

Rủi ro và hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam / Nguyễn Thị Thu Hà ; Nghd.: TS. Trần Anh Tài

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài:

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian gần đây đạt mức tăng trưởng khá cao (từ 18% - 20%) góp phần đáng kể vào việc tăng trưởng kinh tế hàng năm. Nhưng hoạt động xuất khẩu càng gia tăng thì rủi ro của việc xuất khẩu ngày càng lớn. Vì vậy, vấn đề đặt ra là làm thế nào để ngăn ngừa và hạn chế tối đa những rủi ro, nhằm duy trì và nâng cao kim ngạch xuất khẩu cho Việt Nam trong thời gian tới.

Ngày nay, xu thế quốc tế hoá đời sống kinh tế toàn cầu ngày càng gia tăng làm cho các quốc gia ngày càng phụ thuộc lẫn nhau về kinh tế. Trong bối cảnh đó, việc tất yếu là các quốc gia phải mở cửa để hội nhập vào kinh tế khu vực và thế giới. Việc đẩy mạnh xuất khẩu là m

ục tiêu hàng đầu không chỉ đối với Việt Nam mà với nhiều quốc gia trên thế giới. Việt Nam khó có thể đẩy mạnh xuất khẩu và đảm bảo hiệu quả xuất khẩu nếu như không có những biện pháp hữu hiệu để phòng tránh, hạn chế những rủi ro có thể xảy ra trong quá trình xuất khẩu.

Việc nghiên cứu, phân tích, đánh giá những rủi ro phát sinh trong quá trình xuất khẩu của Việt Nam nói chung và của các doanh nghiệp nói riêng qua từng thời kỳ là hết sức cần thiết. Từ đó tìm ra những giải pháp khả thi nhằm hạn chế rủi ro xuất khẩu. Điều này càng có ý nghĩa hơn với chủ trương khuyến khích, đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả xuất khẩu của Nhà nước. Vì vậy, tác giả đã chọn đề tài luận văn thạc sĩ *“Rủi ro và Hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam”*.

2. Tình hình nghiên cứu của đề tài:

Trong lĩnh vực xuất khẩu đã có rất nhiều công trình nghiên cứu của các nhà kinh tế, nhà quản lý, các nhà hoạch định chính sách và đã có nhiều công trình đã được công bố như : TS Nguyễn Cảnh Lâm: *“Làm sao xuất khẩu có hiệu quả”* -1997, TS Vũ Hữu Hà: *“Tiếp thị xuất khẩu”*-2000, TS Lê Đức Linh: *“Xuất khẩu đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ”*-1999 và nhiều bài báo đăng trên các tạp chí chuyên ngành...

Nhưng nhìn chung các công trình đã nghiên cứu chỉ dừng lại ở một số khía cạnh nhất định trong lĩnh vực xuất khẩu, những công trình nghiên cứu cụ thể mang tính khả thi về

vấn đề hạn chế những rủi ro trong hoạt động xuất khẩu thì chưa nhiều, mà rủi ro trong xuất khẩu là một vấn đề phức tạp nên khó có thể định tính, định lượng đầy đủ hậu quả của các loại rủi ro đó, doanh nghiệp chỉ có thể phòng ngừa và hạn chế, khó có khả năng loại bỏ hẳn.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của đề tài:

Luận giải cơ sở lý luận và thực tiễn về tác động của rủi ro đối với hoạt động xuất khẩu thời gian qua, tìm ra những nguyên nhân đưa đến rủi ro và đề xuất những giải pháp để hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới.

4. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu:

Tên của đề tài đã xác định đối tượng nghiên cứu của luận văn.

Luận văn đi sâu nghiên cứu kết quả xuất khẩu của Việt Nam, tổng kết những rủi ro và tác động của rủi ro đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ 1997 – 2001.

5. Phương pháp nghiên cứu:

Phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử là phương pháp nghiên cứu chủ đạo của đề tài. Ngoài ra, luận văn còn sử dụng phương pháp hệ thống hoá, khái quát hoá, thống kê so sánh, phân tích thực chứng...

6. Dự kiến những đóng góp của luận văn:

Hệ thống hoá và luận giải những vấn đề lý luận về xuất khẩu của Việt Nam trong hoạt động xuất khẩu.

Phân tích tác động của rủi ro đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua và nguyên nhân các rủi ro trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Kiến nghị một số giải pháp nhằm hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới.

7. Kết cấu của luận văn:

Ngoài phần Mở đầu, kết luận, phụ lục và danh mục Tài liệu tham khảo luận văn kết cấu gồm 3 chương:

Chương 1: Tổng quan về rủi ro trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Chương 2: Thực trạng rủi ro và tình hình hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua.

Chương 3: Một số giải pháp về phòng ngừa và hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam thời gian tới.

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ RỦI RO TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU

1.1. KHÁI LUẬN VỀ RỦI RO TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG.

1.1.1. Những rủi ro trong hoạt động xuất khẩu:

Quan điểm của một số nhà Kinh tế học và học giả bảo hiểm trong và ngoài nước: Kinh doanh là một trong những hoạt động đầy rủi ro mạo hiểm và chấp nhận rủi ro trong kinh doanh từ lâu đã trở thành câu châm ngôn quen thuộc của các nhà kinh doanh. Những người biết phân tích, đánh giá và lường trước rủi ro thì mới có nhiều cơ may nhận được khoản lợi nhuận trước đó, như là một "phần thưởng" cho sự dám chấp nhận rủi ro, mạo hiểm có tính toán, cân nhắc của họ.

Đa số các nhà kinh tế và các học giả về bảo hiểm cho rằng rủi ro có thể đo lường được, có thể xác định được và điều đó cho phép chúng ta có thể lường trước và phòng ngừa cũng như hạn chế chúng đến mức tối đa.

Theo lý thuyết của các nhà kinh tế học và thực tế xuất nhập khẩu, rủi ro trong xuất khẩu có thể được định nghĩa như sau: *"Rủi ro xuất khẩu là những bất trắc có thể xảy ra trong quá trình xuất khẩu, làm giảm hiệu quả xuất khẩu"*.

1.1.2. Tính chất của các rủi ro trong hoạt động xuất khẩu:

Rủi ro mang tính khách quan, tính lịch sử và với xu thế quốc tế hoá đời sống kinh tế chiến lược kinh tế của các quốc gia đều hướng mạnh về xuất khẩu, nên rủi ro xuất khẩu ngày càng đa dạng, phong phú và phức tạp.

1.2. Phân loại rủi ro trong hoạt động xuất khẩu:

1.2.1. Nhóm rủi ro xuất khẩu do các yếu tố khách quan đưa lại:

Rủi ro do thiên nhiên, chính sách ngoại thương thay đổi, lạm phát, tỷ giá hối đoái và rủi ro do sự biến động giá cả các yếu tố đầu vào.

1.2.2. Nhóm rủi ro xuất khẩu do các yếu tố chủ quan đưa lại:

Rủi ro do thiếu vốn, thiếu thông tin, năng lực quản lý kém và do thiếu trình độ chuyên môn nghiệp vụ.

1.3. VAI TRÒ CỦA HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU.

1.3.1. Đối với nền kinh tế thế giới.

Xuất khẩu là một nội dung chính của hoạt động ngoại thương và là hoạt động đầu tiên trong thương mại quốc tế, xuất khẩu có vai trò đặc biệt quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế của từng quốc gia cũng như là trên toàn thế giới. Một quốc gia dù có bất lợi trong việc sản xuất đến đâu vẫn có thể tìm ra điểm có lợi để khai thác lợi thế. Bằng việc

khai thác các lợi thế này các quốc gia tập trung vào việc sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng có lợi thế tương đối để tạo ra lợi ích cho quốc gia.

1.3.2. Đối với nền kinh tế mỗi quốc gia.

1.3.2.1. Xuất khẩu tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu, phục vụ công nghiệp phát triển.

Đối với mọi quốc gia đang phát triển thì bước đi thích hợp nhất là phải công nghiệp hoá, hiện đại hoá, tuy nhiên quá trình này đòi hỏi phải có một số lượng vốn rất lớn để nhập khẩu máy móc thiết bị, công nghệ tiên tiến. Bởi vậy, nguồn thu từ xuất khẩu là một trong nguồn vốn quan trọng nhất. Xuất khẩu tạo tiền đề cho nhập khẩu, quyết định đến qui mô, tốc độ tăng trưởng của hoạt động nhập khẩu.

