

MỘT SỐ ĐỊNH HƯỚNG NHẪM NÂNG CAO KHẢ NĂNG XUẤT KHẨU SẢN PHẨM CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM TẠI THỊ TRƯỜNG LIÊN MINH CHÂU ÂU

1. Định hướng đối với thị trường Liên minh châu Âu đến năm 2025

Theo Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030 của Bộ Công thương, được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 28-12-2011, theo đó, hoạt động xuất khẩu trong giai đoạn 2011-2020 sẽ hướng tới mục tiêu: Nỗ lực gia tăng tốc độ tăng trưởng. xuất khẩu, góp phần đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, tạo công ăn việc làm, thu ngoại tệ; chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, gia tăng sản phẩm chế biến và chế tạo, các sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ: mở rộng và đa dạng hóa thị trường và phương thức kinh doanh; hội nhập ngày càng sâu rộng vào kinh tế khu vực và thế giới.

Đây là thời kỳ đầy khó khăn, thách thức đối với Việt Nam vì Liên minh châu Âu đang dần giảm các hình thức ưu đãi thuế quan đối với sản phẩm xuất khẩu của các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam. Hơn nữa, thời kỳ này chúng ta phải chịu sự cạnh tranh của các đối thủ như Trung Quốc và các nước Đông Nam Á trong khối ASEAN. Việc Việt Nam hoàn tất các vòng đàm phán Hiệp định thương mại tự do với Liên minh châu Âu sẽ buộc Việt Nam phải mở cửa thị trường trong nước theo như phía Liên minh châu Âu yêu cầu. Đây là yếu tố bất lợi cho các cố gắng cạnh tranh của Việt Nam. Do vậy, phương án tối ưu để nâng cao khả năng xuất khẩu và có chỗ đứng vững chắc trong thị trường Liên minh châu Âu là chúng ta cần xác định rõ phương hướng phát triển sản phẩm chủ lực xuất khẩu vào thị trường này.

Việc định hướng các sản phẩm chủ lực xuất khẩu vào Liên minh châu Âu cần phải phù hợp với quy chế nhập khẩu, thị hiếu tiêu dùng và xu hướng phát triển của thị trường trong giai đoạn tới. Định hướng nâng cao khả năng xuất khẩu sang thị trường Liên minh châu Âu trong giai đoạn 2015-2020 như sau:

Cơ cấu xuất khẩu phải chuyển dịch mạnh theo hướng gia tăng các sản phẩm chế tạo, chế biến, chú trọng các sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao; bên cạnh đó phải quan tâm khai thác các sản phẩm sử dụng nguyên liệu tại

chỗ, sử dụng nhiều lao động, đồng thời phải khai thác mọi nguồn hàng có khả năng xuất khẩu.

Chú trọng nâng cao giá trị gia công và chất lượng từng sản phẩm xuất khẩu, giảm xuất khẩu hàng chế biến thô, tăng tỷ trọng hàng chế biến sâu bằng công nghệ mới, giảm gia công, đẩy mạnh sản xuất sản phẩm xuất khẩu sử dụng nguyên liệu trong nước, cải thiện hệ thống hạ tầng cơ sở nuôi trồng và sử dụng các loại cây giống, con giống có sản lượng cao và công nghệ chế biến thích hợp đi đôi với các biện pháp bảo vệ môi trường, quy hoạch vùng nguyên liệu cho từng nhóm sản phẩm, quy trình quản lý sản xuất phải được tổ chức khoa học và tiết kiệm, từng bước xây dựng tiêu chuẩn chất lượng quốc gia cho các loại sản phẩm có xuất xứ từ Việt Nam.

Sản phẩm phải đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường, đặc biệt là về mẫu mã chất lượng. Mỗi loại sản phẩm đều phải hình thành được các thị trường chính, chủ lực và tập trung khả năng mở rộng các thị trường này, đồng thời chủ động đa dạng hóa và đa phương hóa quan hệ buôn bán, có đối sách cụ thể với từng thị trường và từng bước giảm dần việc xuất khẩu qua trung gian. Đẩy mạnh hơn nữa việc xuất khẩu trực tiếp sang thị trường Liên minh châu Âu.

