

# Luận văn

Thực trạng và các giải pháp đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu qua biên giới của Sở thương mại du lịch Điện Biên



---

## MỤC LỤC

<b>Lời mở đầu.....</b>	<b>4</b>
<b>Chương I: Cơ sở lý luận của đề tài.....</b>	<b>6</b>
<i>I. Một số vấn đề lý luận về xúc tiến hoạt động xuất khẩu.....</i>	<i>6</i>
1. Khái niệm xúc tiến xuất khẩu	
2. Các hoạt động xúc tiến xuất khẩu	
<i>II. Tầm quan trọng của đẩy mạnh xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới đối với sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Điện Biên:.....</i>	<i>8</i>
1. Thúc đẩy nhịp độ tăng trưởng kinh tế của tỉnh	
2. Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế	
3. Thúc đẩy các ngành kinh tế phát triển	
4. Nâng cao đời sống vật chất của nhân dân các dân tộc	
5. Tăng cường hợp tác với các nước	
<b>Chương II: Thực trạng xúc tiến xuất khẩu qua biên giới tại tỉnh Điện Biên .....</b>	<b>12</b>
<i>I. Khái quát về sở thương mại du lịch tỉnh Điện Biên.....</i>	<i>12</i>
1. Hình thành và phát triển.....	12
2. Các lĩnh vực hoạt động.....	14
<i>II. Tình hình xuất khẩu hàng hoá qua biên giới của tỉnh 2002-2004.....</i>	<i>19</i>
1. Kim ngạch xuất khẩu theo địa lý .....	19
2. Kim ngạch xuất khẩu theo mặt hàng.....	23
3. Kim ngạch xuất khẩu theo thị trường.....	25
3.1. Thị trường Lào	
3.2. Thị trường Trung Quốc	
3.3. Thị trường Khác	
4. Đặc điểm một số doanh nghiệp tham gia xuất nhập khẩu .....	27

---

*III. Thực trạng các giải pháp đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu qua biên giới của Sở thương mại du lịch ĐB ..... 28*

1. Chính sách..... 28
  - 1.1. Chính sách hợp tác quốc tế
  - 1.2. Chính sách thu hút vốn đầu tư
  - 1.3. Chính sách tạo nguồn hàng xuất khẩu
  - 1.4. Chương trình xuất khẩu hàng hoá đến 2010
2. Các phương pháp xúc tiến khác..... 31
3. Đội ngũ tham gia công tác xúc tiến.....31
4. Năng lực kinh doanh xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp.....32
5. Đánh giá thực trạng xúc tiến xuất khẩu.....32

**Chương III: Những kiến nghị nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá qua biên giới tỉnh Điện Biên.....35**

*I. Quan điểm của tỉnh Điện Biên về xuất khẩu hàng hoá qua biên giới .35*

1. Quan điểm thứ nhất
2. Quan điểm thứ 2
3. Quan điểm thứ 3
4. Quan điểm thứ 4
5. Quan điểm thứ 5

*II. Giải pháp.....36*

1. Về phía nhà nước:.....36
  - 1.1. Chính sách xuất khẩu..... 36
  - 1.2. Chính sách xuất nhập cảnh.....38
  - 1.3. Chính sách tài chính..... 39
  - 1.4. Chính sách hợp tác và đầu tư..... 42
  - 1.5. Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về xuất nhập khẩu.....44
2. Giải pháp nguồn hàng:.....46

---

2.1. Phát triển các mặt hàng chủ lực	
2.2. Tổ chức hỗ trợ sản xuất	
3. Giải pháp thị trường:.....	47
3.1. Thị trường Trung quốc và Lào.....	47
3.2. Thị trường EU.....	48
3.3. Thị trường Nhật Bản.....	51
3.4. Sử dụng mạng internet trong xúc tiến xuất khẩu.....	53
4. Giải pháp cho doanh nghiệp:.....	
54	
4.1. Tổ chức lại sản xuất	
4.2. Đầu tư đổi mới công nghệ	
4.3. Đào tạo cán bộ kinh doanh xuất nhập khẩu	
<b>Kết luận.....</b>	<b>57</b>
<b>Danh mục tài liệu tham khảo.....</b>	<b>58</b>

