

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ KHẢ NĂNG XUẤT KHẨU SẢN PHẨM CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG LIÊN MINH CHÂU ÂU

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam với các nước và khu vực trên thế giới, đặc biệt đối với Liên minh châu Âu, ngày càng được cải thiện kể từ khi Việt Nam gia nhập Tổ chức thương mại thế giới - WTO, biểu hiện rõ nhất là khả năng xuất khẩu sản phẩm và đặc biệt khả năng xuất khẩu sản phẩm chủ lực của Việt Nam sang thị trường quốc tế ngày càng được gia tăng, tuy nhiên những kết quả đó chưa thực sự tương xứng với tiềm năng cũng như chưa mang tính ổn định và bền vững.

Trong bối cảnh hiện nay, khi quá trình hội nhập quốc tế đang diễn ra mạnh mẽ, Việt Nam cũng không phải là ngoại lệ khi đã tích cực và chủ động hội nhập ngày càng sâu rộng hơn vào sân chơi thương mại toàn cầu bằng việc đàm phán và ký kết hàng loạt các Hiệp định thương mại tự do, đặc biệt là các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như: Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam với Liên minh châu Âu hay Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương, sẽ tác động rất lớn đến khả năng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường quốc tế nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng. Để tận dụng được những cơ hội cũng như hạn chế những thách thức từ các Hiệp định thương mại tự do, Chính phủ và các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần phải nỗ lực rất nhiều trong việc nâng cao khả năng xuất khẩu, đặc biệt là khả năng xuất khẩu các sản phẩm chủ lực, để có được những giải pháp căn cứ và hiệu quả thì việc hiểu đúng bản chất của việc nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm chủ lực từ các lý thuyết, khái niệm, nội dung, tiêu chí cho đến những kinh nghiệm quốc tế là hết sức cần thiết.

1. Một số quan điểm về sản phẩm xuất khẩu chủ lực

Khi nghiên cứu về sản phẩm xuất khẩu chủ lực có nhiều cách tiếp cận khác nhau, mỗi cách tiếp cận sẽ đưa ra quan điểm khác nhau về sản phẩm xuất khẩu chủ lực. Chính vì vậy cho đến nay, vẫn còn nhiều tranh cãi về cách hiểu sản phẩm xuất khẩu chủ lực. Để có cái nhìn toàn diện và rút ra được một quan điểm chứa đựng đầy đủ nhất nội hàm của khái niệm, cần phân tích một số quan điểm chủ yếu về sản phẩm xuất khẩu chủ lực sau đây:

Quan điểm thứ nhất, tiếp cận về thị trường xuất khẩu, các học giả theo cách tiếp cận này cho rằng sản phẩm xuất khẩu chủ lực là những sản phẩm sản xuất ra chủ yếu để xuất khẩu. Nếu hiểu theo cách tiếp cận này thì các sản phẩm xuất khẩu chủ lực được sản xuất ra cơ bản chỉ để phục vụ cho thị trường nước ngoài và hầu như không bán tại thị trường nội địa. Tuy nhiên, cách hiểu này hoàn toàn không đúng trong thực tiễn.

Quan điểm thứ hai, tiếp cận về kim ngạch xuất khẩu, các học giả theo cách tiếp cận này cho rằng sản phẩm xuất khẩu chủ lực là sản phẩm xuất khẩu có kim ngạch xuất khẩu lớn. Theo quan điểm này, sản phẩm xuất khẩu nào mà có kim ngạch xuất khẩu chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của một quốc gia thì đương nhiên được coi là sản phẩm xuất khẩu chủ lực của quốc gia đó. Tuy nhiên, cách hiểu này chỉ đúng một khía cạnh của sản phẩm xuất khẩu chủ lực.

Quan điểm thứ ba, tiếp cận theo tỷ trọng các nhóm sản phẩm trong tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia, các học giả theo quan điểm này cho rằng sản phẩm xuất khẩu được phân loại thành 3 nhóm với những đặc điểm cụ thể như:

Nhóm sản phẩm xuất khẩu chủ lực là nhóm sản phẩm có kim ngạch chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu quốc gia do có thị trường nước ngoài và điều kiện sản xuất trong nước hiệu quả.

