

BÁO CÁO XÚC TIẾN XUẤT KHẨU 2010 - 2011



CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
Vietnam Trade Promotion Agency

Báo cáo Xúc tiến xuất khẩu

Chịu trách nhiệm xuất bản:

CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI (VIETRADE)

20 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

ĐT: 84-4-3934 7628 / 3934 8143

Fax: 84-4-3934 4260

Email: vietrade@vietrade.gov.vn

Website: www.vietrade.gov.vn

Giấy phép xuất bản số 162/GP-CXB cấp ngày 15/12/2010

Lời nói đầu

Kể từ khi Việt Nam tiến hành công cuộc đổi mới, trong giai đoạn 20 năm qua, tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam đã đạt được những bước tiến đáng kể cả về kim ngạch và khối lượng hàng hóa cũng như cơ cấu hàng xuất khẩu. Nếu như trong những năm đầu của thập niên 1990, tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu trên GDP mới chỉ đạt khoảng 30% thì đến năm 2008 đã đạt 70%. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn này đạt khoảng 19%/năm. Thị trường xuất khẩu được mở rộng. Cơ cấu hàng xuất khẩu cũng chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng hàm lượng giá trị công nghiệp và đa dạng hóa sản phẩm trong từng ngành hàng xuất khẩu chủ lực.

Đặc biệt, trong năm 2010, xuất khẩu của Việt Nam đã tăng trưởng ngoạn mục. Theo thống kê mới nhất, kim ngạch xuất khẩu năm 2010 của Việt Nam ước tính đạt 71,6 tỷ USD, tăng 25,5% so với năm 2009. So với mức 6% chỉ tiêu đề ra ban đầu, xuất khẩu năm nay đã gấp 4,2 lần và nếu so với mức tăng GDP, gấp 3,8 lần. Theo đó, xuất khẩu bình quân đầu người tăng, tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu so với GDP cũng đạt cao, tương đương như hồi năm 2008 và đó cũng là tỷ lệ cao nhất từ trước tới nay. Xuất khẩu năm 2010 của Việt Nam đã có bước lội ngược dòng, khi mà chỉ mới năm trước, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu là âm tới 9,7%. Cũng nhờ có sự tăng trưởng xuất khẩu này, tỷ lệ nhập siêu của Việt Nam năm 2010 đã được kéo xuống.

Trong thành tích xuất khẩu nói trên, ngành xúc tiến thương mại đã góp một phần nhỏ trong sự phát triển và tăng trưởng xuất khẩu những năm vừa qua. Với chức năng tham vấn và thực hiện chính sách thương mại trong lĩnh vực xúc tiến thương mại và phát triển xuất khẩu, từ năm 2009, Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) tổ chức thực hiện Báo cáo Xúc tiến xuất khẩu thường niên với mục đích xem xét, đánh giá hoạt động xuất khẩu từng năm theo ngành hàng và theo thị trường; từ đó, đưa ra những đề xuất và khuyến nghị về mặt chính sách và những biện pháp thực hiện cụ thể. Báo cáo này cũng có thể được coi là nguồn thông tin tham khảo phục vụ công tác xây dựng và điều chỉnh chiến lược xuất khẩu quốc gia cho thập kỷ 2011 - 2020 và các đề án phát triển xuất khẩu 5 năm trong giai đoạn này.

Trong Báo cáo Xúc tiến xuất khẩu 2009 - 2010, Cục Xúc tiến thương mại đã nhận được những góp ý chân thành và có giá trị từ phía các tổ chức, cơ quan đại diện thương mại Việt Nam tại nước ngoài, cũng như các cơ quan, doanh nghiệp trong nước. Chúng tôi xin chân thành cảm ơn sự đóng góp quý báu này từ các tổ chức, doanh nghiệp và độc giả.

Trong lần nghiên cứu thứ hai này, mặc dù đã có sự tiếp thu, sửa đổi, nhưng chắc chắn Báo cáo Xúc tiến xuất khẩu 2010 - 2011 vẫn còn nhiều khiếm khuyết và hạn chế. Vì vậy, Cục Xúc tiến thương mại rất mong tiếp tục nhận được những ý kiến đóng góp và phản biện của độc giả để chất lượng Báo cáo trong những năm sau ngày càng được nâng cao, đóng góp thiết thực vào công tác tham vấn xây dựng chính sách thương mại của Bộ Công Thương và đề xuất các biện pháp triển khai kịp thời và thực tiễn nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển ngày càng cao của đất nước.

Đỗ Thắng Hải

Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại

MỤC LỤC

Lời nói đầu	3
Phần giới thiệu	6
1. Mục đích của báo cáo	6
2. Phạm vi nghiên cứu	7
3. Phương pháp thực hiện báo cáo	7
4. Nội dung chủ yếu của báo cáo ...	8
Phần thứ nhất	
PHÂN TÍCH TỔNG QUÁT HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM	
GIAI ĐOẠN 2009 - 2010 ...	9
1. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam 2009 - 2010 ...	9
1.1 Tình hình cung cầu hàng hóa trên thị trường thế giới ...	9
1.2 Tình hình phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam năm 2009 - 2010 ...	10
1.3 Các chính sách, biện pháp khuyến khích phát triển xuất khẩu của Việt Nam 2009 - 2010 ...	11
1.4 Hoạt động xúc tiến xuất khẩu trong năm 2009 - 2010 ...	13
2. Tổng quan về hoạt động xuất khẩu Việt Nam giai đoạn 2009 - 2010	16
2.1 Tình hình chung ...	16
2.2 Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam 2009 - 2010 đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực ...	18
2.3 Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam theo thị trường 2009 - 2010 ...	23
3. Đánh giá chung về tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2009 - 2010 ...	30
3.1 Những kết quả đạt được	30
3.2 Những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân	31
Phần thứ hai	
DỰ BÁO HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM NĂM 2011 - 2012.....	33
1. Các yếu tố tác động đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2011-2012	33
1.1 Dự báo tình hình kinh tế thương mại quốc tế ...	33
1.2 Bối cảnh kinh tế thương mại trong nước ...	34
1.3 Khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường thế giới	37
1.3.1 Năng lực sản xuất, xuất khẩu	37

1.3.2 Năng lực tiếp cận thị trường ...	37
2. Dự báo hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2011 - 2012 ...	39
2.1 Dự báo kim ngạch và tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu ...	40
2.2 Dự báo về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu ...	41
2.3 Dự báo về cơ cấu thị trường xuất khẩu ...	42

Phần thứ ba

MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ NHẪM ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA

VIỆT NAM NĂM 2011 - 2012 ...	52
1. Khuyến nghị về mặt hàng và thị trường xuất khẩu mục tiêu ...	52
1.1 Nhóm nông, lâm, thủy sản ...	52
1.2 Nhóm hàng chế biến, công nghiệp và thủ công mỹ nghệ ...	57
1.3 Nhóm nhiên liệu và khoáng sản ...	63
2. Khuyến nghị về chính sách chung ...	63
3. Khuyến nghị về các chính sách và biện pháp liên quan tới xúc tiến xuất khẩu ...	64
3.1 Khuyến nghị với Chính phủ ...	64
3.2 Khuyến nghị với các Tổ chức xúc tiến thương mại trung ương và địa phương ...	65
3.3 Khuyến nghị đối với các Cơ quan đại diện thương mại Việt Nam ở nước ngoài ...	66
3.4 Khuyến nghị đối với các Hiệp hội ...	66
3.5 Khuyến nghị đối với các Doanh nghiệp ...	67

PHỤ LỤC ...

