

# KINH NGHIỆM MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI TRONG VIỆC TĂNG HIỆU SUẤT XUẤT KHẨU SẢN PHẨM SANG THỊ TRƯỜNG LIÊN MINH CHÂU ÂU

Việt Nam là một quốc gia đang phát triển đi lên từ một nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung bao cấp với rất nhiều yếu kém và hạn chế, do vậy, để có thể đuổi kịp các nước trong khu vực và trên thế giới, Việt Nam cần có những chính sách và biện pháp thích hợp nhằm tận dụng được lợi thế của “người đi sau”. Ngay từ những năm đầu đổi mới, Đảng và Chính phủ Việt Nam đã chủ trương phải chủ động “đi tắt, đón đầu” để có những bước tiến nhanh hơn, xa hơn. Một trong những cách để “đi tắt, đón đầu” phát triển trên thế giới và trong khu vực.

Để có thể đưa ra các biện pháp, chính sách đúng đắn để nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm chủ lực sang thị trường quốc tế nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng, việc học tập kinh nghiệm của một số quốc gia đi trước và có thế mạnh về khả năng xuất khẩu các sản phẩm chủ lực giống Việt Nam sang thị trường Liên minh châu Âu là hết sức cần thiết.

## 1. Kinh nghiệm của Trung Quốc

Trung Quốc coi may mặc là một trong những sản phẩm chủ lực xuất khẩu ra thị trường quốc tế nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng. Hiện nay, Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất trên thị trường Liên minh châu Âu, hàng dệt may Trung Quốc là đối thủ cạnh tranh mạnh nhất so với nhiều đối thủ khác trên thị trường này với nhiều lợi thế, về số lượng sản phẩm xuất khẩu lớn, chất lượng tốt, đa dạng về mẫu mã, chủng loại.

Trung Quốc là một quốc gia vốn có nhiều điểm tương đồng với Việt Nam xét về khu vực địa lý, lịch sử phát triển kinh tế, chính sách phát triển và một số yếu tố quan trọng của nền kinh tế như: nguồn nhân lực dồi dào, chi phí lao động tương đối thấp và tính chuyên nghiệp không cao khu vực nông nghiệp chiếm tỷ trọng lớn, vai trò doanh nghiệp nhà nước độc quyền trong sản xuất và xuất khẩu rất lớn. Ngoài ra, cả hai nước hiện nay cũng có một thể chế chính trị và đường lối phát triển nền kinh tế tương đối giống nhau.

Như vậy, về mặt lý thuyết, các kinh nghiệm của Trung Quốc trong việc nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm chủ lực, trong đó sản phẩm may mặc là

gần gũi và dễ tham khảo nhất trong điều kiện khả năng xuất khẩu hàng dệt may trong điều kiện thực tiễn của Việt Nam.

Một số biện pháp mà Trung Quốc đã áp dụng để nâng minh châu Âu<sup>1</sup> là:

Thứ nhất, tập trung đầu tư vào các công nghệ hiện đại. Các doanh nghiệp Trung Quốc tập trung vào việc cải thiện và thay đổi công nghệ sản xuất, đồng thời tiến hành trang bị loạt máy móc thiết bị hiện đại sản xuất hàng may mặc, những máy may, là hấp, cắt, thêu đều được nhập khẩu từ các quốc gia tiên tiến như: Nhật Bản, các nước thuộc châu Âu. Ngoài việc nhập khẩu công nghệ hiện đại, các doanh nghiệp dệt may Trung Quốc còn tập trung nguồn lực lớn để nghiên cứu và tự sản xuất nhiều thiết bị hiện đại. Chính nhờ việc tập trung vào phát triển công nghệ sản xuất một cách đồng bộ đã làm cho các sản phẩm dệt may của Trung Quốc ngày càng có chất lượng cao hơn, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về sản phẩm có chất lượng ở các thị trường “khó tính” trên thế giới, trong đó có Liên minh châu Âu.

Thứ hai, tập trung vào việc tối ưu hóa chi phí sản xuất để hạ giá bán. Ngành Dệt may Trung Quốc được đầu tư một cách bài bản từ việc tự chủ các yếu tố đầu vào, đặc biệt là nguyên phụ liệu đều được sản xuất trong nước cho đến các công đoạn đầu ra. Chính điều này đã làm cho giá thành sản xuất nhìn chung, các sản phẩm dệt may của Trung Quốc thấp hơn của các đối thủ cạnh tranh. Bên cạnh đó, sản phẩm may mặc của Trung Quốc bán với giá thấp còn do lợi thế của sản xuất theo quy mô lớn, giúp cho Trung Quốc bán với giá mà không đối thủ cạnh tranh nào trên thị trường Liên minh châu Âu có thể bán được với giá như vậy.