Nhóm sản phẩm xuất khẩu quan trọng là nhóm sản phẩm mặc dù không chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia, nhưng đối với từng thị trường, từng địa phương lại đóng vai trò quan trọng.

Nhóm sản phẩm xuất khẩu thứ yếu là nhóm sản phẩm xuất khẩu có tỷ trọng chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia.

Như vậy, “sản phẩm xuất khẩu chủ lực” theo quan điểm này được xem là một nhóm hàng trong tổng cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của một quốc gia. Khi xem xét khái niệm này phải xét một cách toàn diện trên cả ba khía cạnh là, khả năng, điều kiện sản xuất, thị trường tiêu thụ và kim ngạch xuất khẩu của nhóm sản phẩm. Sự phân loại này dựa trên yếu tố tỷ trọng giá trị xuất khẩu của sản phẩm trong kim ngạch xuất khẩu, nhưng tỷ trọng này cụ thể là bao nhiêu để coi là sản phẩm xuất khẩu chủ lực lại không được thống nhất giữa các quốc gia. Mỗi quốc gia hay mỗi giai đoạn phát triển sẽ đưa ra tỷ trọng giá trị xuất khẩu khác nhau.

Qua phân tích ba quan điểm chủ yếu nêu trên, đã cho thấy quan điểm thứ nhất và quan điểm thứ hai tiếp cận thị trường xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu

chỉ đúng một phần nội hàm của sản phẩm xuất khẩu chủ lực. Quan điểm thứ ba tiếp cận theo tỷ trọng nhóm sản phẩm xuất khẩu toàn diện hơn và phản ánh được gần như đầy đủ bản chất của sản phẩm xuất khẩu chủ lực. Chính vì vậy, khái niệm sản phẩm xuất khẩu chủ lực sẽ là khái niệm sản phẩm xuất khẩu chủ lực theo cách tiếp cận thứ ba: “Sản phẩm xuất khẩu chủ lực là sản phẩm có điều kiện sản xuất trong nước đạt hiệu quả kinh tế cao hơn những sản phẩm khác; có thị trường tiêu thụ tương đối ổn định trong một thời gian dài, chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của một quốc gia”¹.

2. Đặc điểm sản phẩm xuất khẩu chủ lực

Sự hình thành và phát triển sản phẩm xuất khẩu chủ lực của một quốc gia gắn liền với quá trình thâm nhập, mở rộng trên thị trường thế giới. Quá trình này sẽ dẫn tới việc gia tăng áp lực cạnh tranh, tạo sức ép buộc các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu phải mở rộng quy mô sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng các yêu cầu và đòi hỏi của thị trường nhập khẩu. Nếu đứng vững được thì sản phẩm đó liên tục phát triển, còn ngược lại sẽ bị đào thải ra khỏi thị trường. Như vậy, một sản phẩm xuất khẩu chủ lực ra đời cần hội tụ bốn đặc điểm cơ bản sau:

Thứ nhất, phải tận dụng được lợi thế so sánh của quốc gia; Thứ hai, phải có thị trường ổn định, vững chắc trong một thời gian tương đối dài; Thứ ba, phải ổn định, có thể sản xuất với khối lượng lớn và giá trị thặng dư thương mại cao hơn so với hàng hoá khác; Thứ tư, phải mang tính chất quyết định đối với tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia, khu vực.

Phân tích bốn đặc điểm nêu trên cho thấy: đối với đặc điểm thứ nhất, phản ánh về quan điểm, tư duy cũng như xác định thế mạnh của từng quốc gia, khu vực ra các nhóm hàng chủ lực phù hợp với từng quốc gia, khu vực. Đối với các quốc gia, khu vực đang phát triển phần lớn các sản phẩm xuất khẩu chủ lực chủ yếu dựa vào nguồn tài nguyên thiên nhiên sẵn có, các sản phẩm nông sản, các sản phẩm có hàm lượng lao động cao. Ngược lại, đối với các quốc gia, khu vực phát triển các sản phẩm xuất khẩu chủ lực chủ yếu là các sản phẩm công nghiệp có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao. Đối với đặc điểm thứ hai, sản phẩm xuất khẩu chủ lực của các quốc gia và khu vực, kể cả các nước, khu vực phát triển và đang phát triển đều mang đặc điểm chung là phải xác định được một thị trường