Phụ lục 1: Phiếu khảo sát ý kiến của các Cơ quan đại diện thương mại Việt Nam tại nước ngoài ..	68
Phụ lục 2: So sánh kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường các nước năm 2009/2010 ...	70
Phụ lục 3: Kinh phí ngân sách cho hoạt động xúc tiến thương mại ...	72

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	76
--	-----------

PHẦN GIỚI THIỆU

1. MỤC ĐÍCH CỦA BÁO CÁO

Như chúng ta đã biết, năm 2010 có tầm quan trọng đặc biệt đối với phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam, bởi đây là năm cuối cùng nước ta thực hiện Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006 - 2010, đồng thời cũng là năm bản lề thực hiện chương trình tổng thể tổ chức lại sản xuất theo hướng nâng cao sức cạnh tranh, khắc phục những tồn tại yếu kém, tạo đà cho việc triển khai kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm tiếp theo (2011- 2015).

Dưới sự chỉ đạo kịp thời của Chính phủ, cùng với sự nỗ lực của các Bộ, Ngành trong việc triển khai thực hiện đồng bộ và quyết liệt các giải pháp, nền kinh tế nước ta đã có chuyển biến tích cực, các cân đối kinh tế vĩ mô cơ bản ổn định, xuất khẩu tiếp tục tăng trưởng về quy mô và giá trị, thị trường xuất khẩu ngày càng được củng cố và mở rộng, mặt hàng xuất khẩu được đa dạng hóa và khả năng cạnh tranh của hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường thế giới ngày càng được nâng cao.

Trong năm 2010, kinh tế thế giới trên đà phục hồi (đặc biệt là tại các quốc gia vốn là thị trường truyền thống của hàng hóa Việt Nam), nhu cầu thế giới và giá cả nhiều nhóm hàng tăng trở lại đã tạo điều kiện tốt hơn cho xuất khẩu hàng hóa của nước ta. Kim ngạch xuất khẩu của cả nước năm 2010 đạt khoảng 71,6 tỷ USD, tăng 25,5% so với năm 2009 - năm mà kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam chỉ đạt mức 56,6 tỷ USD (giảm 9,7% so với năm trước) do bị ảnh hưởng của cuộc suy thoái kinh tế và khủng hoảng tài chính toàn cầu.

Những thành tựu trên đây của hoạt động xuất khẩu một phần quan trọng do hoạt động xúc tiến xuất khẩu luôn được đổi mới và nhiều biện pháp hữu hiệu được thực hiện. Các Hiệp định kinh tế, thương mại song phương (đặc biệt là việc cắt giảm thuế, áp dụng quy tắc xuất xứ hàng hóa...) đã từng bước đi vào thực tế sản xuất kinh doanh và tạo cơ hội thuận lợi cho doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu... Mặt khác, các chính sách của nhà nước hỗ trợ xuất khẩu được tăng cường đã tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp thực hiện hoạt động sản xuất và xuất khẩu một cách hiệu quả.

Năm 2011 là năm đầu tiên thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI và mở đầu thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2011 - 2015 và Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2011 - 2020.

Để Việt Nam có thể hội nhập ngày càng sâu, rộng vào nền kinh tế thế giới, được đối xử bình đẳng trong thương mại và mở cửa thị trường với các thành viên khác của WTO, tạo cơ hội để các doanh nghiệp tăng cường khả năng xuất khẩu hàng hóa sang thị trường nước ngoài, việc nghiên cứu xây dựng một chiến lược đẩy mạnh phát triển xuất khẩu hàng hóa phù hợp với bối cảnh và nhu cầu của thị trường thế giới và thực tế phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong những năm tiếp theo là thực sự cần thiết và có ý nghĩa thực tiễn.

Nhằm giải quyết các vấn đề nêu trên, Cục Xúc tiến thương mại phối hợp với các tổ chức và chuyên gia nghiên cứu xây dựng ***Báo cáo Xúc tiến xuất khẩu 2010 - 2011***.

Mục tiêu chính của báo cáo là tổng kết, phân tích, nhận định về tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2010 (theo mặt hàng và thị trường chủ yếu), dự báo khả năng phát triển hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2011 - 2012 và đưa ra những khuyến nghị về chính sách xúc tiến xuất khẩu, khuyến nghị cụ thể đối với một số mặt hàng/nhóm mặt hàng vào thị trường mục tiêu và các biện pháp phát triển xuất khẩu trong những năm tới.

2. PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Phạm vi về thời gian: Là Báo cáo Xúc tiến xuất khẩu hàng năm nên Báo cáo tập trung nghiên cứu, phân tích thực trạng hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2010 trong tương quan so sánh với năm 2009, đồng thời dự báo cho năm 2011 và 2012 trên cơ sở số liệu của năm 2010 và những biến động về kinh tế, thị trường thế giới và trong nước.

Phạm vi về không gian: Để thực hiện các nội dung của báo cáo, không gian nghiên cứu được xác định là ở các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu trên phạm vi toàn quốc và thông qua các cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam tại nước ngoài.

Phạm vi về nội dung: Năm 2010, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam chiếm gần 90% tổng kim ngạch xuất khẩu (đạt 71,6 tỷ USD), trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu dịch vụ chỉ chiếm trên 10% (đạt 7,46 tỷ USD)¹. Do giới hạn về nhiều mặt, Báo cáo chỉ tập trung nghiên cứu về hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, hoạt động xuất khẩu dịch vụ được đề cập như yếu tố có tác động thúc đẩy và phục vụ cho xuất khẩu hàng hóa phát triển.

3. PHƯƠNG PHÁP THỰC HIỆN BÁO CÁO

Để thực hiện nội dung Báo cáo Xúc tiến xuất khẩu năm 2010 - 2011, một số phương pháp chủ yếu được sử dụng kết hợp là: Thu thập số liệu, tài liệu, khảo sát thực chứng, phân tích, so sánh, tổng hợp, tham vấn chuyên gia... Cụ thể, quá trình nghiên cứu được chia làm ba giai đoạn như sau:

Giai đoạn I: Thu thập thông tin, điều tra khảo sát thực tế

Để có được những thông tin cần thiết phục vụ thực hiện nội dung Báo cáo, các công việc được tiến hành trong giai đoạn này bao gồm:

- Xác định các loại thông tin cần thu thập liên quan đến việc nghiên cứu, phân tích thực trạng hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2010 và các cơ sở để dự báo cho năm 2011 và 2012.
- Xác định các đối tượng cần được điều tra khảo sát, ngành hàng và mặt hàng cần điều tra, các tiêu chí cần điều tra và xây dựng bảng câu hỏi trong phiếu điều tra để thu thập được những thông tin cần thiết cho việc xây dựng Báo cáo.
- Tiến hành thu thập số liệu, tài liệu liên quan đến nội dung của Báo cáo thông qua tài liệu của các tổ chức quốc tế (WB, IMF, ITC...) và các tài liệu trong nước như: Thống kê Hải quan, các báo cáo tổng kết của Bộ Công Thương, của các ngành sản xuất hàng xuất khẩu, các Hiệp hội ngành hàng, các tập đoàn, doanh nghiệp lớn, các hồ sơ ngành hàng, các đề tài nghiên cứu trong và ngoài ngành công thương...
- Thực hiện việc điều tra tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2010 sang các thị trường và theo mặt hàng chủ yếu. Các thông tin trong phiếu điều tra được trả lời sẽ là cơ sở quan trọng cho việc tổng hợp, phân tích các nội dung Báo cáo.

¹ Tình hình kinh tế xã hội 2010 - Tổng Cục Thống kê 31/12/2010.