Thứ ba, các doanh nghiệp Trung Quốc rất chú trọng việc thiết kế mẫu mã sản phẩm và đa dạng hóa sản phẩm. Hiện nay, Chính phủ Trung Quốc đã xây dựng mô hình “liên kết công nghiệp” giữa các vùng, miền sản xuất các loại sản phẩm, các nguyên phụ liệu cho sản xuất hàng may mặc, tạo thành các chuỗi sản xuất và tiêu thụ sản phẩm dệt - may nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, ngành Dệt - May Trung Quốc đầu tư rất lớn để phát triển đội ngũ thiết kế bằng việc thiết lập những trung tâm thiết kế thời trang ở hàng loạt các

---

<sup>1</sup> Zhiming Zhang, Chester To & Ning Cao (2004): "How do Apparel Industries", *Journal of Textile and Apparel, Technology and Management*, Volume 4, Issue 2, Fall 2004, 2004 xem [https://textiles.ncsu.edu/tatm/wp-content/Izhang\\_full\\_114\\_04.pdf](https://textiles.ncsu.edu/tatm/wp-content/Izhang_full_114_04.pdf)

tỉnh như: Thâm Quyển (Quảng Đông), Bắc Kinh, Thượng Hải, Hàng Châu (Chiết Giang). Chính những trung tâm thiết kế tập trung này sẽ tạo ra nhiều chất liệu mới cho sản xuất sản phẩm dệt may ngày càng thêm phong phú và đa dạng,

Thứ tư, ngành Dệt - May Trung Quốc đã xây dựng và phát triển một hệ thống kênh phân phối rộng khắp thị trường Liên minh châu Âu. Ngay từ khi thiết lập quan hệ ngoại giao với Liên minh châu Âu năm 1978, Trung Quốc đã nhanh chóng đưa sản phẩm dệt may thâm nhập vào thị trường Liên minh châu Âu thông qua các nhà phân phối trung gian thương mại tại thị trường này. Với quy mô sản xuất lớn, đảm bảo chất lượng và thời gian giao hàng, các doanh nghiệp may mặc Trung Quốc ký được các hợp đồng sản xuất trực tiếp với các tổ hợp thương mại lớn của Liên minh châu Âu, các doanh nghiệp này trực tiếp là người cung cấp hàng cho các tổ hợp thương mại, vì thế họ đã nhanh chóng thiết lập mạng lưới tiêu thụ hàng may mặc rộng khắp thị trường Liên minh châu Âu.

Thứ năm, phản ứng nhanh nhạy với những xu hướng tiêu dùng mới của người tiêu dùng. Nhận biết được người tiêu dùng của Liên minh châu Âu đang ngày càng có nhu cầu cao về các sản phẩm thân thiện với môi trường, các doanh nghiệp dệt may Trung Quốc đã có sự chuẩn bị từ rất lâu và kỹ lưỡng để nhanh chóng đưa ra các sản phẩm đạt tiêu chuẩn về môi trường. Những quy định và kiểm soát ngặt nghèo của Chính phủ về quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn môi trường (Eco-friendly) như đổi mới công nghệ, sử dụng nguyên phụ liệu chất lượng tốt, thực hiện đúng các quy trình sản xuất bao gồm: hệ thống xử lý nước thải, xử lý khí thải độc hại.

Thứ sáu, bắt đầu từ bỏ chiến lược sản xuất đại trà và dần tập trung đẩy mạnh sản xuất các sản phẩm phục vụ cho phân khúc thị trường cao cấp của thị trường Liên minh châu Âu. Để thực hiện chiến lược mới này, các doanh nghiệp dệt may Trung Quốc đã đầu tư nhiều trong việc sản xuất những sản phẩm cao cấp như: váy dạ hội, các bộ veston, comple xuất khẩu hàng loạt sang thị trường Liên minh châu Âu, nhằm đa dạng hóa sản phẩm, tạo thế chủ động sản xuất và xuất khẩu hàng may mặc cao cấp, chủ động chiếm lĩnh thị trường hàng may mặc cao cấp mà ít doanh nghiệp xuất khẩu ở các quốc gia là đối thủ cạnh tranh dám đầu tư.

Thứ bảy, Chính phủ Trung Quốc có những chương trình hỗ trợ nhằm tăng cường năng lực và tiềm lực tài chính cho các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu. Các chương trình hỗ trợ tài chính của Trung Quốc có thể kể ở đây là, chương trình

mở rộng quy mô cho vay phục vụ xuất khẩu nhằm khắc phục tình trạng doanh nghiệp bị lỡ những cơ hội xuất khẩu vì thiếu vốn đầu tư; nghiên cứu xây dựng cơ chế ngân hàng, cơ chế bảo hiểm phục vụ xuất khẩu nhằm giảm thiểu các loại rủi ro từ hoạt động xuất khẩu. Chính phủ Trung Quốc chú trọng phát huy sức mạnh, vai trò của hệ thống ngân hàng, nhất là Ngân hàng xuất nhập khẩu.

Ở Trung Quốc, Ngân hàng xuất nhập khẩu là cơ quan chính sách trực thuộc Quốc vụ viện thực hiện các chính sách của Nhà nước, trợ giúp tài chính, thúc đẩy xuất khẩu. Nghiệp vụ chủ yếu của Ngân hàng xuất nhập khẩu Trung Quốc là quán triệt, chấp hành chính sách của Nhà nước, thúc đẩy xuất khẩu các sản phẩm cơ điện, thiết đồng bộ, các sản phẩm kỹ thuật cao. Các nghiệp vụ chủ yếu đó gồm: mở rộng quy mô và diện doanh nghiệp được phép vay vốn; phân loại các doanh nghiệp có uy tín, ưu tiên cho vay đối với các doanh nghiệp trong điểm, hoàn thiện biện pháp cho vay khép kín, nới rộng biên độ giao động về lãi suất cho vay đối với các doanh nghiệp xuất khẩu, nới rộng điều kiện cho vay đối với các doanh nghiệp có uy tín, cung cấp nhiều loại hình dịch vụ ngân hàng; mở rộng phạm vi trợ giúp tài chính đối với các sản phẩm công nghệ cao, công nghệ mới mà Trung Quốc có ưu thế; giảm bớt lãi suất cho vay đối với các khoản tín dụng phục vụ những sản phẩm xuất khẩu thuộc diện khuyến khích, trọng điểm.

