụ liệu lớn khiến hàng hóa xuất khẩu phụ thuộc vào thị trường cung cấp nước ngoài. Xuất khẩu dễ gặp bất lợi mỗi khi giá cả thế giới biến động tăng dẫn đến tăng giá thành sản phẩm, giảm khả năng cạnh tranh của hàng hóa.

Xuất khẩu hàng hóa phụ thuộc quá lớn vào các thị trường xuất khẩu chủ lực như Hoa Kỳ (chiếm 29,47% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2024), Trung Quốc (15,09%), Hàn Quốc (6,32%)..., khiến cho xuất khẩu dễ chịu rủi ro khi có những biến động bất ổn, ảnh hưởng đến ổn định kinh tế vĩ mô. Các thị trường lớn bị co lại do khủng hoảng kinh tế, trong khi các thị trường nhỏ mới mở rộng không đủ để cân bằng tác động.

Xuất khẩu hàng hóa vẫn phụ thuộc chủ yếu vào doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Xuất khẩu của doanh nghiệp FDI luôn dẫn đầu và đóng góp lớn trong kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong những năm qua. Tỷ trọng của doanh nghiệp FDI trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tăng nhanh trong thời kỳ 1995 - 2024, từ 27,03% năm 1995, tăng lên 70,60% năm 2015 và lên tới 71,32% năm 2024. Việc đóng góp lớn vào xuất khẩu của doanh nghiệp FDI ẩn chứa các nguy cơ tiêu cực đến phát triển kinh tế bền vững. Mặc dù xuất khẩu của doanh nghiệp FDI tăng nhưng các doanh nghiệp FDI chủ yếu tập trung vào các ngành gia công, tạo giá trị gia tăng thấp, khai thác tài nguyên quốc gia, tận dụng lao động giá rẻ. Các doanh nghiệp FDI cũng không đóng góp tích cực cho cải thiện tiến bộ khoa học - công nghệ (trên 80% doanh nghiệp FDI sử dụng công nghệ trung bình, 14% thấp và lạc hậu, chỉ có 5 - 6% sử dụng công nghệ cao). Các doanh nghiệp FDI có công nghệ cao thì ít tạo sự lan toả với các doanh nghiệp trong nước do khoảng cách công nghệ, sự thiếu hụt lực lượng lao động có trình độ cao. Nếu cấu trúc như hiện nay tiếp tục được duy trì, Việt Nam sẽ đối mặt với nguy cơ rơi vào bẫy giai đoạn cuối của chuỗi giá trị toàn cầu và nằm trong nhóm công nghệ sản xuất thấp.

Thứ hai, hiệu quả xuất khẩu chưa cao

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam không ngừng mở rộng về quy mô và gia tăng về kim ngạch (tăng từ 0,8 tỷ R-USD năm 1986 lên 405,5 tỷ USD năm 2024), nhưng hiệu quả thu được chưa cao. Việt Nam vẫn chủ yếu xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản thô và sơ chế, giá trị gia tăng thấp, gặp khó khăn trong tiếp cận những thị trường có yêu cầu về chất lượng và an toàn thực phẩm. Nhóm hàng chế biến, chế tạo vẫn chủ yếu làm gia công, lắp ráp cho nước ngoài (hàng dệt may, da giày, máy vi tính, điện tử, điện thoại...), giá trị gia tăng của sản phẩm thấp, chưa được cải thiện, sản phẩm xuất khẩu có hàm lượng công nghệ và chất xám cao còn hạn chế.

Thứ ba, 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

Thị trường nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam vẫn là châu Á (chiếm tỷ trọng 81,95% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2024), trong khi EU và Bắc Mỹ là những

thị trường “công nghệ nguồn” thì tỷ trọng nhập khẩu còn quá nhỏ (4,39% và 4,18%). Việt Nam lại xuất siêu sang những thị trường này, còn nhập siêu từ châu Á (nhập siêu từ Trung Quốc 82,8 tỷ USD, Hàn Quốc 30,3 tỷ USD năm 2024...). Sự phụ thuộc quá lớn vào một vài thị trường nhập khẩu không chỉ gây khó khăn trong đảm bảo an ninh kinh tế mà còn cản trở việc nhập khẩu công nghệ nguồn, hàng hóa có chất lượng cao.

