

Chiến lược xuất nhập khẩu đến năm 2030 với nhiều điểm nhấn quan trọng

14:25 01/05/2022

Chiến lược xuất nhập khẩu cho giai đoạn mới với nhiều điểm nhấn quan trọng, có sự quan tâm đúng mức đến chất lượng tăng trưởng và tính bền vững của phát triển xuất nhập khẩu.

Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030 (gọi tắt là Chiến lược) được ban hành tại Quyết định số 493/QĐ-TTg ngày 19 tháng 04 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ quán triệt chủ trương, đường lối phát triển kinh tế - xã hội của Đảng trong giai đoạn mới, quan tâm đến những xu hướng mới trong kinh tế - thương mại quốc tế như kinh tế xanh, kinh tế số, kinh tế tuần hoàn,...



Ảnh minh họa.

Chiến lược có nhiều điểm nhấn quan trọng, cả về quan điểm, mục tiêu, định hướng và giải pháp thực hiện Chiến lược.

Điểm mới trong Quan điểm Chiến lược

Chiến lược đề cập 3 quan điểm, tương ứng với các yếu tố liên quan đến phát triển xuất nhập khẩu: Chất lượng tăng trưởng; động lực của tăng trưởng và phương thức, định hướng tăng trưởng.

Quan điểm Chiến lược nhấn mạnh yêu cầu phát triển xuất khẩu bền vững, đồng thời chỉ rõ các yếu tố để đạt được sự bền vững: hài hoà về cơ cấu, cán cân thương mại, về mục tiêu ngắn hạn và dài hạn, về công bằng xã hội, về bảo vệ môi trường. Chiến lược cũng đề cập vấn đề thương mại xanh, thương mại công bằng đang là mối quan tâm của các nước phát triển trên thế giới.

Quan điểm về phát triển xuất nhập khẩu gắn với các động lực mới: kinh tế số, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn và đổi mới sáng tạo.

Quan điểm Chiến lược xác định vai trò của các ngành, địa phương trong phát huy lợi thế so sánh của ngành và địa phương, khai thác hiệu quả cơ hội và hạn chế các thách thức trong thực thi cam kết hội nhập kinh tế quốc tế.

Điểm mới trong mục tiêu Chiến lược

Chiến lược đặt mục tiêu tổng quát là “Xuất nhập khẩu phát triển bền vững với cơ cấu cân đối, hài hoà, phát huy lợi thế cạnh tranh, lợi thế so sánh, phát triển thương hiệu hàng hoá Việt Nam, nâng cao vị thế quốc gia trong chuỗi giá trị toàn cầu, là động lực của tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững”. Có thể thấy, so với Chiến lược xuất nhập khẩu thời kỳ 2011-2020, mục tiêu Chiến lược không đặt chỉ tiêu con số cụ thể mà xác định mục tiêu phát triển xuất nhập khẩu bền vững và là động lực của tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững.

Đối với mục tiêu cụ thể, bên cạnh các mục tiêu về tăng trưởng xuất khẩu, nhập khẩu về quy mô và mục tiêu về cán cân thương mại, Chiến lược bổ sung mục tiêu về cơ cấu hàng xuất khẩu, cơ cấu thị trường xuất khẩu, nhập khẩu để cụ thể hoá quan điểm phát triển xuất nhập khẩu bền vững trên cơ sở hài hòa về cơ cấu hàng hóa, cơ cấu thị trường và cán cân thương mại với từng thị trường, khu vực thị trường.

Điểm mới trong định hướng Chiến lược

Chiến lược xác định 3 định hướng lớn về xuất khẩu hàng hoá, nhập khẩu hàng hoá và phát triển thị trường xuất khẩu, nhập khẩu. Trong đó:

Chiến lược bổ sung định hướng phát triển thị trường nhập khẩu hàng hoá, đặt ngang tầm với nhiệm vụ phát triển thị trường xuất khẩu hàng hoá.

Về định hướng chung xuất khẩu hàng hoá, Chiến lược định hướng phát triển xuất khẩu bền vững, phát huy lợi thế so sánh và chuyển đổi mô hình tăng trưởng hợp lý theo chiều sâu; coi trọng vấn đề sử dụng hiệu quả các nguồn lực, bảo vệ môi trường sinh thái và giải quyết tốt các vấn đề xã hội.