Bên cạnh đó, Trung Quốc cũng tiến hành hỗ trợ các doanh nghiệp dệt may nhiều mặt, chẳng hạn, Chính phủ trợ giá cho 1 kg bông là 0,6 USD; trợ giá cho xuất khẩu thông qua tỷ giá, cước phí vận tải... Trong những năm qua, Trung Quốc đã và đang thi hành chính sách tỷ giá hối đoái có lợi cho sản xuất sản phẩm xuất khẩu bởi tỷ giá hối đoái giữa đồng Nhân dân tệ (NDT) và đồng USD hầu như không thay đổi với mức trung bình là 8,3 NDT/USD<sup>2</sup>. Trong khi nền kinh tế Trung Quốc đang phát triển cao thì tỷ giá hối đoái này là cao hơn so với thực tế hay đồng NDT giảm giá về mặt thực tế, đã có tác động lớn đến sản phẩm xuất khẩu vì hàng có thể bán ra ở nước ngoài với giá thấp hơn dẫn tới khả năng cạnh tranh về giá của Trung Quốc là rất lớn. Điều này, cũng khiến cho Trung Quốc trở thành quốc gia bị kiện chống bán phá giá sản phẩm dệt may nhiều nhất là Trung Quốc với 43/94 vụ trong giai đoạn 2006-2011.

---

<sup>2</sup>. Nguyễn Thị Thu Hương: "Một số giải pháp vì mô nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng may mặc Việt Nam trên thị trường Nhật Bản", Tạp chí Nghiên cứu Đông Bắc Á, số 5-200

## 2. Kinh nghiệm của Ấn Độ

Ấn Độ với vị thế là cường quốc đứng thứ hai sau Trung Quốc về sản xuất và xuất khẩu giày dép của thế giới. Tại thị trường Liên minh châu Âu, Ấn Độ là nhà cung cấp giày dép lớn thứ ba và sản phẩm giày dép của Ấn Độ được thị trường Liên minh châu Âu đánh giá rất cao về chất lượng, kiểu dáng và sự đa dạng trong chủng loại sản phẩm. Việt Nam tuy là nhà cung cấp giày dép lớn thứ hai vào thị trường Liên minh châu Âu nhưng chúng ta cũng rất cần học hỏi kinh nghiệm của Ấn Độ trong nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm giày dép vào thị trường Liên minh châu Âu. Một số giải pháp mà Ấn Độ đã áp dụng để nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm giày dép sang thị trường thế giới nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng là<sup>3</sup>:

Thứ nhất, Chính phủ Ấn Độ thiết lập những cơ chế thuận lợi nhất để thu hút dòng vốn FDI vào ngành Giày dép. Chính phủ Ấn Độ đã ban hành nhiều chính sách nhằm khuyến khích và tạo mọi điều kiện thuận lợi như: dành nhiều ưu đãi về thuế, mặt bằng sản xuất và cơ chế thông thoáng cho các nhà đầu tư nước ngoài đổ vốn vào ngành giày dép nước này. Chính nhờ những chính sách thông thoáng như vậy, hiện nay tại Ấn Độ có rất nhiều công ty giày dép hàng đầu thế giới đã đầu tư vào Ấn Độ như: Florsheim, Nunn Bush, Stacy Adams, Gabor, Clarks, Hasley, Salamander và Colehaan.

Thứ hai, các doanh nghiệp giày dép Ấn Độ đầu tư mạnh vào công nghệ sản xuất giày dép, kết quả hiện nay quốc gia này có hơn 100 nhà máy giày dép có dây chuyền sản xuất với công nghệ tiên tiến nhất thế giới.

Thứ ba, các doanh nghiệp giày dép Ấn Độ rất chú trọng tới chất lượng sản phẩm bằng việc áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng trong sản xuất giày dép như: hệ thống ISO 9000, ISO 14000 và SA 8000. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp giày dép Ấn Độ rất quan tâm tới khâu thiết kế, họ đầu tư rất nhiều cho việc thu thập những thông tin về xu hướng thời trang mới nhất, những thiết kế mới nhất trên thế giới và những thông tin sẽ giúp cho các doanh nghiệp chủ động sản xuất ra các sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp giày dép Ấn Độ rất chú trọng tới việc đa dạng hóa sản phẩm với rất nhiều chủng loại, từ giày thời trang, giày thể thao, giày mũ da, giày mũ nhựa, ủng,...

---

<sup>3</sup> Sunny Juneja, Gauri Bhatia: "Empirical Study on Indian Footwear Industry", *International Journal of Recent Research Aspects* ISSN: 2349-7688, Vol. 3, Issue 3, September, 2016, pp. 95-99, 109

Thứ tư, Chính phủ Ấn Độ từ những năm 70 của thế kỷ XX đã ban hành lệnh giới hạn xuất khẩu và sau này là cấm xuất khẩu các loại da từ động vật làm nguyên liệu cho ngành giày dép, chính phủ khuyến khích các nhà sản xuất trong nước chế biến các loại da này thành da thuộc cung cấp cho các doanh nghiệp sản xuất giày dép, hiện nay Ấn Độ là nước xuất khẩu giày da hàng đầu thế giới.