2. Quan điểm và định hướng nâng cao khả năng xuất khẩu một số sản phẩm chủ lực của Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu đến năm 2025

2.1. Sản phẩm giày dép

Theo Quyết định số 6209/QĐ - BCT ngày 25-11-2010, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành Da - Giày Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2025. Ngành Da - Giày Việt Nam sẽ bước vào giai đoạn phát triển mới với những định hướng và mục tiêu phát triển vừa bảo đảm phát triển bền vững nhưng cũng kèm theo cả những mục tiêu mang tính đột phá¹. Theo đó, trong giai đoạn 2011-2020, sản phẩm giày dép vẫn hướng ra xuất khẩu, thay thế nhập khẩu nhưng đồng thời coi trọng thị trường nội địa, làm cơ sở cho sự phát triển giai đoạn sau. Liên minh châu Âu vẫn được xác định là thị trường chính và lớn nhất của xuất khẩu giày dép Việt Nam. Trong thời gian tới cần duy trì và tiếp tục khai thác mở rộng thị trường theo hướng sau:

¹ Bộ Công Thương: *Sổ tay thông tin về quy định GPS và TB của EU*, Nxb. Công thương, 2010

Từng bước chuyển dần sang phương thức bán hàng trực tiếp để thu được hiệu quả cao hơn và ổn định hơn.

Giữa các ngành Giày, ngành Da và ngành sản xuất phụ liệu phải có sự hỗ trợ khăng khít lẫn nhau hơn nữa; vừa nâng cao hiệu quả xuất khẩu sang Liên minh châu Âu, vừa đảm bảo chủ động trong sản xuất, chào hàng và thiết kế mẫu mã.

Cần có ưu đãi hơn nữa cho hoạt động đầu tư mở rộng và tạo cơ chế thông thoáng cho việc đầu tư, đặc biệt là đầu tư để chuyển đổi cơ cấu sản phẩm trong ngành Da - Giày. Để phát triển nguyên phụ liệu, Nhà nước cần phải có cơ chế quản lý phù hợp với các nguyên phụ liệu nhập khẩu. Cần có sự điều chỉnh về chính sách thuế nhập khẩu và chính sách quản lý khác để tăng dần khuyến khích đối với nguyên phụ liệu nội và giảm dần nguyên liệu nhập ngoại, tăng tỷ lệ nội địa hóa, tiến dần tới xuất khẩu sản phẩm 100 % nguyên liệu sản xuất trong nước.

Các sản phẩm chủ yếu xuất khẩu sang Liên minh châu Âu trong thời gian tới vẫn là giày thể thao, giày vải, giày nữ và dép đi trong nhà. Việc nâng cao chất lượng kiểu dáng, mẫu mã, hạ chi phí sản xuất là một mấu chốt mà các doanh nghiệp Việt Nam phải đạt được để nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm của mình trên khu vực truyền thống này và nâng cao chất lượng cho sản phẩm để giá trị thực thu về một đơn vị hàng được tăng lên, góp phần làm cho kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này tăng trưởng mạnh trong thời gian tới.

2.2. Sản phẩm dệt may

Ngày 11-4-2014, Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 3218/QĐ - BCT phê duyệt quy hoạch phát triển ngành công nghiệp Dệt - May Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Theo đó, mục tiêu tổng quát là xây dựng ngành công nghiệp dệt may trở thành một trong những ngành công nghiệp mũi nhọn, hướng về xuất khẩu và có khả năng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước ngày càng cao; tạo nhiều việc làm cho xã hội; nâng cao khả năng cạnh tranh, hội nhập vững chắc vào nền kinh tế khu vực và thế giới, đảm bảo cho ngành dệt may phát triển bền vững, hiệu quả trên cơ sở công nghệ hiện đại, hệ thống quản lý chất lượng, quản lý lao động, quản lý môi trường theo các chuẩn mực quốc tế; đến năm 2020, ngành dệt may xây dựng được một số thương hiệu nổi tiếng. Đồng thời, vẫn xác định thị trường Liên minh châu Âu là một trong những thị trường xuất khẩu chủ lực của sản phẩm dệt may Việt Nam.

Đề nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm dệt may vào thị trường Liên minh châu Âu đến năm 2020, cần tập trung vào một số định hướng sau:

Về quy mô doanh nghiệp nên tổ chức theo quy mô sản xuất vừa và nhỏ nhưng với kỹ thuật và công nghệ tiên tiến để có thể thích ứng nhanh với những thay đổi của thị trường, ngành dệt may có thể vận dụng để đi vào chuyên môn hóa sản phẩm và để quản lý doanh nghiệp. Các doanh nghiệp này cùng hợp tác với nhau dưới quy mô lớn là tập đoàn dệt – may. Tổ chức lại sản xuất, áp dụng khoa học, kỹ thuật, tận dụng nguồn nguyên liệu trong nước, thu hút đầu tư nước ngoài để nhập khẩu máy móc, thiết bị hiện đại nhằm tăng năng suất lao động, nâng cao chất lượng, hạ giá thành, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm.

