

TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM vào thị trường Châu Á

TRẦN KINH TẾ *

Hiện nay, nước ta đang có quan hệ thân mật 15 quốc gia và vùng lãnh thổ ở Châu Á - một thị trường rộng lớn mà nhiều loại hàng hóa của Việt Nam đã có điều kiện tiếp cận sớm nhất. Đặc biệt, khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), cùng với việc Mỹ đã thông qua Quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) cho Việt Nam, thị trường xuất khẩu của Việt Nam càng được mở rộng. Hoạt động của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu cũng như các tổ chức tài chính, ngân hàng cũng ngày càng đa dạng và sôi động hơn... Tuy nhiên, bên cạnh đó, sự cạnh tranh giữa hàng xuất khẩu của Việt Nam và hàng hóa các nước khác trên thị trường thế giới cũng ngày càng gay gắt. Xu thế bảo hộ sản xuất trong nước của một số nước thông qua các hình thức đánh thuế chống bán phá giá, vệ sinh an toàn thực phẩm... cũng sẽ là những trở ngại không nhỏ đối với hàng xuất khẩu của nước ta.



Xuất khẩu của Việt Nam sang Indonesia năm 2006 đạt 1 tỷ USD, chủ yếu là dầu thô và gạo

Ảnh: Duy Hưng

Những đánh giá, dự báo tổng quan...

Để nắm bắt cơ hội và vượt qua những thách thức, chúng ta cần có những dự báo và đánh giá đúng sức cạnh tranh và khả năng thâm nhập hàng xuất khẩu của nước ta vào các thị trường khu vực các nước Châu Á trong những năm tới. Theo nhận định của Bộ Thương mại và các nhà chuyên môn thì, có ba vấn đề liên

quan, tác động trực tiếp nổi lên.

Một là, trong vài, ba năm đầu, đặc biệt là năm 2007, sẽ không có đột biến tăng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường khu vực này. Nguyên nhân do giá dầu thế giới biến động không lớn; giá nông sản tăng không cao như năm 2006; nạn hạn hán do ảnh hưởng của El Nino đến nhiều nước trên thế giới, trong đó có

* Hà Nội

Việt Nam; dịch bệnh gia súc, gia cầm còn tiềm ẩn đe dọa đến phát triển ổn định của nền kinh tế; xu thế bảo hộ, chống bán phá giá và rào cản vệ sinh an toàn thực phẩm của nhiều nước được thực thi mạnh. Vì vậy, ngay trong năm 2007, tổng kim ngạch xuất khẩu có thể chỉ bằng hoặc cao hơn một chút mức tăng của năm 2006 so với năm 2005, nghĩa là ở mức khoảng 19%. Nếu so sánh tốc độ tăng kim ngạch của khu vực thị trường Châu Á là 19% với tổng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường thế giới khoảng 22,1% thì tốc độ tăng kim ngạch sang thị trường Châu Á thấp hơn so với tốc độ tăng xuất khẩu vào thị trường thế giới.

Hai là, khi cánh cửa WTO rộng mở, làn sóng đầu tư mới của doanh nghiệp, cũng như của các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước chắc chắn tăng cao tạo tiền đề cho chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu, do hàng nhập khẩu tăng mạnh. Các doanh nghiệp FDI sẽ tăng cường đầu tư để mở rộng sản xuất, tăng vốn, tạo thêm nhiều công ăn việc làm. Hơn nữa, nhiều doanh nghiệp FDI đã đầu tư từ các năm trước sẽ bắt đầu có lượng sản phẩm lớn đưa vào xuất khẩu. Kim ngạch xuất khẩu từ các doanh nghiệp FDI tăng, càng khẳng định hơn vai trò của loại hình doanh nghiệp này và chiếm tỷ trọng ngày càng cao hơn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