Thứ tư, chưa tạo dựng được một số doanh nghiệp đầu đàn, có quy mô lớn, có tầm ảnh hưởng cao để dẫn dắt các doanh nghiệp khác trong lĩnh vực ngoại thương và mở rộng thị trường xuất khẩu

Việt Nam có một số doanh nghiệp xuất nhập khẩu nội địa lớn ở một số ngành hàng xuất khẩu chủ lực, tuy nhiên vẫn chưa đạt tới vị trí đầu đàn để có thể dẫn dắt các doanh nghiệp khác có tầm ảnh hưởng trong hoạt động xuất khẩu trên thị trường thế giới.

Nguyên nhân của những tồn tại, hạn chế

- Phát triển ngoại thương thời gian qua còn chú trọng vào tăng trưởng theo quy mô, nhất là các mục tiêu hàng năm, trong khi chưa chú trọng đúng mức đến sự phát triển bền vững trong trung và dài hạn và chất lượng tăng trưởng gắn với các vấn đề môi trường, xã hội. Phát triển xuất khẩu chưa quan tâm đúng mức tới yếu tố bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng và bảo vệ môi trường của sản phẩm hay quá trình sản xuất sản phẩm xuất khẩu. Nhiều sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam đứng trước rủi ro không được chấp nhận khi thâm nhập vào thị trường nước ngoài do chưa đáp ứng các quy định trong quá trình khai thác, đánh bắt, chế biến, sản xuất.

- Các nguồn lực cần thiết để phát triển ngoại thương còn thiếu hụt về mặt lượng và chưa đáp ứng yêu cầu về mặt chất, trong đó có nguồn lực tài chính, vật tư, kỹ thuật, khoa học - công nghệ, nguồn lực thông tin đến nguồn lực quan trọng nhất là chất lượng nguồn nhân lực.

- Quá trình tái sản xuất nông nghiệp, sản xuất công nghiệp mới thực hiện và có kết quả bước đầu. Việc tổ chức lại sản xuất nông nghiệp, phát triển vùng nguyên liệu vẫn còn thiếu đồng bộ, sản xuất một số mặt hàng nông, thủy sản còn manh mún, tự phát, chủ yếu sản xuất theo quy mô hộ gia đình. Công nghiệp hỗ trợ chưa phát triển, sản phẩm công nghiệp hỗ trợ trong nước còn đơn giản, hàm lượng công nghệ trung bình và thấp.

- Hạ tầng logistics còn bất cập, chi phí logistics cao: Hệ thống hạ tầng logistics của Việt Nam vẫn chưa đồng bộ và còn nhiều yếu tố gây tắc nghẽn, đặc biệt tại các cảng biển lớn. Điều này làm tăng chi phí vận chuyển hàng hóa xuất, nhập khẩu, giảm sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế. Thời gian giao hàng dài, các quy trình thủ tục hải quan, đặc biệt đối với hàng hóa xuất khẩu, vẫn còn phức tạp và mất thời gian, gây khó khăn cho các doanh nghiệp trong việc nhanh chóng đưa hàng hóa ra thị trường.

- Doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu của Việt Nam chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, năng lực nghiên cứu, dự báo thị trường, xúc tiến thương mại, marketing quốc tế còn hạn chế; thiếu doanh nghiệp đầu đàn, có quy mô lớn, có tầm ảnh hưởng cao để dẫn dắt các doanh nghiệp khác trong lĩnh vực ngoại thương phát triển.

- Các nước phát triển gia tăng áp dụng các biện pháp bảo hộ thương mại nhằm mục đích bảo vệ nền sản xuất trong nước và người tiêu dùng. Các biện pháp bảo hộ thương mại không vi

phạm cam kết được các quốc gia áp dụng ngày càng nhiều, đó là các hàng rào kỹ thuật trong thương mại (TBT), quy định vệ sinh và kiểm dịch động thực vật (SPS), các quy định và tiêu chuẩn chất lượng, môi trường, an toàn thực phẩm, các quy định về truy xuất nguồn gốc, quy tắc xuất xứ, quy định về trách nhiệm xã hội, tiêu chuẩn lao động và môi trường hết sức nghiêm ngặt và các biện pháp phòng vệ thương mại (chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ, chống lẩn tránh phòng vệ thương mại).