1.3.2.2. Xuất khẩu thúc đẩy sản xuất phát triển và chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Dưới tác động của xuất khẩu, cơ cấu xuất khẩu và tiêu dùng của thế giới đã, đang và sẽ thay đổi mạnh mẽ. Xuất khẩu làm chuyển dịch cơ cấu kinh tế của các quốc gia từ nông nghiệp sang công nghiệp và dịch vụ.

1.3.2.3. Xuất khẩu có tác động tích cực tới việc giải quyết công ăn việc làm cải thiện đời sống nhân dân.

Xuất khẩu thu hút hàng triệu lao động thông qua việc sản xuất hàng xuất khẩu. Mặt khác, xuất khẩu tạo ra ngoại tệ để nhập khẩu tiêu dùng đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng và phong phú của nhân dân, đóng vai trò quan trọng trong việc điều hoà về cung cầu ngoại tệ, ổn định sản xuất góp phần vào tăng trưởng và phát triển kinh tế.

1.3.2.4. Xuất khẩu là cơ sở để mở rộng và thúc đẩy sự phát triển các mối quan hệ kinh tế đối ngoại.

Hoạt động xuất khẩu là một hoạt động chủ yếu cơ bản và là hình thức ban đầu của hoạt động kinh tế đối ngoại, từ đó thúc đẩy các mối quan hệ khác phát triển theo như du lịch quốc tế, bảo hiểm quốc tế, tín dụng quốc tế.

1.3.3. Vai trò của hoạt động xuất khẩu đối với các doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp trong nước có cơ hội tham gia vào cạnh tranh trên thị trường thế giới về giá cả, chất lượng, mở rộng quan hệ kinh doanh với hàng trong và ngoài nước, tăng doanh số đồng thời phân tán và chia sẻ rủi ro trong hoạt động kinh doanh. Đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn đổi mới, hoàn thiện công tác quản trị kinh doanh, khuyến khích phát triển các mạng lưới kinh doanh của doanh nghiệp...

1.4. ẢNH HƯỞNG CỦA RỦI RO TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU

1.4.1. Tác động của rủi ro đến hoạt động kinh doanh quốc tế nói chung và xuất khẩu nói riêng:

Nhiều doanh nghiệp do không lường trước được rủi ro trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu nên đã dẫn đến hậu quả nghiêm trọng (bài học qua cuộc khủng hoảng tài chính Đông Nam Á vừa qua là một ví dụ điển hình của rủi ro với môi trường kinh tế toàn cầu). Đối với các doanh nghiệp Việt Nam có qui mô nhỏ và thiếu vốn nên công nghệ chế biến còn lạc hậu, đầu tư cho xuất khẩu chưa có một chiến lược hiệu quả, các doanh nghiệp Việt Nam chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh hàng xuất khẩu. Các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay rất thiếu thông tin về thị trường thế giới Như vậy, sẽ gây ra những rủi ro khó lường trước được cho các doanh nghiệp trong hoạt động xuất khẩu.

1.4.2. Lợi ích của việc hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu:

Hạn chế rủi ro trong xuất khẩu góp phần nâng cao kim ngạch xuất khẩu, giúp doanh nghiệp có nhiều tích lũy để có thể tái đầu tư, thay đổi công nghệ chế biến, nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu, tăng sức cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường thế giới. Ngoài ra, doanh nghiệp còn nâng cao doanh số, mức lương người lao động được thoả đáng, góp phần thúc đẩy hoạt động sản xuất phát triển.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG RỦI RO VÀ TÌNH HÌNH HẠN CHẾ RỦI RO TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM THỜI GIAN QUA

2.1. THỰC TRẠNG RỦI RO TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM THỜI KỲ 1997-2001.

Theo số liệu thống kê hải quan trong năm 2001 có 4.226 đơn vị tham gia xuất khẩu, so với năm 2000 tăng 26%. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng này chưa phản ánh hết thực lực của nền kinh tế Việt Nam. Đa số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam là xuất thô, thường có giá rẻ hơn hàng hoá cùng chủng loại của các nước. Giai đoạn này hàng hoá xuất khẩu Việt Nam gặp phải nhiều sự cạnh tranh, hoạt động xuất khẩu có quá nhiều rủi ro nếu không có giải pháp ngăn ngừa thì nó sẽ trở thành gánh nặng đối với một số các ngành hàng xuất khẩu.

Trong phạm vi luận văn này tác giả chủ yếu tìm hiểu rủi ro trong hoạt động xuất khẩu ở hai khía cạnh: Rủi ro xuất khẩu theo nhóm hàng và theo khu vực thị trường:

2.1.1. Rủi ro xuất khẩu theo nhóm hàng:

2.1.1.1. Nhóm hàng dầu thô:

Dầu thô là mặt hàng luôn có kim ngạch dẫn đầu trong giai đoạn từ năm 1997 –2001, nhưng tương lai khi các nhà máy lọc dầu đi vào hoạt động thì mặt hàng này khó giữ vững vị trí dẫn đầu. Trong thời gian qua ngành này gặp rất nhiều khó khăn (năm 1998 do khủng hoảng kinh tế nên giá dầu thô giảm xuống mức rất thấp khoảng 9 USD/thùng), nhưng năm 2000 do các nước OPEC cắt giảm sản lượng nên kim ngạch xuất khẩu tăng lên trên 34 USD/thùng). Ngoài ra, do tàu chứa dầu còn chưa đủ nên trong năm 2000 đã xảy ra sự cố tàu Ba Vì gây thiệt hại lớn ước tính trong vòng hai tháng khi tàu hỏng mỗi ngày doanh nghiệp thiệt hại khoảng 3 triệu USD.

Đặc biệt sau sự kiện 11 tháng 9 ở Hoa Kỳ. So với năm 2000, giá dầu thô xuất khẩu năm 2001 chỉ bằng 82,3% nên trị giá đạt 3.126 triệu USD, bằng 89,3%. Tuy nhiên, Tổng Công ty dầu khí Việt Nam không ngừng mở rộng các loại hình liên doanh các công ty trong và ngoài nước về hoạt động thăm dò và khai thác dầu khí.

2.1.1.2. Hàng công nghiệp nhẹ (may mặc, giày dép ...)

Năm 2001, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tăng trưởng thấp, đạt 2 tỷ USD, tăng 5,7% so với năm 2000 và không đạt kế hoạch (bằng 90,9% kế hoạch) do gặp nhiều khó khăn và chịu sự suy giảm chung của nền kinh tế toàn cầu. Xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường: Nhật Bản, Hoa Kỳ ... tăng chậm do sự cạnh tranh gay gắt với các mặt hàng cùng chủng loại của các nước trong khu vực về chất lượng, giá thành. Các đối thủ cạnh tranh lớn là: Trung Quốc, Pakistan, Ấn Độ, Philippin, Đài Loan. Mặt hàng này phương thức gia công vẫn chiếm chủ yếu, giá gia công lại giảm từ 15-18%, có mặt hàng giảm tới 20% làm giảm đáng kể kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may.

Hàng giày dép Việt Nam hiện nay đứng hàng thứ 8 trên thế giới với sản lượng khoảng 300 triệu đôi/năm và có tên trong danh sách 10 nước sản xuất đứng đầu thế giới, chiếm 2,1% tổng sản lượng giày dép thế giới. Nhờ những nỗ lực lớn năm 2001, ngành Da giày Việt Nam đã đạt được kim ngạch xuất khẩu 1,52 tỷ USD, tăng 3,8% so với năm 2000 nhưng vẫn không đạt được kế hoạch (bằng 89,4 % kế hoạch) do gặp rất nhiều khó khăn như mặt hàng dệt may. Ngành Da giày Việt Nam vẫn chưa khắc phục được vấn đề nguyên liệu sản xuất phải nhập khẩu.

Hiện nay EU là thị trường truyền thống lớn nhất của ngành Da giày Việt Nam. Sản phẩm giày dép của Việt Nam đã chiếm tới 20% tổng lượng giày nhập khẩu của EU. Khi tỷ lệ này vượt quá 25% thì mặt hàng giày dép xuất khẩu của ta sẽ bị áp dụng hạn ngạch. Hiện nay, hàng giày dép của Việt Nam đang gặp phải sức ép rất lớn của mặt hàng giày dép Trung Quốc. Trước khi Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ có hiệu lực, giày dép

Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ phải chịu thuế nhập khẩu cao (20% - 80%) nên kim ngạch xuất khẩu thấp (năm 2001 khoảng 114,2 triệu USD).