Về sản phẩm: trước hết phải cải thiện hình ảnh của hàng dệt may Việt Nam trên thị trường Liên minh châu Âu theo được chất lượng châu Âu, kiểu dáng hấp dẫn, giá cả cạnh tranh và phương thức kinh doanh linh hoạt, giao hàng nhanh nhằm đáp ứng kịp thời nhu cầu thay đổi về thời trang, tăng khả năng sản xuất các lô hàng nhỏ. Trong những năm tới, sản phẩm có mức giá thấp vẫn có nhiều khả năng cạnh tranh trên thị trường này. Chuyển dần phương thức gia công sang kinh doanh FOB và ODM (phương thức sản xuất đáp ứng nhu cầu khách hàng, tạo giá trị cao nhất và nâng cao năng lực cạnh tranh).

Về đầu tư và phát triển sản xuất Đối với các doanh nghiệp may: Từng bước di dời các cơ sở sản xuất về các địa phương có nguồn lao động nông nghiệp và thuận lợi giao thông. Xây dựng các trung tâm thời trang, các đơn vị nghiên cứu thiết kế mẫu, các trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu và thương mại tại thành phố Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các thành phố lớn. Đối với các doanh nghiệp sợi, dệt, nhuộm và hoàn tất vải cần: Xây dựng các khu, cụm công nghiệp chuyên ngành dệt may có cơ sở hạ tầng đủ điều kiện cung cấp điện, nước, xử lý nước thải đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường theo quy định của Nhà nước. Thực hiện di dời và Xây dựng mới các cơ sở dệt nhuộm tại các khu, cụm công nghiệp tập trung để có điều kiện xử lý nước thải và giải quyết tốt việc ô nhiễm môi trường.

Về bảo vệ môi trường: Xây dựng Báo cáo đánh giá tác động môi trường phù hợp với Chiến lược phát triển ngành dệt may và các quy định pháp luật về môi trường. Tập trung xử lý triệt để các cơ sở ô nhiễm môi trường nghiêm trọng. Triển khai xây dựng các khu, cụm công nghiệp dệt may có hệ thống xử lý nước thải tập trung, đạt tiêu chuẩn môi trường để di dời các cơ sở dệt may có 1 cơ

gây ô nhiễm vào khu công nghiệp. Triển khai Chương trình sản xuất sạch hơn trong ngành dệt may, khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng tiêu chuẩn quản lý môi trường theo ISO 14000, tạo môi trường lao động tốt cho người lao động theo tiêu chuẩn SA 8000.

2.3. Sản phẩm cà phê

Ngày 26-8-2008, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ban hành Quyết định số 2635/QĐ BNN - CB phê duyệt đề án “Nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê Việt Nam đến 2015 và định hướng 2020”. Quyết định đã nêu rõ phương hướng, giải pháp và tổ chức việc thực hiện đề án nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm cà phê Việt Nam, do đó cũng bao quát phần chiến lược để nâng cao khả năng xuất khẩu của sản phẩm cà phê Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu.

Theo đề án, có một số định hướng nâng cao khả năng xuất khẩu hàng cà phê vào thị trường Liên minh châu Âu như sau:

Hướng tới năm 2020 và tầm nhìn năm 2030, xây dựng một ngành cà phê phát triển bền vững trong cả phương diện người sản xuất lẫn môi trường tự nhiên. Ổn định diện tích trồng cà phê theo quy hoạch, theo như Quyết định số 24/QĐ - TTg ngày 02-02-2012 của Thủ tướng Chính phủ thì diện tích đất bố trí là 500 ngàn ha, trong đó diện tích cà phê chè khoảng 60 ngàn ha;... Mở rộng quy mô, công suất chế biến cà phê bột, cà phê hòa tan lên 30.000 tấn năm 2020.

Tập trung nâng cao chất lượng, tổ chức và hướng dẫn nông dân thu hái đúng kỹ thuật, có các biện pháp kinh tế để ngăn chặn tình trạng hái tuốt cành, hạn chế đến mức thấp nhất tỷ lệ quả non xanh. Đầu tư, nâng cấp hệ thống sân phơi và máy sấy. Từng bước hiện đại hoá các cơ sở tái chế, phân loại cà phê nhân xuất khẩu, chú trọng hơn phương pháp chế biến ướt và nửa ướt.