¹ Bùi Xuân Lưu, Nguyễn Hữu Khải: *Giáo trình Kinh tế ngoại thương*, Nxb. Lao động, Hà Nội, 2006

ổn định, chu kỳ xuất khẩu tương đối dài và xác định được bán hàng đáng tin cậy. Đối với đặc điểm thứ ba, sản phẩm xuất khẩu chủ lực phải có khối lượng và giá trị thặng dư thương mại cao trong tổng giá trị xuất khẩu cũng như cao hơn về sản lượng và giá trị của các nhóm sản phẩm xuất khẩu khác không phải là chủ lực của từng quốc gia và khu vực đó. Đối với đặc điểm thứ tư, sản phẩm xuất khẩu chủ lực không chỉ quyết định đến giá trị thương mại mà còn mang ý nghĩa quyết định đến tổng sản phẩm quốc nội (GDP) cũng như tác động đến các chính sách kinh tế vĩ mô khác của từng quốc gia và khu vực.

Tuy nhiên, sản phẩm xuất khẩu chủ lực không phải mang tính chất cố định mà phụ thuộc vào từng giai đoạn phát triển kinh tế của từng quốc gia, khu vực cũng như phụ thuộc vào mối quan hệ cung cầu biến động của thị trường thế giới. Đây chính là một đặc điểm để phân biệt sản phẩm xuất khẩu chủ lực với các loại sản phẩm xuất khẩu khác.

Một sản phẩm xuất khẩu được coi là chủ lực còn phụ thuộc vào yếu tố thời điểm và yếu tố thị trường. Điều này có nghĩa là tại một thời điểm cụ thể, một sản phẩm xuất khẩu được coi là sản phẩm xuất khẩu chủ lực nhưng ở thời điểm khác lại không. Hay một sản phẩm xuất khẩu được coi là chủ lực tại một thị trường nhưng tại thị trường khác lại không phải là sản phẩm chủ lực. Trước khi hội nhập vào nền kinh tế thế giới, sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang thị trường quốc tế chủ yếu là nhóm sản phẩm khoáng sản như: than đá, dầu thô. Nhưng kể từ khi hội nhập vào nền kinh tế thế giới, được đánh dấu bằng sự kiện gia nhập ASEAN tháng 7/1995 đến nay, nhóm sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam ngày càng đa dạng hơn từ sản phẩm công nghiệp, nông nghiệp thâm dụng nhiều lao động cho đến các nhóm sản phẩm hàm lượng công nghệ cao, như: điện thoại và linh kiện, điện tử, da giày, dệt may, thủy sản, cà phê là các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Đối với thị trường Liên minh châu Âu nói riêng, có sáu sản phẩm thường xuyên dẫn đầu trong danh sách những mặt sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam gồm: điện thoại, giày dép, dệt may, thủy sản, cà phê, gỗ và sản phẩm từ gỗ. Những sản phẩm này bình quân chiếm khoảng 63% trên tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt sang thị trường Liên minh châu Âu.

3. Vai trò của sản phẩm xuất khẩu chủ lực đối với sự phát triển của Việt Nam

Sản phẩm xuất khẩu chủ lực đóng một vai trò quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế của Việt Nam kể từ khi hội nhập quốc tế cho đến nay. Điều này có tác động như sau:

Góp phần làm tăng trưởng kinh tế nói chung và các ngành liên quan

Hoạt động xuất khẩu các sản phẩm chủ lực có tác động rất lớn đến tăng trưởng kinh tế cũng như sự phát triển của các ngành có liên quan trong thời gian qua. Cụ thể: Năm 2016, GDP của Việt Nam tăng 6,21 % tương ứng quy mô nền kinh tế đạt giá trị 219,4 tỷ USD, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đạt 176,63 tỷ USD tăng 9 % so với năm 2015. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu 10 nhóm hàng chủ yếu trong năm 2016 đạt gần 126,85 tỷ USD, bằng 57,8 % GDP và chiếm 71,8 % tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Nhóm sản phẩm điện thoại các loại và linh kiện (gần 34,32 tỷ USD); tiếp theo là hàng dệt may (hơn 23,84 tỷ USD), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (gần 18,96 tỷ USD)².