Ba là, kể từ năm 2009 trở đi

kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Châu Á sẽ tăng, có thể ở mức đột biến trong một, hai năm do lúc đó nước ta xuất hiện nhiều ngành nghề mới như chế tác kim hoàn, chế tác nữ trang giả kim hoàn (đồ mỹ ký), lắp ráp, sản xuất đồng hồ đeo tay, treo tường và nhiều sản phẩm mới đưa vào xuất khẩu như hàng điện tử, công nghệ thông tin... Mặt khác, các tập đoàn bán lẻ hàng đầu tư thế giới như Dairy Farm, Wall-Mart... tham gia vào hệ thống phân phối tại Việt Nam sẽ tạo ra động lực để cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo thêm ngành nghề mới, mặt hàng mới cho xuất khẩu. Tuy nhiên, cùng với bề dày thời gian hội nhập kinh tế quốc tế thì tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang các thị trường truyền thống và láng giềng Châu Á sẽ giảm dần, bởi lúc đó nước ta đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường khác trên thế giới ở Châu Mỹ, Châu Âu và Châu Phi - Tây Nam Á...

... và cụ thể từng thị trường

Sau đây là những dự báo tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta đối với một số nước tiêu biểu trong khu vực Châu Á. Kết quả bước đầu những tháng đầu năm 2007, phần nào đã chứng minh điều đó.

Trước hết là Nhật Bản, ngoài những mặt hàng xuất khẩu truyền thống như dầu thô, hải sản, than đá, dệt may, gỗ và sản phẩm gỗ, dây cáp điện... thị trường Nhật

Bản còn có nhu cầu lớn về các loại rau và hoa quả tươi - cái mà Việt Nam đang có nhiều lợi thế. Xuất khẩu của nước ta sang thị trường Nhật Bản bảy tháng đầu năm đạt gần 3 tỷ USD, dự kiến cả năm 2007 là 6,15 tỷ USD. Với mức tăng bình quân 18%/năm trong giai đoạn 2007 - 2010 thì đến năm 2010 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này sẽ đạt 10 tỷ USD. Ở Châu Á, Nhật Bản vẫn sẽ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam và cùng với Mỹ và EU, Nhật Bản là một trong ba thị trường xuất khẩu lớn nhất của nước ta.

Với thị trường Trung Quốc, kim ngạch buôn bán giữa Việt Nam và Trung Quốc hằng năm tăng trưởng khá mạnh. Xuất khẩu của nước ta sang Trung Quốc năm 2006 đạt hơn 3 tỷ USD; bảy tháng đầu năm 2007 đã đạt hơn 1,77 tỷ USD trong tổng mức dự kiến cả năm là 3,55 tỷ USD, tăng 16,3% so năm 2006. Triển vọng đến năm 2020, Việt Nam sẽ xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 6,1 tỷ USD, đứng thứ hai tại thị trường Châu Á, sau Nhật Bản. Quan hệ giữa Việt Nam và Trung Quốc trong những năm gần đây đã được nâng lên ở tầm cao mới. Việt Nam luôn coi việc phát triển quan hệ hợp tác toàn diện, bền vững với Trung Quốc theo phương châm 16 chữ vàng "Láng giềng hữu nghị, hợp tác toàn diện, ổn định lâu dài, hướng tới tương lai" là chính sách nhất quán và ưu tiên hàng đầu. Hai nước nhất trí phấn đấu đưa kim ngạch

buôn bán hai chiều lên 15 tỷ USD vào năm 2010.