Giai đoạn II: Phân tích, tổng hợp, so sánh số liệu, tư liệu

Ở mỗi phần của Báo cáo, các phương pháp phù hợp được nhóm nghiên cứu lựa chọn. Cụ thể:

- Ở phần thứ nhất: Để nghiên cứu thực trạng phát triển hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2009 - 2010, sau khi đã có đầy đủ thông tin, số liệu có liên quan, phương pháp phân tích, tổng hợp, so sánh... đã được sử dụng để có được những bảng số liệu mang tính tổng quan phù hợp với nội dung Báo cáo và thể hiện rõ những biến động của hoạt động xuất khẩu (theo mặt hàng và thị trường) của Việt Nam trong năm 2010 so với năm trước đó.
- Mặt khác, phương pháp chuyên gia cũng cần được thực hiện kết hợp để việc phân tích thông tin tư liệu, tổng hợp số liệu, tài liệu mang tính khách quan, khoa học và có thể tranh thủ được những ý tưởng hay từ các chuyên gia trong và ngoài ngành về các vấn đề cần nghiên cứu. Đặc biệt, để thực hiện nội dung Báo cáo, các nội dung điều tra đã tranh thủ được sự phối hợp của nhiều cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam ở nước ngoài, nhất là các nước là bạn hàng nhập khẩu lớn đối với các loại hàng hóa của nước ta trong năm 2010.
- Để thực hiện phần thứ hai của Báo cáo, trên cơ sở bối cảnh kinh tế và thị trường thế giới, bối cảnh và dự báo khả năng phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam những năm tiếp theo, những nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, phương pháp thống kê dự báo được thực hiện để dự báo kết quả hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2011 - 2012. Ngoài ra, để giúp người đọc có thể tiếp cận ở nhiều góc độ khác nhau về tình hình xuất khẩu của Việt Nam trong những năm sắp tới, nhóm thực hiện Báo cáo cũng tham khảo số liệu dự báo của nhiều cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam ở nước ngoài, số liệu dự báo của các tổ chức quốc tế (WB, IMF, ITC...) và các cơ quan quản lý và nghiên cứu trong nước...
- Trong quá trình thực hiện phần thứ ba của Báo cáo, trên cơ sở những tồn tại (cả chủ quan và khách quan) của hoạt động xuất khẩu năm 2010, nhóm nghiên cứu đã đưa ra một số khuyến nghị nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2011 - 2012 trên cơ sở tranh thủ ý kiến của các nhà quản lý, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu ở Việt Nam và các chuyên gia tại các cơ quan đại diện thương mại ở nước ngoài.
- Nhìn một cách chung nhất, để thực hiện nội dung Báo cáo, nhóm nghiên cứu đã sử dụng kết hợp nhiều phương pháp phù hợp với yêu cầu và đặc điểm của mỗi phần trong Báo cáo.

Giai đoạn III: Tổng hợp và hoàn thiện nội dung Báo cáo

Sau khi phân tích, tổng hợp, so sánh số liệu, tư liệu, bản Dự thảo Báo cáo Xúc tiến xuất khẩu 2010 - 2011 được hoàn thành, việc tổ chức các hội nghị khoa học chuyên đề với mục đích tham khảo ý kiến chuyên gia về nội dung của bản Dự thảo là rất cần thiết. Đây là phương pháp thường được tiến hành nhằm giúp nhóm tác giả có thể hoàn thiện Báo cáo một cách nhanh chóng và hiệu quả nhất.

4. NỘI DUNG CHỦ YẾU CỦA BÁO CÁO

Nhằm đáp ứng các mục tiêu đề ra, nội dung Báo cáo được kết cấu thành ba phần chính sau đây: *Phần thứ nhất*: Thực trạng phát triển hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2009 - 2010

Phần thứ hai: Dự báo hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2011 - 2012

Phần thứ ba: Một số khuyến nghị nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu của Việt Nam năm 2011 - 2012

Phần thứ nhất

**PHÂN TÍCH TỔNG QUÁT HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM
GIAI ĐOẠN 2009 - 2010**

1. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM 2009 - 2010

1.1. Tình hình cung cầu hàng hóa trên thị trường thế giới

Theo đánh giá của Tổ chức tiền tệ quốc tế (IMF), kinh tế thế giới đã vượt qua thời kỳ khó khăn nhất, thị trường vốn của các quốc gia chủ yếu đã dần ổn định trở lại, công nghiệp chế tạo đã bắt đầu phục hồi và tăng trưởng, thương mại xuất nhập khẩu đã tăng rõ nét.

Tính cả năm 2010, tốc độ tăng trưởng kinh tế thế giới đạt mức 4,2% (các nước phát triển đạt 2,3%, các nước mới nổi và các nước đang phát triển đạt 6,3%), thương mại thế giới năm 2010 ước tính đạt mức tăng trưởng 13,5% (các nước phát triển tăng 11,5%, các nước khác tăng 16,5%). Ngoại thương của các nền kinh tế chủ yếu bắt đầu được phục hồi, xuất khẩu của Hoa Kỳ tăng trưởng 14,8% và nhập khẩu tăng 16%. Các con số tương ứng của khu vực đồng Euro là 7% và 3%, của Nhật Bản là 43,5% và 20,7%). Lượng vốn FDI toàn cầu năm 2010 có khả năng chỉ đạt mức 1.200 tỷ USD (tương đương 6,9% so với năm trước) và bắt đầu có dấu hiệu hồi phục.

Sự phục hồi chậm của kinh tế thế giới năm 2010 do những nguyên nhân chủ yếu sau: (1) Tính chất hai mặt của chính sách kích cầu, sự khó khăn về liều lượng và thời gian cắt giảm các gói kích thích kinh tế; (2) Gánh nặng tài chính của các nền kinh tế chủ yếu không ngừng tăng lên, tạo áp lực cho nền tài chính các quốc gia; (3) Lạm phát gia tăng; (4) Việc khôi phục toàn diện nền kinh tế thế giới không thể thực hiện trong một khoảng thời gian ngắn...

Như vậy, tác động của suy thoái kinh tế và khủng hoảng tài chính toàn cầu từ 2008 - 2009 đã làm kinh tế thế giới các năm 2009 - 2010 suy giảm và diễn biến phức tạp, tác động đến nhiều mặt của đời sống xã hội của các nước (trong đó có Việt Nam), nhất là trong các lĩnh vực xuất khẩu, đầu tư, du lịch...

Tuy kinh tế thế giới đã bắt đầu có dấu hiệu phục hồi từ giữa năm 2009 ở một số nước nhưng những vấn đề cốt lõi của suy thoái kinh tế và khủng hoảng tài chính chưa thể giải quyết trong thời gian ngắn, thương mại toàn cầu chưa được mở rộng, vấn đề lao động, việc làm đang là khó khăn lớn của nhiều nước trên thế giới.

Trong những năm tới đây, vai trò của các nước đang phát triển trong thương mại hàng nông sản sẽ tăng mạnh. Do nhu cầu nhập khẩu lương thực, thực phẩm thế giới tăng cao nên tăng trưởng xuất khẩu các mặt hàng như gạo, đường, dầu thực vật... cũng tăng nhanh. Bên cạnh đó, nhiều nước đang phát triển luôn chú ý đa dạng hoá chủng loại hàng, gia tăng xuất khẩu các mặt hàng chế biến, chế tạo để tăng tỷ trọng thương mại với các nền kinh tế mới nổi và các nước phát triển. Điều này thể hiện mức độ hội nhập ngày càng sâu của các quốc gia đang phát triển với nền kinh tế thế giới.

Như vậy, có thể nói, năm 2010, kinh tế thế giới có dấu hiệu phục hồi sau khủng hoảng, thương mại hàng hoá thế giới sẽ tiếp tục tăng trưởng trong năm 2011, 2012 và những năm tiếp theo. Đây sẽ là cơ hội lớn để các quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu trên thị trường toàn cầu.