Năm 2017, GDP của Việt Nam đạt mức tăng trưởng cao nhất trong vòng 10 năm đạt 6,81 % tương ứng quy mô nền kinh tế đạt giá trị hơn 220 tỷ USD, vượt chỉ tiêu (của Quốc hội đề ra là 6,7 %). Tổng kim ngạch xuất khẩu đạt 213,7 tỷ USD, trong đó, 10 sản phẩm xuất khẩu chủ lực đạt giá trị xuất khẩu 155,03 tỷ USD, chiếm 72,54 % tổng kim ngạch xuất khẩu và bằng 70,45 % GDP³.

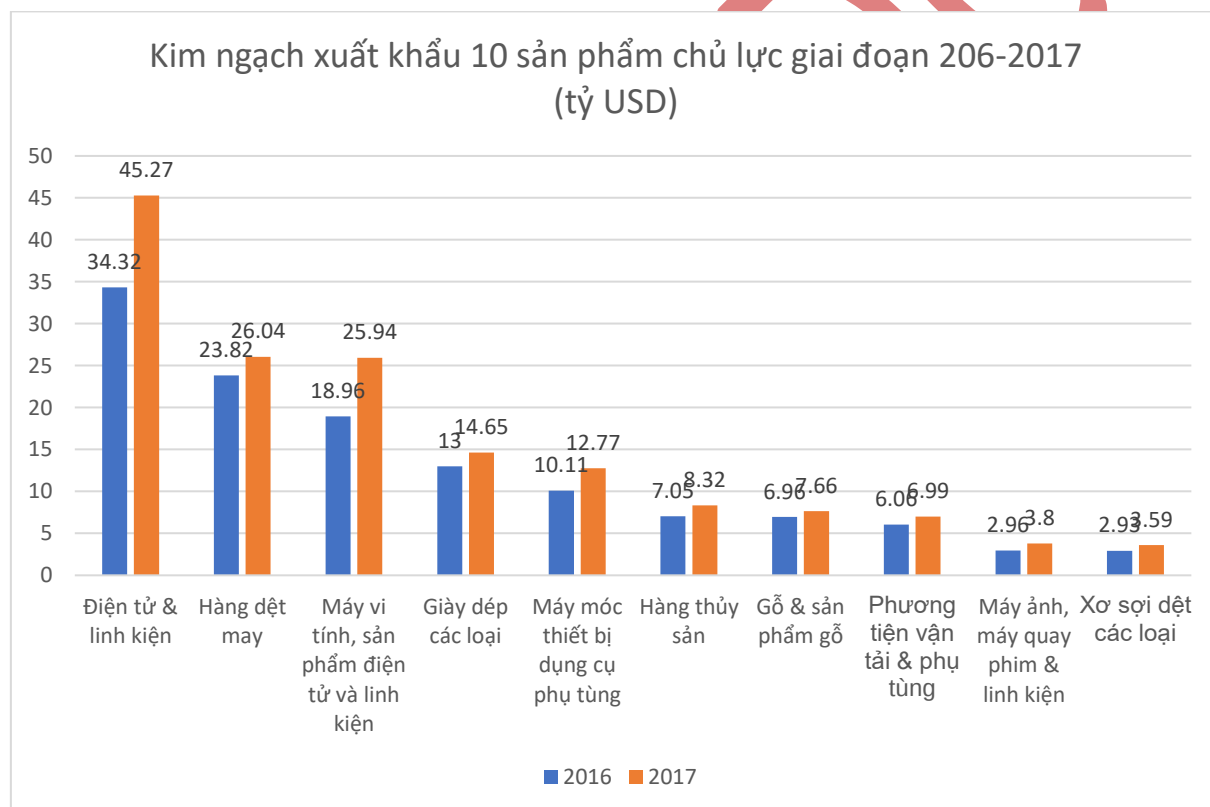
Bên cạnh đó, những đóng góp tích cực vào tăng trưởng GDP của cả nước, sự gia tăng mạnh mẽ của hoạt động xuất khẩu các sản phẩm chủ lực trong thời gian qua cũng mang đến những thay đổi đáng kể cho các ngành nghề, liên quan như: ngân hàng, bảo hiểm, vận tải,... và các ngành sản xuất khác trong nước. Hoạt động xuất khẩu nói chung và xuất khẩu sản phẩm chủ lực nói riêng hình thành ngày càng nhiều, kéo theo các dịch vụ thanh toán quốc tế ở các ngân hàng phát triển mạnh. Thanh toán xuất, nhập khẩu đã trở thành một trong những công cụ