Còn ở thị trường Hàn Quốc, hàng xuất khẩu của nước ta chưa nhiều vì phải cạnh tranh với sản phẩm của Trung Quốc có nhiều lợi thế hơn. Ngược lại, nước ta nhập siêu từ Hàn Quốc lại khá lớn, trên dưới 2,5 tỷ USD/năm. Năm 2006 xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc đạt hơn 850 triệu USD và dự kiến năm 2007 đạt 1,05 tỷ USD. Tuy nhiên, bảy tháng đầu năm mới đạt hơn 685 triệu USD, kế hoạch năm tháng còn lại cũng tương đối lớn. Với tốc độ tăng trưởng như hiện nay, đến năm 2010 dự báo Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc cũng chỉ đạt trên dưới 1,65 tỷ USD mà thôi. Cuối năm 2006, Chính phủ Hàn Quốc đã cấp giấy chứng nhận tiêu chuẩn cho 251 doanh nghiệp chế biến thủy sản của Việt Nam. Đây là điều kiện thuận lợi cho việc tiếp tục tăng cường xuất khẩu mặt hàng thủy sản của nước ta trong thời gian tới.

Với thị trường Hồng Kông, vốn đã có quan hệ buôn bán với Việt Nam khá lâu nhưng do tính chất thị trường trung gian, dung lượng thị trường nhỏ và việc nước ta hướng mở rộng ra các thị trường trên thế giới cho nên mức độ phát triển với Hồng Kông bị hạn chế dần. Năm 2007, kế hoạch phấn đấu đưa kim ngạch xuất khẩu của nước ta sang Hồng Kông lên 600 triệu USD, với mức tăng chung là 33% và dự kiến đến năm 2010 đạt khoảng 1 tỷ USD.

Với thị trường các nước Đông Nam Á (ASEAN), trước hết là Singapore luôn được coi là thị trường buôn bán số một của nước ta ở khu vực này. Từ nhiều năm nay, bình quân hàng hóa xuất khẩu của nước ta sang Singapore đạt hơn 1,5 tỷ USD và năm 2007 dự kiến lên 1,8 tỷ USD (bảy tháng đầu năm đã đạt hơn 1,2 tỷ USD, bằng 80% mức thực hiện năm 2006). Với mức tăng trưởng xuất khẩu như trên, đến năm 2010 Việt Nam sẽ đạt mức 2,7 tỷ USD vào thị trường này, trong đó các mặt hàng xuất khẩu chính gồm chè, cà phê, gạo, hạt tiêu, rau quả, hải sản, dây cáp điện, máy vi tính và linh kiện điện tử, sản phẩm nhựa, đồ gỗ và sản phẩm mây tre, cói thảm...

Với thị trường Thái Lan, Việt Nam xuất khẩu hàng hoá sang Thái Lan năm 2006 đạt 950 triệu USD; bảy tháng đầu năm 2007 mới đạt gần 550 triệu USD trong kế hoạch cả năm là 1,15 tỷ USD và dự báo đến năm 2010, cũng chỉ đạt mức 1,85 tỷ USD. Do tính tương đồng về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của hai nước cho nên các mặt hàng nông sản của ta khó thâm nhập thị trường này. Tuy nhiên, đứng dưới góc độ hợp tác, "buôn có bạn, bán có phường", Việt Nam - Thái Lan đang tiến tới thiết lập cơ chế hợp tác xuất khẩu gạo để tránh việc cạnh tranh gây thiệt hại của hai nước trên thị trường thế giới.

Thị trường Malaysia, các mặt hàng xuất khẩu của nước ta vào

thị trường này có thể phân thành bốn nhóm chính, đó là: nhóm nguyên liệu thô, tăng mạnh nhất (112,4%); nhóm lương thực, thực phẩm tăng 78%; nhóm hàng công nghiệp tăng 51,6%; còn nhóm hàng thủ công mỹ nghệ tăng không đáng kể. Việt Nam xuất khẩu hàng hóa sang Malaysia năm 2006 đạt 1,23 tỷ USD; bảy tháng đầu năm 2007, đạt hơn 630 triệu USD và dự báo cả năm đạt 1,3 tỷ USD và đến năm 2010 là 2,13 tỷ USD.

