CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM GIAI ĐOẠN HẬU WTO

Nguyễn Thị Quy[*]

Tóm tắt

Xu thế toàn cầu hoá đã và đang đặt ra nhiều cơ hội và thách thức đối với mọi quốc gia trong quá trình hội nhập. Cái lợi thì có nhiều, nhưng những khó khăn, bất lợi cũng không phải là ít. Nguyên nhân chủ yếu là do môi trường kinh doanh liên tục có nhiều thay đổi, đa dạng và phức tạp, nhất là môi trường kinh doanh quốc tế. Thực tế cho thấy, sau hơn 7 năm tham gia vào "sân chơi" lớn – WTO, các doanh nghiệp Việt Nam thường xuyên phải đối mặt với nhiều thách thức mới và một loạt các rủi ro vốn có từ môi trường kinh doanh quốc tế đã trở thành bài học đắt giá cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Bài viết này không ngoài mục đích làm rõ các cấp độ của môi trường kinh doanh, phân tích các nhân tố tố tác động đến môi trường kinh doanh của các doanh nghiệp giai đoạn hậu WTO, lý giải những mặt tích cực, những hạn chế của quá trình hội nhập mang lại. Trên cơ sở đó giúp các nhà hoạch định chính sách phía Việt Nam và bản thân các doanh nghiệp có sự chuẩn bị tốt hơn trong việc nghiên cứu thị trường, tiềm lực để thực hiện thành công các thương vụ lớn, đặc biệt là công tác quản trị và phòng ngừa, hạn chế rủi ro.

Từ khóa: *môi trường kinh doanh, hậu WTO, doanh nghiệp Việt Nam*

Mã số: 117.291214; Ngày nhận bài: 29/12/2014; Ngày biên tập: 03/02/2015; Ngày duyệt đăng: 11/02/2015

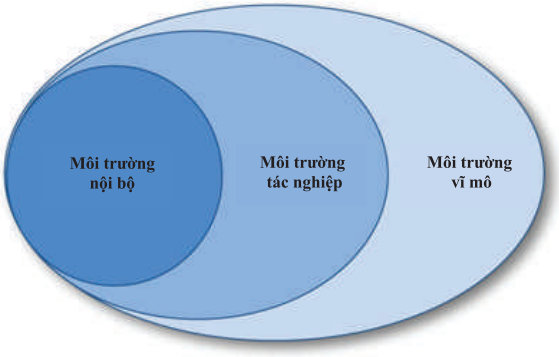
I. Môi trường kinh doanh: Môi trường kinh doanh (MTKD) doanh nghiệp được hiểu là bao gồm toàn bộ những nhân tố liên quan tới kinh tế, chính trị, hành chính, cơ sở hạ tầng làm tác động đến toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp. Môi trường kinh doanh được cấu thành từ nhiều yếu tố khác nhau phụ thuộc vào tính chất, đặc điểm cũng như phạm vi hoạt động kinh doanh của từng doanh nghiệp.

Xét theo mức độ tác động của môi trường đến sản xuất và quản trị doanh nghiệp, MTKD được chia làm ba loại: môi trường vĩ mô (cấp độ nền kinh tế quốc dân), môi trường tác nghiệp (cấp độ ngành) và môi trường nội bộ (cấp độ doanh nghiệp).

[*] PGS, TS. Trường Đại học Ngoại thương; Email: quynt.bgh@ftu.edu.vn

Môi trường vĩ mô gồm các yếu tố nằm bên ngoài tổ chức, định hướng và có ảnh hưởng đến các môi trường tác nghiệp và môi trường nội bộ, tạo ra các cơ hội và nguy cơ đối với doanh nghiệp.Trong môi trường vĩ mô, các yếu tố môi trường bao gồm: (1) Các yếu tố kinh tế; (2) Các yếu tố chính trị và pháp luật; (3) Các yếu tố văn hoá- xã hội; (4) Dân số - lao động; (5) Các yếu tố tự nhiên; (6) Các yếu tố môi trường quốc tế; (7) Các yếu tố công nghệ.

Môi trường tác nghiệp là môi trường bao hàm các yếu tố bên ngoài tổ chức, định hướng sự cạnh tranh trong ngành. Môi trường tác nghiệp được xác định đối với một ngành công nghiệp cụ thể, với tất cả các doanh nghiệp trong ngành chịu ảnh hưởng của môi trường tác nghiệp trong ngành đó. Trong môi trường tác nghiệp, các yếu tố môi trường bao gồm: (1) Sức ép và yêu cầu của khách hàng; (2) Các đối thủ cạnh tranh hiện có và tiềm ẩn; (3) Người cung ứng nguyên vật liệu; (4) Các sản phẩm thay thế sản phẩm của doanh nghiệp đang sản xuất; (5) Các quan hệ liên kết, kinh doanh khác.