² Hải quan Việt Nam: Tình hình xuất, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tháng 12 và cả năm 2016, xem < <https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/ViewDetails.aspx?ID=1038&Category=Ph%20%20t%20%20C3%20ADch%20%20C4%20%20E1%20BB%208Bnh%20K%20E1%20BB%20B3&group=Ph%20%20C3%20ADch%20%20C4%20%20E1%20BB%208Bnh%20K%20E1%20BB%20B3&Group=Gi%20%20E1%20BB%209Bi%20thi%20E1%20BB%2087u> >.

³ Hải quan Việt Nam: Tình hình xuất, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tháng 12 và cả năm 2017, xem <https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/ViewDetails.aspx?ID=1238&Category=Ph%20%20t%20%20C3%20ADch%20%20C4%20%20E1%20BB%208Bnh%20K%20E1%20BB%20B3&group=Ph%20%20C3%20ADch%20%20C4%20%20E1%20BB%208Bnh%20K%20E1%20BB%20B3&Group=Gi%20%20E1%20BB%209Bi%20thi%20E1%20BB%2087u>

sinh lợi chủ yếu của các ngân hàng hiện nay. Bằng những nguồn hàng có giá trị cao, những khoản tín dụng lớn trong trao đổi xuất nhập khẩu... các ngân hàng đã thu được những khoản lợi không nhỏ từ lĩnh vực này.

Có thể kể đến những ngân hàng đang ngày càng xây dựng được chỗ đứng của mình trong hoạt động thanh toán xuất nhập khẩu như: Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank), Ngân hàng thương mại cổ phần Công thương Việt Nam (Vietinbank), Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV), Ngân hàng Kỹ thương Việt Nam (Techcombank)... Với các lợi ích lớn từ thanh toán xuất nhập khẩu mang lại, các ngân hàng cũng đã và đang xây dựng và áp dụng những phương thức thanh toán đa dạng, các chế độ ưu đãi lớn, để thu hút các doanh nghiệp xuất, nhập khẩu tham gia.



(Nguồn: Hải quan Việt Nam (2018): Tình hình xuất, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tháng 12 và cả năm 2017)

Bảo hiểm cũng là một trong những lĩnh vực được hưởng nguồn lợi không nhỏ nhờ có hoạt động xuất khẩu. Trong xuất khẩu, với đặc tính hàng hóa phải di chuyển qua biên giới, trong suốt quá trình vận chuyển, bảo hiểm những rủi ro cho hàng hóa là một hoạt động quan trọng để các doanh nghiệp xuất, nhập khẩu bảo đảm lợi ích của mình.

Ngoài ra, với sự phát triển mạnh mẽ của hoạt động xuất, nhập khẩu, người xuất khẩu không thể nắm bắt rõ thông tin về người nhập khẩu ở quốc gia khác, từ đó có thể phát sinh rủi ro không thu hồi được tiền hay hàng hóa đã xuất khẩu. Bảo hiểm tín dụng xuất khẩu xuất hiện là phương tiện để giải quyết vấn đề này. Đây là loại hình bảo hiểm nhằm cung cấp bồi thường tài chính về các khoản nợ khó đòi theo các hợp đồng mua bán, xuất nhập khẩu phát sinh do các rủi ro thương mại hoặc rủi ro chính trị trong giao dịch thương mại quốc tế. Tại Việt Nam, bảo hiểm tín dụng xuất khẩu là một loại hình của bảo hiểm tín dụng và rủi ro tài chính - thuộc nghiệp vụ kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ. Hiện có một số doanh nghiệp bảo hiểm bắt đầu triển khai bảo hiểm tín dụng xuất khẩu, bao gồm: Bảo Việt, Bảo Minh, PVI, Bảo Việt Tokyo Marine, QBE Việt Nam, Chartis Việt Nam, UIC. Với những thành công bước đầu của các doanh nghiệp tiên phong trên, loại hình bảo hiểm này hứa hẹn sẽ có những bước phát triển mạnh mẽ và tương lai, mang lại nguồn lợi lớn cho các công ty bảo hiểm trong tương lai.