2.4. Sản phẩm gỗ

Trong giai đoạn từ nay cho đến năm 2025, dựa trên những quan điểm và định hướng đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm xuất khẩu chủ lực, trong đó có sản phẩm gỗ xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường quốc tế nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng được nêu ra trong Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020 định hướng đến năm 2030, ngày 28-12-2011 của Thủ tướng Chính phủ, dựa trên nội dung của việc nâng cao năng lực cạnh tranh sản

phẩm gỗ xuất khẩu cũng như để tận dụng những lợi thế từ Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam với Liên minh châu Âu, thì mục tiêu và phương hướng nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm gỗ sang thị trường Liên minh châu Âu từ nay đến năm 2025 như sau:

Mục tiêu:

Thứ nhất, gia tăng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu để xứng với tiềm năng. Mục tiêu đến năm 2025, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ sang Liên minh châu Âu đạt 4,5 tỷ USD.

Thứ hai, gia tăng thị phần sản phẩm gỗ xuất khẩu Việt Nam trên thị trường Liên minh châu Âu lên khoảng 5 %, thu hẹp phần nào khoảng cách với Trung Quốc, duy trì vị thế nước xuất khẩu và sản phẩm gỗ lớn thứ hai tại thị trường Liên minh châu Âu.

Thứ ba, đạt tốc độ tăng trưởng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ từ nay đến năm 2025 là trên 20 % / năm.

Thứ tư, phát triển một số thương hiệu sản phẩm gỗ mạnh của Việt Nam tại thị trường Liên minh châu Âu.

Để đạt được các mục tiêu kể trên cần phải theo năm phương hướng sau:

Một là, đa dạng hóa các sản phẩm gỗ xuất khẩu sang thị trường Liên minh châu Âu, trong đó trọng tâm là các sản phẩm thuộc hai mã sản phẩm HS 94 và HS 44.

Hai là, các sản phẩm gỗ của Việt Nam xuất khẩu sang Liên minh châu Âu cần cơ cấu lại để hạn chế xuất khẩu các sản phẩm gỗ thô, chỉ qua sơ chế; tập trung nâng cao tỷ trọng các sản phẩm kết tinh nhiều tinh xảo và công nghệ hiện đại để nâng cao giá trị của sản phẩm gỗ xuất sang thị trường này, như sản phẩm ván nhân tạo, sản phẩm gỗ nội và ngoại thất kết hợp với các kỹ thuật gỗ mỹ nghệ...

Ba là, đầu tư và xây dựng trọng điểm một số thương hiệu đồ gỗ xuất khẩu mạnh của Việt Nam tại thị trường không ngừng nâng cao và hoàn thiện khả năng cạnh tranh.

Một thực tế hiện nay, Việt Nam đã ban hành rất nhiều cơ chế và chính sách để nâng cao khả năng xuất khẩu các sản phẩm nói chung và sản phẩm chủ lực nói riêng nguyên liệu gỗ đáp ứng tiêu chuẩn trong Hiệp Liên minh châu Âu.

Bốn là, đẩy mạnh xuất khẩu những sản phẩm gỗ sử dụng đối tác tự nguyện về thực thi luật, quản trị rừng và thương mại gỗ, sản phẩm gỗ (VPA / FLEGT) giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu. Năm là, đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm gỗ sang thị trường Liên minh châu Âu theo phương thức trực tiếp.

Trong giai đoạn từ nay đến năm 2025, Việt Nam ngày càng hội nhập sâu, rộng vào thị trường thương mại quốc tế khi tham gia rất nhiều Hiệp định thương mại tự do, trong đó có Hiệp định thương mại tự do Việt Nam- Liên minh châu Âu. Việc tham gia Hiệp định này sẽ tạo điều kiện cho Việt Nam những cơ hội lớn trong việc xuất khẩu các sản phẩm chủ lực sang thị trường châu Âu, mặt khác cũng tạo ra những thách thức như các tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ, sở hữu trí tuệ, công nghệ xanh... Để nắm được thời cơ này, việc hoạch định chính sách và thực hiện chính sách một cách hợp lý là điều hết sức cần thiết nhằm tạo đòn bẩy nhằm tăng trưởng kinh tế trong giai đoạn tới.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Công Thương: *Sổ tay thông tin về quy định GPS và TB của EU*, Nxb. Công thương, 2010