



XUẤT KHẨU VIỆT NAM CUỐI NĂM GẶP NHIỀU KHÓ KHĂN

Kết thúc năm 2022, xuất khẩu của Việt Nam tiếp tục lập đỉnh mới khi cán mốc 371,85 tỷ USD, tăng 10,6% so với năm trước. Trong số các mặt hàng xuất khẩu, có đến 36 mặt hàng đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD và 8 mặt hàng ghi nhận kim ngạch trên 10 tỷ USD. Đây đều là những con số hết sức ấn tượng của xuất khẩu Việt Nam trong bối cảnh suy thoái, lạm phát đang diễn ra trên toàn cầu.

Tuy nhiên, không nằm ngoài những biến động của kinh tế thế giới, xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt là xuất khẩu trong những tháng cuối năm cũng gặp nhiều khó khăn đáng kể. Mặc dù kim ngạch xuất khẩu cả năm tăng 10,6% so với năm 2021, song kim ngạch xuất khẩu quý IV/2022 lại giảm 7,1% so với quý III/2022 và giảm 6,1% so với cùng kỳ năm trước.

Xu thế giảm đơn hàng do lạm phát

Trên thực tế, quý cuối năm thường là giai đoạn bùng nổ về sản xuất, xuất khẩu nói chung do nhu cầu tiêu thụ tăng cao tại nhiều thị trường nhằm phục vụ các dịp lễ tết. Tuy nhiên, xuất khẩu những tháng cuối năm của Việt Nam lại giảm sút cho thấy chúng ta cũng không nằm ngoài ảnh hưởng từ những biến động bất lợi của kinh tế thế giới, trong đó phải kể đến là tình trạng lạm phát leo thang ở nhiều nước, suy thoái kinh tế toàn cầu, và chi phí nguyên vật liệu tăng cao.

Về lạm phát, "cơn bão" gia tăng giá cả đã diễn ra ở nhiều nền kinh tế trên thế giới trong đó có những thị trường xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam dẫn đến việc giảm nhu cầu tiêu thụ, đặc biệt là đối với các mặt hàng không thiết yếu. Tại EU, lạm phát liên tục tăng cao và đã leo lên mức kỷ lục 10,7% vào tháng 10/2022, sau đó giảm nhẹ dần nhưng vẫn ở mức cao 9,2% vào tháng 12/2022. Tại Mỹ, lạm phát lập đỉnh ở mức 9,1% vào tháng 6/2022 và giảm dần theo các biện pháp điều chỉnh lãi suất của Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED) xuống còn 6,5% trong tháng 12/2022. Ngược lại với xu thế ổn định dần tại phương Tây, lạm phát tại Nhật Bản đã tăng liên tiếp trong vòng 16 tháng, và lên tới 4% trong tháng 12/2022, đạt mức cao nhất kể từ năm 1982 đến nay. Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) dự báo tăng trưởng GDP thế giới sẽ giảm từ 3,1% năm 2022 xuống 2,2% năm 2023; trong đó, tăng trưởng kinh tế Mỹ giảm từ 1,8% năm 2022 xuống 0,5% năm 2023; khu vực châu Âu cũng giảm từ 3,3% xuống 0,5%.

Bên cạnh đó, suy thoái kinh tế thế giới nói chung đã dẫn đến tình trạng lần đầu tiên các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam có xu hướng bị giảm đơn hàng trong giai đoạn cuối năm 2022, đầu năm 2023, đặc biệt khi so với cùng kỳ các năm trước đó. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực như dệt may, da giày, gỗ... là những mặt hàng chịu ảnh hưởng nhiều nhất. Cụ thể,





đối với ngành dệt may, đơn hàng từ cuối năm 2022 tới quý I/2023 giảm 25-27% so với cùng kỳ năm ngoái do tác động của lạm phát và lượng hàng tồn kho từ phía các nhà nhập khẩu cao. Thậm chí nhiều doanh nghiệp dệt may chỉ nhận được đơn hàng bằng 70-80% năng lực sản xuất của doanh nghiệp. Cũng giống với dệt may, xuất khẩu của ngành da giày, gỗ những tháng cuối năm 2022 và đầu năm 2023 cũng không mấy khả quan khi lượng đơn hàng giảm sút, xuất khẩu nhỏ giọt.



Doanh nghiệp cần chủ động ứng phó

Xuất khẩu của Việt Nam được dự đoán sẽ tiếp tục gặp khó khăn đến giữa năm 2023 bởi tình hình kinh tế thế giới vẫn còn nhiều bất ổn. Đặc biệt, lạm phát vẫn tiếp tục leo thang đặc biệt ở hai thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam là Mỹ và EU, khiến sức mua lao dốc. Điều này đòi hỏi tính chủ động và linh hoạt rất lớn của doanh nghiệp Việt Nam để vượt qua thách thức hiện tại.

Cụ thể, trước những biến động khó lường của tình hình kinh tế trên thế giới, doanh nghiệp Việt Nam có thể cân nhắc tìm kiếm các đơn hàng mới, chủ động mở rộng thị trường xuất khẩu, đồng thời nghiên cứu khai thác thị trường nội địa còn nhiều tiềm năng, giảm thiểu rủi ro khi phụ thuộc quá nhiều vào một đối tác hay các thị trường xuất khẩu truyền thống. Theo đó, doanh nghiệp có thể tăng cường mở rộng thị trường các nước khu vực châu Á – khu vực ít bị ảnh hưởng bởi lạm phát hơn so với bình diện chung thế giới. Ngoài ra, để không phụ thuộc hoàn toàn vào nguồn cung nhập khẩu từ nước ngoài, doanh nghiệp cũng có thể tính toán để đa dạng hóa nguồn cung nguyên liệu, đặc biệt là các nguồn ngay tại thị trường nội địa, hoặc chủ động đầu tư tự sản xuất từ khâu nguyên vật liệu đầu tiên để giảm chi phí, nâng cao lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

Thêm vào đó, doanh nghiệp cũng có thể chủ động liên hệ nhận hỗ trợ từ các cơ quan nhà nước, các hiệp hội trong ngành, cùng với Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam để tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp kết nối đối tác, được phổ biến thông tin gia nhập và các rào cản tại những thị trường tiềm năng... để quá trình hội nhập hóa được thuận lợi hơn. ■