---

## LỜI MỞ ĐẦU

Điện Biên vẫn là tỉnh nghèo kinh tế chậm phát triển, sản xuất hàng hoá chưa phát triển, sản xuất với quy mô nhỏ hàng hoá sức cạnh tranh thấp trên thị trường (hay nói cách khác chưa có nguồn hàng xuất khẩu). Chưa hình thành quy hoạch được các vùng sản xuất tập trung để tạo ra sản phẩm công nghiệp có quy mô khối lượng và quy mô lớn, cơ sở hạ tầng thấp kém lạc hậu chậm phát triển. Sau khi thực hiện chủ trương chia tách tỉnh chia tách tỉnh tiềm năng các mặt hàng về khai thác khoáng sản quặng các loại như đồng, chì, đá đen ... tập trung chủ yếu ở tỉnh Lai Châu. Các cửa khẩu của tỉnh xa các thị trường và vùng sản xuất lớn ở trong nước giao thông đi lại khó khăn, cửa khẩu của tỉnh sức thu hút và cạnh tranh kém hơn so với các cửa khẩu khác trong khu vực các tỉnh biên giới phía Bắc mặt khác lại ra đời sau khi các cửa khẩu trong khu vực đã đi vào hoạt động trong thời gian dài, lượng hàng hoá xuất nhập khẩu đã tương đối ổn định. Tổ chức sản xuất hàng xuất khẩu của các tổ chức, doanh nghiệp và nhân dân của tỉnh chưa được quan tâm và chưa có chuyển biến tích cực đặc biệt quy hoạch vùng sản xuất hàng nông sản xuất khẩu đến nay hầu hết các mặt hàng chủ lực theo Nghị quyết của tỉnh chưa tổ chức sản xuất và xuất khẩu. Các sở, ban, ngành huyện, thị và các doanh nghiệp đã được phân công trách nhiệm trong việc xây dựng các quy hoạch, dự án được chỉ định trong chương trình tổ chức triển khai xây dựng quy hoạch, kế hoạch, dự án theo Nghị quyết 37/2003/NQ-HĐ ngày 20/1/2003 của HĐND tỉnh đến nay triển khai còn chậm chưa có giải pháp, biện pháp cụ thể nhằm thúc đẩy sản xuất hàng

---

xuất khẩu của địa phương. Công tác quản lý nhà nước về hoạt động XNK còn nhiều bất cập chưa ban hành được các chính sách của địa phương về hoạt động XNK như hỗ trợ về vốn, ưu đãi về đất, thuế, thưởng sản xuất và xuất khẩu, chính sách hỗ trợ sản xuất hàng xuất khẩu ... Các ngành, huyện, thị quản lý chưa có giải pháp, biện pháp cụ thể nhằm thúc đẩy sản xuất hàng xuất khẩu của địa phương. Quy hoạch khu kinh tế cửa khẩu Tây trang đã được phê duyệt song tiến độ triển khai tổ chức thực hiện xây dựng đầu tư vào các hạng mục công trình còn chậm. Các DN và thương nhân tham gia hoạt động kinh doanh XNK của tỉnh mới chủ yếu buôn bán nhỏ nhất thời, chưa năng động và tạo ra được bạn hàng và thị trường hợp tác lâu dài và quan tâm đến hoạt động XNK. Tổ chức sản xuất hàng xuất khẩu của các tổ chức, doanh nghiệp chưa được quan tâm. Công tác thông tin xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường bạn hàng xuất khẩu hàng hoá của các doanh nghiệp trong tỉnh tham gia hội chợ, triển lãm, quảng bá còn rất hạn chế. Xuất phát từ những đặc điểm đó là một sinh viên chuyên ngành thương mại quốc tế em quyết định chọn đề tài: "*Một số giải pháp nhằm xúc tiến hoạt động xuất khẩu hàng hoá qua biên giới tỉnh Điện Biên của sở Thương mại - Du lịch Điện Biên*". Qua đề tài em muốn hiểu biết nhiều hơn về tình hình xuất nhập khẩu hàng hoá của địa phương từ đó tích lũy kiến thức phục vụ cho công tác sau này, đồng thời trong phạm vi hiểu biết của mình đưa ra một số giải pháp với mục đích đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá cũng như sự phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Đề tài của em được chia thành 3 chương, chương I: Cơ sở lý luận của đề tài trình bày một số khái niệm và ý nghĩa của hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá với sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Điện Biên, chương II: thực trạng xúc tiến xuất khẩu qua biên giới tỉnh Điện Biên, chương III: một số giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của tỉnh Điện Biên. Trong quá trình thực hiện đề tài, do thời gian và trình độ hiểu biết thực tiễn còn hạn

---

chế nên đề tài của em chắc chắn không tránh khỏi những khiếm khuyết, em mong nhận được sự chỉ bảo tận tình của cô giáo để đề tài của em hoàn thiện hơn. Em xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của cô giáo Thạc sĩ Dương Thị Ngân đã giúp đỡ em thực hiện thành công đề tài này.