Nhìn chung, thời gian qua hàng công nghiệp nhẹ Việt Nam gặp phải sự cạnh tranh gay gắt của các nước trong khu vực, đặc biệt là hàng cùng chủng loại của Trung Quốc. Đặc biệt từ năm 2005 khi các nước thành viên WTO thống nhất bãi bỏ mọi hạn ngạch về dệt may với các nước thành viên trong tổ chức thì hàng dệt may Việt Nam sẽ phải gặp cạnh tranh nhiều hơn nữa.

2.1.1.3. Nhóm hàng Nông sản:

Đây là nhóm hàng giữ một vị trí quan trọng trong tổng thể kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam hiện nay. Nhóm hàng có ảnh hưởng đến hàng chục triệu nông dân vì dân số Việt Nam chiếm 70% nằm ở khu vực nông nghiệp. Tuy nhiên cũng là nhóm hàng hàm chứa nhiều yếu tố rủi ro nhất. Dưới đây là các mặt hàng chính:

Mặt hàng Gạo: trong 5 năm từ 1997-2001, Việt Nam xuất khẩu 18.289 triệu tấn gạo doanh thu đạt 4,4 tỷ USD. Đây là một mặt hàng giữ vai trò chủ lực. Bị cạnh tranh bởi các nước có thâm niên xuất khẩu gạo như: Mỹ và Thái Lan (đối với những loại gạo cùng phẩm cấp giá xuất khẩu của Việt Nam rẻ hơn Thái Lan từ 20 - 30 USD/tấn). Việt Nam luôn gặp khó khăn và rủi ro khi xuất khẩu gạo sang các nước ở Châu Phi, I Rắc, Đông Âu trong việc mở L/C, đàm phán và phương thức thanh toán.

Giá giảm mạnh là đặc trưng của thị trường gạo xuất khẩu năm 2001, so với năm 2000, xuất khẩu đạt 3,55 triệu tấn, tăng 2,1% nhưng trị giá giảm 11,9% do giá giảm tới 14%. Nguyên nhân do gạo xuất khẩu của Việt Nam bị cạnh tranh quyết liệt bởi: Thái Lan (nước xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới), Ấn Độ và Pakistan khi xuất sang Châu Phi và khu vực Trung Đông. Trong 2 tháng cuối năm 2001, tình hình cung ứng gạo trong nước quá hạn hẹp đã đẩy giá gạo xuất khẩu tăng cao, có lúc cao hơn Thái Lan đến 20 USD/tấn (giá gạo của Việt Nam thường thấp hơn Thái Lan 5-10 USD/tấn).

Hiện nay, Việt Nam là nước xuất khẩu cà phê lớn trên thế giới nhưng do đa số cà phê Việt Nam là cà phê vối nên giá không cao và thị trường tiêu thụ rất hạn hẹp. Đặc biệt năm 2000 các nước trong hiệp hội xuất khẩu cà phê thế giới đã phải lên tiếng Việt Nam đang bán cà phê vối với giá tự sát, ước tính chi phí đầu tư cho 1kg cà phê phải tốn từ 14.000 VNĐ đến 15.000 VNĐ. Năm 2001 giá cà phê xuống thấp nhất từ trước tới nay (trung bình 4.000 đ/kg). Nguyên nhân dẫn tới sự rớt giá cà phê xuất khẩu là do cung vượt cầu liên tiếp trong 3 niên vụ gần đây. Để hạn chế rủi ro trong xuất khẩu cà phê thì phải loại bỏ những vườn cà

phê kém chất lượng, nâng cao năng lực các nhà máy chế biến, chuyển đổi từ trồng cà phê vối sang cà phê chè.. .

Thứ ba là Cây cao su: Việt Nam chủ yếu sản xuất loại cao su cấp thấp mà nhu cầu thế giới rất thấp với loại cao su này cho nên rất khó tìm được thị trường xuất khẩu. Hơn 50% sản lượng cao su xuất khẩu của Việt Nam là xuất sang Trung Quốc (năm 2001 xuất khẩu cao su sang Trung Quốc và Đài Loan là 185.000 tấn cao su với doanh thu xuất khẩu đạt 90 triệu đô la mỹ). Nhưng thị trường Trung Quốc không ổn định: giá bất thường và thời hạn thanh toán không thống nhất.

Năm 2001, giá cao su xuất khẩu đạt khá thấp (dao động 540 USD/tấn) khiến cho các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu Việt Nam gặp không ít khó khăn. Hiện nay, thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam chưa ổn định, chủ yếu tập trung ở một số thị trường như Trung Quốc, Đài Loan, Singapore nên hoạt động xuất khẩu chịu tác động rất lớn của những chính sách quản lý nhập khẩu do các thị trường này đặt ra, đặc biệt là thị trường Trung Quốc (chiếm khoảng 70% tổng lượng cao su xuất khẩu của nước ta), khó phân tán rủi ro khi thị trường này có biến động...

Trên đây là ba mặt hàng tiêu biểu hàm chứa nhiều rủi ro nhất khi xuất khẩu của hàng nông sản Việt Nam. Vì vậy, hạn chế rủi ro trong các mặt hàng này có thể làm cầu nối cho việc giải quyết những rủi ro trong việc xuất khẩu các mặt hàng nông sản khác trong tương lai.

2.1.1.4. Nhóm hàng Thủy hải sản:

Từ năm 2000 đến nay, kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam luôn vượt con số 1 tỷ USD, tăng bình quân 20%, chiếm 12% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Xuất khẩu thủy sản năm 2001 tiếp tục đạt những kết quả đáng khích lệ, kim ngạch đạt trên 1,8 tỷ USD, vượt 2,9% kế hoạch và tăng 21,8% so với năm 2000. Bước tiến quan trọng trong năm 2001 là chế biến xuất khẩu, trong hơn 200 nhà máy chế biến đông lạnh ở các tỉnh ven biển, gần một nửa được cải tạo, đổi mới công nghệ, kiểm tra an toàn vệ sinh thực phẩm, đủ năng lực đáp ứng các yêu cầu rất cao về chất lượng của những thị trường lớn như Nhật Bản, EU, Bắc Mỹ.

Vào năm 2001, *Hiệp hội các chủ trại cá nheo Hoa Kỳ – CFA* đã đàm đơn kiện các doanh nghiệp Việt Nam bán phá giá cá Ba sa và cá Tra vào thị trường Mỹ đã cản trở đáng kể tới xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Mỹ những tháng cuối năm. Theo Hiệp hội chế biến và Xuất khẩu thủy sản, giá cá Ba sa hiện đang ở mức thấp nhất trong vòng 3 năm qua. Cá Ba sa ở An Giang hiện ở mức 11.000 đồng/kg, giảm khoảng 7.000 đồng/kg so với

cùng kỳ năm ngoái và giảm khoảng 4.000 đồng/kg so với đầu vụ. Với giá này người nuôi cá lỗ từ 2.000 – 5.000 đồng/kg. Riêng cá Tra chỉ còn 7.000 – 7.500 đồng/kg, giảm trung bình 3.000 đồng/kg so với đầu vụ và sẽ còn giảm nữa.

Bộ trưởng Thương mại Vũ Khoan đã gửi thư khẩn tới Bộ trưởng Thương mại Mỹ và Đại diện thương mại Phủ Tổng thống Hoa Kỳ, trong thư, Bộ trưởng khẳng định rằng các doanh nghiệp Việt Nam luôn luôn tôn trọng các quy tắc thương mại quốc tế. Việc vu cáo các doanh nghiệp Việt Nam bán phá giá chỉ là mưu toan cạnh tranh không lành mạnh, phá hoại mối quan hệ kinh tế – thương mại giữa hai nước Mỹ và Việt Nam (Theo TTXVN – 03/07/2002).

Theo lịch trình, DOC sẽ đưa ra mức thuế chống bán phá giá. Điều này hoàn toàn đi ngược lại của Hiệp định Thương mại Việt – Mỹ và không phù hợp với tuyên bố của Tổng thống G.W.Bush tại Hội nghị cấp cao APEC-10 vừa qua là hướng tới một hàng rào thuế quan ở mức 0-5% vào năm 2015. Tuy nhiên, trong trường hợp DOC thiếu khách quan VASEP sẽ tiếp tục theo đuổi vụ kiện (chọn Bangladesh làm nước trung gian trong vụ kiện) đến giai đoạn cuối cùng là điều trần tại Ủy ban Thương mại Mỹ....