2. Một số giải pháp chủ yếu nhằm phát triển ngoại thương Việt Nam đến năm 2035

Giai đoạn đến năm 2035, kinh tế và thương mại toàn cầu có xu hướng phục hồi trong bối cảnh thế giới có những chuyển biến nhanh và khó lường, hợp tác và phát triển vẫn là xu thế lớn, nhưng cạnh tranh chiến lược, xung đột thương mại giữa các nền kinh tế lớn diễn biến phức tạp, xu hướng bảo hộ thương mại, phân tách chuỗi cung ứng gia tăng; xu hướng tăng cường HNKQT và thực thi các FTA thế hệ mới, trong đó tiến trình khu vực hóa ngày càng đóng vai trò quan trọng và sẽ dần thay thế tiến trình toàn cầu hóa; cách mạng công nghiệp lần thứ tư diễn ra mạnh mẽ, chuyển đổi cấu trúc của nền kinh tế thế giới, làm thay đổi cấu trúc sản xuất; xu hướng dịch chuyển nguồn cung về gần thị trường tiêu thụ để giảm thiểu các rủi ro gián đoạn nguồn hàng; xu hướng phát triển kinh tuần hoàn, kinh tế xanh, kinh tế số tiếp tục định hình lại các hình thức, loại hình đầu tư FDI toàn cầu; Việt Nam hội nhập ngày càng sâu vào kinh tế khu vực và thế giới, bên cạnh việc phải thực hiện các cam kết mở cửa thị trường, mở ra nhiều cơ hội thu hút đầu tư nước ngoài vào các ngành công nghiệp chế biến chế tạo, công nghiệp hỗ trợ để phát triển các ngành công nghiệp định hướng xuất khẩu; đổi mới mô hình tăng trưởng kinh tế của Việt Nam ngày càng đi vào thực chất; xu hướng tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu cùng với các FTA thế hệ mới sẽ tiếp tục tạo ra nhiều thay đổi trong chiến lược tái cấu trúc các ngành và doanh nghiệp Việt Nam; kinh tế số, thương mại điện tử tiếp tục được quan tâm hỗ trợ, thúc đẩy và được ứng dụng rộng rãi trong doanh nghiệp, tạo động lực mạnh mẽ hơn thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam... Bối cảnh quốc tế và trong nước với nhiều cơ hội và thách thức đan xen sẽ ảnh hưởng đến phát triển ngoại thương Việt Nam trong những năm tới.

2.1. Giải pháp về phía Nhà nước

(1) Phát triển sản xuất (bao gồm sản xuất nông nghiệp và công nghiệp) tạo nguồn cung bền vững cho xuất khẩu

- Đẩy mạnh tái cơ cấu ngành nông nghiệp và cơ cấu lại các ngành công nghiệp gắn với chuyển đổi số, đặc biệt trong các ngành chế biến, chế tạo nhằm tạo bứt phá và động lực mới cho tăng trưởng sản xuất, xuất khẩu. Đẩy mạnh phát triển các ngành sản xuất chế tạo có quy mô lớn như linh kiện điện tử... để tăng xuất khẩu những ngành hàng có giá trị cao hơn như chip bán dẫn. Nhờ đó, Việt Nam có thể đóng vai trò quan trọng hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu.

- Đầu tư nghiên cứu áp dụng các quy trình và phương pháp sản xuất thân thiện môi trường, sản xuất sạch hơn, tiết kiệm và tận dụng nguyên vật liệu, giảm tỷ lệ tiêu hao vật tư.

- Thúc đẩy đổi mới sáng tạo, khuyến khích các dự án nghiên cứu về vật liệu mới, sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm thân thiện với môi trường, sản phẩm có hàm lượng đổi mới sáng tạo cao.