Với thị trường Indonesia, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là dầu thô và gạo, chiếm 80% kim ngạch. Xuất khẩu của Việt Nam năm 2006 sang Indonesia đạt 1 tỷ USD; bảy tháng đầu năm 2007, đã đạt hơn 910,5 triệu USD, xấp xỉ bằng mức thực hiện năm 2006. Đây là tín hiệu vui cho dự kiến xuất khẩu sang thị trường Indonesia đạt kim ngạch cả năm 1,3 tỷ USD và đến năm 2010 lên 1,75 tỷ USD. Tuy nhiên, theo Bộ Thương mại, nhìn chung cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của nước ta sang thị trường này là không bền vững, nếu Indonesia ngừng nhập khẩu gạo hoặc nước ta không còn xuất khẩu dầu thô sang đây thì kim ngạch xuất khẩu sẽ tụt mạnh. Indonesia thường thay đổi chính sách thương mại nhằm bảo hộ thị trường nội địa cũng là trở ngại trong việc thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường này.

(Xem tiếp trang 27)

TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM..

(Tiếp theo trang 23)

Với hai thị trường láng giềng là Campuchia và Lào, do hai nước này vừa ít dân, vừa chưa có tốc độ phát triển cao về kinh tế, dĩ nhiên, hàng hóa của ta phải cạnh tranh với hàng của Trung Quốc và Thái Lan cho nên ngày càng khó khăn. Cước phí vận tải đắt hơn so với hàng của Thái Lan. Năng lực doanh nghiệp của nước ta chưa đủ mạnh để tổ chức mạng lưới phân phối ngay trên đất Lào và mở rộng sang vùng Đông Bắc Thái Lan. Do vậy, khả năng đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của nước ta sang các thị trường này cũng có hạn. Vì vậy, bảy tháng đầu năm 2007, nước ta đã xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Campuchia mới đạt khoảng 570 triệu USD trong dự kiến cả năm 1 tỷ USD. Tương tự với Lào là hơn 60 triệu USD và 105 triệu USD...

Lời kết

Tại hội nghị giao ban bảy tháng đầu năm 2007 của Bộ Thương mại đã khẳng định, tình hình xuất khẩu hàng hóa của cả nước đạt tốc độ tăng trưởng tương đối khá so với cùng kỳ

năm trước nhưng chưa đạt mức kỳ vọng. Bên cạnh có nhiều mặt hàng gặp thuận lợi về giá và thị trường xuất khẩu, cũng có không ít mặt hàng gặp khó khăn về giá và thị trường do phải chịu nhiều rào cản thương mại mới. Thí dụ, dầu thô xuất khẩu giảm 6,7% về lượng và 3,7% về giá; giày dép kim ngạch xuất khẩu chỉ tăng 11% so với cùng kỳ 2006, trong khi mục tiêu đặt ra là 21%; cao su, chỉ tăng 1,5%, thấp hơn nhiều so với mục tiêu tăng 7% đặt ra của cả năm 2007... Về thị trường, bảy tháng đầu năm 2007, nhiều nước và khu vực ở các Châu khác tiêu thụ hàng hóa Việt Nam tăng cao từ 23% đến 29,8% so với cùng kỳ 2006, trong khi đó, hai thị trường lớn trong khu vực Châu Á là Trung Quốc và Nhật Bản có tốc độ tăng thấp hơn nhiều...

Một vài dự báo diễn biến trên thị trường, cũng như kết quả kim ngạch xuất khẩu các tháng đầu năm 2007 nêu trên ở một số nước trong khu vực là cơ sở để chúng ta, đặc biệt là các nhà doanh nghiệp tham khảo, tìm cách vượt qua các rào cản, cũng như tận dụng các thời cơ mới với sự hỗ trợ của các tổ chức tín dụng trong nước qua các nghiệp vụ đầu tư, thanh toán cung cấp thông tin thị trường tài chính, tiến tộ để chủ động tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu vào thị trường các nước Châu Á nói riêng và thế giới nói chung trong những năm tới. ■