Tuy chỉ mới xuất hiện ở Việt Nam từ khi nền kinh tế hàng hóa ra đời, nhất là khi trao đổi thương mại giữa Việt Nam và các nước trên thế giới phát triển, nhưng ngành logistics đã và đang từng bước góp phần vào công cuộc phát triển kinh tế của đất nước. Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó doanh nghiệp hoạt động trong ngành nghề này tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công việc, bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao. Các hoạt động này liên quan chặt chẽ đến lĩnh vực xuất khẩu. Bởi thế, xuất khẩu phát triển kéo theo sự gia tăng về số lượng cũng như chất lượng các doanh nghiệp logistics. Thống kê mới đây của Hiệp hội doanh nghiệp logistics Việt Nam đã cho thấy hiện Việt Nam có khoảng trên 1.300 doanh nghiệp logistics đang hoạt động, bao gồm cả doanh nghiệp có vốn nước ngoài. Dịch vụ logistics ở Việt Nam hiện có quy mô 20-22 tỷ USD / năm, chiếm 20,9 % GDP của cả nước. Qua đó đã cho thấy vai trò quan trọng của hoạt động xuất khẩu trong việc tham gia vào thúc đẩy tăng trưởng các lĩnh vực kinh tế nói riêng và của toàn bộ nền kinh tế nói chung⁴.

⁴ Báo đầu tư: Dịch vụ logistics ở Việt Nam chiếm 20,9 % GDP của cả nước, 2016, xem: < <http://daubao.com/dich-vu-logistics-viet-nam-chiem-20-9-gap-ca-nuoc/kinh-doanh/131085.html> >

Ngoài những ngành nghề kể trên, xuất khẩu nói chung và xuất khẩu sản phẩm chủ lực nói riêng còn mang lại những nguồn thu nhập lớn cho những ngành nghề sản xuất có liên quan như bưu chính viễn thông, sản xuất bao bì, đóng gói sản phẩm...

Tác động trong việc thay đổi cơ cấu nền kinh tế

Kể từ khi Việt Nam thực hiện đường lối đổi mới, mở cửa và hội nhập vào nền kinh tế thế giới, đặc biệt là sau khi gia nhập Tổ chức thương mại thế giới, cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng giảm tỷ trọng nông, lâm nghiệp thủy sản và tăng tỷ trọng công nghiệp, dịch vụ. Sự thay đổi này có được nhờ một phần rất lớn từ sự tăng trưởng liên tục của hoạt động xuất khẩu hàng hóa nói chung và sản phẩm xuất khẩu chủ lực nói riêng. Thực tiễn phát triển kinh tế tại Việt Nam cho thấy, hơn 30 năm đổi mới, cơ cấu kinh tế đã chuyển dịch tích cực theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, tỷ trọng của khu vực nông nghiệp trong GDP giảm từ 38,1 % (1986) xuống mức 15,34 % (2017), trong khi tỷ trọng khu vực công nghiệp tăng từ 28,9 % lên 33,34 % (2017) và tỷ trọng dịch vụ cũng tăng từ 33,1 % lên 41,32 % (2017)⁵. Ngoài việc tác động tích cực làm chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế, hoạt động xuất khẩu sản phẩm chủ lực cũng tác động đến ngành sản xuất nông nghiệp như:

Ngoài việc tác động tích cực làm chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế, hoạt động xuất khẩu sản phẩm chủ lực cũng tác động đến ngành sản xuất nông nghiệp như:

- Tạo điều kiện cho người nông dân có nhiều kinh nghiệm hơn để chuẩn bị trước cho các vụ kiện chống bán phá giá.

- Quan tâm nhiều hơn đến việc xây dựng và phát triển thương hiệu, chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm các sản phẩm nông sản xuất khẩu do quá trình mở rộng xuất khẩu sang các thị trường tiềm năng và khó tính đòi hỏi chất lượng sản phẩm cao, yêu cầu nghiêm ngặt về tiêu chuẩn chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm (như Mỹ, Nhật Bản và Liên minh châu Âu). Các vùng chuyên canh được hình thành, đặc biệt là các loại cây, rau, quả có thể xuất khẩu như vải, bưởi năm roi, bưởi da xanh, sầu riêng hạt lép, vv... Các mô hình sản xuất hàng hóa, ứng dụng công nghệ cao, giống tốt, đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm được nhân rộng hơn trước.