Ngoài ra, cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản đã có sự thay đổi lớn trong năm 2001. Thị trường Nhật Bản tuy vẫn tăng về giá trị nhưng tỷ trọng đã giảm dần từ 42,3% năm 1998 xuống còn 26,14% năm 2001 và từ tháng 8 năm 2001 đã xuống vị trí thứ hai (sau thị trường Hoa Kỳ). Thị trường Hoa kỳ đứng đầu với thị phần tăng nhanh từ 11,6% năm 1998 lên 27,8% năm 2001.

Đây cũng là nhóm hàng đòi hỏi phải có một qui trình kiểm tra chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm có nguy cơ rủi ro cao về chất lượng và an toàn thực phẩm, đây là thách thức lớn vì đa số các doanh nghiệp Việt Nam đều thiếu: vốn, kỹ thuật tiên tiến, kiểm tra chất lượng sản phẩm

2.1.1.5. Nhóm hàng Thủ công mỹ nghệ:

Trong những năm gần đây ngành thủ công mỹ nghệ đã có sự tăng trưởng vượt bậc (đạt 200 triệu USD năm 2000). Đây là ngành hàng rất có tiềm năng và Việt Nam đang phấn đấu đạt kim ngạch 1 tỷ USD trong 10 năm tới. Ngành hàng này phát triển giúp phục hồi những làng nghề truyền thống, khôi phục và bảo tồn những vốn quý của dân tộc, giải quyết công ăn việc làm, ... Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ năm 2001 gặp nhiều khó khăn về thị trường xuất khẩu do kinh tế - thương mại thế giới trì trệ kéo dài theo sự giảm về nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm mỹ nghệ. Hiện nay, thủ công mỹ nghệ Việt Nam chịu sức ép cạnh tranh khá mạnh của hàng mỹ nghệ Trung Quốc.

2.1.1.6. Nhóm hàng Điện tử và Linh kiện vi tính:

Ngành hàng này ít rủi ro hơn các ngành khác, hầu hết các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu mặt hàng này là các công ty liên doanh nên doanh nghiệp không khó khăn lắm trong việc tìm kiếm thị trường. Việc hạn chế và phòng ngừa chủ yếu do các công ty nước ngoài chủ động, Việt Nam chủ yếu chỉ làm nhiệm vụ gia công nên rủi ro ít. Các doanh nghiệp này chủ yếu sử dụng lãnh thổ Việt Nam để lắp ráp hoặc thực hiện một công đoạn rồi tái sản xuất sang nước thứ ba. Vì vậy, lợi nhuận thu về của ngành này ít chủ yếu giải quyết công ăn việc làm cho người lao động.

2.1.2. Cơ cấu xuất khẩu theo khu vực và tác động của rủi ro với từng khu vực thị trường:

Sau đây là một số khu vực thị trường mà hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang các khu vực thị trường gặp phải khá nhiều rủi ro.

2.1.2.1. Khu vực Châu Á.

Đây là khu vực xuất khẩu lớn nhất (chiếm 58,68% kim ngạch xuất khẩu năm 2000 và 58% kim ngạch xuất khẩu năm 2001 của Việt Nam). Đây là khu vực kinh tế hoạt động xuất khẩu của Việt Nam gặp phải nhiều rủi ro nhất:

Thứ nhất là Nhật Bản (chiếm 16,22 % kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2000 và 15,5 % kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2001). Đây là thị trường mà Việt Nam đã đạt kim ngạch xuất siêu cao, tuy nhiên rủi ro chính của thị trường này là chất lượng hàng hoá, mẫu mã và hạn ngạch.

Thứ hai là Singapore (chiếm 7,92% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2000 và 7,6% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2001). Đây là một thị trường trung chuyển của hàng hoá Việt Nam, rủi ro lớn nhất ở thị trường này thường gặp phải là bị ép giá do gặp cạnh tranh cao và thiếu bạn hàng. Với đặc điểm một nền kinh tế "hướng ngoại", phụ thuộc rất nhiều vào sự biến động của một số nền kinh tế là đối tác thương mại, bạn hàng lớn như Hoa Kỳ, Nhật Bản,... Theo đánh giá của 27 nhà kinh tế do Cơ quan tiền tệ Singapore (MAS) thực hiện đầu năm 2000, kinh tế Singapore trong năm 2001 tăng trưởng ở mức thấp. Tuy nhiên sau sự kiện ngày 11/09, mức dự báo này dự kiến ở mức âm 1% và năm 2002 khả năng cũng không sáng sủa hơn năm 2001. Singapore là cầu nối của Việt Nam xuất hàng hoá sang thị trường này.

Thứ ba là Đài Loan (chiếm 7,18% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2000 và 5,9% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2001). Đây chỉ là thị trường mua lại hàng (hàng dệt may và hàng nông sản,...) của Việt Nam (thị trường trung chuyển) rồi xuất đi các

nước khác. Rủi ro lớn nhất của thị trường này là vấn đề giá xuất khẩu và phương thức thanh toán.

Thứ tư là Trung Quốc (chiếm 4,72% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2000 và 6,5% năm 2001). Đây là thị trường có vai trò đặc biệt với hàng xuất khẩu của Việt Nam, rủi ro lớn nhất của thị trường này là khâu thanh toán mà hầu hết các mặt hàng xuất khẩu đều không thanh toán qua ngân hàng. Tuy nhiên, nếu có những biện pháp phòng ngừa thích hợp thì đây là thị trường lý tưởng để tiêu thụ những sản phẩm của Việt Nam đang khó đầu ra như cao su, hoa quả và có tiềm năng rất lớn trong phát triển du lịch, thương mại và xuất khẩu tại chỗ.

Thứ năm là Philipin (chiếm 4,21% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2000 và 3,4% năm 2001). Rủi ro của thị trường này không lớn vì hàng Việt Nam có cơ cấu xuất khẩu trùng với những mặt hàng xuất khẩu của Philippin, mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang thị trường này là linh kiện điện tử và vi tính, tuy nhiên Việt Nam gặp ít rủi ro do khâu tiêu thụ đã có phía đối tác nước ngoài đảm nhận.

Thứ sáu là Hồng Kông (Chiếm 3,4% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2000 và 2,7% năm 2001). Rủi ro lớn nhất của thị trường này là thị trường trung chuyển nên hàng Việt nam gặp bất lợi về giá, là thị trường lớn của Việt Nam trong xuất khẩu thủy sản, hàng may mặc, nông sản.

2.1.2.2. Khu vực Châu Âu.

Quan hệ thương mại Việt Nam với các nước trong khu vực này có ý nghĩa trong nhiều lĩnh vực kể từ những năm đầu thập niên 90 sau khi Việt Nam ký kết một loạt các hiệp định về hợp tác kinh tế, thương mại nhất là Hiệp định Dệt may Việt Nam - EU năm 1992.

Trong khu vực này kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Đức chiếm 5,92% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2000 và 5,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2001. Xuất khẩu chủ yếu là hàng may mặc và giày dép và cà phê thô. Rủi ro lớn nhất là mẫu mã sản phẩm và còta hạn ngạch của nước sở tại. Đây là nước nhập khẩu hàng đầu hàng hoá của Việt Nam tại liên minh Châu Âu EU và là cánh cửa để hàng Việt Nam thâm nhập liên minh Châu Âu.

Thuận lợi: Đây là khu vực thị trường tương đối ổn định đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt nam. Trong năm 2000, việc Việt Nam và EU ký kết các thoả thuận tăng hạn ngạch hàng dệt may, việc thực hiện Bản ghi nhớ chống gian lận trong buôn bán giày dép, EU công nhận 61 doanh nghiệp Việt Nam (đến ngày 07/06/2001) vào nhóm I các nước

xuất khẩu thủy sản vào EU đã là tiền đề để doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá vào khu vực này.

Khó khăn: Hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này đại bộ phận là sản phẩm may mặc và giày dép chủ yếu là hàng gia công (chiếm 70%); nông sản phần lớn ở dạng thô dễ bị tác động bởi những biến động của thị trường bên ngoài và doanh nghiệp Việt Nam không chủ động ở thị trường này. Thời gian qua nhất là sau sự kiện 11/09 tại Hoa Kỳ, nền kinh tế EU cũng đang có những khó khăn, giảm sút trong sức mua của khách hàng.... tất yếu tạo nên sự ảnh hưởng tới các doanh nghiệp Việt Nam trong việc thu hút khách hàng.