Hình 1: Các loại hình của môi trường kinh doanh

Môi trường nội bộ bao hàm các yếu tố bên trong của doanh nghiệp. Các yếu tố môi trường nội bộ bao gồm: (1) Nguồn nhân lực; (2) Văn hóa của doanh nghiệp; (3) Sản xuất; (4) Tài chính; (5) Nghiên cứu và phát triển; (6) Marketing.

Ba mức độ điều kiện môi trường này được định nghĩa với mối tương quan của chúng được minh họa ở sơ đồ trên.

Xét theo quá trình kinh doanh của doanh nghiệp, MTKD có thể chia thành môi trường bên trong và môi trường bên ngoài.

Môi trường bên trong bao gồm toàn bộ các yếu tố nội tại trong một doanh nghiệp nhất định như: văn hóa doanh nghiệp, sứ mạng, mục tiêu của doanh nghiệp, tổ chức kỹ thuật nhằm đảm bảo cho doanh nghiệp kết hợp các yếu tố sản xuất để tạo ra sản phẩm đạt hiệu quả cao.

Môi trường bên ngoài là tổng thể các quan hệ kinh tế, chính trị, xã hội tác động đến hoạt động của doanh nghiệp. Đó chính là các yếu tố liên quan tới: pháp luật, chính trị, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, đối tác...

Với cách hiểu như vậy, nhiều khi môi trường vĩ mô và môi trường tác nghiệp kết hợp với nhau và được gọi là môi trường bên ngoài. Doanh nghiệp kinh doanh trong môi trường nào thì thích ứng với môi trường đấy và thường môi trường bên trong sẽ phải thích nghi với môi trường bên ngoài.

Xét theo phạm vi hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp, MTKD có thể chia thành môi trường kinh doanh quốc gia và môi trường kinh doanh quốc tế.

Môi trường kinh doanh quốc tế là tổng hoà các môi trường quốc gia của các nước, trong đó môi trường quốc gia gồm có môi trường chính trị, pháp luật, môi trường kinh tế, môi trường văn hoá.

Môi trường kinh doanh quốc gia là tổng hoà các yếu tố liên quan tới kinh tế, chính trị, pháp luật, văn hoá của quốc gia đó. Thường thì môi trường kinh doanh quốc gia cũng chịu nhiều tác động mạnh mẽ từ môi trường đầu tư và thương mại quốc tế cùng với xu hướng chủ đạo là quá trình toàn cầu hoá nền kinh tế đang diễn ra mạnh mẽ và rộng khắp trên toàn cầu.

So với môi trường kinh doanh quốc gia, môi trường kinh doanh quốc tế có nhiều điểm khác biệt so với môi trường kinh doanh quốc gia, có ảnh hưởng quan trọng và trực tiếp tới các quyết định của doanh nghiệp về sử dụng các nguồn lực và năng lực của doanh nghiệp. Vì khoảng cách không gian, địa lý cách xa nhau, phong tục tập quán ở mỗi nước cũng khác nhau, các doanh nghiệp khó kiểm soát được các yếu tố của môi trường kinh doanh quốc tế. Do vậy, mức độ thành công của doanh nghiệp phần lớn phụ thuộc vào mức độ thích nghi với môi trường này như thế nào và khả năng kiểm soát các yếu tố tác động ra sao.

II. Các nhân tố ảnh hưởng tới MTKD của doanh nghiệp Việt Nam hậu WTO

1. Sự thay đổi của môi trường quốc tế ảnh hưởng mạnh mẽ tới hoạt động kinh doanh quốc tế của các doanh nghiệp

Thứ nhất, môi trường pháp lý và các rào cản thương mại: Khi mở rộng kinh doanh sang thị trường mới, các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với các rào cản thương mại quốc tế.Thực chất, các rào cản thương mại đều giống nhau ở hệ quả là cản trở dòng chảy của hàng hóa xuất khẩu, vì thế chúng được gọi là "rào cản", bao gồm:

+ *C*ác quy định về tiêu chuẩn chất lượng đối với hàng hoá nhập khẩu như: tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn về lao động, tiêu chuẩn môi trường và biện pháp vệ sinh dịch tễ… nhằm buộc các nhà sản xuất nâng cao chất lượng hàng hoá, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Mỗi chuyện sẽ không có gì bàn cãi thêm nếu như phía đối tác tuân thủ các điều khoản và các cam kết như đã đàm phán trong hiệp định. Tuy nhiên, trên thực tế, một số nước phát triển như Mỹ, các nước EU đã đơn phương áp đặt các tiêu chuẩn cao quá mức nhằm bảo hộ cho sản xuất trong nước. Đây chính là nguyên nhân dẫn đến hàng hoá các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam không đạt tiêu chuẩn sẽ bị áp dụng các biện pháp nghiêm ngặt, bị tiêu huỷ hoặc cấm nhập khẩu. Hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường các nước phát triển chủ yếu là nông sản nên rất dễ vướng vào các loạt rào cản thuộc về tiêu chuẩn vệ sinh dịch tễ, còn hàng dệt may, da giày, thủ công mỹ nghệ dễ vướng vào các rào cản thuộc về tiêu chuẩn lao động và môi trường.