⁵ Tổng cục Thống kê Việt Nam: Thông cáo báo chí về tình hình kinh tế - xã hội năm 2017, xem < <https://www.gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=382&ItemID=18667> >. 25

Dưới tác động của cơ cấu xuất khẩu, cơ cấu sản xuất công nghiệp Việt Nam đã có sự chuyển dịch theo hướng giảm bớt tỷ trọng của các ngành trong nhóm ngành thâm dụng nông sản, và tăng tỷ trọng của những ngành thâm dụng máy móc công nghệ.

Tác động tích cực tới việc giải quyết công ăn việc làm và cải thiện cuộc sống của người dân. Kể từ khi gia nhập Tổ chức thương mại thế giới, hoạt động xuất khẩu nói chung và xuất khẩu sản phẩm chủ lực nói riêng của Việt Nam đã gặt hái được nhiều thành công khi kim ngạch, thị phần liên tục tăng nhờ được hưởng những thành quả của các vòng đàm phán giảm thuế và hàng rào phi thuế quan, tăng cường tiếp cận thị trường của Tổ chức thương mại thế giới, đặc biệt trong các lĩnh vực hàng dệt may và nông sản. Cơ hội xuất khẩu bình đẳng có những ảnh hưởng tích cực đến hoạt động của các doanh nghiệp trong nước, sản xuất sẽ được mở rộng và tạo nhiều công ăn việc làm cho người lao động, đặc biệt là lao động kỹ thuật trình độ cao. Hoạt động kinh tế đối ngoại nói chung và xuất khẩu nói riêng góp phần thúc đẩy nhanh hơn quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông thôn, sẽ có một lượng lớn lao động nông nghiệp, thanh niên nông thôn nhàn rỗi, thiếu việc làm tham gia vào hoạt động kinh tế trong các doanh nghiệp, các hộ gia đình, đơn vị kinh doanh cá thể... Điều này đồng nghĩa với mang lại nhiều cơ hội thay đổi công việc và tăng thu nhập cho một bộ phận lớn lao động nông nghiệp hiện nay. Hơn nữa, xuất khẩu dẫn đến sự phát triển nhanh chóng về công nghệ và thiết bị sản xuất, các hoạt động trao đổi chuyên gia giữa các nước với Việt Nam. Hợp tác quốc tế về lao động có cơ hội phát triển, từ đó góp phần nâng cao chất lượng nhân lực, để có thể làm chủ các công nghệ và thiết bị tiên tiến trên thế giới.

Theo những số liệu thống kê trong giai đoạn 2006 - 2017, các ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam đã góp phần không nhỏ vào việc tạo công ăn việc làm cho một số lượng lớn người lao động trong cả nước. Cụ thể: Nhóm sản phẩm nông, lâm và thủy sản trong thời gian qua đã làm thay đổi bộ mặt nông thôn, nhất là những vùng trồng cà phê, cao su (Tây Nguyên), lúa gạo, thủy sản (đồng bằng sông Cửu Long). Với vị trí thứ hai trên thế giới về xuất khẩu gạo, lĩnh vực này đã góp phần tạo việc làm cho hàng triệu nông dân Việt Nam. Ngành chế biến thủy sản hiện nay phát triển thành một ngành kinh tế mũi nhọn, ngành sản xuất hàng hóa lớn, đi đầu trong hội nhập kinh tế quốc tế. Với sự tăng trưởng nhanh và hiệu quả, thủy sản đã đóng góp tích cực trong chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp,

nông thôn, đóng góp hiệu quả cho công cuộc xóa đói, giảm nghèo, giải quyết việc làm cho trên 4 triệu lao động, nâng cao đời sống cho cộng đồng dân cư khắp các vùng nông thôn, ven biển, đồng bằng, trung du, miền núi. Theo số liệu từ Trung tâm quốc tế nông nghiệp nhiệt đới (CIAT), ngành công nghiệp sản xuất cà phê của Việt Nam mang lại công ăn việc làm cho một lượng lớn dân số, bao gồm 550.000 nông hộ sản xuất nhỏ (đang cung cấp 95 % lượng cà phê của Việt Nam) và 500.000 người tham gia làm công thời vụ trong các khâu của ngành cà phê⁶.