- Tăng cường liên kết, phát huy vai trò của các tổ chức của người nông dân (tổ hợp tác, hợp tác xã nông nghiệp) trong việc phát triển chuỗi giá trị sản phẩm, bảo đảm hài hòa lợi ích giữa các khâu sản xuất, chế biến, xuất khẩu nông sản; phát huy vai trò của địa phương trong lựa chọn các loại nông sản thích hợp để hình thành vùng sản xuất tập trung theo quy hoạch.

- Xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm chủ lực, nông sản đặc trưng, phát triển thương hiệu đi cùng với tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế; xây dựng các vùng chuyên canh, vùng nguyên liệu quy mô lớn tạo nguồn hàng cho xuất khẩu.

(2) Phát triển thị trường xuất nhập khẩu, bảo đảm tăng trưởng ngoại thương bền vững trong dài hạn

- Tổ chức đẩy mạnh triển khai hiệu quả Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hoá đến năm 2030 và Chương trình thực hiện Chiến lược.

- Xây dựng, củng cố và phát triển các quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại với các quốc gia thông qua việc thực thi hiệu quả các cam kết trong các FTA; tập trung khai thác hiệu quả các FTA đã ký kết và đang có hiệu lực, triển khai các Hiệp định mới để mở rộng, đa dạng hóa thị trường, mặt hàng xuất nhập khẩu, chuỗi cung ứng; tăng cường khai thác các thị trường lân cận, còn tiềm năng, chuyển mạnh sang xuất khẩu chính ngạch gắn với xây dựng thương hiệu, thúc đẩy xuất khẩu bền vững; tiếp tục đổi mới, nâng cao hiệu quả công tác xúc tiến thương mại.

- Nâng cao năng lực và tăng cường công tác theo dõi, nghiên cứu thị trường, dự báo, cập nhật các thay đổi về chính sách thương mại, các rào cản phi thuế quan tại các thị trường xuất khẩu; tăng cường cung cấp thông tin thị trường, cảnh báo sớm các vụ kiện phòng vệ thương mại.

- Hỗ trợ và thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối hàng hóa tại thị trường nước ngoài; tăng cường các biện pháp hỗ trợ bảo hộ tài sản trí tuệ và chỉ dẫn địa lý của các sản phẩm xuất khẩu tiềm năng của Việt Nam ở những thị trường xuất khẩu chủ lực.

- Tăng cường đổi mới, đa dạng hóa các phương thức xúc tiến thương mại phục vụ xuất nhập khẩu thông qua việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số; chú trọng xây dựng và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm, ngành hàng xuất khẩu tiềm năng của Việt Nam.

(3) Hoàn thiện thể chế, tăng cường quản lý nhà nước trong tổ chức hoạt động ngoại thương

- Hoàn thiện chính sách phát triển hoạt động ngoại thương và phù hợp với các cam kết quốc tế: rà soát, xây dựng, sửa đổi, bổ sung hệ thống chính sách xuất nhập khẩu nhằm đảm bảo khung pháp lý, chính sách đầy đủ, đồng bộ, rõ ràng và minh bạch, phù hợp với các quy định và cam kết quốc tế của Việt Nam trong WTO và các FTA; xây dựng và áp dụng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực, tiêu chuẩn nước ngoài đối với hàng hóa xuất khẩu, bao gồm tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn môi trường; xây dựng khung khổ chính sách và cơ chế bảo hộ thương mại hợp lý...

- Cải cách thể chế, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, cải cách thủ tục hành chính, tạo lập môi trường cạnh tranh.

- Xây dựng hệ thống rào cản kỹ thuật phù hợp với cam kết hội nhập để kiểm soát nguồn

hàng nhập khẩu, bảo vệ hàng hóa và doanh nghiệp trong nước.

- Tăng cường kiểm tra, giám sát và xử lý các vi phạm về gian lận thương mại, gian lận xuất xứ và tránh các biện pháp phòng vệ thương mại.

- Ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi số trong quản lý nhà nước về xuất nhập khẩu, đẩy mạnh thực hiện cung cấp dịch vụ công trực tuyến trong lĩnh vực xuất nhập khẩu, thúc đẩy tạo thuận lợi hóa thương mại.