2.1.2.3. Khu vực Châu Mỹ:

Khu vực này chiếm 7,08% kim ngạch xuất khẩu năm 2000 và 6,5% kim ngạch xuất khẩu năm 2001. Rủi ro lớn nhất ở khu vực này là thiếu thông tin. Hàng Việt Nam vẫn khó cạnh tranh do giá qua vụ Mỹ kiện Việt Nam do bán phá giá cá Ba Sa. Là thị trường có nhu cầu tiêu thụ cao các hàng nông sản và các sản phẩm dệt may, giày dép. Vì vậy, nếu có những giải pháp hạn chế rủi ro thì đây sẽ là thị trường xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam trong tương lai.

2.1.2.4. Các khu vực khác:

Khu vực Châu Đại Dương: chiếm 5,43% kim ngạch xuất khẩu năm 1999 và 7,3 % kim ngạch năm 2000. Các nước bạn hàng chủ yếu của Việt Nam ở khu vực này là Úc và Newzeland. Mặt hàng chính xuất khẩu sang khu vực này là dầu thô nên rủi ro ít, chủ yếu phụ thuộc vào giá cả thế giới.

Khu vực Châu Phi: chiếm 0,65 % kim ngạch xuất khẩu năm 1999 và 1,2 % kim ngạch năm 2000. Là khu vực có nhiều rủi ro trong khâu thanh toán (Việt Nam chủ yếu xuất khẩu gạo sang các nước Châu Phi). Nếu như có chính sách hàng đổi hàng thích hợp với những nước này thì sẽ hạn chế rất nhiều rủi ro trong khâu thanh toán.

Khu vực Châu Úc: nước Úc có kim ngạch xuất khẩu đứng thứ năm trong số các nước là đối tác chủ yếu của Việt Nam, chiếm 5,03% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2000 và 7,1% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2001. Mặt hàng chủ yếu của Việt Nam sang thị trường này là dầu thô nên rủi ro lớn nhất của thị trường này chủ yếu do tác động của giá cả thế giới.

Trong 10 nước có kim ngạch xuất khẩu lớn của Việt Nam là các nước trong khu vực, Mỹ và Châu Âu. Chia làm hai nhóm : các nước tiêu thụ chính (Mỹ, Nhật Bản, Đức Úc, Anh) và các nước trung gian (Singapore, Đài Loan, Philipin, Hồng Kông, Trung Quốc). Nhìn chung nhóm thị trường tiêu thụ ít rủi ro hơn thị trường trung gian.

2.2. ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH NGĂN NGỪA VÀ HẠN CHẾ RỦI RO XUẤT KHẨU TRONG NHỮNG NĂM QUA.

2.2.1. Ưu điểm của việc hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu.

Theo số liệu thống kê của Bộ Tài chính trong 4 năm gần đây, nếu tính phí bảo hiểm bình quân theo kim ngạch nhập khẩu, các công ty xuất khẩu đã tham gia bảo hiểm tại Việt Nam và chuyển ra nước ngoài bình quân là 31 triệu USD/năm. Là bước ghi nhận sự cố gắng của các doanh nghiệp Việt Nam tới việc hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu bằng cách mua bảo hiểm.

Để giảm thiểu rủi ro trong khâu thanh toán, doanh nghiệp Việt Nam thường sử dụng phổ biến là mở L/C không huỷ ngang với những khách hàng mới. Giúp doanh nghiệp Việt Nam có thể chủ động hơn trong giao dịch đàm phán ký kết hợp đồng khi có một ngân hàng đứng ra bảo lãnh trong quá trình thanh toán.

2.2.2. Nguyên nhân của các rủi ro trong hoạt động xuất khẩu.

Qua tìm hiểu thực trạng rủi ro gặp phải trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua, rút ra một số nguyên nhân dẫn tới các rủi ro tác động đến hoạt động xuất khẩu trong những năm qua để có hướng khắc phục:

2.2.2.1. Nguyên nhân khách quan:

- ***Tình trạng rủi ro do chính sách ngoại thương và cơ chế xuất nhập khẩu không ổn định.***

Trong thời gian qua doanh nghiệp gặp rủi ro nhiều nhất gây nhiều tranh cãi nhất là chính sách thuế. Việc văn bản không thống nhất giữa các bộ ngành gây chồng chéo, kém hiệu quả quản lý. Năm 1999, khi các nước có nhu cầu nhập khẩu gạo do không nắm sát nhu cầu tiêu thụ thực tế nên đã có lệnh ngừng xuất khẩu gạo một thời gian, dẫn đến các doanh nghiệp đã ký hợp đồng xuất khẩu không thể thực hiện được.

- ***Rủi ro trong quá trình vận chuyển và giao nhận.***

Vận chuyển: trong vận tải đường biển có rất nhiều rủi ro khác nhau làm thiệt hại đến hàng hoá và phương tiện vận chuyển. Trong thời gian qua, tỷ trọng hàng hoá xuất khẩu bằng đường biển của Việt Nam khá cao, ước tính trên 90% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Trong tương lai gần khi Việt Nam muốn mở rộng thị phần ra quốc tế hơn nữa thì phương thức giao nhận trên sẽ ngày càng hạn chế khả năng mở rộng thị trường xuất khẩu. Phải có những biện pháp phòng ngừa đến mức thấp nhất những rủi ro do xuất khẩu đường biển mang lại.

Giao nhận: Rủi ro chủ yếu là các doanh nghiệp thường không liên hệ trao đổi với các cơ quan cảng vụ để nắm vững ngày giờ. Thường không bố trí đầy đủ các phương tiện khi giao nhận, sắp xếp hàng hoá vào Container.

- ***Tình trạng rủi ro do thiên tai:***

Trong thời gian vừa qua thiên tai đã làm ảnh hưởng khá lớn đến kết quả xuất khẩu của Việt Nam và gây nhiều rủi ro cho doanh nghiệp. Niên vụ cà phê năm 1999, do hạn hán nên nhiều gốc tiêu, cà phê, đều đã bị chết. Việc thiên tai làm cho nhiều doanh nghiệp bị mất nhiều lô hàng do khi tập kết ra các cảng xuất đã bị bão làm giảm chất lượng hay bão lụt làm mất trắng, doanh nghiệp phải chủ động phòng tránh.

- ***Rủi ro tỷ giá hối đoái thay đổi và lạm phát ở các nước trong khu vực.***

Trong giai đoạn 1997-2001 tỷ giá hối đoái ít thay đổi mặc dù biên độ giao động lớn (từ 11000 VNĐ/1USD lên 15020 VNĐ/1USD). Trong thời gian này nếu doanh nghiệp nào ký những hợp đồng thanh toán dài sẽ gặp rủi ro trong khâu thanh toán. Việc các nước trong khu vực gặp khủng hoảng kinh tế làm cho đồng tiền bị lạm phát, hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này sức tiêu thụ hàng hoá giảm

2.2.2.2. Nguyên nhân chủ quan:

- ***Tình trạng rủi ro do thiếu thông tin và khâu tiếp thị thị trường:***

Hiện nay tình trạng thiếu thông tin của các doanh nghiệp là phổ biến, hầu như thông tin về các thị trường, các đối tác đến với doanh nghiệp theo các kênh riêng mà không có một cơ quan nào đứng ra làm cầu nối. Việc các doanh nghiệp không có các thông tin của riêng và kinh phí tham gia các hội chợ ở nước ngoài làm giảm khả năng tiếp cận thị trường của doanh nghiệp. Cơ quan thương vụ của Việt Nam ở nước ngoài vai trò hạn chế, chủ yếu để thực hiện các hiệp định song phương hơn là một cơ quan xúc tiến thương mại. Số doanh nghiệp Việt Nam có văn phòng đại diện ở nước ngoài còn ít. Theo quyết định 104/QĐ-XP-HC9 ngày 14/05/2001 xử phạt Công ty Du lịch và Thương mại TST Hà Nội về hành vi thay đổi cấu tạo hàng hoá để xuất nhập khẩu. Đây là lỗi do tình trạng thiếu thông tin về việc thay đổi chính sách xuất khẩu.

Tại Hội thảo đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may vào năm 2001, một đại diện của thị trường EU đã nhấn mạnh: “Catalogue của Việt Nam không đủ tiêu chuẩn; có lúc chúng tôi còn phải trả tiền cho những mẫu đã đặt”. Mặc dù thị trường EU là thị trường có kim ngạch xuất khẩu lớn của Việt Nam nhưng đa số người dân ở đây biết đến Việt Nam với những vấn đề về lịch sử chứ không phải sản phẩm hàng hoá. Nguyên nhân chính là hoạt động Marketing của Việt Nam tại khu vực này chưa thực sự hiệu quả.

