TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Đa dạng hóa thị trường, tăng nội địa hóa là chìa khóa cho xuất khẩu bền vững

08:42 14/09/2025

Trước những biến động toàn cầu, rào cản thương mại ngày càng khắt khe cùng yêu cầu cao về chuyển đổi xanh, chuyển đổi số và minh bạch thông tin, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã chủ động xây dựng chiến lược phát triển mới.

Theo các chuyên gia, không chỉ dừng lại ở việc mở rộng thị trường, các doanh nghiệp còn cần nâng cao chất lượng xuất khẩu, đẩy mạnh tỷ lệ nội địa hóa, đổi mới công nghệ và hình thành chuỗi cung ứng bền vững, có như vậy mới gia tăng năng lực cạnh tranh, tận dụng hiệu quả các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Qua đó, góp phần đưa thương hiệu Việt nâng cao uy tín quốc gia và tạo động lực phát triển bền vững cho nền kinh tế.

Theo Cục Thống kê, tính chung tám tháng năm 2025, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta đạt 305,96 tỷ USD, tăng 14,8% so với cùng kỳ năm trước. Đây là con số ấn tượng góp phần củng cố niềm tin vào khả năng phục hồi, tạo thêm động lực cho tăng trưởng kinh tế đất nước.

Tuy vậy, bên cạnh thuận lợi là không ít những thách thức lớn doanh nghiệp Việt Nam đang phải đối diện. Trên thế giới, biến động địa chính trị, tái định hình chuỗi giá trị toàn cầu, chính sách thương mại khắt khe từ các thị trường lớn như Mỹ, EU... đang làm gia tăng tính bất định. Cùng với đó, nhiều thị trường lớn cũng đang áp dụng các rào cản phi thuế quan ngày càng khắt khe, đặc biệt là các yêu cầu về môi trường, xã hội và quản trị (ESG)... Điều này buộc các doanh nghiệp Việt phải nhanh chóng đầu tư vào chuyển đổi xanh, chuyển đổi số, tăng tỷ lệ nội địa hóa để đáp ứng quy tắc xuất xứ và đảm bảo tính minh bạch...



Tính chung tám tháng năm 2025, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta đạt 305,96 tỷ USD, tăng 14,8% so với cùng kỳ năm trước.

Các chuyên gia kinh tế cho rằng, tiếp cận và khai thác hiệu quả các thị trường mới để ứng phó với rủi ro thuế quan, với những bất định của kinh tế toàn cầu- là yêu cầu bức thiết hiện nay.

Ông Nguyễn Văn Hội, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương, nhấn mạnh vai trò không thể thiếu của các FTA thế hệ mới như CPTPP và EVFTA... Những FTA này không chỉ thúc đẩy thương mại truyền thống mà còn bao gồm các lĩnh vực "phi truyền thống" như môi trường, lao động và minh bạch hóa, đặt ra những tiêu chuẩn cao hơn cho doanh nghiệp.

Ông Nguyễn Văn Hội nêu rõ: "Đến nay, Việt Nam đã ký kết 17 Hiệp định thương mại tự do (FTA). Các FTA này không chỉ thúc đẩy xuất khẩu, giảm chi phí sản xuất, mà còn góp phần hoàn thiện chính sách, mở rộng cơ hội cho các nhà đầu tư nước ngoài. Nhờ đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam có bước phát triển mạnh mẽ, đây là thành quả của việc hợp tác quốc tế đa phương và song phương.

Các FTA đã mang lại cho xuất khẩu của Việt Nam năm 2024, đạt gần 800 tỷ USD, trong đó xuất khẩu hơn trên 400 tỷ USD và nhập khẩu gần 400 tỷ USD. Đây là con số ấn tượng, đưa Việt Nam vươn lên nhóm 20 quốc gia có kim ngạch xuất nhập khẩu lớn nhất thế giới, khẳng định vị thế như một cường quốc thương

mại".

Tuy nhiên, theo ông Lê Duy Bình, Giám đốc Economica Việt Nam, thành công về quy mô cần song hành với chất lượng. Vì thế, việc mở rộng thị trường không chỉ dừng ở số lượng mà quan trọng hơn là nâng cao hàm lượng giá trị trong xuất khẩu. Qua đó sẽ giúp cơ quan quản lý, cộng đồng doanh nghiệp và các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam xác định rõ chiến lược phát triển bền vững.