(4) Huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực cho phát triển ngoại thương

- Xây dựng, hoàn thiện các bộ chuẩn đầu ra cho nhân lực ngành ngoại thương theo hướng tiếp cận tiêu chuẩn các nước phát triển trên thế giới; tăng cường gắn kết giữa cơ sở giáo dục nghề nghiệp và các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu từ khâu xây dựng chương trình, tổ chức đào tạo, đánh giá và tạo việc làm.

- Xây dựng năng lực của các tổ chức thử nghiệm, tổ chức chứng nhận, phòng thí nghiệm quốc gia đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế để phục vụ việc đánh giá sự phù hợp tiêu chuẩn quốc gia, tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực và tiêu chuẩn riêng đối với hàng hóa xuất khẩu.

(5) Nâng cao vai trò của các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp hạt nhân, thúc đẩy hình thành các chuỗi giá trị xuất khẩu quy mô lớn

- Phát huy và nâng cao vai trò của các hiệp hội ngành hàng là cầu nối giữa cơ quan quản lý nhà nước với các doanh nghiệp, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp trong các tranh chấp thương mại quốc tế, hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu vượt rào cản và các biện pháp phòng vệ thương mại tại thị trường nước ngoài.

- Tăng cường kết nối giữa doanh nghiệp FDI với doanh nghiệp trong nước, thúc đẩy doanh nghiệp trong nước tham gia chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp FDI.

- Nâng cao vai trò của các doanh nghiệp hạt nhân trong việc dẫn dắt thị trường, tạo sự lan tỏa và kết nối với các doanh nghiệp khác trong việc thúc đẩy hình thành các chuỗi giá trị xuất khẩu quy mô lớn.

(6) Chú trọng phát triển một số doanh nghiệp xuất nhập khẩu đầu đàn

Chú trọng phát triển một số doanh nghiệp xuất nhập khẩu đầu đàn, có quy mô lớn, có tầm ảnh hưởng cao để dẫn dắt các doanh nghiệp khác trong lĩnh vực ngoại thương và mở rộng thị trường xuất khẩu.

Phát triển một số doanh nghiệp đầu đàn ở các ngành hàng xuất khẩu chủ lực để có thể dẫn dắt các doanh nghiệp khác trong cùng ngành hàng, có tầm ảnh hưởng trong hoạt động xuất khẩu trên thị trường thế giới.

2.2. Giải pháp về phía doanh nghiệp

(1) Đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế và được hưởng nhiều đãi trong các FTA, đặc biệt là các FTA thế hệ mới

Các doanh nghiệp cần tìm hiểu thật kỹ nội dung của từng FTA, lộ trình giảm thuế của các nước đối tác, yêu cầu về xuất xứ đối với từng mặt hàng và các hướng dẫn của các Bộ, ngành chức năng liên quan đến việc thực thi các hiệp định qua các trang web; doanh nghiệp tra cứu

phụ lục thuế để xem mặt hàng xuất khẩu của mình được giảm thuế như thế nào theo từng FTA, đặc biệt các FTA thế hệ mới có mức ưu đãi nhiều hơn (CPTPP, EVFTA, UKVFTA, RCEP). Dựa vào mức thuế ưu đãi và xuất xứ nguyên liệu để khai và xin C/O form được hưởng nhiều ưu đãi nhất qua các tổ chức cấp C/O của Việt Nam (ví dụ xuất khẩu sang Nhật Bản có thể dùng một trong hai loại C/O AJ hoặc VJ...); doanh nghiệp cần đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng Việt Nam có lợi thế (được hưởng nhiều ưu đãi về thuế, thuế 0% hoặc ở mức thấp so với các đối thủ cạnh tranh).

(2) Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu nhằm tăng khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam

Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu thông qua việc đầu tư đổi mới công nghệ chế biến, chế tạo và chủ động triển khai áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (ISO 9000, HACCP...) đáp ứng yêu cầu bảo vệ sức khỏe, môi trường; doanh nghiệp cần hướng đến một nền sản xuất sạch hơn, ở đó chất lượng sản phẩm luôn là vấn đề đặt lên hàng đầu chứ không phải là sản lượng và giá cả thấp; nâng cao chất lượng sản phẩm phù hợp với tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm của nước nhập khẩu...