## **CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA ĐỀ TÀI**

### **I. Một số vấn đề lý luận về xúc tiến hoạt động xuất khẩu:**

#### *1. Khái niệm xúc tiến:*

Có nhiều định nghĩa khác nhau về xúc tiến, trong luật thương mại hoạt động xúc tiến được hiểu là hoạt động nhằm tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội mua bán hàng hoá và cung ứng dịch vụ thương mại.

Từ định nghĩa trên đây có thể suy rộng ra xúc tiến xuất khẩu là hoạt động nhằm tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ ra nước ngoài.

#### *2. Các hoạt động xúc tiến xuất khẩu:*

##### *\* Nhóm vi mô:*

- Thu thập thông tin về thị trường xuất khẩu hàng hoá, đây là hoạt động đầu tiên rất quan trọng vì chỉ khi biết được nhu cầu thị trường, giá cả hàng hoá ở thị trường, các thông tin về doanh nghiệp trên thị trường xuất khẩu ta mới có thể đưa ra chiến lược mặt hàng có khả năng cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu. Có thể thu thập thông tin theo 2 cách, thông qua nghiên cứu tài liệu sách báo, internet, cách này có ưu điểm thu thập được thông tin nhanh chóng tại chỗ, không tiêu tốn nhiều tiền song nó có nhược điểm là thông tin thu được không cập nhật, thường là những thông tin cũ. Cách thứ hai là thông qua nghiên cứu trực tiếp thị trường, có thể sử dụng bảng câu hỏi để thu thập thông tin cần thiết bằng cách này có thể thu thập thông tin mới

---

nhất theo ý muốn chủ quan song nó có nhược điểm là phải đến tận hiện trường để thu thập, chi phí cho cách thức này lớn hơn rất nhiều so với cách thứ nhất và tiêu tốn thời gian để xây dựng bảng hỏi hiệu quả.

- Tham gia các hội chợ quốc tế để có thể tiếp thị sản phẩm hàng hoá của mình đến khách hàng nước ngoài và có cơ hội ký kết các hợp đồng xuất khẩu sang những thị trường mới. Hoạt động này có ưu điểm là cơ hội giới thiệu sản phẩm đến các đối tác và người tiêu dùng cao, có điều kiện để giới thiệu trực tiếp về các đặc tính của sản phẩm, nhược điểm của hoạt động này là kinh phí để tham dự một hội chợ lớn, thủ tục xuất hàng tham gia hội chợ triển lãm quốc tế cần có thời gian, các doanh nghiệp phải chuẩn bị kỹ càng nhân lực để tham gia, hơn nữa để đăng ký được một gian hàng trong hội chợ quốc tế được tổ chức theo định kỳ không dễ dàng.

- Tổ chức các cuộc hội thảo khoa học nhằm bàn bạc tìm ra những biện pháp hiệu quả để tăng xuất khẩu hàng hoá. Hoạt động này có ưu điểm là có thể giải đáp luôn những thắc mắc của các doanh nghiệp và tạo điều kiện để các doanh nghiệp có thể trao đổi kinh nghiệm trong kinh doanh xuất nhập khẩu, đồng thời có thể tham khảo nhiều ý kiến từ các chuyên gia, song hoạt động này cần có thời gian để chuẩn bị tài liệu để tổ chức hội thảo một cách hiệu quả, mặt khác kinh phí cho hội thảo cao.

- Mở các văn phòng đại diện ở nước ngoài để tạo đầu mối phân phối sản phẩm, thực hiện những giao dịch thương mại với thị trường nước ngoài một cách thuận tiện hơn, đồng thời tạo được niềm tin, sự yên tâm trên thị trường xuất khẩu. Hoạt động của văn phòng đại diện có ưu điểm là có thể nắm bắt nhu cầu của khách hàng một cách nhanh nhất, song hoạt động này chỉ thích hợp với những công ty có quy mô tương đối lớn mới có điều kiện mở văn phòng đại diện ở nước ngoài.