+ *Quy định nguồn gốc xuất xứ của hàng hoá:* Khi ký kết các hiệp định thương mại, các bên thường dành cho nhau những ưu đãi, hoặc một số nước áp dụng "chế độ thuế quan ưu đãi phổ cập - GSP", khi họ nhập khẩu một số loại hàng hoá từ các nước đang phát triển, kèm theo điều kiện ràng buộc về nguồn gốc xuất xứ (C/O). Đây cũng là một rào cản mới, các doanh nghiệp kinh doanh có liên quan đến mặt hàng và thị trường được hưởng ưu đãi cần nắm được thông tin để không bỏ qua cơ hội đáng được hưởng. Ngoài ra, cũng cần lưu ý rằng, hiện nay, những hàng hoá mà Việt Nam đang xuất khẩu sang thị trường các nước phát triển nằm trong quy định nói trên, có nguồn gốc thuần tuý từ Việt Nam là rất ít, hầu hết các sản phẩm đều đã qua chế biến ở hai hay nhiều nước khác. Do vậy, nếu các doanh nghiệp Việt Nam không tìm hiểu kỹ về nguồn gốc xuất xứ hay chưa có sự

chuẩn bị kỹ càng về những yêu cầu của luật pháp nước đó thì sẽ mất cơ hội vượt qua rào cản để vừa vào được thị trường các nước này vừa tận hưởng được ưu đãi của họ.

+ *Thuế chống bán phá giá và Thuế chống trợ cấp:* Các loại thuế này được coi như một loại rào cản thương mại, xuất hiện khi các quốc gia tham gia vào WTO. Thực chất của Thuế chống bán phá giá là một loại thuế bổ sung, bên cạnh thuế nhập khẩu thông thường, được các nước sử dụng để đánh vào các mặt hàng nhập khẩu bán phá giá. Mục đích áp Thuế chống bán phá giá là nhằm triệt tiêu những tác động bất lợi đối với ngành sản xuất trong nước do hàng nhập khẩu bán phá giá gây ra. Thực tiễn trong thời gian qua cho thấy, các doanh nghiệp Việt Nam đã bị phía Hoa Kỳ kiện "Việt Nam bán phá giá cá tra, cá basa" (năm 2003), hay " Việt Nam bán phá giá tôm" (năm 2005) trên thị trường Hoa Kỳ, và trên thị trường EU cũng không phải là một ngoại lệ. Cũng chính vì thế mà các doanh nghiệp Việt Nam đang mất dần ưu thế cạnh tranh về giá cả do rào cản này gây ra và hệ luỵ là tổn thất cho các doanh nghiệp Việt Nam khi kinh doanh với các nước lớn.

Khác với Thuế chống bán phá giá, Thuế chống trợ cấp lại do các nước nhập khẩu áp dụng nhằm trừng phạt hiện tượng trợ cấp của nước xuất khẩu. Tương tự như Thuế chống bán phá giá, nếu phía nhập khẩu chứng minh đã có tình trạng "trợ cấp" của Chính phủ nước xuất khẩu và việc nhập khẩu hàng hoá được trợ cấp đó gây ra sự "tổn hại nghiêm trọng" cho các nhà sản xuất trong nước thì nhà nước đó có quyền áp dụng thuế "chống trợ cấp" để bảo vệ các nhà sản xuất trong nước. Thực chất của việc áp dụng loại thuế chống trợ cấp này là làm giảm sức cạnh tranh của hàng hoá nhập khẩu để bảo hộ cho các nhà sản xuất và kinh doanh trong nước. Trên thực tế, biện pháp bảo hộ này đang được nhiều nhà nước áp dụng nhằm tăng thêm năng lực cạnh tranh cho hàng hoá xuất khẩu trong nước. Nhà nước Việt Nam cũng không phải là một ngoại lệ, khi đã có nhiều chính sách ưu đãi, trợ cấp trực tiếp hoặc gián tiếp cho các nhà sản xuất kinh doanh mặt hàng xuất khẩu trong nước. Cái được từ chính sách trợ cấp này là kim ngạch xuất khẩu tăng nhanh vào các thị trường này với ưu thế giá rẻ, nhưng cái mất là rất dễ bị các nhà sản xuất cùng mặt hàng kiện vì đã bán hàng hoá được trợ cấp, tranh chấp dễ phát sinh.