### **3. Kinh nghiệm của Braxin**

Braxin là cường quốc số một về xuất khẩu sản phẩm cà phê trên thế giới, tại thị trường Liên minh châu Âu, sản phẩm cà phê của Braxin luôn chiếm thị phần lớn nhất với nhiều chủng loại sản phẩm. Braxin là quốc gia có lịch sử ngành cà phê lâu đời với kim ngạch xuất khẩu cà phê luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Braxin. Hiện nay, vị trí ngành cà phê giảm tương đối trong cơ cấu xuất khẩu nhưng Braxin vẫn là nước xuất khẩu cà phê lớn nhất thế giới nói chung và tại thị trường Liên minh châu Âu nói riêng. Với lịch sử truyền thống trong ngành và nhiều kinh nghiệm thâm nhập vào thị trường Liên minh châu Âu, Braxin có nhiều kinh nghiệm nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm cà phê mà Việt Nam cần tham khảo, nghiên cứu. Một số giải pháp mà Braxin đã tiến hành để nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm cà phê sang thị trường quốc tế nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng<sup>4</sup>:

Thứ nhất, các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê Braxin luôn quan tâm đến việc đảm bảo chất lượng, đạt tiêu chuẩn. Chính từ tư duy đó của các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cà phê mà các sản phẩm cà phê của Braxin rất có uy tín trên thị trường thế giới nói chung và Liên minh châu Âu nói riêng nhờ chất lượng cao và đảm bảo tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về cà phê của Tổ chức Cà phê thế giới (ICO). Để sản xuất ra những sản phẩm cà phê có chất lượng, ngành cà phê của Braxin đã tập trung phát triển theo một quy trình đồng bộ ngay từ khâu nghiên cứu và chọn giống để làm sao có giống tốt cùng với điều kiện tự nhiên thuận lợi, các doanh nghiệp cà phê Braxin đã đầu tư những máy móc hiện đại trong quá trình chế biến đồng thời áp dụng hệ thống quản lý chất lượng trong tất cả các khâu từ trồng trọt, chế biến và tiêu thụ. Chính vì vậy, các sản phẩm cà phê

---

<sup>4</sup>. Luciana Florêncio de Almeida and Decio Zylbersztajn: *Key Success Factors in the Brazilian Coffee Agrichain: Present and Future Challenges*, *International Journal on Food system Dynamics*, 2016, <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/244477/2/25> xem A6\_de % 20Almeida\_Proceedings % 20Drivers % 20of % 20change % 20FO od % 20Dynamics % 202016.pdf

xuất khẩu của Braxin luôn đảm bảo chất lượng và yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm, vượt qua được rào cản kỹ thuật khi xâm nhập vào Liên minh châu Âu.

Thứ hai, Chính phủ Braxin xây dựng những chương trình hỗ trợ tài chính hiệu quả cho ngành cà phê.

Để nâng cao khả năng xuất khẩu cho sản phẩm cà phê, Chính phủ Braxin đã tiến hành một số chương trình hỗ trợ về tài chính như: miễn thuế xuất khẩu cà phê, trừ cà phê nhân và cà phê rang xay nhập khẩu bị đánh thuế 10 % và cà phê hòa tan là 16 %. Cà phê chưa qua biến có thể miễn thuế xuất khẩu đến các thị trường lớn như: Mỹ, Liên minh châu Âu và Nhật Bản, nhưng cà phê chế biến như rang xay, hòa tan và lọc cafein chịu thuế 7,5 % đối với Liên minh châu Âu và 10 % đối với Nhật Bản. Các đơn hàng xuất khẩu sang Mỹ được miễn thuế. Bên cạnh việc giảm thuế, Chính phủ Braxin còn khuyến khích phát triển mô hình trái phiếu hàng hóa (CPR) và việc phát hành trái phiếu hàng hóa được kết hợp với các tổ chức khác, tạo nên một mô hình phát triển bền vững cho ngành nông nghiệp Braxin nói chung và ngành hàng cà phê nói riêng. Mô hình này liên quan đến một cơ quan nhà nước (sở giao dịch hàng hóa), các ngân hàng thương mại, trong đó có một ngân hàng chính đóng vai trò nhà tạo lập thị trường, các tổ chức đầu tư tư nhân và sở giao dịch kỳ hạn trong nước.

Đây là một mô hình rất đáng để cho những nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam muốn tăng khả năng cung cấp tín dụng cho xuất khẩu cà phê nghiên cứu và tham khảo. Để có thể thực hiện thành công mô hình này, đòi hỏi sự tham gia và tin tưởng lẫn nhau hoàn toàn của các bên có liên quan, đặc biệt là sự tham gia của nhà nước...

Thứ ba, ngành cà phê Braxin thiết lập được một hệ thống vận hành có tổ chức và hoạt động có hiệu quả trong chuỗi sản xuất và xuất khẩu cà phê. Braxin đã xây dựng được một hệ thống vận hành trong chuỗi sản xuất và xuất khẩu ngành hàng cà phê rất chặt chẽ, điều tiết và quản lý hoạt động sản xuất, tiêu thụ, xuất khẩu... bảo đảm lợi ích của các bên tham gia. Trước tiên ở khâu sản xuất, Braxin xây dựng theo mô hình hợp tác xã. Nhiệm vụ chính của hợp tác xã là tổng hợp khuyến nông và tìm đầu ra cho sản phẩm, giúp người dân có thể an tâm sản xuất mà không cần lo lắng về đầu ra. Bên cạnh đó, Braxin có “Tổ chức ngành hàng cà phê Braxin” và sử dụng “Quỹ cà phê” làm công cụ tài chính thực hiện các chính sách, quyết định mà tổ chức điều phối ban hành.