1.2. Tình hình phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam năm 2009 - 2010

Năm 2009, do bị ảnh hưởng nặng nề của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, trong khi phần lớn các nền kinh tế trên thế giới rơi vào tình trạng suy thoái thì nền kinh tế Việt Nam vẫn duy trì được mức tăng trưởng 5,32%. Tổng sản phẩm trong nước (GDP) năm 2010 tăng 6,78% so với năm 2009, vượt mục tiêu đề ra là 6,5%. Trong 6,78% tăng chung của nền kinh tế, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 2,78%; công nghiệp, xây dựng tăng 7,7%; khu vực dịch vụ tăng 7,52%.² Cùng với mức tăng trưởng kinh tế đáng ghi nhận, cơ cấu kinh tế Việt Nam cũng có sự chuyển dịch mạnh theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá với tỷ trọng ngành công nghiệp và dịch vụ ngày càng tăng và giảm dần tỷ trọng ngành nông, lâm nghiệp trong cơ cấu GDP cả nước. Cụ thể, tỷ trọng ngành nông nghiệp trong tổng GDP cả nước năm 2009 là 20,91%; ngành công nghiệp - xây dựng là 40,24% và ngành dịch vụ là 38,85%. Năm 2010, các con số tương ứng thứ tự là 20,58%; 41,09% và 38,33%.³ Sự chuyển dịch này là kết quả tất yếu của quá trình tự do hóa thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế cộng với những nỗ lực của các ngành, các cấp trong mọi lĩnh vực kinh tế trong cả nước.

• Đối với ngành công nghiệp

Do chịu tác động của suy thoái kinh tế và khủng hoảng tài chính toàn cầu nên năm 2009, ngành công nghiệp Việt Nam có tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất ở mức thấp so với năm 2008 nhưng vẫn là ngành kinh tế có đóng góp hết sức quan trọng vào tăng trưởng kinh tế chung của cả nước. Cơ cấu ngành công nghiệp năm 2009 theo thành phần kinh tế có sự chuyển dịch nhưng khá chậm. Khu vực kinh tế Nhà nước chiếm tỷ trọng 19,4% (giảm 0,3% so với năm 2008).

Giá trị sản xuất công nghiệp năm 2010 đạt 794,2 ngàn tỷ đồng (tăng 14% so với năm 2009), bao gồm khu vực kinh tế Nhà nước tăng 7,4%; khu vực ngoài Nhà nước tăng 14,7%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài tăng 17,2% (dầu mỏ và khí đốt giảm 0,7%, các ngành khác tăng 19,5%). Trong ba ngành công nghiệp cấp I, giá trị sản xuất ngành công nghiệp chế biến tăng 14,9% so với năm 2009; ngành công nghiệp điện, ga, nước tăng 14,8%; ngành công nghiệp khai thác giảm 0,5% do sản lượng khai thác than và dầu thô giảm⁴.

Với mục tiêu ổn định kinh tế vĩ mô và bảo đảm an sinh xã hội thì kết quả nêu trên phản ánh sự cố gắng rất lớn của các doanh nghiệp ngành công nghiệp.

• Đối với ngành nông nghiệp

Từ khi Việt Nam gia nhập WTO, sản xuất nông nghiệp Việt Nam tiếp tục phát triển toàn diện, có mức tăng trưởng khá và chuyển dịch theo hướng sản xuất hàng hoá. Giá trị sản xuất ngành nông nghiệp tăng nhanh từ 158.108,3 tỷ đồng năm 2008 lên 161.536,4 tỷ đồng năm 2009 và đạt 232.700 tỷ đồng năm 2010 (tăng 4,7% so với năm 2009). Trong đó: Giá trị sản xuất nông nghiệp đạt 168.400 tỷ đồng (tăng 4,2%), lâm nghiệp đạt 7.400 tỷ đồng (tăng 4,6%), thủy sản đạt 56.900 tỷ đồng (tăng 6,1% so với năm 2009)⁵.

Mặt khác, Chính phủ đã tiến hành xoá bỏ trợ cấp xuất khẩu nông sản theo đúng cam kết gia nhập WTO và mở cửa thị trường, giảm thuế suất đối với các mặt hàng nông sản nhập khẩu theo đúng lộ trình như: Thịt, sữa bột, thức ăn chăn nuôi... Trong những năm tới đây, ngành nông nghiệp nước ta sẽ có những bước phát triển mang tính đột phá, tạo nguồn nguyên liệu cho các ngành kinh tế khác cùng phát triển, đồng thời đáp ứng tốt nhất cho nhu cầu ngày càng cao về lương

² Tình hình kinh tế xã hội 2010 - Tổng Cục Thống kê 31/12/2010.

³ Tình hình kinh tế xã hội 2010 - Tổng Cục Thống kê 31/12/2010.

⁴ Tình hình kinh tế xã hội 2010 - Tổng Cục Thống kê 31/12/2010.

⁵ Tình hình kinh tế xã hội 2010 - Tổng Cục Thống kê 31/12/2010.

thực, thực phẩm cho mọi tầng lớp dân cư và dành cho xuất khẩu. •

Đối với lĩnh vực thương mại - dịch vụ

Tổng mức hàng hóa bán lẻ và doanh thu dịch vụ tiêu dùng theo giá thực tế năm 2010 đạt 1.561,6 ngàn tỷ đồng, tăng 24,5% so với năm 2009, nếu loại trừ yếu tố giá thì tăng 14% (kinh doanh thương nghiệp tăng 25%; khách sạn, nhà hàng tăng 21,8%; dịch vụ tăng 23,8% và du lịch tăng 28,5%).

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa năm 2010 đạt 71,6 tỷ USD (tăng 25,5% so với năm 2009). Trong đó: Khu vực kinh tế trong nước đạt 32,8 tỷ USD (tăng 22,7% so với năm 2009), khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (không kể dầu thô) đạt 33,9 tỷ USD (tăng 40,1%), nếu tính cả dầu thô thì các con số tương ứng là 38,8 tỷ USD và 27,8%. Cũng trong năm 2010, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt khoảng 84 tỷ USD, tăng 20,1% so với năm 2009 (thấp hơn so với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu) nên tỷ lệ nhập siêu/xuất khẩu đã giảm còn 17,3% (mục tiêu do Chính phủ đề ra là nhập siêu năm 2010 không vượt quá 20% so với kim ngạch xuất khẩu)⁶.

Nói chung, kinh tế thế giới và những biến động về cung cầu hàng hóa trên thị trường thế giới cũng như tình hình kinh tế - xã hội trong nước có nhiều thuận lợi cho phát triển hoạt động xuất khẩu Việt Nam năm 2010 và những năm tiếp theo. Sự phục hồi kinh tế sau khủng hoảng của các nước trên thế giới sẽ trở thành cơ hội tốt cho doanh nghiệp và hàng hóa xuất khẩu Việt Nam trên cơ sở có sự hỗ trợ tốt từ phía Chính phủ.

1.3. Các chính sách, biện pháp khuyến khích phát triển xuất khẩu của Việt Nam 2009 - 2010

Đẩy mạnh xuất khẩu, kiểm soát nhập siêu là chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ đối với các Bộ, ngành và các địa phương trong năm 2010. Cụ thể, yêu cầu cơ bản là phải xây dựng và tổ chức thực hiện các chương trình, đề án xuất khẩu cụ thể đối với từng nhóm mặt hàng, phấn đấu đạt chỉ tiêu xuất khẩu do Quốc hội phê chuẩn và kiểm soát để nhập siêu năm 2010 không vượt quá 20% so với kim ngạch xuất khẩu.

Thủ tướng cũng yêu cầu các Bộ, ngành, địa phương chú trọng thực hiện việc thúc đẩy xuất khẩu biên mậu, nâng cao hiệu quả xúc tiến thương mại, đồng thời tiếp tục thúc đẩy việc xây dựng chính sách khuyến khích phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ để tăng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

Bộ Tài chính hướng dẫn thủ tục tạm hoàn thuế giá trị gia tăng đầu vào đối với hàng hóa thực xuất khẩu, đồng thời chỉ đạo ngành hải quan thực hiện cải cách thủ tục hành chính để rút ngắn thời gian thông quan và thời gian quyết toán thuế, nhất là đối với nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất và gia công hàng hóa.