Theo ông Bình: "Chúng tôi cho rằng cần thay đổi tư duy, không chỉ chú trọng vào tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu, mà quan trọng hơn là nâng cao chất lượng hoạt động xuất khẩu. Điều này thể hiện ở việc gia tăng giá trị gia tăng, nâng cao tỷ lệ nội địa hóa của hàng hóa xuất khẩu và phát triển công nghiệp hỗ trợ trong nước. Trong chiến lược xuất khẩu thời gian tới, các chỉ số về giá trị gia tăng, tỷ lệ nội địa hóa và đóng góp của công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam cho hoạt động xuất khẩu sẽ có ý nghĩa thiết thực hơn, tạo ra lợi ích trực tiếp và bền vững ở cấp độ cao hơn cho nền kinh tế Việt Nam".



Các FTA đã mang lại cho xuất khẩu của Việt Nam năm 2024, đạt gần 800 tỷ USD, trong đó xuất khẩu hơn trên 400 tỷ USD và nhập khẩu gần 400 tỷ USD.

Đồng quan điểm này, Phó Chủ tịch VCCI - ông Hoàng Quang Phòng cho rằng, các doanh nghiệp Việt Nam đang đứng trước áp lực phải đổi mới để duy trì tăng trưởng và cạnh tranh trên cả thị trường trong nước và quốc tế.

"Trong bối cảnh nhiều thị trường áp dụng hàng rào phi thuế quan, yêu cầu về môi trường, xã hội, quản trị ngày càng khắt khe. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải đầu tư nguồn lực cho chuyển đổi xanh, chuyển đổi số, tăng tỷ lệ nội địa hoá đầu vào giảm phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu nhằm đáp ứng quy tắc xuất xứ, minh bạch nguồn gốc... Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu đầy biến động, các doanh nghiệp Việt Nam cần có chiến lược tiếp cận thị trường mới hiệu quả hơn và bền vững hơn" - ông Hoàng Quang Phòng nhấn mạnh.

Trong bối cảnh đầy biến động như hiện nay, nhiều doanh nghiệp cũng xác định việc đa dạng hoá các thị trường là rất cần thiết.

Ông Phí Ngọc Trịnh, Tổng Giám đốc Tập đoàn Hồ Gươm khẳng định, các doanh nghiệp trong ngành may mặc cần phải tích cực tìm kiếm và đầu tư vào các giải pháp thích hợp để nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng yêu cầu của thị trường. Đồng thời, tập trung phát triển sản phẩm mới và cải tiến sản phẩm hiện có để tăng sức cạnh tranh. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu và phát triển (R&D), ứng dụng công nghệ tiên tiến vào hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Theo ông Trịnh: "Chúng ta cần tập trung phát triển các thị trường mới như Nga, Brazil, Đông Âu, Mỹ Latinh và châu Phi. Bên cạnh đó, phải đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển các sản phẩm mới, nhất là những sản phẩm phục vụ các thị trường ngách - nơi mà đối thủ chưa khai thác. Doanh nghiệp cần nhanh nhạy nắm bắt xu hướng thời trang, đưa ra sản phẩm sớm hơn để tạo lợi thế cạnh tranh. Đồng thời, một nhiệm vụ quan trọng khác là nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua việc số hóa phần mềm và các quy trình quản lý, sản xuất".

Các chuyên gia kinh tế cũng lưu ý, việc thâm nhập thị trường mới không chỉ dành cho doanh nghiệp lớn mà cần mở rộng cơ hội cho cả doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ những đối tượng có nhiều sản phẩm đặc thù phù hợp với thị trường ngách. Để vươn ra biển lớn, các doanh nghiệp này cần liên kết chặt chẽ, xây dựng thương hiệu đủ sức cạnh tranh, đồng thời phát huy vai trò của hiệp hội ngành hàng và chính quyền địa phương trong việc tìm kiếm “cánh chim đầu đàn” dẫn dắt, kết nối và hỗ trợ.

Nhà nước cũng cần ban hành chính sách cụ thể giúp doanh nghiệp tiếp cận thị trường, cải thiện hạ tầng, tăng cường liên kết trong nước và quốc tế để hình thành chuỗi cung ứng bền vững. Qua đó, không chỉ mở rộng quy mô xuất khẩu mà còn nâng cao năng lực cạnh tranh, giúp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu và phát triển bền vững lâu dài.

Theo vov.vn