Thứ tư, các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê Braxin tăng cường quan hệ hợp tác nhằm tận dụng những ưu đãi và hỗ trợ, tham gia các hội nghị, sự kiện chuyên đề, xúc tiến quảng cáo cà phê.

Braxin thúc đẩy các quan hệ với các tổ chức của Liên minh châu Âu nhằm tận dụng sự hỗ trợ về mặt kỹ thuật và tài chính của những tổ chức này, xem đây là một phương thức tiếp cận với các doanh nghiệp cà phê tại Liên minh châu Âu. Hiệp hội cà phê Braxin (ABIC) tạo những điều kiện để các doanh nghiệp tham gia các buổi hội nghị, sự kiện và xúc tiến quảng cáo cà phê ở thị trường Liên minh châu Âu. Những hoạt động này sẽ giúp doanh nghiệp cập nhật thông tin, xây dựng mối quan hệ kinh doanh với các khách hàng tiềm năng tại Liên minh châu Âu. Chi phí tham gia các sự kiện quảng bá, xúc tiến sẽ được Quỹ cà phê tài trợ một phần, chính điều này đã khuyến khích và tạo động lực cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê của nước này tham gia rất nhiều các hội chợ, sự kiện và sự kiện quảng bá của ngành cà phê quốc tế.

#### **4. Kinh nghiệm của Malaixia trong nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm gỗ**

Trong một thời gian dài, Malaixia là quốc gia số một Đông Nam Á về xuất khẩu các sản phẩm gỗ sang thị trường quốc tế nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng. Năm 2013, Việt Nam vượt qua Malaixia trở thành quốc gia xuất khẩu số một các sản phẩm gỗ. Ngành công nghiệp chế biến và xuất khẩu gỗ của Malaixia hiện đang sử dụng hơn 300.000 lao động tại 1.202 doanh nghiệp, đóng góp thường xuyên hàng năm khoảng 7 tỷ USD cho nền kinh tế Malaixia. Các sản phẩm gỗ trở thành một trong năm sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Malaixia sang thị trường quốc tế nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng. Hiện Malaixia là nhà xuất khẩu gỗ cây và gỗ xẻ lớn nhất thế giới và đứng thứ hai về xuất khẩu gỗ dán, đứng thứ 10 về xuất khẩu đồ gỗ nội thất. Điểm mạnh của Malaixia là quốc gia có tài nguyên rừng phong phú và dồi dào, do đó Malaixia tự chủ được nguồn nguyên liệu đầu vào. Tuy nhiên, quốc gia này lại có hạn chế về nguồn nhân lực và chi phí lao động cao nhưng nhờ có những chiến lược phát triển đúng đắn cho ngành công nghiệp chế biến và xuất khẩu các sản phẩm gỗ đã biến Malaixia thành một trong những nhà xuất khẩu các sản phẩm hàng đầu thế



giới. Để có được những thành công kể trên, chính phủ và các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu gỗ của Malaixia đã thực hiện một số biện pháp sau<sup>5</sup>:

Thứ nhất, Chính phủ Malaixia rất coi trọng vai trò chiến lược của nguồn nguyên liệu đầu vào đối với ngành pháp gây ảnh hưởng đến hoạt động chế biến và xuất khẩu trong nước. Đây là một điểm có thể tham khảo cho chế biến gỗ, nhất là gỗ xuất khẩu. Dù là một quốc gia có tài nguyên rừng dồi dào, song Malaixia không khai thác ồ ạt để xuất khẩu mà khai thác có kế hoạch, bài bản. Cùng với khai thác, Malaixia còn có chính sách buộc các doanh nghiệp và khuyến khích người dân trồng và phát triển rừng mới để bổ sung kịp thời cho phần rừng đã bị khai thác. Nhờ đó, Malaixia không những có nguồn nguyên liệu rất ổn định cho việc chế biến các sản phẩm gỗ, mà còn xuất khẩu được rất nhiều gỗ nguyên liệu ra thị trường thế giới nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng.

Từ năm 1999, Hội đồng chứng nhận gỗ của Malaixia (MTCC) đã được thành lập để cấp Giấy chứng nhận gỗ cho các sản phẩm gỗ nhiệt đới. Theo đó, Giấy chứng nhận xác nhận số nguyên liệu gỗ đó được các công ty và tổ chức này khai thác từ những cánh rừng nhiệt đới được quản lý một cách bền vững và, nhờ biểu tượng của Hội đồng chứng nhận gỗ, họ được quyền xuất khẩu số gỗ đó vào thị trường Liên minh châu Âu. Đây cũng là một thế mạnh của Malaixia, khi thế giới nói chung và đặc biệt là thị trường Liên minh châu Âu nói riêng ngày càng yêu cầu sử dụng các sản phẩm gỗ từ rừng trồng bền vững. Bên cạnh đó, Malaixia cũng ra sức ngăn chặn tình trạng xuất khẩu gỗ trái phép, không nguồn nguyên liệu gỗ quý báu được tiêu thụ bất hợp pháp gây ảnh hưởng đến hoạt động chế biến và xuất khẩu trong nước. Đây có thể là một kinh nghiệm tham khảo cho Việt Nam trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm gỗ sang thị trường Liên minh châu Âu.

