TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Phải từ bỏ tư duy “đánh quả” khi xuất khẩu

08:45 22/11/2023

Nếu ví các cơ quan thương vụ ở nước ngoài là những “người mở đường” khai phá thị trường thì chính các doanh nghiệp cũng phải trở thành “hậu phương vững chắc” để chinh phục thị trường đó, nếu không sẽ mất cơ hội. Muốn vậy, các doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu thông tin, nâng cao chất lượng sản phẩm, đặc biệt là phải từ bỏ tư duy “đánh quả” khi xuất khẩu…

“Cánh tay nối dài” đưa hàng Việt ra thế giới

Theo Tổng Thư ký Hiệp hội Rau quả Việt Nam Đặng Phúc Nguyên, năm nay, dự kiến kim ngạch xuất khẩu ngành rau quả sẽ đạt trên 5,5 tỷ USD, tăng 160 - 170% so với năm ngoái. Với đà này, dự kiến năm sau có thể đạt trên 6 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu toàn ngành. Kết quả này có đóng góp rất lớn của các thương vụ Việt Nam tại nước ngoài, ông Nguyên khẳng định tại Tọa đàm "Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài - Phát huy vai trò “cầu nối” cho hàng Việt xuất khẩu", do Báo Công thương tổ chức sáng 21/11.

Cụ thể, theo ông Nguyên, các thương vụ là cơ quan tham mưu cho Chính phủ, Bộ Công thương trong việc đàm phán, ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) theo hướng có lợi nhất cho doanh nghiệp trong nước; đàm phán, mở cửa thị trường. Các thương vụ cũng góp phần đấu tranh để bảo đảm quyền lợi tốt nhất cho các doanh nghiệp xuất khẩu, như giảm bớt tỷ lệ kiểm tra dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trong sản phẩm nông sản (giảm tỷ lệ lấy mẫu cho mặt hàng rau ăn lá xuất khẩu sang châu Âu xuống dưới mức 50%). Các thương vụ cũng là nơi cung cấp thông tin thị trường, về cơ chế chính sách của nước sở tại, cảnh báo rủi ro cho doanh nghiệp trong nước; giúp doanh nghiệp nắm rõ thông tin về các đối tác nhập khẩu ở nước ngoài…

Chia sẻ với ý kiến này, Trưởng phòng Quản lý thương mại, Sở Công thương Hải Dương, ông Nguyễn Văn Quang khẳng định, các thương vụ đã phát huy được vai trò là cánh tay nối dài để đưa hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu ra thế giới. Ông Quang dẫn chứng, khi dịch Covid-19 vẫn diễn biến phức tạp, nhờ sự hỗ trợ của các thương vụ Việt Nam ở nước ngoài, tỉnh Hải Dương đã tổ chức hội nghị trực tuyến để tiêu thụ vải thiều và đạt được những kết quả rất tích cực. Tính

riêng hội nghị ngày 29/5/2022, có 14 thương vụ tham gia kết nối với hơn 30 điểm cầu trực tuyến ở nước ngoài, gần 1.000 tấn vải thiều đã được xuất sang Trung Quốc, Hàn Quốc, Australia, Nhật Bản... Qua đó, đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu toàn tỉnh lên hơn 10 tỷ USD trong năm 2022.

Mới nhất, cuối tháng 10 vừa qua, với sự hỗ trợ của các thương vụ, tỉnh đã tổ chức hội nghị hỗ trợ kết nối tiêu thụ cà rốt - nông sản thế mạnh của tỉnh với khoảng 70% dành cho xuất khẩu và đã nhận được sự quan tâm của đối tác đến từ Hong Kong (Trung Quốc), Hàn Quốc, Nhật Bản...., đồng nghĩa cơ hội mở cửa thị trường xuất khẩu cà rốt rất khả quan.



Doanh nghiệp Việt Nam tham gia Hội chợ Quốc tế Công nghiệp Thực phẩm Anuga 2023. (Ảnh: Cục Xúc tiến thương mại)

Bên cạnh đó, các thương vụ còn trực tiếp tham gia hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu khi bị lừa đảo trong thương mại quốc tế, điển hình là vụ gần 100 container hạt điều xuất khẩu sang Italia hồi năm ngoái và các doanh nghiệp đều đã lấy lại được hàng.