Ngân hàng Nhà nước giám sát chặt chẽ hoạt động tín dụng để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp cận vốn sản xuất kinh doanh phục vụ xuất khẩu.

Để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu trong năm 2010, *Bộ Công Thương* đã chỉ đạo thực hiện các biện pháp sau:

- *Thứ nhất*, thực hiện đồng bộ các biện pháp nâng cao chất lượng, tăng giá trị hàng hóa xuất khẩu, đặc biệt chú ý đến các mặt hàng nông, lâm, thủy sản.

⁶ Báo cáo của Bộ Công Thương tại Hội nghị tổng kết tình hình thực hiện nhiệm vụ năm 2010 và triển khai kế hoạch năm 2011

- *Thứ hai*, đẩy mạnh xúc tiến thương mại, tìm kiếm và mở rộng thị trường, tập trung khai thác theo chiều sâu, chiều rộng đối với các thị trường xuất khẩu truyền thống, thị trường xuất khẩu trọng điểm, đi đôi với việc phát triển các thị trường có chung đường biên giới với Việt Nam thông qua việc xem xét điều chỉnh những quy định không phù hợp hoặc hạn chế xuất khẩu thời gian qua.

Cụ thể :

Ngày 15 tháng 11 năm 2010, Thủ tướng Chính phủ đã ra Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ban hành Quy chế mới về việc **xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia** (XTTMQG) áp dụng từ năm 2011 trở đi, thay thế Quyết định số 279/2005/QĐ-TTg ngày 03 tháng 11 năm 2005 và Quyết định số 80/2009/QĐ-TTg ngày 21 tháng 5 năm 2009 đã hết hiệu lực vào năm 2010.

Mục tiêu chính của Chương trình XTMMQG là nhằm tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển xuất khẩu, thị trường trong nước, thương mại miền núi, biên giới và hải đảo; Góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh trong sản xuất, kinh doanh của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam; Gắn kết các hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư và du lịch.

Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình XTMMQG được xây dựng dựa trên việc tiếp thu những nội dung phù hợp đã được thực thi tốt trong giai đoạn vừa qua, đồng thời sửa đổi những nội dung không còn phù hợp với thực tiễn; nghiên cứu, tham khảo quy định và nội dung XTMM của các nước trên thế giới, đề ra nội dung, giải pháp phù hợp với thông lệ quốc tế, áp dụng phương thức hỗ trợ mới phù hợp với thực tiễn Việt Nam.

- *Thứ ba*, đẩy mạnh triển khai các Hiệp định khu vực mậu dịch tự do (FTA) đã ký kết và tận dụng lợi thế từ FTA đem lại, phối hợp với các địa phương, Hiệp hội ngành hàng tổ chức phổ biến rộng rãi cho các doanh nghiệp nội dung FTA mà Việt Nam đã tham gia ký kết để tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tận dụng lợi thế của các FTA.
- *Thứ tư*, Bộ Công Thương phối hợp tổ chức các hội nghị giao ban xuất khẩu nhằm tháo gỡ khó khăn trong sản xuất, kinh doanh, trong hoạt động xuất khẩu, bàn biện pháp đẩy mạnh xuất khẩu cho từng ngành hàng, mặt hàng, tiếp tục cải cách hành chính trong lĩnh vực xuất nhập khẩu, hải quan, tích cực phối hợp với các Bộ/ ngành, địa phương tiếp tục triển khai các chính sách khuyến khích xuất khẩu, kiểm chế nhập siêu. Mặt khác, khuyến khích các doanh nghiệp phát triển sản xuất các loại nguyên liệu, các mặt hàng phụ trợ cho sản xuất hàng xuất khẩu.

Đồng thời, để phát triển kinh tế đối ngoại tại vùng biên với Lào và Campuchia, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành cơ chế, chính sách khuyến khích cụ thể, áp dụng cho các tỉnh vùng biên, các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư tại Quyết định số 482/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 14 tháng 4 năm 2010.

Cũng trong năm 2010, hàng loạt chính sách điều hành đẩy mạnh xuất khẩu, kiểm chế nhập siêu đã được *Bộ Tài chính* triển khai như :

- Điều chỉnh giảm thuế nhập khẩu ưu đãi đối với mặt hàng xăng dầu, nhằm bình ổn giá xăng dầu, không để giá tăng liên tục trong thời gian ngắn gây tác động bất lợi đến sản xuất hàng xuất khẩu.
- Sửa đổi, bổ sung chính sách thuế xuất khẩu đối với mặt hàng than gỗ, than cốc nhằm thúc đẩy xuất khẩu.
- Trình Chính phủ ban hành Nghị định số 87/2010/NĐ-CP ngày 13 tháng 8 năm 2010, quy định chi tiết một số điều của Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu theo hướng khuyến khích xuất khẩu, kiểm soát nhập khẩu, trước hết là đối với những mặt hàng trong nước sản xuất được hoặc

không khuyến khích nhập khẩu để hạn chế nhập siêu.

- Giảm thuế xuất khẩu đối với một số tinh quặng chế biến sâu của quặng titan để hỗ trợ xuất khẩu. • Ban hành nhiều văn bản hướng dẫn liên quan đến hàng hóa xuất nhập khẩu (nhằm đẩy mạnh xuất khẩu, kiểm soát nhập khẩu) như: Thông tư số 07/2010/TT-BTC ngày 14/1/2010 hướng dẫn thực hiện Quyết định số 93/2009/QĐ-TTg ngày 10/7/2009; sửa đổi, bổ sung khoản 4 Điều 21 Quyết định số 33/2009/QĐ-TTg ngày 02/3/2009 của Thủ tướng Chính phủ ban hành cơ chế, chính sách tài chính đối với khu kinh tế cửa khẩu...

Bên cạnh đó, Chính Phủ cũng đồng thời thực hiện các gói kích thích kinh tế nhằm trợ giúp các doanh nghiệp vượt qua những khó khăn của suy thoái kinh tế và khủng hoảng tài chính toàn cầu. Gói kích thích kinh tế thứ nhất được Chính phủ công bố ngày 23/1/2009, trong đó hỗ trợ lãi suất 4% đối với các tổ chức, cá nhân vay vốn ngân hàng trong thời gian tối đa là 8 tháng, kết thúc vào ngày 31/12/2009. Vốn vay này nhằm giúp doanh nghiệp giảm giá thành sản phẩm, duy trì sản xuất kinh doanh, và tạo công ăn việc làm trong điều kiện nền kinh tế bị tác động bởi suy thoái kinh tế và khủng hoảng tài chính toàn cầu. Gói kích thích kinh tế thứ hai (Quyết định 443/2009/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ có hiệu lực ngày 04/4/2009) nhằm cung cấp bù lãi suất 4% cho doanh nghiệp nhưng hướng vào các nguồn vốn trung và dài hạn trong khoảng thời gian tối đa 24 tháng, việc hỗ trợ lãi suất này được thực hiện từ ngày 01/4/2009 đến hết ngày 31/12/2011.

1.4. Hoạt động xúc tiến xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2009 - 2010

Để hỗ trợ và thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp trên cả nước thuộc mọi thành phần kinh tế, trong giai đoạn 2009 - 2010, hoạt động xúc tiến xuất khẩu của Việt Nam được đẩy mạnh trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Trong thời gian qua, các hoạt động xúc tiến thương mại nói chung và xúc tiến xuất khẩu nói riêng đã không ngừng đổi mới và nâng cao chất lượng. Cục Xúc tiến thương mại, với tư cách là cơ quan đầu mối trong các hoạt động xúc tiến thương mại, đã tổ chức nhiều hoạt động một cách hiệu quả như: hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước, phối hợp với các tổ chức xúc tiến thương mại trong và ngoài nước tổ chức hội thảo và tập huấn, đào tạo trong lĩnh vực xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia, quản lý, điều phối thực hiện Chương trình XTMMQG...