Thứ hai, nhận thấy đồ gỗ nội thất của Malaixia có nhiều tiềm năng phát triển và nhu cầu của thế giới nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng ngày càng gia tăng, Chính phủ Malaixia đã thành lập Hội đồng thúc đẩy phát triển đồ nội thất (MFPC). Nhiệm vụ của Hội đồng thúc đẩy phát triển đồ nội thất sẽ tập trung vào việc thiết lập các mối quan hệ hợp tác với các đối tác chiến lược bên ngoài để nâng cao năng lực cho ngành công nghiệp đồ gỗ nội thất trong nước. Bên

---

<sup>5</sup> NATIP: *National Timber Industry Policy 2009-2020*, Ministry of Plantation Industries and Commodities Malaysia, 2009, Xem <http://www.mtib.gov.mynatip/Natip3.pdf>

cạnh đó, Hội đồng thúc đẩy phát triển đồ nội thất còn tổ chức “Chương trình nội thất chất lượng cao” và “Furnexpro” để tập trung phát triển đồ gỗ nội thất vào phân khúc thị trường cao cấp thông qua việc hợp tác và liên kết với các đối tác chiến lược được lựa chọn.

Ngoài ra để đảm bảo cho các sản phẩm đồ gỗ nội thất xuất khẩu đáp ứng được yêu cầu và tiêu chuẩn khắt khe tại các thị trường khó tính như Liên minh châu Âu, Hội đồng thúc đẩy phát triển đồ nội thất thuê tư vấn kỹ thuật để hỗ trợ cho các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ nội thất <sup>6</sup>.

Thứ ba, do có nhiều hạn chế về nguồn nhân lực (trình độ tay nghề không cao, nhưng chi phí lao động lại khá cao), nên Chính phủ Malaixia đã khuyến khích và trực tiếp đầu tư cho thiết bị máy móc và phát triển công nghệ chế biến gỗ. Hầu hết các nhà máy chế biến gỗ của có hoạt động tại nước này trong vòng 3 năm trở lên để giúp ngành sản xuất này duy trì tính cạnh tranh và tăng trưởng. Đồng thời, Chính phủ Malaixia còn cung cấp các khoản vay lãi suất thấp cho các doanh nghiệp có Malaixia đều được trang bị những dây chuyền công nghệ hiện đại của Italia và Đài Loan (Trung Quốc). Nhờ đó, trình độ công nghệ của ngành công nghiệp chế biến gỗ của quốc gia này đã được nâng cao, giảm được sự phụ thuộc vào nhân công, biến điểm yếu thành điểm mạnh. Kết quả là các sản phẩm gỗ của Malaixia có chất lượng đồng đều và ổn định, tạo được ưu thế cạnh tranh hơn hẳn so với các đối thủ trong khu vực như Việt Nam, Ấn Độ,...

Thứ tư, các doanh nghiệp khai thác và chế biến gỗ xuất khẩu của Malaixia rất chú trọng đến việc nghiên cứu và tìm cách từng bước tham gia vào các chuỗi giá trị ngành gỗ, coi đó như là một cách hữu hiệu để tạo dựng và duy trì năng lực cạnh tranh cho các sản phẩm gỗ của mình trên trường quốc tế. Trên thực tế, họ đã kiên trì đầu tư khá nhiều công sức và tiền của cho các khâu thiết kế, cải tiến mẫu mã, hoàn thiện chất lượng, nâng cao tính sáng tạo, tạo bản sắc riêng và sớm đăng ký để bảo hộ thương hiệu cho các sản phẩm gỗ của mình.

Thứ năm, Chính phủ Malaixia có những chính sách đặc biệt để bảo vệ ngành sản xuất đồ gỗ nội ngoại thất như: áp dụng một chính sách tỷ giá cạnh tranh với đồng USD và áp dụng thuế đối với những lao động nước ngoài có hoạt động tại nước này trong vòng 3 năm trở lên để giúp ngành sản xuất này duy trì tính sản

---

<sup>6</sup> *Forest Industries Intelligence Limited: European trade lows and risk. Bản thảo cuối, 2013, xem [http://forest-trends.org/documents/files/doc\\_4085.pdf](http://forest-trends.org/documents/files/doc_4085.pdf)*

xuất và tăng trưởng. Đồng thời chính phủ Malayxia còn cung cấp các khoản vay lãi suất thấp cho các doanh nghiệp có thành tích tốt trong hoạt động trồng rừng và xuất khẩu sản phẩm gỗ và gỗ đã qua chế biến.

Thứ sáu, do xác định ngành công nghiệp chế biến và xuất khẩu gỗ là một trong những ngành xuất khẩu mũi nhọn, nên Malaixia đã sớm có những hoạt động khuyến khích xuất khẩu đồ gỗ và gỗ đã qua chế biến; xây dựng thương hiệu đồ gỗ ngay từ khi tham gia vào thị trường xuất khẩu đồ gỗ thế giới. Cụ thể, Chính phủ Malaixia có chính sách không đánh thuế xuất khẩu đối với các sản phẩm gỗ nguyên liệu, gỗ xẻ, gỗ dán, gỗ tạo khuôn để khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư sâu vào khâu chế biến gỗ để xuất khẩu, thay vì chỉ khai thác và xuất khẩu gỗ thô. Chẳng hạn, ngoài việc đánh thuế suất 15 % đối với gỗ tròn, từ năm 2002, Chính phủ Malaixia còn quy định hạn ngạch xuất khẩu gỗ tròn ở mức 5 triệu m<sup>3</sup>/năm.