Doanh nghiệp cần song hành với cơ quan thương vụ

Trong phiên chất vấn tại Kỳ họp thứ Sáu, Quốc hội Khóa XV vừa qua, khi được hỏi về giải pháp để thúc đẩy xuất khẩu trong thời gian tới, Bộ trưởng Bộ Công thương Nguyễn Hồng Diên cho biết, sẽ phát huy vai trò của các cơ quan thương vụ Việt Nam ở nước ngoài để nắm bắt thông tin kịp thời và những biến động của kinh thế giới cũng như chính sách mới của các nước sở tại, góp phần định hướng sản xuất trong nước giúp các doanh nghiệp xây dựng, điều chỉnh kế hoạch sản xuất kinh doanh phù hợp với tiêu chí, tiêu chuẩn, điều kiện của thị trường ngoài nước.

Để phát huy hơn nữa vai trò của các cơ quan thương vụ tại nước ngoài, ông Đặng Phúc Nguyên đề xuất, một mặt, các cơ quan này cần tiếp tục đàm phán, mở rộng thị trường xuất khẩu cho hàng hóa trong nước. Mặt khác, cần đẩy mạnh tuyên truyền, hướng dẫn người sản xuất và doanh nghiệp nâng cao chất lượng sản phẩm, tuân theo các tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap; cắt giảm các chi phí đầu vào cho doanh nghiệp để tăng sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Cũng theo ông Nguyên, khi đàm phán xuất khẩu nông sản ra thế giới thì chúng ta cũng phải mở cửa để nhập khẩu hàng hóa của phía đối tác. Do đó, cần phải đánh giá cân đối xem hiệu quả kinh tế thế nào để ra quyết định. Cùng với đó, Bộ Công thương cần tiếp tục hỗ trợ chi phí để các hiệp hội ngành hàng xúc tiến thương mại, nhất là ở các thị trọng điểm Trung Quốc, EU, Mỹ, Đông Bắc Á. Khi các hiệp hội lập đoàn đi xúc tiến thương mại, các cơ quan thương vụ của Việt Nam ở nước sở tại cần tích cực phối hợp, hỗ trợ để tiếp xúc đối tác đạt hiệu quả, ông Nguyên đề nghị.

Nhấn mạnh vai trò chủ động của từng địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp trong việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa, song theo ông Nguyễn Văn Quang, rất cần có sự tiếp sức của các cơ quan thương vụ. Theo đó, các cơ quan này cần có thông tin định hướng một cách cụ thể, như mặt hàng nào nước sở tại đang cần; cập nhật thông tin “càng sớm càng tốt” về sự thay đổi trong chính sách của nước sở tại cho doanh nghiệp, bởi hơn ai hết, các cơ quan thương vụ sẽ nắm rất rõ và nhanh nhất về vấn đề này.

Tham tán thương mại, Thương vụ Việt Nam tại Ấn Độ Bùi Trung Thướng cho rằng, nếu ví các cơ quan thương vụ ở nước ngoài là những “người mở đường” khai phá thị trường thì chính các doanh nghiệp cũng phải trở thành “hậu phương vững chắc” để chinh phục được thị trường đó, nếu không cơ hội sẽ rơi vào tay doanh nghiệp nước khác. “Các thương vụ có thể cung cấp thông tin, cảnh báo nguy cơ, xác minh tư cách pháp nhân của đối tác… song phần còn lại doanh nghiệp phải làm trực tiếp vì chỉ doanh nghiệp mới biết đối tượng cần chinh phục là ai, chất lượng sản phẩm của mình thế nào”, ông Thướng nhấn mạnh.

Cũng theo vị tham tán thương mại, các doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu thông tin thông qua các thương vụ, Bộ Công thương…; đặc biệt là phải có chiến lược xuất khẩu rõ ràng, bởi tư duy "đánh quả" đã không còn phù hợp với hiện nay.

Theo Đại biểu Nhân dân