+ *Tự vệ thương mại:* Tự vệ thương mại là biện pháp nước nhập khẩu áp dụng để bảo vệ cho một ngành hàng trong nước (thường là ngành hàng còn non trẻ, hoặc ngành hàng quá già cỗi cần được nâng cấp), giúp ngành đó có thời gian nâng cao năng lực cạnh tranh bằng cách hạn chế định lượng hoặc tăng thuế nhập khẩu hàng cùng loại. Loại rào cản này thường được các nước phát triển áp dụng đối với những đối thủ có tiềm lực tương đương và thường bị các đối phương phản ứng. Các doanh nghiệp Việt Nam thường là các doanh nghiệp nhỏ, năng lực cạnh tranh thấp. Do vậy, để duy trì lợi ích quốc gia trong điều kiện hội nhập vào sân chơi lớn, cần có những hiểu biết nhất định về những loại rào cản này để đảm bảo tối đa hoá lợi ích và tránh gặp phải những rủi ro không đáng có.

Thứ hai, đối thủ và năng lực cạnh tranh

Bên cạnh việc trở thành thành viên của các tổ chức trong khu vực và trên thế giới (ASEAN, WTO…), Việt Nam đã và đang đàm phán tham gia vào rất nhiều các hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương và đa phương. Các FTA mà Việt Nam đã và đang là thành viên như: ASEAN - Nhật Bản, ASEAN

- Hàn Quốc, ASEAN - Trung Quốc, ASEAN - Ấn Độ, ASEAN - Úc - New Zealand, Việt Nam - Nhật Bản, Việt Nam - Chi lê .. Các FTA mà Việt Nam đang tham gia đàm phán có tính mở rộng và có tính song phương cao hơn so với các Hiệp định trên, như: Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương TPP, Hiệp định Việt Nam - Liên minh Châu Âu, Hiệp định Việt Nam - khối thương mại tự do châu Âu EFTA, Hiệp định Việt Nam - Hàn Quốc, Hiệp định Việt Nam - Liên minh Thuế quan. Trong số 5 FTA mà Việt Nam đang đàm phán thì có 3 nước được coi là đối tác chiến lược và có tác động lớn đối với nền kinh tế Việt Nam đó là: Hoa Kỳ, Châu Âu và Nga. Nếu Việt Nam thực hiện đầy đủ các hiệp định đã ký thì từ nay đến năm 2018, GDP của nước ta sẽ tăng ba điểm phần trăm/năm, lợi ích ròng 2,4 tỉ USD/năm *(Diễn đàn Logistics Việt Nam – VLF, Bộ Công Thương)*

● *Lợi thế thị trường từ việc tham gia các FTA*:

+ Là thành viên của các hiệp định thương mại tự do,với các ưu đãi về cắt giảm thuế quan và về rào cản phi thuế quan, thị trường xuất khẩu của Việt Nam sẽ được mở rộng, phần lớn hàng xuất khẩu đã và sẽ được hưởng thuế xuất nhập khẩu ưu đãi, thậm chí tới 0%. Đây là cơ hội mang lại lợi thế cạnh tranh lớn và triển vọng sáng sủa cho nhiều ngành hàng, đặc biệt là dệt may, da giày, thủy sản, đồ gỗ là các ngành xuất khẩu quan trọng hiện nằm trong nhóm 10 sản phẩm xuất khẩu chủ lực.

+ Các FTA giúp các nước thành viên cải thiện các biện pháp hạn chế nhập khẩu từ các đối tác thương mại. Ví dụ, khi tham gia TPP, Việt Nam có thể có cơ hội sử dụng các cam kết hợp tác của TPP về hàng rào kỹ thuật và các biện pháp vệ sinh dịch tễ để tránh các tranh chấp. Ngoài ra, các doanh nghiệp Việt Nam cũng đã chủ động và tích cực tận dụng các ưu đãi về thuế quan từ việc cấp giấy chứng nhận xuất xứ hàng hoá (C/O) để đảm bảo quyền ưu đãi trong các FTA. Tỉ lệ hàng hóa được hưởng ưu đãi của Việt Nam cao so với các đối tác trong khu vực và luôn có xu hướng tăng lên qua các năm thực hiện với giá trị đơn hàng tăng cao. Riêng với Hàn Quốc, trên 90% hàng xuất khẩu của nước ta được hưởng ưu đãi về thuế thông qua FTA ASEAN - Hàn Quốc. Đây là một lợi thế vô cùng quan trọng đối với các doanh nghiệp Việt Nam, khi nền kinh tế trong nước đang gặp nhiều khó khăn như hiện nay. Việc tận dụng những ưu đãi thuế quan thông qua các FTA giữa Việt Nam và các nước, được coi là một trong những giải pháp hữu hiệu giúp doanh nghiệp tiếp tục gia tăng xuất khẩu vào nhiều thị trường, nhất là mốc thời gian hướng tới việc thiết lập Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) cũng như hoàn thành các Hiệp định FTA đang đến gần.

+ Các FTA giúp ổn định nguồn và hạ giá đầu vào hàng nhập khẩu. Do nhập khẩu của Việt Nam thường xuyên chiếm khoảng 80% GDP nên việc ổn định và hạ giá nguyên nhiên vật liệu nhập khẩu có ý nghĩa quan trọng đến việc ổn định, duy trì tăng trưởng sản xuất, tăng khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam ngay trên thị trường trong nước với hàng nhập khẩu từ các nước và ở thị trường ngoài nước với hàng cùng chủng loại của các đối tác khác. Ngoài ra, các FTA là nhân tố tích cực thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam. Các nhà đầu tư khi xem xét đầu tư vào Việt Nam đều coi khu vực thương mại tự do mà Việt Nam tham gia là lợi thế lớn để mở rộng thị trường đầu ra cho sản phẩm.

● *Các bất lợi khi tham gia FTA*:

Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực, Việt Nam đang cùng một lúc đối diện với nhiều thách thức to lớn. Đó không chỉ là hạn chế về khả năng cạnh tranh quốc tế của hàng hóa, dịch vụ, khả năng cạnh tranh quốc gia thấp, mà còn là sự phá sản của hàng loạt doanh nghiệp trong nước chưa thấy tín hiệu dừng lại, dẫn đến là sự thu hẹp và mất thị trường trong nước cho các đối thủ nước ngoài, suy thoái tài nguyên, tác động xấu về văn hóa, an ninh.

+ Trước hết là việc giảm thuế nhập khẩu theo các cam kết đối với các nhóm hàng từ các nước đối tác sẽ khiến luồng hàng hóa nhập khẩu từ các nước này gia tăng nhanh chóng vào thị trường Việt Nam, dẫn đến sức ép cạnh tranh nội địa ngày càng lớn. Đây chính là nguyên nhân làm cho thị phần của các nhà sản xuất trong nước sẽ bị ảnh hưởng. Đối với các doanh nghiệp không đủ năng lực cạnh tranh sẽ phải thu hẹp phạm vi sản xuất, kinh doanh và nhiều doanh nghiệp phải tuyên bố phá sản. Tiếp đến là nguồn ngân sách thu thuế từ nhập khẩu cũng bị giảm đáng kể khi Việt Nam phải giảm thuế nhập khẩu xuống 0% cho các nước đối tác.

+ Tiếp đến và những vấn đề liên quan tới nguồn gốc, xuất xứ hàng hoá. Những mặt hàng Việt Nam có thế mạnh và kỳ vọng thu được lợi ích nhiều nhất là dệt may, da giày thì những mặt hàng này đang phải đối mặt với khó khăn khi đàm phán về điều khoản xuất xứ hàng hóa. Đơn cử trường hợp khi tham gia TPP, hàng dệt may xuất khẩu từ một thành viên TPP sang thành viên khác phải sử dụng nguyên liệu và có quy trình sản xuất gần như toàn bộ thuộc "nội khối TPP" mới được hưởng ưu đãi (trừ một số ngoại lệ không đáng kể trong giai đoạn đầu). Như vậy, có nghĩa là, sản phẩm nào sử dụng nguyên liệu của các nước bên ngoài TPP không được hưởng ưu đãi. Điều này là một trở ngại rất lớn cho Việt Nam khi nước ta vẫn chủ yếu là nền kinh tế gia công xuất khẩu dựa trên nhập khẩu phần lớn nguyên vật liệu đầu vào (từ các nước bên ngoài TPP như Trung Quốc, Hàn Quốc) nên ưu đãi sẽ rất hạn chế.

2. Cải thiện MTKD trong nước có tác động tích cực tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Thứ nhất, sự thay đổi diện mạo đất nước cùng với những thành quả trong phát triển kinh tế đã tạo vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế

Điểm lại sau gần 7 năm Việt Nam gia nhập WTO, kinh tế xã hội nước ta đã có nhiều chuyển biến tích cực:

+ Việc gia nhập WTO đã góp phần nâng cao vị thế của nước ta trên trường quốc tế về kinh tế, chính trị, ngoại giao... Các đối tác kinh tế, thương mại đánh giá Việt Nam như là một đối tác quan trọng và giàu tiềm năng của khu vực Đông - Nam Á. Vai trò của nước ta trong các hoạt động của WTO, ASEAN, APEC, ASEM và các tổ chức quốc tế ngày càng được nâng cao.

+ Việc gia nhập WTO đã góp phần nâng cao vị thế của nước ta trên trường quốc tế về kinh tế, chính trị, ngoại giao... Các đối tác kinh tế, thương mại đánh giá Việt Nam như là một đối tác quan trọng và giàu tiềm năng của khu vực Đông - Nam Á. Vai trò của nước ta trong các hoạt động của WTO, ASEAN, APEC, ASEM và các tổ chức quốc tế ngày càng được nâng cao.

+ Việc điều chỉnh thể chế kinh tế, hoàn thiện từng bước khung pháp lý, xóa bỏ các rào cản và nâng cao tính minh bạch trong chính

sách kinh tế, thương mại, cải thiện môi trường kinh doanh đã làm tăng hiệu quả và thúc đẩy kinh tế phát triển bền vững hơn.

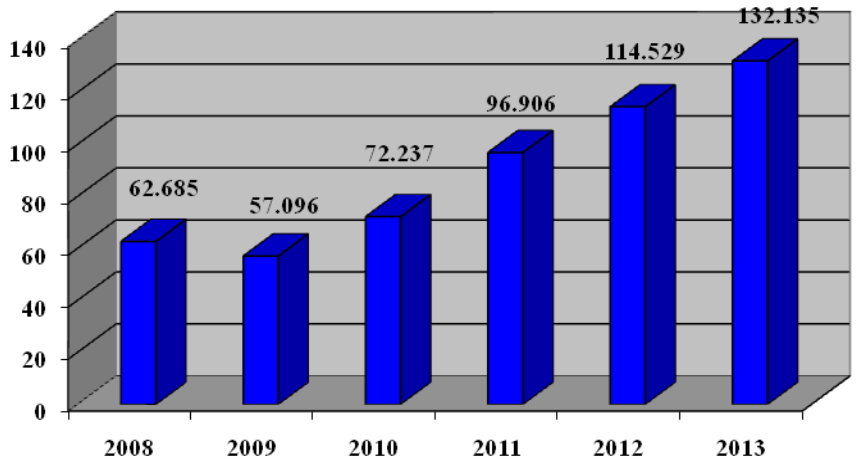
+ Việc mở cửa thị trường dịch vụ theo cam kết WTO góp phần phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật, nâng cao trình độ công nghệ cho các nhà sản xuất, dẫn tới việc tăng cường thu hút đầu tư nước ngoài. Mặt khác, thông qua việc liên doanh, hợp tác với nước ngoài, các doanh nghiệp Việt Nam cũng được tăng cường thêm về vốn, trình độ quản lý, nhân sự và phát triển công nghệ.

Thứ hai, môi trường sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu có nhiều thuận lợi, là cơ sở để cải thiện cán cân thương mại của Việt Nam.

● *Hoạt động xuất khẩu*: Nhìn chung, từ năm 2008 đến nay, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đã duy trì được tốc độ phát triển tương đối ổn định, kết quả không dễ có được bởi ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ năm 2008. Trong năm 2008, giá trị xuất khẩu đạt 62,685 tỷ USD, tăng 29,1% so với năm trước. Bước sang năm 2009, nền kinh tế thế giới suy thoái trầm trọng, dẫn đến nhu cầu tiêu dùng của các quốc gia sụt giảm, giá cả của nhiều loại hàng hoá xuất khẩu giảm mạnh, hậu quả là kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng trưởng âm 8,9%. Tuy vậy, xuất khẩu tăng trở lại ở mức 25,5% năm 2010. Đến năm 2011, xuất khẩu của Việt Nam với con số ấn tượng là 96,906 tỷ USD, đạt mức tăng trưởng cao nhất trong giai đoạn 2007-2011 (34,2%), đưa kim ngạch xuất khẩu tăng gấp 2 lần kể từ khi gia nhập WTO (năm 2007). Năm 2012, mặc dù tình hình kinh tế thế giới vẫn chưa thoát khỏi khủng hoảng và môi trường kinh doanh trong nước gặp rất nhiều khó khăn, nhưng giá trị xuất khẩu vẫn đạt 114,529 tỷ USD, tăng 18,2% so với năm 2011. Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu cao hơn tốc độ tăng GDP (lên đến 3,6 lần). Đây là lần đầu tiên sau gần 20 năm Việt Nam xuất siêu với 284 triệu USD. Với kim

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2008 - 2013

Đơn vị: 1000 tỷ USD



Nguồn: Tổng cục thống kê

ngạch tăng trưởng 15,4% tương đương với 132,135 tỷ USD, năm 2013 là năm thứ hai liên tiếp xuất khẩu của Việt Nam đạt xuất siêu. Như vậy, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể: trong 3 năm 2011, 2012, 2013, bình quân tăng trên 20%; trong 5 tháng đầu năm 2014 xuất khẩu tăng 16%, dự báo cả năm tăng 15-16%.

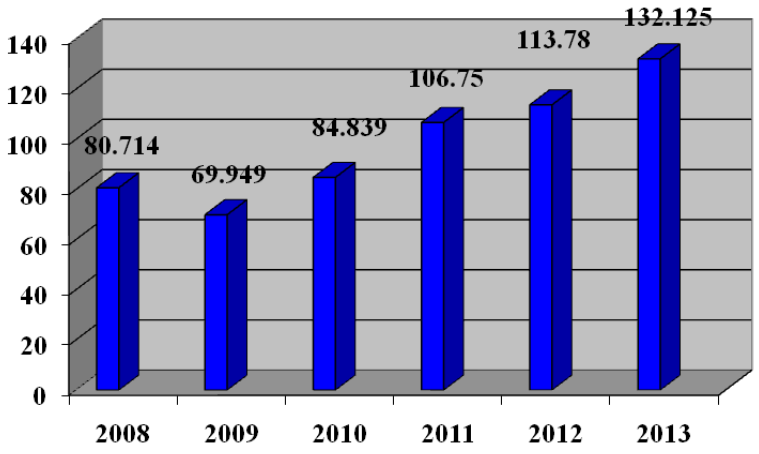
Về thị trường xuất khẩu, từ năm 2008-2011, Mỹ vẫn là thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam, tỷ trọng chiếm khoảng 17% đến gần 20% trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Năm 2012, EU vươn lên vị trí hàng đầu, chiếm 17,7% tổng kim ngạch hàng hoá xuất khẩu và tiếp đến năm 2013, thị trường EU vẫn tiếp tục giữ vị trí chủ lực trong các thị trường xuất khẩu của Việt Nam.

- *Hoạt động nhập khẩu:* Năm 2008, kim ngạch nhập khẩu tăng 28,3% so với năm 2007. Nguyên nhân chính là là do giá hàng nhập khẩu nhiều mặt hàng tăng cao, nhất là giá xăng dầu, sắt thép, phân bón. Năm 2009, nhập khẩu đã giảm 13,3% và sau đó lại nhanh chóng phục hồi, tăng 20% vào năm 2010 và 25,9% vào năm 2011. Năm 2012, giá trị nhập khẩu đạt 113,79 tỷ USD, tăng 6,6 % so với năm 2011. Đánh giá chung giai đoạn 2008-2013, ngay sau khi Việt Nam gia nhập WTO, nhập khẩu đã có tốc độ tăng khá nhanh tăng nhanh so với giai đoạn trước, nhưng tăng chậm lại trong thời gian gần đây.

Về thị trường nhập khẩu, thay vị trí các nước ASEAN, chủ yếu vẫn từ Trung Quốc, chiếm tỷ trọng 24% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam (năm 2010). Từ năm 2011 đến 2013, Trung Quốc tiếp tục vẫn là thị trường lớn nhất của Việt Nam. Chỉ tính riêng các mặt hàng máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên liệu phục vụ sản xuất, hàng tiêu dùng… trong những năm gần đây, trung bình Việt Nam nhập siêu hơn 15 tỷ USD từ Trung Quốc. Việc các doanh nghiệp ngày càng gia tăng nhập khẩu từ Trung Quốc cũng chính là nguyên nhân làm cho cán cân thương mại Việt Nam vẫn tiếp tục trong tình trạng nhập siêu trong những năm qua.

Biểu đồ 2: Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2008 – 2013

Đơn vị: 1000 tỷ USD



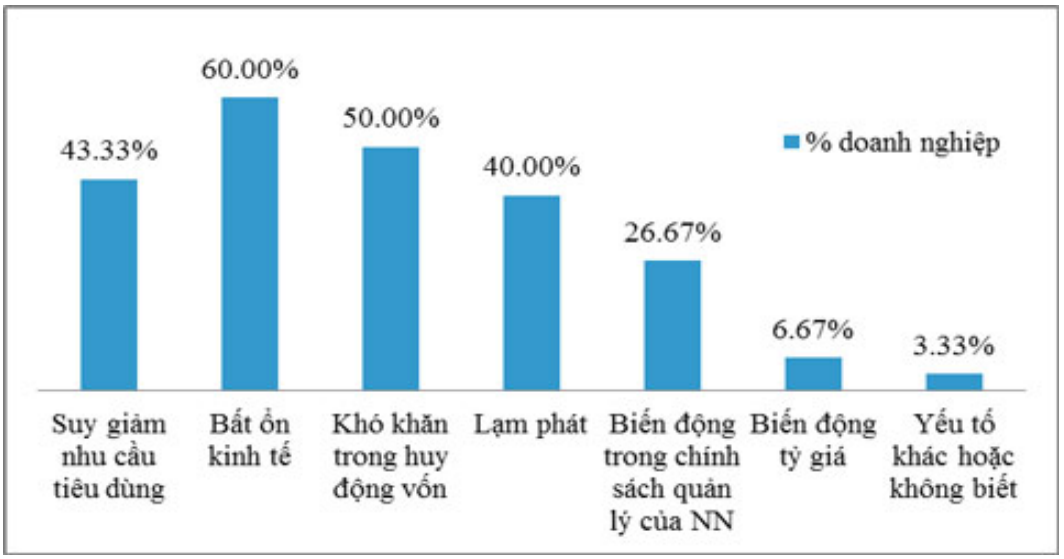
Nguồn: Tổng cục thống kê

Thứ ba, môi trường pháp lý cùng với các công cụ chính sách cởi mở và thông thoáng và phù hợp hơn với các cam kết theo WTO.

Gia nhập WTO là một cam kết pháp lý có tác động sâu rộng tới nhiều chính sách kinh tế trong nước. Những thay đổi về mặt chính sách mà các nước mới gia nhập áp dụng khi gia nhập WTO thường liên quan tới nhiều biện pháp trong nước. Đối với Việt Nam, thực tế đã chứng minh, trong những năm gần đây, các chính sách của nhà nước đã góp phần "cởi trói" cho doanh nghiệp trong nhiều lĩnh vực, đặc biệt có những giải pháp linh hoạt, hiệu quả trong việc ổn định chính sách tiền tệ, liên tục điều chỉnh mặt bằng lãi suất, giúp doanh nghiệp tiếp cận được nguồn vốn với "giá" rẻ hơn, chính sách thuế ưu đãi hơn cho một số mặt hàng ưu tiên xuất khẩu và đánh thuế cao đối với những mặt hàng hạn chế nhập khẩu. Tuy nhiên, những nỗ lực cố gắng của nhà nước trong thời gian qua vẫn thực sự là "bệ đỡ" vững chắc cho các doanh nghiệp khi bước vào một môi trường kinh doanh mới đầy cam go và thử thách, mà cần đưa ra các cải cách toàn diện để các quy định và chính sách trong nước của Việt Nam phù hợp với các quy tắc của WTO.

Biểu đồ 3 dưới đây cho thấy, các doanh nghiệp Việt Nam đánh giá về mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới hoạt động kinh doanh năm 2012:

Biểu đồ 3: Nhận định của doanh nghiệp về những yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh trong năm 2012



Nguồn: Ngô Nga (Vietnam report), 2012, Doanh nghiệp bi quan về kinh tế 2012

Kết luận:

Những phân tích trên đây hy vọng sẽ góp phần giúp các nhà hoạch định chiến lược, chính sách của Việt Nam đưa ra được một khung khổ pháp lý mới, cải cách một cách toàn diện những quy định phù hợp với thông lệ quốc tế, thực sự là điểm tựa an toàn cho các doanh nghiệp Việt Nam trong môi trường kinh doanh mới. Về phía các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu, cần cải thiện năng lực kinh doanh, markerting, xây dựng thương hiệu, dịch vụ khách hàng, cần hiểu rõ chuỗi

cung ứng của mình. Đồng thời, cần chủ động nghiên cứu quy tắc xuất xứ, mức cắt giảm thuế quan, các hàng rào kỹ thuật… một cách thấu đáo và chuẩn bị đàm phán hợp đồng ngoại thương hiệu quả. Các doanh nghiệp xuất nhập khẩu nhỏ và vừa, cùng loại hình và có chung ngành hàng sản xuất, có mối quan hệ tin cậy nên kết hợp với nhau trong những giao dịch thương mại đối với các đối tác nước ngoài, tập hợp vốn để thực hiện thành công những thương vụ lớn, đối phó với những tác động bất lợi từ môi trường kinh doanh trong nước và quốc tế.❑

Tài liệu tham khảo

1. Bộ kế hoạch và Đầu tư, 2013, Đánh giá tổng thể tình hình kinh tế - xã hội *Việt Nam sau 5 năm gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO)*
2. Ngân hàng Thế giới, *Báo cáo cập nhật tình hình phát triển kinh tế của Việt Nam từ 2008 - 2013*
3. Tổng cục thống kê, *Trị giá xuất nhập khẩu phân theo nước và vùng lãnh thổ 12 tháng các năm từ 2008 đến 2013*
4. Tổng cụ thống kê, Tình hình kinh tế xã hội các năm từ 2008 – 2013
5. PGS, TS. Nguyễn Thị Quy*, Quản trị rủi ro trong doanh nghiệp, NXB Văn hoá – Thông tin (2008)*
6. Ngô Nga (Vietnam report), 2012, *Doanh nghiệp bi quan về kinh tế 2012*
7. Các trang Web chính phủ, Báo cáo của chính phủ về tình hình kinh tế, xã hội và nhiệm vụ các năm từ 2008 - 2013.
8. Diễn đàn Logistics Việt Nam – VLF, Bộ Công thương, 2013