Về Chương trình XTMMQG

Sau 5 năm triển khai thực hiện (2006 - 2010), Chương trình XTMMQG đã khẳng định vai trò của mình đối với công tác xúc tiến thương mại của cả nước. Chương trình XTMMQG đã thực hiện tốt nhiệm vụ đẩy mạnh xuất khẩu, phát triển thị trường nội địa, nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh của cộng đồng doanh nghiệp. Chương trình đã mở ra cơ hội cho hàng chục nghìn lượt doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế trong cả nước tham gia nhiều hoạt động xúc tiến thương mại đa dạng, phong phú, đạt nhiều kết quả tốt. Thông qua việc thực hiện Chương trình, năng lực, vai trò và vị thế của các Hiệp hội ngành hàng cũng được nâng lên đáng kể.

Chương trình XTMMQG góp phần không nhỏ giúp kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng đều đặn qua các năm. Năm 2006, xuất khẩu cả nước đạt 39,6 tỷ USD, tăng 22,1% so với năm 2005. Năm 2007, xuất khẩu đạt 48 tỷ USD, tăng 20,5% so với năm 2006. Năm 2008, kim ngạch xuất khẩu đạt 62,7 tỷ USD, tăng 30%. Trong bối cảnh suy giảm kinh tế toàn cầu năm 2009, Chương trình XTMMQG 2009 đã góp phần quan trọng vào việc duy trì và mở rộng thị trường xuất khẩu, hỗ trợ tích cực củng cố thị phần của các ngành hàng xuất khẩu chủ chốt, góp phần ngăn chặn đà suy giảm kinh tế, kim ngạch xuất khẩu đạt 56,6 tỷ USD. Đặc biệt, năm 2010 kim ngạch xuất khẩu lên tới 71,6 tỷ USD, tăng 25,5% so với năm 2009.

Năm 2010, Bộ Công Thương đã phê duyệt **tổng số 93 đề án** với tổng kinh phí đề nghị nhà nước hỗ trợ là **100,27 tỷ đồng**, dành cho các Hiệp hội ngành hàng, tổ chức xúc tiến thương mại và các địa phương. Theo số liệu thống kê sơ bộ, Chương trình XTMMQG năm 2010 đã hỗ trợ trên **5.000 lượt doanh nghiệp**, ký kết **trên 3.000 hợp đồng** và thỏa thuận hợp tác kinh doanh có giá trị trên **1.152 triệu USD**.

Chương trình XTMMQG đã ngày càng khẳng định vai trò đối với tăng trưởng xuất khẩu của cả nước và đẩy mạnh xuất khẩu thị trường nội địa, góp phần phát triển xuất khẩu, phát triển thị trường trong nước, thương mại miền núi, biên giới và hải đảo góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh trong sản xuất kinh doanh của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

Đồng thời, tại Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010, Chính phủ ban hành “Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia”, áp dụng từ năm 2011. Quy chế mới này vừa đảm bảo phù hợp với các cam kết quốc tế, vừa tiếp tục tạo điều kiện để phát triển thị trường xuất khẩu theo phương châm đa phương hoá, đa dạng hoá quan hệ, thêm sức cạnh tranh, tăng trưởng về quy mô đi đôi với nâng cao chất lượng, hiệu quả; mở mang thị trường nội địa; quan tâm đến khu vực miền núi, biên giới, hải đảo.

Tuy nhiên, hiện nay kinh phí hỗ trợ từ ngân sách nhà nước thông qua chương trình XTMMQG chiếm khoảng 0,007% kim ngạch xuất khẩu. Đây là mức rất thấp khi so sánh với mức bình quân của thế giới là 0,11%.

Về hoạt động tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại (HCTLTM) trong và ngoài nước

Trong năm 2010, trên địa bàn cả nước đã tổ chức hơn 500 hội chợ, triển lãm nhằm giới thiệu, quảng bá và tăng tiêu thụ nội địa đối với sản phẩm của các doanh nghiệp. Để tăng cường hiệu quả của các hoạt động tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại trong nước, Cục Xúc tiến thương mại đã phối hợp với các bộ phận nghiệp vụ của các Sở Công Thương địa phương nhằm hướng dẫn, trao đổi và hỗ trợ trong công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động HCTLTM trong nước.

Cũng trong năm 2010, gần 50 HCTLTM tại nước ngoài đã được tổ chức thành công như: Hội chợ hàng Việt Nam xuất khẩu tại Myanma; Hội chợ Thương mại tại Quảng Châu, Trung Quốc 2010; Triển lãm Thực phẩm Quốc tế Seoul 2010 (IFIES 2010), Hội chợ Xuất nhập khẩu Trung Quốc 2010, Triển lãm hàng nông lâm thủy sản xuất khẩu Việt Nam tại Liên Bang Nga năm 2010, Hội chợ Trung Quốc - ASEAN (CAEXPO 2010); Hội chợ thương mại Việt - Lào 2010; Triển lãm Quà tặng Seoul- Hàn Quốc; Hội chợ chuyên ngành Đồ gỗ Trung Quốc - ASEAN; Triển lãm thực phẩm và đồ uống ASEAN 2010 tại Hàn Quốc...

Theo báo cáo tổng kết của các doanh nghiệp tham gia HCTLTM tại nước ngoài trong các chương trình do Cục Xúc tiến thương mại tổ chức: Gần 2.000 hợp đồng và các thỏa thuận được ký kết, tổng giá trị được ký kết tại các HCTLTM đạt gần 270 triệu USD. Đặc biệt, Hội chợ CAEXPO 2010 có vai trò quan trọng trong việc nâng cao kim ngạch thương mại Trung Quốc - ASEAN, nhất là trong bối cảnh thiết lập khu mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA). Việc tổ chức Hội chợ CAEXPO 2010 là sự kiện XTMM, đầu tư, du lịch quan trọng, giúp nâng cao vị thế của Việt Nam với vai trò là đầu mối quan trọng giữa ASEAN và Trung Quốc và góp phần tăng cường xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam sang Trung Quốc, làm giảm tỉ trọng nhập siêu đối với thị trường này.

Việc tham gia HCTLTM đã giúp cho các doanh nghiệp nâng cao được sức cạnh tranh hàng hoá trên thị trường xuất khẩu thế giới thông qua tiếp xúc, trao đổi kinh nghiệm với các doanh nghiệp đối tác và các nhà nhập khẩu quốc tế đến tham quan và giao dịch, giúp quảng bá hình ảnh quốc gia và thương hiệu hàng Việt Nam, đồng thời đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá, kiềm chế nhập siêu góp phần thực hiện

mục tiêu tăng trưởng kinh tế của cả nước.

Hợp tác với các tổ chức quốc tế, thực hiện các chương trình hỗ trợ xuất khẩu cho doanh nghiệp Việt Nam

Các tổ chức xúc tiến thương mại trong nước đã thực hiện nhiều chương trình hợp tác với các tổ chức nước ngoài nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu. Các hoạt động hợp tác này bao gồm các lĩnh vực như: tổ chức các đoàn công tác, nghiên cứu thị trường xuất khẩu; cung cấp thông tin về thị trường, ngành hàng xuất khẩu, các quy định và yêu cầu của thị trường; tổ chức các cuộc gặp gỡ giữa nhà xuất khẩu của Việt Nam với các đối tác nước ngoài; tổ chức các hội thảo, các khóa đào tạo, tập huấn nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam hiểu rõ hơn về thị trường xuất khẩu mục tiêu...