- ***Rủi ro trong quá trình giao nhận, đàm phán, soạn thảo, ký kết hợp đồng xuất khẩu.***

Chào hàng: Rủi ro chủ yếu là các doanh nghiệp Việt Nam chưa nghiên cứu kỹ yếu tố cạnh tranh, giá cả, nhu cầu thị trường, không ghi rõ hiệu lực, đơn chào hàng ...

Đàm phán: Chưa thông hiểu các phong tục tập quán quốc tế, thiếu nhạy bén trong khâu đàm phán. Chưa xác định rõ yêu cầu từng đợt đàm phán. Trong đàm phán còn bố trí nhiều cán bộ thiếu năng lực, không am hiểu các mặt hàng đàm phán.

Soạn thảo ký kết: Chưa hiểu hết luật pháp quốc tế khi thảo hợp đồng, hợp đồng còn chưa chặt chẽ. Chưa chú ý rà soát nội dung hợp đồng, so sánh các điều khoản đã đàm phán. Ngôn ngữ sử dụng chưa rõ ràng do đó sẽ có nhiều rủi ro không đáng có. Trường hợp Công ty Thương mại Dịch vụ Uông Bí bán 472 tấn cao su cho Công ty Đường Triền do bố trí cán bộ không đúng năng lực tham gia đàm phán, bất cẩn trong các thủ tục mua bán, muốn bán được hàng nên đã bị đối tác lừa mất 4,7 tỷ đồng.

- ***Những rủi ro trong quá trình mua bảo hiểm.***

Rủi ro chủ yếu là các doanh nghiệp chưa quan tâm đúng mức đến quá trình mua bảo hiểm. Rủi ro đôi khi còn do mua không đúng loại bảo hiểm mà tín dụng thư yêu cầu và không đúng doanh nghiệp bảo hiểm ký kết trong hợp đồng.

- ***Tình trạng rủi ro do cán bộ thiếu trình độ.***

Đa phần cán bộ làm công tác ngoại thương còn thiếu kinh nghiệm kinh doanh trong cơ chế toàn cầu hoá. Khi đàm phán, ký kết thiếu chuẩn bị, bố trí các cán bộ không có động cơ trong sáng nên nhập về nhiều thiết bị cũ, do đó làm cho giá thành cao, khó xuất khẩu. Cán bộ làm công tác ngoại thương còn chưa được đào tạo về rủi ro, thiếu cập nhật về các rủi ro mới phát sinh. Doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ có thói quen chờ rủi ro phát sinh rồi mới có biện pháp đối phó, chưa có cán bộ nghiên cứu rủi ro, điều tra am hiểu thị trường

- ***Tình trạng rủi ro do thiếu vốn và thanh toán.***

Tình trạng thiếu vốn: hầu hết doanh nghiệp Việt Nam kinh doanh xuất khẩu đều thiếu vốn và phải sử dụng vốn vay ngân hàng. Thiếu vốn nên doanh nghiệp luôn chờ vay vốn ngân hàng khi ký kết hợp đồng xuất khẩu xong. Nên hiệu quả xuất khẩu không cao, thường xuyên bị tình trạng tranh mua khi thị trường có nhu cầu. Thiếu vốn nên doanh nghiệp không có điều kiện đổi mới công nghệ chưa đáp ứng đúng nhu cầu thị trường thế giới.

Rủi ro do thanh toán: Rủi ro trong thời gian qua chủ yếu là khi nhận L/C không kiểm tra kỹ nội dung vì đối tác thêm bớt hoặc sửa đổi nội dung khiến các qui định không còn phù hợp với hợp đồng mua bán mà hai bên đã ký. Không xem lại L/C có đúng qui định ghi

trong hợp đồng đã ký và ngân hàng mở L/C có phải là ngân hàng theo đúng qui định trong hợp đồng hay không? Năm 1999, Vinahancoop VNH ký hợp đồng số 105/VN mua lô hàng đá mỹ nghệ của Công ty Ngọc Đô Trung Quốc, sau đó tái xuất cho Công ty Lombard của Mỹ. Do đơn vị mở L/C không có tư cách nên sau khi xuất đã không thu hồi được vốn. Vì vậy, để tránh rủi ro nên đề nghị khách hàng mở L/C ở một ngân hàng quen thuộc và bằng một ngoại tệ thông dụng.

Kết luận chương 2.

Trong chương 2 chủ yếu nghiên cứu cơ cấu hàng xuất khẩu, rủi ro chính với từng nhóm hàng xuất khẩu và từng khu vực thị trường. Ngoài ra, còn đề cập đến những rủi ro xuất khẩu thường gặp và nguyên nhân của các rủi ro. Đánh giá những ưu điểm của việc hạn chế rủi ro trong xuất khẩu thời gian qua, đề ra hướng khắc phục. Rủi ro là một lĩnh vực phức tạp nên khó có thể định tính, định lượng được hậu quả của các loại rủi ro. Do vậy, doanh nghiệp chỉ có thể phòng ngừa và hạn chế trong hoạt động kinh doanh của mình.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP VỀ PHÒNG NGỪA VÀ HẠN CHẾ RỦI RO TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM THỜI GIAN TỚI

3.1. QUAN ĐIỂM CHUNG VỀ GIẢI PHÁP PHÒNG NGỪA VÀ HẠN CHẾ RỦI RO.

Ngày nay xu hướng chung là toàn cầu hoá các hoạt động kinh tế, không một quốc gia nào có thể đứng biệt lập ra ngoài quá trình đó. Khi một quốc gia không chấp nhận hoà hợp vào nền kinh tế thế giới tức là đã chấp nhận cạnh tranh và cũng như chấp nhận những rủi ro có thể phát sinh tất yếu trong quá trình hội nhập. Quan điểm chung của các nhà nghiên cứu là muốn nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường thế giới quan điểm chung là doanh nghiệp phải tự mình chủ động hạn chế rủi ro, Nhà nước chỉ đóng vai trò là người ban hành các chính sách khuyến khích, tạo cơ chế thông thoáng cho hoạt động của doanh nghiệp, qua đó góp phần hạn chế những rủi ro có thể phát sinh đối với doanh nghiệp.

3.2. GIẢI PHÁP TỪ PHÍA NHÀ NƯỚC.

3.2.1. Thiết lập chính sách ngoại thương có tính chiến lược, duy trì cơ chế điều hành xuất nhập khẩu ổn định, lâu dài nhằm hạn chế rủi ro chính trị, pháp lý.

Doanh nghiệp khi tham gia vào kinh doanh quốc tế, thiết lập chiến lược kinh doanh, ký kết và đàm phán thực hiện các hợp đồng xuất khẩu đều dựa trên các chính sách kinh tế vĩ mô và cơ chế điều hành xuất nhập khẩu của Nhà nước. Do vậy, việc ổn định các chính

sách kinh tế vĩ mô, đặc biệt là chính sách ngoại thương, chính sách tỷ giá hối đoái ... là vấn đề hết sức cần thiết.

3.2.2. Nhanh chóng thiết lập Trung tâm thông tin phòng ngừa và hạn chế rủi ro xuất khẩu.

Trong xu thế bùng nổ thông tin, việc nắm bắt, đánh giá và sàng lọc thông tin là một vấn đề mang ý nghĩa kinh tế lớn đối với các doanh nghiệp xuất khẩu. Những thông tin chính xác về giá cả, nhu cầu thị trường, dự báo được những biến động cung và cầu trên thị trường thế giới ... là điều kiện tiên quyết để doanh nghiệp đạt hiệu quả kinh tế cao. Doanh nghiệp phải phối hợp cùng các cơ quan hữu quan nhằm hỗ trợ, tư vấn cho Chính phủ xây dựng cơ chế xuất nhập khẩu ổn định hoặc trong việc xây dựng, sửa đổi các chính sách xuất nhập khẩu nhằm khuyến khích, đẩy mạnh xuất khẩu tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp để hạn chế tối đa rủi ro xuất khẩu.

3.2.3. Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, nâng cao hiệu quả hoạt động của bộ phận làm công tác thương vụ ở nước ngoài.

Kinh nghiệm cho thấy việc đẩy mạnh ở tầm vĩ mô có nhiều ưu điểm hơn và mang lại hiệu quả hơn vì các doanh nghiệp xuất khẩu, nhất là các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam, đa số hiện nay chưa có tiềm lực tài chính để có thể tự mình tiến hành các hoạt động xúc tiến thương mại trên qui mô lớn trong và ngoài nước như các tập đoàn quốc tế. Do đó, sự hỗ trợ từ phía Nhà nước hết sức cần thiết để hoạt động thương mại đạt hiệu quả cao. Cơ quan thương vụ đóng vai trò cầu nối cho các hoạt động xúc tiến thương mại của Việt Nam ở nước ngoài và ngược lại.

3.2.4. Mở rộng các hoạt động tài trợ, tư vấn xuất khẩu:

Hoạt động tài trợ tư vấn xuất khẩu đóng vai trò trong việc tăng kim ngạch xuất khẩu và hạn chế rủi ro trong xuất khẩu. Hiện nay tiềm lực tài chính của các doanh nghiệp xuất khẩu còn yếu, năng lực công nghệ vẫn thua thiệt so với nhiều nước. Biện pháp đầu tiên phải thành lập các quỹ hỗ trợ xuất khẩu. Bộ thương mại đã thành lập quỹ khen thưởng xuất khẩu dành cho những doanh nghiệp tìm được thị trường mới, mặt hàng mới nhưng ý nghĩa của việc làm này mới chỉ có tính chất động viên mà vẫn chưa có hiệu quả thiết thực. Chính phủ và các Bộ ngành cần tài trợ cho các doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả thay đổi công nghệ chế biến, giảm thuế nhập khẩu cho các doanh nghiệp nhập khẩu để sử dụng vào chế biến các mặt hàng xuất khẩu.

3.2.5. Đổi mới chính sách thuế và duy trì tỷ giá hợp lý trên cơ sở khuyến khích tăng trưởng xuất khẩu.

3.2.5.1. Thực hiện chính sách tỷ giá hợp lý khuyến khích xuất khẩu.

Nhà nước cần phải điều chỉnh dần tỷ giá đến mức hợp lý, nên có chính sách khuyến khích doanh nghiệp bán ngoại tệ cho ngân hàng theo tỷ giá ngân hàng qui định thì lúc cần cũng có thể mua lại theo tỷ giá này, tránh thực hiện một chiều như thời gian qua làm nhiều doanh nghiệp gặp rủi ro không đáng có sau khi đã bán ngoại tệ cho ngân hàng, lúc cần mua lại gặp khó khăn và phải tốn một chi phí không nhỏ.

3.2.5.2. Thực hiện chính sách thuế xuất nhập khẩu hợp lý:

Chính phủ ra chính sách hoàn thuế VAT đầu vào, vấn đề về thủ tục hải quan tránh rườm rà, Chính phủ qui định về những vấn đề mua bán biên giới (có nơi gọi là tiểu ngạch) theo hướng: Hàng xuất khẩu tiểu ngạch không được hoàn thuế VAT và thuế đầu vào khác. Việc Hải quan làm thủ tục cho xuất khẩu biên giới nhằm mục đích thống kê thương mại (Tổng cục Hải Quan và BTM đã thống nhất với Bộ Tài chính tại văn bản 10216/TC-TCT ngày 26/10/2001). Xuất nhập khẩu tại chỗ hiện đang là vấn đề nổi cộm về thủ tục, Bộ Tài chính qui định cho phép áp dụng việc chuyển nghĩa vụ về thuế từ người bán (Xuất khẩu tại chỗ) sang người mua (Nhập khẩu tại chỗ) để hải quan có thể bãi bỏ việc làm thủ tục hải quan cho hai doanh nghiệp ở nội địa này. Bộ Kế hoạch và Đầu tư cùng với Bộ Thương mại đã nghiên cứu bỏ việc cấp giấy phép nhập khẩu đối với nguyên liệu nhập khẩu thuộc diện chịu thuế của doanh nghiệp đầu tư nước ngoài để hải quan bãi bỏ việc theo dõi.

3.2.6. Thực hiện cải cách qui trình thủ tục Hải quan để giảm bớt rủi ro cho doanh nghiệp:

Ngành Hải quan đã có nhiều biện pháp cải cách thủ tục hành chính giảm bớt phiền hà trong qui trình nghiệp vụ xuất khẩu. Ngay từ quý 1 năm 2000 Tổng Cục Hải Quan đã chỉ đạo các Cục Hải quan triển khai một số công việc như : phân luồng hàng theo 3 cửa: Luồng xanh (tiếp nhận hàng hoá xuất khẩu, hàng nguyên liệu ...). Luồng vàng gồm những hàng hoá phải tính thuế. Luồng đỏ gồm những hàng xuất khẩu vướng mắc về chính sách mặt hàng, chưa có xác nhận của các Bộ, ngành liên quan như kiểm định thực vật, yêu cầu chủ hàng bổ sung thêm vào hồ sơ của Hải Quan)

3.3. GIẢI PHÁP TỪ PHÍA DOANH NGHIỆP:

3.1.1. Chủ động và tăng cường hơn nữa về Marketing xuất khẩu :

Công tác Marketing xuất khẩu là yếu tố không thể thiếu được trong hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Hiện nay rất ít doanh nghiệp Việt Nam mở trang WEB trên mạng INTERNET, các công ty có mở thì cũng ít cập nhật. Hệ thống pháp luật chưa có những điều luật cần thiết hỗ trợ kinh doanh trên mạng. Những năm gần đây khi sự cạnh

tranh trên thị trường thế giới trở nên gay gắt thì Marketing xuất khẩu được coi là một trong những biện pháp hữu hiệu giúp thâm nhập và mở rộng thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu. Vì vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu nên có bộ phận chuyên trách công tác Marketing xuất khẩu ...

3.3.2. Chủ động khai thác và cập nhật thông tin:

Đa số các doanh nghiệp còn rất yếu khâu cập nhật thông tin. Vì vậy, hạn chế rủi ro là doanh nghiệp cần chủ động trong việc tìm kiếm, thường xuyên cập nhật các thay đổi về giá cả trên mạng INTERNET và trên các thị trường lớn. Tăng cường công tác của bộ phận Marketing, coi chi phí cho thông tin là chi phí của giá thành sản xuất.

3.3.3. Chủ động đào tạo đội ngũ cán bộ làm công tác ngoại thương ở cơ sở mình.

Tình trạng chung của đội ngũ cán bộ làm công tác ngoại thương hiện nay là đa số còn trẻ, chưa có nhiều kinh nghiệm. Số cán nghiệp vụ giỏi, thạo luật quốc tế không nhiều. Vì vậy, để hạn chế rủi ro doanh nghiệp có thể gửi cán bộ đi đào tạo ở các trung tâm thương mại nước ngoài, hiệu quả của việc đào tạo sẽ mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp. Phải đãi ngộ xứng đáng với những sáng kiến có hiệu quả của cán bộ.

3.3.4. Tham gia vào các hiệp hội ngành hàng, tạo dựng các liên minh kinh tế giữa các doanh nghiệp.

Việt Nam hiện nay có rất nhiều các hiệp hội và ngành hàng nhưng vai trò vẫn đang còn hạn chế. Nhiều nước trên thế giới, hiệp hội có vai trò quan trọng trong việc hạn chế rủi ro cho các doanh nghiệp. Để thống nhất tiếng nói chung, tránh tình trạng cạnh tranh không lành mạnh... Tại Hội thảo dệt may năm 2001, thứ trưởng Bộ Công nghiệp Bùi Xuân Khu cho rằng: “Các doanh nghiệp Việt Nam không thể tiếp tục hoạt động riêng lẻ. Hiệp hội Dệt may sẽ phải là nhà tổ chức hoạt động chung, tổ chức chương trình xúc tiến xuất khẩu....”

3.3.5. Tạo dựng mối liên kết tốt với ngân hàng và các tổ chức tài chính:

Hầu hết số vốn các doanh nghiệp sử dụng trong kinh doanh xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay đều là vốn vay ngân hàng hay các tổ chức tín dụng. Nếu không chủ động về nguồn vốn thì khi thực hiện các hợp đồng lớn doanh nghiệp sẽ gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là số vốn bỏ ra để mua nguyên liệu, bảo hiểm Sự liên kết này giúp các doanh nghiệp chủ động nguồn vốn và ngân hàng cũng yên tâm hơn do tránh được những rủi ro mất khả năng thanh toán từ phía doanh nghiệp.

3.3.6. Phòng ngừa và hạn chế rủi ro từ các nghiệp vụ xuất khẩu.

3.3.6.1. Phòng ngừa và hạn chế rủi ro trong quá trình ký kết hợp đồng:

Đây là quá trình gặp nhiều rủi ro nhất hiện nay. Vì vậy để hạn chế rủi ro doanh nghiệp cần phải chú trọng các khâu sau khi đàm phán ký kết hợp đồng:

Chào hàng: Tránh đưa ra những mẫu mã chào hàng quá cao so với năng lực của mình và đưa ra những mẫu quá thấp so với những mặt hàng của mình đang có thể sản xuất kinh doanh. Nếu khâu này chuẩn bị tốt thì sẽ tránh được những rủi ro về sau.