## **5. Bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam**

Qua nghiên cứu kinh nghiệm thực tế của một số quốc gia kể trên, đặc biệt là của Trung Quốc trong việc nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm chủ lực sang thị trường Liên minh châu Âu, ta thấy rằng mỗi quốc gia đều có những cách thức và phương pháp khác nhau để nâng cao khả năng xuất khẩu sản phẩm sang thị trường Liên minh châu Âu. Có thể rút ra một số kinh nghiệm sau:

Thứ nhất, phải nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu: Thị trường Liên minh châu Âu là một thị trường khó tính với những yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm rất cao cho nên muốn nâng cao được khả năng xuất khẩu sản phẩm vào thị trường này, các nước xuất khẩu phải đặc biệt chú trọng tới chất lượng sản phẩm của mình.

Ví dụ như: Trung Quốc đối với sản phẩm dệt may, quốc gia này nhập khẩu các thiết bị máy móc và công nghệ tiên tiến từ châu Âu, Nhật Bản cũng như phát triển ngành chế tạo trong nước để trang bị đồng bộ cho ngành dệt may, chính vì có sự đầu tư bài bản như vậy mà chất lượng sản phẩm dệt may của Trung Quốc ngày càng được nâng cao, đáp ứng được đông đảo thị hiếu của người tiêu dùng Liên minh châu Âu, từ đó đưa Trung Quốc trở thành quốc gia xuất khẩu dệt may lớn nhất tại thị trường Liên minh châu Âu. Kinh nghiệm của Braxin đối với sản phẩm cà phê xuất khẩu của mình, Chính phủ yêu cầu các nhà sản xuất phải đảm bảo tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về chất lượng cà phê của Tổ chức cà phê

quốc tế, phải đảm bảo chất lượng nghiêm ngặt từ trồng trọt đến chế biến; sản phẩm cà phê đạt chuẩn, các tổ chức thứ ba (như Fair - trade, RFA, UTZ)<sup>7</sup>, kinh nghiệm của Ấn Độ trong sản xuất giày, họ đầu tư những công nghệ tiên tiến nhất thế giới để nâng cao chất lượng sản phẩm giày dép, kinh nghiệm của Malaixia, để nâng cao chất lượng sản phẩm gỗ xuất khẩu, hầu hết các nhà máy sản xuất và chế biến gỗ xuất khẩu đều nhập các công nghệ tiên tiến của Italia và Đài Loan (Trung Quốc) để tạo điểm nhấn quan trọng trong việc nâng cao khả năng xuất khẩu các sản phẩm gỗ sang thị trường quốc tế nói chung và thị trường Liên minh châu Âu nói riêng.

Thứ hai, phải thiết lập được kênh phân phối sản phẩm hiệu quả, qua nghiên cứu cho thấy Liên minh châu Âu là một thị trường mà hệ thống phân phối phức tạp và rất khó để cho các nước xuất khẩu có thể thâm nhập vào được nhưng nếu một khi thâm nhập vào được hệ thống phân phối tại Liên minh châu Âu thì khả năng xuất khẩu sản phẩm của quốc gia đó sẽ được nâng cao. Theo kinh nghiệm của Trung Quốc, ban đầu khi xuất khẩu sản phẩm dệt may sang thị trường Liên minh châu Âu, các nhà sản xuất Trung Quốc phải thông qua các nhà phân phối trung gian thương mại tại thị trường Liên minh châu Âu. Với quy mô sản xuất lớn, đảm bảo chất lượng và thời gian giao hàng, các doanh nghiệp may mặc Trung Quốc ký được các hợp đồng sản xuất trực tiếp với các tổ hợp thương mại lớn của Liên minh châu Âu, các doanh nghiệp này trực tiếp là người cung cấp hàng cho các tổ hợp thương mại, vì thế họ đã nhanh chóng thiết lập mạng lưới tiêu thụ hàng may mặc rộng khắp thị trường Liên minh châu Âu.

Thứ ba, phải có cơ chế hỗ trợ về mặt tài chính cho các doanh nghiệp xuất khẩu, xét cho cùng muốn nâng cao được chất lượng sản phẩm, nâng cao năng suất và sản lượng... cần phải có nguồn tài chính dồi dào. Trong khi đó nguồn lực của doanh nghiệp là có hạn, chính vì vậy cần phải có sự hỗ trợ tài chính từ chính phủ, các hiệp hội ngành hàng. Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy, Chính phủ Trung Quốc rất chú trọng phát huy sức mạnh, vai trò của hệ thống ngân hàng, nhất là Ngân hàng xuất nhập khẩu. Ở Trung Quốc, Ngân hàng xuất nhập khẩu là cơ quan chính sách trực thuộc Quốc vụ viện thực hiện các chính sách của Nhà nước, trợ giúp tài chính, thúc đẩy xuất khẩu bằng cách hoàn thiện biện pháp cho vay khép kín; nới rộng biên độ dao động về lãi suất cho vay đối với các doanh nghiệp xuất

---

<sup>7</sup> Xem <http://www.hoinhap.org.vn/tin-tuc/tin-quoc-te/4066-phuong-thuc-ap-dung-tieu-chuan-ky-thuat-doi-voi-hang-nhap-khau-cua-eu.html>... may trong đó có 38 yêu cầu tối thiểu và 69 yêu cầu cải tiến.

khẩu, giảm bớt lãi suất cho vay với các khoản tín dụng phục vụ những sản phẩm xuất khẩu. Hay như Malaixia có cơ chế hỗ trợ áp dụng một chính sách tỷ giá cạnh tranh với đồng USD và áp dụng thuế đối với những lao động nước ngoài có hoạt động tại nước này trong vòng 3 năm trở lên để giúp ngành sản xuất này duy trì tính cạnh tranh và tăng trưởng. Đồng thời, Chính phủ Malaixia còn cung cấp các khoản vay lãi suất thấp cho các doanh nghiệp có thành tích tốt trong hoạt động trồng rừng và xuất khẩu sản phẩm gỗ và gỗ đã qua chế biến.