Với vai trò là cơ quan đầu mối phía Việt Nam, Cục Xúc tiến thương mại tiếp tục mở rộng các hoạt động hợp tác trong công tác xúc tiến thương mại với các tổ chức xúc tiến thương mại các nước và các tổ chức hỗ trợ thương mại quốc tế. Có thể kể đến một số hoạt động nổi bật trong năm 2010 như: Hợp tác thực hiện các hoạt động XTTM, đầu tư và du lịch trong khuôn khổ hoạt động của Trung tâm ASEAN - Nhật Bản (AJC); Trung tâm ASEAN - Hàn Quốc (AKC); Hợp tác với Cơ quan xúc tiến nhập khẩu Hà Lan (CBI) triển khai hoạt động đào tạo nâng cao năng lực cho cán bộ Cục XTTM và các tổ chức hỗ trợ thương mại, tổ chức đào tạo chuyên gia tư vấn về kinh doanh xuất khẩu cho hai lĩnh vực tiềm năng là rau quả và đồ gỗ nội thất; Tăng cường ký kết các thỏa thuận hợp tác với các tổ chức xúc tiến thương mại các nước (năm 2010 đã ký thỏa thuận hợp tác với Cục Xúc tiến thương mại và Đầu tư Hungary, Cục xúc tiến quan hệ quốc tế vùng Tuscany, Italia...); Thực hiện dự án hợp tác với nước ngoài “Sản xuất và thương mại xanh nâng cao thu nhập và tạo việc làm cho người nghèo” tại 23 huyện nghèo của bốn tỉnh Hòa Bình, Phú Thọ, Thanh Hóa, Nghệ An. Dự án do Cục XTTM phối hợp với Hiệp hội Doanh nghiệp xuất khẩu Thủ công mỹ nghệ Việt Nam cùng Tổ chức Liên Hiệp Quốc tại Việt Nam thực hiện.

Về kinh phí thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại

Nguồn kinh phí ngân sách dành cho hoạt động xúc tiến thương mại bao gồm: nguồn kinh phí thuộc nguồn xúc tiến thương mại quốc gia và nguồn kinh phí xúc tiến thương mại thường xuyên của các địa phương và Bộ ngành trên toàn quốc.

Năm 2010: Kinh phí dành cho xúc tiến thương mại quốc gia là 104 tỷ đồng (nhưng chưa bằng kinh phí ngân sách nhà nước dành cho xúc tiến thương mại trong những năm 2003, 2004 được tính 0,025% kim ngạch xuất khẩu trừ dầu thô). Cục Xúc tiến thương mại đã phối hợp với các Bộ ngành, các đơn vị trong Bộ tổ chức phổ biến, hướng dẫn các đơn vị chủ trì xây dựng tốt các đề án, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước, hỗ trợ kịp thời cho các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh hàng xuất khẩu tìm kiếm thị trường đầu ra và giữ vững thị trường trong điều kiện kinh tế thế giới suy giảm.

Đối với hoạt động xúc tiến thương mại hàng năm do các địa phương, Bộ ngành thực hiện: Những năm qua, hoạt động xúc tiến thương mại đã được các địa phương, Bộ ngành quan tâm tập trung chủ yếu vào các hoạt động sau: Thông tin thương mại; Hội chợ triển lãm trong và ngoài nước; Khảo sát thị trường nước ngoài; Hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm và dịch vụ... Riêng năm 2010, các nội dung Tư vấn kinh doanh, Ứng dụng thương mại, Thông tin cơ hội kinh doanh, Hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm và dịch vụ, đã được các đơn vị quan tâm đầu tư nhiều hơn năm 2009, trong khi các hoạt động xúc tiến thương mại khác như Tư vấn phát triển sản phẩm và thị trường, trưng bày giới thiệu sản phẩm, nghiên cứu thị trường mang tính chung chung thì mức độ đầu tư giảm đáng kể.

Điều này cho thấy, công tác xúc tiến thương mại cũng đã có chuyển biến về nội dung hoạt động theo hướng cụ thể, phù hợp với nhu cầu của các doanh nghiệp về ứng dụng công nghệ trong xúc tiến thương mại, đẩy mạnh công tác thông tin và xây dựng hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp và sản phẩm, đây là những đòi hỏi thiết yếu, tạo cơ sở nền tảng cho khả năng tiếp cận với các nhà nhập khẩu, tìm đầu ra cho sản phẩm xuất khẩu, từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh.

Ngân sách địa phương (giao qua các Sở Công Thương) và ngân sách Trung ương (giao qua các Bộ) đã dành một phần để đầu tư cho hoạt động xúc tiến thương mại, góp phần hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp trong việc phát triển thị trường, tìm đầu ra cho sản phẩm, dịch vụ xuất khẩu, nâng cao giá trị và kim ngạch xuất khẩu sản phẩm trong thời gian qua, đặc biệt hỗ trợ cho một số ngành, doanh nghiệp giữ vững bạn hàng, thị trường trong thời kỳ khó khăn hiện nay.

Tuy nhiên, kinh phí dành cho hoạt động xúc tiến thương mại còn quá thấp, chưa tương xứng với tổng kim ngạch xuất khẩu (năm 2008 tỷ lệ kinh phí nhà nước dành cho hoạt động xúc tiến thương mại là 0,018% và năm 2009 là 0,032%, so với kim ngạch xuất khẩu của các nước trên thế giới thì tỷ lệ kinh phí nhà nước dành cho hoạt động xúc tiến thương mại trung bình là 0,11% so với kim ngạch xuất khẩu), đặc biệt một số tỉnh bố trí kinh phí rất ít cho hoạt động xúc tiến thương mại, tiêu biểu như: Khánh Hoà, Phú Yên, Nam Định, Bắc Cạn, Quảng Trị, Lai Châu, kinh phí cho xúc tiến thương mại năm 2010 chưa tới 100 triệu đồng.

Để có thêm chi tiết, xin tham khảo *Phụ lục 3: Kinh phí ngân sách cho hoạt động xúc tiến thương mại*.

2. TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2009 - 2010

2.1. Tình hình chung

Hoạt động thương mại nói chung và xuất khẩu nói riêng năm 2009 của Việt Nam chịu ảnh hưởng rất lớn từ suy thoái kinh tế và khủng hoảng tài chính toàn cầu (giá cả hàng hóa trên thị trường quốc tế giảm sút, nhu cầu nhập khẩu hàng hóa của các quốc gia giảm).

Mặt khác, các nước nhập khẩu trên thế giới đang gia tăng các biện pháp bảo hộ mới, đặt ra nhiều rào cản phi thuế... khiến hoạt động xuất khẩu gặp khó khăn như: Số lượng đơn hàng hạn chế do nhu cầu của người tiêu dùng nước nhập khẩu suy giảm, giá cả nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam (than đá, lúa gạo, cao su, cà phê, hạt tiêu, thủy sản...) sụt giảm và các doanh nghiệp kinh doanh hàng xuất khẩu (kể cả các doanh nghiệp FDI) gặp khó khăn về vốn và thị trường đầu ra...

Năm 2009, giá trị xuất khẩu của Việt Nam đạt 56,6 tỷ USD (giảm 9,7% so với năm 2008). Tuy có mức tăng trưởng xuất khẩu giảm so với năm 2008 nhưng trong bối cảnh suy thoái kinh tế và khủng hoảng tài chính toàn cầu, đây là kết quả khả quan so với nhiều nước khác trong khu vực và trên thế giới và giá trị tuyệt đối của kim ngạch xuất khẩu vẫn cao hơn so với con số này của các năm 2006, 2007.