Về định hướng ngành hàng xuất khẩu, Chiến lược không đề cập cụ thể định hướng nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản (hiện chỉ còn chiếm 1% kim ngạch xuất khẩu), thay vào đó bổ sung định hướng “Không khuyến khích phát triển sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng thâm dụng tài nguyên, gây ô nhiễm môi trường; chú trọng đầu tư phát triển xuất khẩu các sản phẩm kinh tế xanh, thân thiện với môi trường.”

Điểm mới trong giải pháp thực thi Chiến lược

Về giải pháp, Chiến lược tập trung vào 6 nhóm giải pháp chính với nhiều điểm mới so với Chiến lược xuất nhập khẩu thời kỳ 2011-2020:

Phát triển sản xuất (bao gồm sản xuất công nghiệp và nông nghiệp), tạo nguồn cung bền vững cho xuất khẩu. Trong nội dung về phát triển sản xuất nông nghiệp, điểm mới là “Phát huy vai trò của địa phương trong lựa chọn loại nông sản thích hợp để hình thành vùng sản xuất tập trung theo quy hoạch; xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm chủ lực, nông sản đặc trưng, phát triển thương hiệu đi cùng với các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế.”

Phát triển thị trường xuất khẩu, nhập khẩu, bảo đảm tăng trưởng bền vững trong dài hạn. Trong đó, điểm mới là các giải pháp xúc tiến nhập khẩu và việc xem xét hạ dần hàng rào bảo hộ để tạo sức ép cho các doanh nghiệp sản xuất trong nước nâng cao hiệu quả kinh tế, giảm giá thành, cạnh tranh với hàng nhập khẩu; đổi mới, đa dạng hóa các phương thức xúc tiến thương mại phục vụ xuất nhập khẩu thông qua việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số.

Hoàn thiện thể chế, tăng cường quản lý nhà nước trong tổ chức hoạt động xuất nhập khẩu nhằm tạo thuận lợi thương mại, chống gian lận thương mại và hướng tới thương mại công bằng. Đây là nhóm giải pháp mới so với Chiến lược thời kỳ 2011-2020.

Huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực cho phát triển xuất khẩu, nâng cấp cơ sở hạ tầng kho vận, giảm chi phí logistics. Trong các nguồn lực cho phát triển xuất khẩu, Chiến lược quan tâm đến chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế nói chung và hoạt động xuất nhập khẩu nói riêng.

Theo đó, bổ sung giải pháp: “Xây dựng, hoàn thiện các bộ chuẩn đầu ra trình độ trung cấp, cao đẳng cho nhân lực các ngành, nghề sản xuất hàng xuất khẩu theo hướng tiếp cận tiêu chuẩn các nước phát triển trên thế giới. Tăng cường gắn kết giữa cơ sở giáo dục nghề nghiệp và các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu từ khâu xây dựng chương trình, tổ chức đào tạo, đánh giá và tạo việc làm.”

Quản lý và kiểm soát nhập khẩu đáp ứng đủ nhu cầu cho sản xuất trong nước và hướng đến cán cân thương mại lành mạnh, hợp lý. Theo đó, Chiến lược bổ sung các giải pháp về xúc tiến nhập khẩu từ một số đối tác trọng điểm, thay vì chỉ theo hướng quản lý và kiểm soát nhập khẩu, hạn chế nhập siêu như trong các giai đoạn trước.

Nâng cao vai trò của Hiệp hội ngành hàng và các doanh nghiệp hạt nhân, thúc đẩy hình thành các chuỗi giá trị xuất khẩu quy mô lớn. Điểm mới của nhóm giải pháp là vai trò của các doanh nghiệp hạt nhân được đề cập và chú trọng.

Căn cứ các mục tiêu, định hướng, giải pháp và các nhóm giải pháp của Chiến lược, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Công Thương phối hợp với các Bộ, ngành xây dựng Chương trình hành động thực hiện Chiến lược, trong đó xác định cụ thể các nội dung nhiệm vụ của các Bộ, ngành, cơ quan, thời hạn hoàn thành và nguồn lực thực hiện, ban hành vào đầu quý III năm 2022.

Minh Anh