(3) Chú trọng xây dựng thương hiệu cho hàng xuất khẩu

Doanh nghiệp cần có chính sách xây dựng thương hiệu, đăng ký và bảo vệ thương hiệu hàng xuất khẩu dài hạn. Đặc biệt, khi hàng xuất khẩu đã có chỗ đứng trên thị trường thì nhất thiết doanh nghiệp phải đăng ký và bảo vệ thương hiệu hàng hóa tránh bị mất hay tranh chấp thương hiệu. Việc xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt Nam, nhất là hàng nông sản là hết sức cần thiết. Giải pháp ưu việt lớn nhất là cung cấp các sản phẩm đổi mới có giá trị gia tăng cao, có xuất xứ tốt hơn là chỉ đơn giản cung cấp các nguyên liệu thô và chủng loại hàng rẻ tiền. Việc này sẽ giúp nâng tầm thương hiệu Việt Nam, xây dựng lòng tin đối với người tiêu dùng ở các thị trường xuất khẩu. Việc xây dựng thương hiệu với xuất xứ tốt là đặc biệt quan trọng. Khi hàng có thương hiệu sẽ hạn chế xuất khẩu nguyên liệu thô và nâng cao được hiệu quả xuất khẩu.

(4) Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến xuất khẩu

Tích cực tìm hiểu và cập nhật thông tin về thị trường xuất khẩu (nhu cầu thị hiếu, quy định nhập khẩu, kênh phân phối, Luật An toàn thực phẩm, Luật Vệ sinh thực phẩm, Luật Kiểm dịch động thực vật xuất nhập cảnh, văn hóa, tập quán kinh doanh...); xây dựng chiến lược marketing và xúc tiến xuất khẩu hàng hóa; chủ động tìm kiếm đối tác chào hàng thông qua việc tham gia các hội chợ, triển lãm và hội thảo chuyên đề được tổ chức tại Việt Nam và nước ngoài, qua Thương vụ Việt Nam tại các thị trường xuất khẩu, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam; tích cực tham gia các chương trình xúc tiến thương mại của Cục Xúc tiến Thương mại, các hiệp hội ngành hàng; tranh thủ sự hỗ trợ của Nhà nước thông qua việc tham gia các đoàn xúc tiến thương mại quốc gia, tham gia trưng bày giới thiệu hàng hóa và thiết lập đầu mối giao dịch bán hàng tại các trung tâm thương mại Việt Nam ở nước ngoài.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Nguyễn Diệu Anh và Dương Hoàng Anh (2024), “Thực trạng chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hóa Việt Nam”, <https://www.quanlynhanuoc.vn/>, đăng ngày 10/12/2024.
2. Bộ Công Thương (2025), *Báo cáo tình hình thực hiện Nghị quyết số 01/NQ-CP, tình hình sản xuất công nghiệp, hoạt động thương mại tháng 12 và 12 tháng năm 2024*, Hà Nội, ngày 14/01/01/2025.
3. Bộ Công Thương (2021), *Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2021 - 2030*, tháng 12/2021.
4. Diễn đàn Kinh tế - Xã hội Việt Nam (2023), *Tăng cường năng lực nội sinh, kiến tạo động lực cho tăng trưởng và phát triển bền vững*, Tài liệu Diễn đàn, Hà Nội, ngày 19/9/2023.
5. Bùi Thị Thu Hà - Phùng Thị Vân Kiều (2022), “Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đến năm 2030”, Tạp chí Nghiên cứu Công nghiệp và Thương mại số 71 (T5/2022).
6. Nhà Xuất bản Hồng Đức (2024), *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2023*, Hà Nội.
7. International Monetary Fund (2024), *World Economic Outlook*, October 2024.
8. Website của Tổng cục Hải quan Việt Nam <http://www.customs.gov.vn/>
9. Website của Tổng cục Thống kê Việt Nam <http://www.gso.gov.vn/>