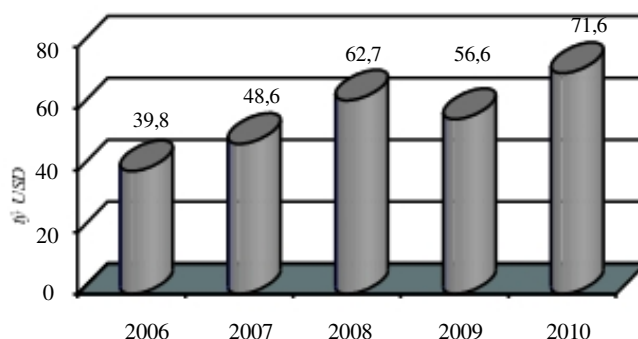
Năm 2010, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt 71,6 tỷ USD, tăng 25,5% so với năm 2009 (tăng 18% so với kế hoạch đề ra là 60,54 tỷ USD).

Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng tăng, dẫn tới tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa nói chung của Việt Nam tăng cao do các nguyên nhân chính sau đây:

- Sự phục hồi của kinh tế thế giới đặc biệt là kinh tế các nước là thị trường truyền thống của Việt Nam và nhu cầu đối với nhiều mặt hàng/nhóm hàng trên thị trường thế giới tăng trở lại đã tạo điều kiện tốt hơn cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam;

- Giá xuất khẩu của nhiều mặt hàng trên thị trường thế giới năm 2010 tăng cao hơn so với năm 2009. Chỉ tính 2 nhóm hàng xuất khẩu (nông, lâm, thủy sản và khoáng sản), do giá trên thị trường thế giới tăng đã đóng góp cho gia tăng kim ngạch xuất khẩu của cả nước tới 3,65 tỷ USD.
- Các doanh nghiệp áp dụng nhiều biện pháp nhằm tăng số lượng mặt hàng và tăng khối lượng các mặt hàng xuất khẩu ra thị trường;
- Ngoài việc giữ vững và mở rộng thị phần xuất khẩu tại các thị trường truyền thống, các doanh nghiệp Việt Nam luôn tăng cường tìm kiếm và mở rộng thị trường mới, thị trường tiềm năng như: Thị trường châu Phi, Trung Nam Á, Tây Á...
- Hoạt động kinh tế đối ngoại, xúc tiến thương mại của Chính phủ và các doanh nghiệp được quan tâm đúng mức, các Hiệp định kinh tế, thương mại song phương đã từng bước đi vào thực thi một cách toàn diện và đầy đủ, đã tạo ra cơ hội và điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp khai thác để đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu, nhất là việc giảm thuế, áp dụng quy tắc xuất xứ hàng hóa...
- Các gói kích cầu của Chính phủ đã góp phần thực hiện được mục tiêu ngăn chặn suy giảm kinh tế, ổn định kinh tế vĩ mô; các cân đối thu chi ngân sách Nhà nước, tiền tệ, cán cân thanh toán quốc tế... được đảm bảo; lạm phát được kiểm chế ở mức thấp nhất; tốc độ tăng trưởng được duy trì hợp lý và bền vững.

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam 2006 - 2010



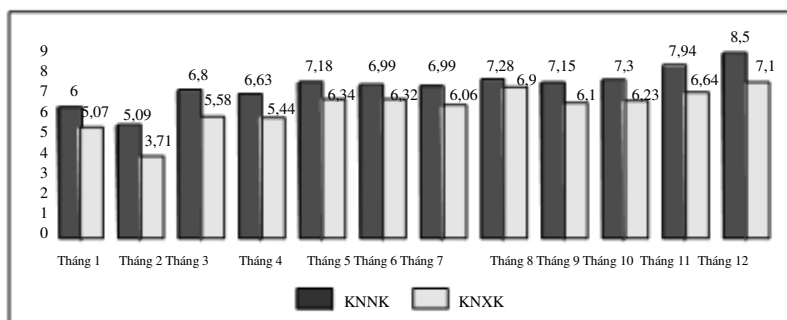
Nguồn: Bộ Công Thương

Đặc biệt, ngay từ những tháng đầu năm và cho đến hết năm 2010, kim ngạch xuất khẩu nói chung của cả nước luôn đạt mức cao và kim ngạch xuất khẩu bình quân đạt 5,96 tỷ USD/tháng là mức cao nhất so với những năm trước đây.

Điều này cho thấy các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu trong cả nước đã nhanh chóng phát triển sản xuất và tiếp cận thị trường nước ngoài một cách hiệu quả trong bối cảnh sức mua thấp do các nước nhập khẩu đang trong giai đoạn phục hồi kinh tế sau khủng hoảng.

Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam năm 2010

Đơn vị tính: tỷ USD



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Một điều đáng lưu ý là, kim ngạch xuất khẩu của khu vực FDI hiện vẫn giữ tỷ trọng khá cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan cho thấy, trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2010, khu vực kinh tế trong nước đạt 32,8 tỷ USD (tăng 22,7% so với năm 2009), khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (không kể dầu thô) đạt 33,9 tỷ USD, tăng 40,1% so với năm 2009 và chiếm 47,35% kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Nếu tính cả dầu thô thì con số tương ứng là 38,8 tỷ USD, tăng 27,8% so với năm 2009 và chiếm gần 54,2% kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

Các doanh nghiệp FDI tham gia xuất khẩu hầu hết các mặt hàng chủ lực và chiếm tỷ trọng cao trong xuất khẩu nhiều mặt hàng, đặc biệt là nhóm hàng công nghiệp chế biến (nhóm hàng chiếm khoảng 53,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam hiện nay). Một số mặt hàng do khối FDI xuất khẩu chiếm tỷ trọng lớn so với mặt hàng xuất khẩu nói chung là: Hàng dệt may chiếm 60,8%, giày dép chiếm 72,7%, hàng điện tử, máy tính chiếm 98,2%, máy móc, thiết bị phụ tùng chiếm 87,7%... Đặc biệt, các doanh nghiệp FDI đang chiếm tỷ trọng xuất khẩu cao nhất trong nhóm hàng công nghiệp chế biến.

2.2. Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam 2009 - 2010 đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực

Năm 2009, cơ cấu xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam tiếp tục thay đổi theo hướng giảm dần các mặt hàng nguyên liệu thô, nông sản chưa chế biến và tăng dần số lượng cũng như giá trị các mặt hàng chế biến, hàng công nghiệp có giá trị gia tăng cao. Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản có giá trị xuất khẩu đạt 12,14 tỷ USD (chiếm 21,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước). Mặc dù lượng xuất khẩu của nhiều mặt hàng nông sản tăng mạnh như: Sắn và các sản phẩm từ sắn (tăng gấp 2,2 lần), hạt tiêu (tăng 40,2%), chè (tăng 21,1%), gạo (tăng 18%)... nhưng do giá xuất khẩu bình quân của các mặt hàng đều giảm (cao su giá giảm 33,6%, hạt tiêu giá giảm 28,6%, gạo giá giảm 26%, cà phê giá giảm 24,2%...) khiến kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng này giảm khoảng 7% so với năm trước.

Trong năm 2010, có 18 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD (năm 2009 mới chỉ có 12 mặt hàng), trong đó kim ngạch xuất khẩu của nhiều mặt hàng chủ lực tăng cao so với năm 2009 như: Hàng dệt may đạt 11,17 tỷ USD, tăng 23,2%; giày dép đạt 5,079 tỷ USD, tăng 24,9%; thủy sản đạt 4,953 tỷ USD, tăng 16,5%; hàng điện tử máy tính đạt 3,558 tỷ USD, tăng 28,8%; gỗ và sản phẩm gỗ đạt 3,408 tỷ USD, tăng 31,2%; gạo đạt 3,212 tỷ USD, tăng 20,6; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng đạt 3,047 tỷ USD, tăng 48%; cao su đạt 2,376 tỷ USD, tăng 93,7%...

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa năm 2010 của Việt Nam tăng cao một phần do đơn giá nhiều mặt hàng

[illegible]

ERROR: stackunderflow
OFFENDING COMMAND: begin

STACK: