

Căng thẳng Biển Đỏ, lại lo đơn hàng xuất khẩu

16:52 21/03/2024

Các hiệp hội thương mại cảnh báo tình hình khó khăn gia tăng trong việc nhận đơn hàng từ quý II/2024, nếu căng thẳng ở Biển Đỏ còn kéo dài.



Ảnh minh họa (Ảnh: internet)

Lo đơn hàng sụt giảm

Xuất khẩu của một số ngành công nghiệp chủ lực bị “điểm danh” nằm trong TOP chịu nhiều ảnh hưởng bởi tác động từ căng thẳng ở Biển Đỏ, kéo dài suốt từ tháng 11/2023 tới nay.

Mang về hơn 63 tỷ USD trong năm 2023, ngành dệt may và da giày chịu áp lực về tăng chi phí hơn so với nhiều ngành xuất khẩu khác. Áp lực hơn là bởi, điểm đến của hàng xuất khẩu là Mỹ, Châu Âu, vốn là khu vực chịu tác động tăng cước vận chuyển do căng thẳng ở Biển Đỏ.

Ông Cao Hữu Hiếu, Tổng giám đốc Tập đoàn Dệt may Việt Nam (Vinatex) đang có chuyển công tác Ấn Độ chia sẻ, căng thẳng Biển Đỏ làm tăng thêm khó khăn

cho doanh nghiệp dệt may, trong khi vừa phải trải qua 01 năm kinh doanh ảm đạm. Xuất khẩu kéo dài thời gian, doanh nghiệp bị đội chi phí, lại thêm việc nhập khẩu nguyên liệu cũng bị ảnh hưởng.

Dù khẳng định, thương mại của ASEAN với khu vực Châu Âu chưa bị tác động quá nhiều từ căng thẳng này, nhưng báo cáo mới nhất của Ngân hàng HSBC cho rằng, cùng với ô tô Thái Lan xuất đi Châu Âu, dệt may, da giày của Việt Nam cũng gặp nhiều thách thức.

Các hiệp hội thương mại cũng cảnh báo tình hình khó khăn gia tăng trong việc nhận đơn hàng từ quý II/2024. Một tàu chở hàng từ Singapore đến Rotterdam (Hà Lan) thường mất 26 ngày, nhưng nay bị chậm thêm 10 ngày. Những gián đoạn ở Biển Đỏ gây rủi ro đối với các nền kinh tế ASEAN, vốn đang trông đợi thương mại toàn cầu tăng trở lại sau khi sụt giảm đáng kể trong năm ngoái.

Việt Nam - quốc gia phụ thuộc lớn vào xuất khẩu, đang chịu tác động trực tiếp. “Thời gian vận chuyển hàng trên biển bị kéo dài thêm cả chục ngày, khiến cả nhà xuất khẩu lẫn bên mua hàng đều lo ngại, đồng thời mức ảnh hưởng càng lớn khi căng thẳng không biết lúc nào sẽ kết thúc”, đại diện một doanh nghiệp giày dép xuất khẩu tại Bình Dương nói.

Thương mại hàng hóa của Việt Nam với các nước trong khu vực Châu Âu năm 2023 ước đạt 72,3 tỷ USD, giảm 5,3% so với năm 2022; trong đó, xuất khẩu đạt 53,3 tỷ USD, giảm 4,7% và nhập khẩu ước đạt gần 19 tỷ USD, giảm 6,8%.

Thị trường Châu Âu (EU27), là khu vực nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới, với nhu cầu nhập khẩu trung bình mỗi năm xấp xỉ 112 tỷ euro (tương đương 123 tỷ USD) trong giai đoạn 2018 - 2022 và nằm trong TOP 3 thị trường xuất khẩu chính của dệt may Việt Nam.

Dù ít dù nhiều, căng thẳng Biển Đỏ đang đưa đến những khó khăn, thách thức đối với thương mại hàng hóa và ngành sản xuất của nước ta. Mức độ ảnh hưởng với từng ngành hàng không giống nhau, vì còn phụ thuộc vào phương thức làm hàng xuất khẩu, phương thức giao hàng.

TS. Võ Trí Thành, Viện trưởng Viện Nghiên cứu chiến lược thương hiệu và cạnh tranh phân tích: “Diễn biến ở Biển Đỏ phản ánh xung đột địa chính trị kéo dài, ảnh hưởng lớn đến trật tự thế giới và kinh tế toàn cầu. Tác động lớn nhất là giá năng lượng và cước vận chuyển hàng hóa qua đường biển tăng cao, làm tăng áp lực chi phí cho doanh nghiệp trong bối cảnh phải đối mặt với nhiều khó khăn sẵn có”.

Theo dữ liệu của Cục Hàng hải Việt Nam, giá cước vận chuyển container bằng tàu biển sang Châu Âu và Mỹ tăng mạnh. Theo đó, cước đi Hamburg (Đức) từ mức 1.200 - 1.300 USD/container trong tháng 12/2023, tăng lên 4.350 - 4.450 USD/container trong tháng 01/2024. Còn cước tàu đến Bồ Đào Nha từ mức 1.850 USD/container trong tháng 12/2023, lên 2.873 - 2.950 USD/container trong tháng 01/2024.

Cùng với chi phí giá cước vận chuyển tăng từ 55% đến hơn 70%, thì việc các chuyến hàng cập cảng trễ cả chục ngày cũng khiến chuỗi cung ứng nguyên liệu, vật tư của các nhà sản xuất bị đảo lộn, hàng phục vụ sản xuất bị trễ lịch, ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động của doanh nghiệp.

Chú trọng thị trường gần

Trước những rủi ro từ căng thẳng ở Biển Đỏ tác động lên nhiều ngành hàng, lời khuyên của các chuyên gia thương mại là chú ý tới các đơn hàng xuất khẩu sang thị trường gần, đông dân như Trung Quốc, Ấn Độ, đồng thời khai thác tối đa dư địa tại khu vực ASEAN cũng như Hàn Quốc, Nhật Bản. Tìm kiếm các phương thức vận chuyển mới nhằm giảm thiểu tác động.

Năm 2023, Việt Nam xuất khẩu sang ASEAN 32,2 tỷ USD, sang Trung Quốc gần 61 tỷ USD, sang Nhật Bản 23,2 tỷ USD, sang Hàn Quốc 23,5 tỷ USD. Năm 2024, cần bám chắc hơn các thị trường này để tăng xuất khẩu, giảm thiểu rủi ro trước tác động từ căng thẳng ở Biển Đỏ.

“Nhu cầu tiêu thụ hàng hóa sản xuất tại Việt Nam của các thị trường này vẫn gia tăng theo đà phục hồi thương mại, đặc biệt là Trung Quốc đang tiếp tục mở cửa cho nhiều mặt hàng của nước ta”, Cục Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương thông tin.

Dẫn chứng của việc chuyển hướng, các chuyên gia HSBC cho rằng, gần 50% xuất khẩu cà phê của Việt Nam có điểm đến là Châu Âu, nhưng trước nhu cầu của Trung Quốc gia tăng đối với nhiều loại nông sản của Việt Nam sẽ giúp bù đắp cho sự gián đoạn thương mại tại EU.

Hai tháng đầu năm 2024, cà phê đã lập kỷ lục xuất khẩu khi mang về 1,38 tỷ USD, tăng 27,9% về lượng và tăng 85% về giá trị so với cùng kỳ năm 2023.

Thời gian qua, một số doanh nghiệp xuất khẩu hàng dệt may, giày dép đã tìm kiếm giải pháp vận tải thay thế như vận chuyển bằng đường hàng không.

Năm nay, Bộ Công Thương đặt mục tiêu xuất khẩu tăng 6% so với năm 2023. Cán cân thương mại hàng hóa tiếp tục xuất siêu năm thứ 9. Điều này đòi hỏi

các ngành hàng càng phải cố gắng hơn, tận dụng mọi cơ hội để tăng xuất khẩu, mở rộng thị trường.

Hà Trần (t/h)