Thứ tư, tăng cường thu hút đầu tư nước ngoài vào ngành sản phẩm, để qua đó sẽ học hỏi được kinh nghiệm, trình độ công nghệ, quản lý và đặc biệt là gắn nhãn mác cùng với thương hiệu của họ, như vậy dễ dàng thâm nhập vào các thị trường khó tính như Liên minh châu Âu. Kinh nghiệm của Ấn Độ đối với sản phẩm giày dép cho thấy, họ rất chú trọng tới vấn đề này với hàng loạt các ưu đãi về thuế, mặt bằng, cơ chế thông thoáng và kết quả là có rất nhiều nhà sản xuất giày dép nổi tiếng thế giới đã đầu tư vào Ấn Độ như: Florsheim, Nunn Bush, Stacy Adams, Gabor, Clarks, Nike...

Thứ năm, cần tránh lạm dụng công cụ trợ cấp nhà nước để giảm giá các sản phẩm xuất khẩu một cách phi lý, nếu không sẽ ảnh hưởng tới uy tín và thương hiệu của ngành hàng tại các thị trường nhập khẩu. Điều này, ta thấy rõ qua kinh nghiệm của Trung Quốc là sử dụng nhiều hình thức trợ cấp thiếu lành mạnh, như: Chính phủ trợ giá cho 1 kg bông là 0,6 USD; trợ giá cho xuất khẩu thông qua tỷ giá, cước phí vận tải... Trong những năm qua, Trung Quốc đã và đang thi hành chính sách tỷ giá hối đoái có lợi cho sản xuất sản phẩm xuất khẩu bởi hối đoái giữa đồng NDT và đồng USD hầu như không thay đổi với mức trung bình là 8,3 NDT/USD. Chính những trợ cấp biệt là Liên minh châu Âu đã phải tiến hành kiện chống may thiếu lành mạnh này khiến cho giá thành sản phẩm mặc của Trung Quốc thấp hơn nhiều so với các đối thủ cạnh tranh nhưng nó khiến cho các nước như: Mỹ và đặc phá giá và điều tra trợ cấp của Trung Quốc đối với ngành dệt may.

Như vậy, có thể thấy, để có thể tăng được hiệu suất xuất khẩu các sản phẩm chủ lực vào thị trường Liên minh châu Âu, Việt Nam cần đảm bảo chất lượng sản phẩm, giá thành sản phẩm, tập trung nghiên cứu thị trường, tiếp thị sản phẩm, tăng cường đầu tư công nghệ nhằm sản xuất sản phẩm chủ lực đáp ứng được yêu cầu khắt khe của thị trường Liên minh châu Âu.

## Tài liệu tham khảo

1. Zhiming Zhang, Chester To & Ning Cao ( 2004):” How do Apparel Industries”, Journal of Textile and Apparel, Technology and Management, Volume 4, Issue 2, Fall 2004, 2004 xem [https://textiles.ncsu.edu/tatm/wp-content.Izhang\\_full\\_114\\_04.pdf](https://textiles.ncsu.edu/tatm/wp-content.Izhang_full_114_04.pdf)
2. Nguyễn Thị Thu Hương:” Một số giải pháp vi mô nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng may mặc Việt Nam trên thị trường Nhật Bản”, Tạp chí Nghiên cứu Đông Bắc Á, số 5-200
3. Sunny Juneja, Gauri Bhatia:” Empirical Study on Indian Footwear Industry”, International Journal of Recent Research Aspects ISSN: 2349-7688, Vol. 3, Issue 3, September, 2016, pp. 95-99, 109
4. Luciana Florêncio de Almeida and Decio Zylbersztajn: Key Success Factors in the Brazilian Coffee Agrichain: Present and Future Challenges, International Journal on Food system Dynamics, 2016, <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/244477/2/25> xem A6\_de % 20Almeida\_Proceedings % 20Drivers % 20of % 20change % 20Food % 20Dynamics % 202016.pdf
5. NATIP: National Timber Industry Policy 2009-2020, Ministry of Plantation Industries and Commodities Malaysia, 2009, Xem <http://www.mtib.gov.mynatip/Natip3.pdf>
6. Forest Industries Intelligence Limited: European trade lows and risk. Bản thảo cuối, 2013, xem [http://forest-trends.org/documents/files/doc\\_4085.pdf](http://forest-trends.org/documents/files/doc_4085.pdf)
7. <http://www.hoinhap.org.vn/tin-tuc/tin-quoc-te/4066-phuong-thuc-ap-dung-tieu-chuan-ky-thuat-doi-voi-hang-nhap-khau-cua-eu.html>... may trong đó có 38 yêu cầu tối thiểu và 69 yêu cầu cải tiến.