Đàm phán: Phải xác định rõ mục đích cần đạt được trước khi đàm phán, phải có nhiều phương án chuẩn bị để đối phó với các tình huống có thể xảy ra. Cần phải xem xét thái độ của đối tác và khi đã đạt được thoả thuận, nhất thiết phải ghi ngay lại bằng văn bản để theo dõi và làm tiền đề để khi điều kiện ký kết đã đạt được.

Soạn thảo, ký kết hợp đồng: Khâu soạn thảo hợp đồng là khâu quan trọng nhất dẫn đến ký kết hợp đồng và doanh nghiệp có thể bảo vệ được quyền lợi của mình trong trường hợp phát sinh tranh chấp về sau. Trước khi ký kết phải rà soát lại kỹ nội dung của hợp đồng. Doanh nghiệp phải đối chiếu những điều khoản ghi trong hợp đồng. Trước khi ký kết phải kiểm tra lại kỹ các phụ lục của hợp đồng (nếu có). Đây là khâu quan trọng để phòng ngừa và hạn chế rủi ro với những hợp đồng xuất khẩu.

3.3.6.2. Giải pháp phòng ngừa hạn chế rủi ro trong khâu chuẩn bị nguồn hàng:

Khâu chuẩn bị nguồn hàng là khâu quan trọng sau khi đã ký kết được hợp đồng xuất khẩu. Nguồn hàng được chuẩn bị tốt có thể tránh được những rủi ro ở khâu tiếp theo như vận chuyển, giao nhận, thanh toán. Khi ký được hợp đồng doanh nghiệp cần phải: chuẩn bị đầy đủ các nguyên liệu dự trữ cho sản xuất, liên kết với các đối tác tin cậy có tiềm năng để thu mua, huy động thông qua các hình thức đại lý hay liên doanh, đảm bảo kho chứa, đóng gói đúng theo tiêu chuẩn hợp đồng đã qui định

3.3.6.3. Giải pháp phòng ngừa và hạn chế rủi ro trong quá trình vận chuyển, giao nhận làm thủ tục hải quan:

- Giải pháp phòng ngừa hạn chế rủi ro trong quá trình vận chuyển:

Hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua đa số đều xuất theo hình thức FOB, Đây là hình thức xuất khẩu ít rủi ro nhất trong giai đoạn hiện nay, khi xuất theo hình thức này doanh nghiệp cần chú ý: Lựa chọn Container phù hợp với hàng hoá xuất khẩu, kiểm tra số lượng, chủng loại khi đóng gói và niêm phong của Hải Quan.

- Giải pháp hạn chế rủi ro trong quá trình giao nhận:

Theo thống kê hơn 90% hàng xuất khẩu của Việt Nam là vận chuyển bằng đường biển để tránh rủi ro cần lưu ý: tìm đại lý tin cậy ký kết hợp đồng vận chuyển, bố trí đầy đủ phương tiện, thủ tục giao hàng, lấy vận đơn, đáp ứng các phương thức thanh toán theo

thông lệ quốc tế và các điều khoản đã thoả thuận trong hợp đồng... 3.3.6.4. Phòng ngừa, hạn chế rủi ro trong quá trình thanh toán, mua bảo hiểm:

- Giải pháp hạn chế rủi ro trong quá trình mua bảo hiểm.

Thông thường mua bảo hiểm là nhằm hạn chế rủi ro với lô hàng xuất khẩu phải chọn công ty bảo hiểm tin cậy, chứng từ bảo hiểm phải là loại mà tín dụng thư qui định và do chính công ty bảo hiểm cấp,

- Giải pháp hạn chế rủi ro trong quá trình thanh toán.

Việc thanh toán quốc tế được thực hiện bằng nhiều phương pháp và những phương tiện khác nhau nên các biện pháp phòng ngừa và hạn chế rủi ro cũng khác nhau. Doanh nghiệp chủ yếu phòng ngừa bằng cách khi nhận phải kiểm tra kỹ nội dung vì đối tác có thể thêm bớt, xem kỹ tín dụng thư có đúng loại không ...

KẾT LUẬN

Trong giai đoạn 2000- 2010, Việt Nam sẽ có những bước chuyển biến mang tính chất đột phá trong lĩnh vực xuất khẩu để phục vụ cho mục tiêu trở thành nước công nghiệp vào năm 2020. Hiện nay mặc dù Việt Nam có xuất phát điểm về kinh tế tương đối thấp so với các nước trong khu vực và thế giới nên những nguồn lực bên ngoài có ý nghĩa quan trọng giúp Việt Nam rút ngắn con đường phát triển và đạt những thành tựu kinh tế to lớn. Bằng các chính sách thương mại nhằm thực hiện chiến lược hướng về xuất khẩu trong một tương lai không xa Việt Nam sẽ thực hiện thành công trong công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Trong quá trình đó Việt Nam phải vượt qua sự cạnh tranh gay gắt, hạn chế đến mức tối thiểu các rủi ro trong hoạt động xuất khẩu để từng bước hội nhập vào thị trường khu vực và thế giới.

Luận văn đã tập trung phân tích tác động của rủi ro đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam. Qua đó kiến nghị một số giải pháp nhằm hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới.

Hy vọng cùng với thời gian và sự phát triển, Việt Nam sẽ ngày càng tích lũy được nhiều hơn các kinh nghiệm trên thương trường quốc tế. Nhưng trong những giai đoạn đầu Việt Nam cần phải quan tâm hơn nữa đến việc phòng ngừa và hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu, giảm bớt tổn thất để tích lũy những đồng vốn ít ỏi đầu tiên cho sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO :

- [1] An Dung, Tái Bảo hiểm, chia sẻ rủi ro, Thời báo Kinh tế Việt Nam, ngày 16/03/2001
- [2] T. Hợp, Kim ngạch xuất nhập khẩu vượt kế hoạch đề ra cho năm 2000, Thời báo Kinh tế Việt Nam, ngày 29/11/2000.
- [3] Bắc Hải, Làm gì để hội nhập? Thời báo Kinh tế Việt Nam, ngày 20/04/2001.
- [4] Quý Hào, Chiến lược xuất khẩu quốc gia, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 23/01/2001.
- [5] Quý Hào, Đề án thành lập quỹ bảo hiểm xuất khẩu ngành hàng, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 12/03/2001.
- [6] Minh Khánh, xuất cửa trước, nhập cửa sau, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 10/11/2001.
- [7] Hà Linh, Doanh nghiệp Việt Nam ngoài quốc doanh hướng tới xuất khẩu, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 25/09/2000.
- [8] Dương Ngọc, Thị trường xuất nhập khẩu chủ yếu, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 02/04/2001.
- [9] Niên giám Hải quan năm 1998 và 1999.
- [10] Niên giám thống kê 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, NXB Thống kê.
- [11] Hồng Quang, Cùng tìm kiếm thị trường, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 24/07/2000.
- [12] Anh Quân, Giám đốc vô can, phiên dịch vào tù, Báo Đầu tư ngày 12/11/1998.
- [13] Mạnh Quân, Sai một ly đi ... hàng tỷ đồng, Báo Đầu tư, ngày 29/10/1998.
- [14] Anh Thi, Bảo hiểm hàng hải Việt Nam, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 19/02/2001.
- [15] Hồ Khánh Thiện, Chặt vật nông sản xuất khẩu, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 06/04/1999.
- [16] Đức Vượng, Hoạt động của Trung tâm thông tin doanh nghiệp, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 20/09/2000.
- [17] Hoàng Hải Vân, Ngoại thương năm 2000 có gì mới, Thanh niên ngày 07/01/2000.
- [18] An Yên, Rất nên phát triển Bảo hiểm nông sản khuyến khích nông dân chi tiền mua bảo hiểm, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 19/03/2001.
- [19] An Yên, Tổng thu phí bảo hiểm trên thị trường Việt Nam 2947 tỷ đồng, Thời báo Kinh tế Việt Nam ngày 27/12/2000.

- [20] Bộ Thương mại, Cục diện Kinh tế Thế giới 2000 và Dự báo Thương mại năm 2001, 12/2000.
- [21] Bộ Thương mại, Cục diện Kinh tế Thế giới 2001 và Dự báo Thương mại năm 2002, 20023.