Nhóm sản phẩm chủ lực dệt may, da giày, điện tử, đồ gỗ... cũng thu hút một lượng lớn lao động, từ đó cải thiện và nâng dần mức sống của người dân lao động. Ví dụ: Ngành dệt may đã và đang tạo ra việc làm cho khoảng 2 triệu lao động, với thu nhập trung bình năm của công nhân dệt may của Việt Nam đã đạt trên 50 triệu VND, được tham gia bảo hiểm xã hội, y tế, thu nhập cao gấp 8-10 lần thu nhập lao động trồng lúa ngay trong điều kiện được mùa⁷.

Tóm lại, việc sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm xuất khẩu chủ lực đã mang lại nhiều hiệu quả kinh tế xã hội to lớn cho đất nước. Tuy vậy, có thể thấy ngay rằng hoạt động xuất khẩu các sản phẩm chủ lực của Việt Nam mới chỉ chủ yếu dựa vào lợi thế về lao động rẻ, tài nguyên thiên nhiên và vị trí địa lý mà chưa quan tâm đến vấn đề chất lượng của nguồn lao động và trình độ kỹ thuật công nghệ chế biến nên hiệu quả thực tế mang lại chưa tương xứng với tiềm năng phát triển.

Tài liệu tham khảo

1. Bùi Xuân Lưu, Nguyễn Hữu Khải: Giáo trình Kinh tế ngoại thương, Nxb. Lao động, Hà Nội, 2006
2. Hải quan Việt Nam: Tình hình xuất, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tháng 12 và cả năm 2016, xem <<https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/ViewDetails.aspx?ID=1038&Category=Ph%C3%A2n%20t%C3%ADch%20%C4%91%E1%BB%8Bnh%20K%E1%BB%B3&group=Ph%C3%A2n%20t%C3%ADch%20%C4%91%E1%BB%8Bnh%20k%E1%BB%B3&Group=G%E1%BB%9Bi%20th%E1%BB%87u>>.
3. Hải quan Việt Nam: Tình hình xuất, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tháng 12 và cả năm 2017, xem <https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/ViewDetails.aspx?ID=1238&Category=Ph%C3%A2n%20t%C3%ADch%20>

⁶ VASEP: Tổng quan ngành thủy sản Việt Nam, 2017, xem <http://vasep.com.vn/1192/OneContent/tong-quan-nganh.htm> >

⁷ Bích Ngọc: Ngành cà phê Việt Nam trước bối cảnh biến đổi khí hậu, 2017, xem <http://www.thiennhien.net/2017/03/17/nganh-ca-phe-viet-nam-truoc-boi-can-bien-doi-ki-hau> > I

4. Báo đầu tư: Dịch vụ logistics ở Việt Nam chiếm 20,9 % GDP của cả nước, 2016, xem: < [http://daubao.com/dich-vu-logistics-viet nam - chiem - 20-9 - gap - ca - nuoc / kinh - doanh / 131085.html](http://daubao.com/dich-vu-logistics-viet-nam-chiem-20-9-gap-ca-nuoc-kinh-doanh/131085.html) >
5. Tổng cục Thống kê Việt Nam: Thông cáo báo chí về tình hình kinh tế - xã hội năm 2017, xem < [https://www.gso.gov.vn/ Default.aspx ? tabid = 382 & ItemID = 18667](https://www.gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=382&ItemID=18667) >. 25
6. VASEP: Tổng quan ngành thủy sản Việt Nam, 2017, xem <http://vasep.com.vn/1192/OneContent/tong-quan-nganh.htm> >
7. Bích Ngọc: Ngành cà phê Việt Nam trước bối cảnh biến đổi khí hậu, 2017, xem [http://www.thiennhien.net/2017/03/17/nganh ca - phe - viet - nam - truoc - boi - canh - bien - doi - khi - hau](http://www.thiennhien.net/2017/03/17/nganh-ca-phe-viet-nam-truoc-boi-can-bien-doi-khi-hau) > I 28

TBĐBĐC