- Thương mại điện tử: Đây là công cụ xúc tiến được sử dụng nhiều nhất hiện nay với chi phí rẻ và tầm ảnh hưởng rộng khắp thế giới, tuy nhiên



---

trong thời đại tràn ngập thông tin hiện nay để các đối tác chú ý đến mình không phải là dễ, thư điện tử bị xóa do chủ quan hay khách quan trước khi được đọc là chuyện thường ngày vẫn hay diễn ra.

*\* Nhóm vĩ mô:*

- Chính sách xuất nhập khẩu, việc quy định các mặt hàng xuất nhập khẩu có hoặc không có điều kiện ảnh hưởng rất nhiều đến hoạt động xuất nhập khẩu của mỗi nước, khi hàng hóa nào đó được xếp vào danh mục xuất khẩu có điều kiện ví dụ như hạn ngạch, kiểm dịch,... thì kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sẽ bị hạn chế. Vì vậy chính sách xuất nhập khẩu có thể tạo ra rào cản và cũng có thể tạo ra một công cụ kích thích rất có hiệu quả trong hoạt động xuất nhập khẩu.

- Chính sách thuế - tài chính, nếu quy định mức thuế xuất nhập khẩu cao hàng xuất nhập khẩu sẽ giảm, sử dụng công cụ này có thể điều chỉnh được mức xuất nhập khẩu một cách nhanh chóng song để thay đổi một chính sách thuế cần phải có thời gian xem xét một cách kỹ lưỡng của các nhà quản lý cấp cao. Chính sách hỗ trợ về tín dụng xuất khẩu cũng tạo ra một thuận lợi lớn đối với các doanh nghiệp xuất khẩu, khi được hỗ trợ vốn các công ty có thể tạo nguồn hàng xuất khẩu ổn định hơn, đồng thời có vốn để tổ chức chế biến hàng xuất khẩu góp phần nâng cao tỷ lệ hàng chế biến trong cơ cấu hàng xuất khẩu từ đó đem lại nhiều ngoại tệ hơn.

- Chính sách hợp tác và đầu tư, với chính sách khuyến khích sản xuất hàng xuất khẩu, khuyến khích đầu tư trong và ngoài nước có thể thu hút được nguồn vốn nhân rỗi từ trong nước cũng như từ nước ngoài thông qua các doanh nghiệp liên doanh hoặc doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài. Sử dụng công cụ chính sách này có thể chủ động đưa ra các ưu đãi đối với các nhà đầu tư song với những chính sách mới việc thực hiện là rất phức tạp.

- Chính sách tiền tệ, việc điều chỉnh tỷ giá hối đoái có tác dụng nhanh chóng đối với hoạt động xuất nhập khẩu, khi tỷ giá hối đoái ở mức cao sẽ

---

kích thích xuất khẩu, khi tỷ giá hối đoái thấp sẽ hạn chế xuất khẩu. Sử dụng công cụ này có thể nhanh chóng tăng kim ngạch xuất khẩu tuy nhiên với một nước đang phát triển thì công cụ này cần được cân nhắc kỹ khi sử dụng vì nước đang phát triển nhập rất nhiều trang thiết bị từ thị trường nước ngoài vào trong nước.

## **II. Tầm quan trọng của đẩy mạnh xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới đối với sự phát triển kinh tế xã hội tỉnh Điện Biên:**

### *1. Thúc đẩy nhịp độ tăng trưởng kinh tế của tỉnh:*

Dưới tác động của giao lưu hàng hoá qua biên giới cơ cấu kinh tế tỉnh Điện Biên sẽ có sự chuyển đổi theo hướng phát triển các ngành dịch vụ, du lịch, thương mại, ngân hàng, vận tải, bưu điện,... kích thích các ngành kinh tế phát triển theo hướng thị trường, tăng nhanh các sản phẩm công nghiệp, nông lâm nghiệp phục vụ cho sản xuất.

Sự phát triển hoạt động xuất nhập khẩu qua biên giới cùng với sự phân công lao động và thương mại nội địa sẽ tạo ra những đầu mối quan trọng về luồng hàng hoá, tiền tệ và giao thông. Đồng thời sự phát triển của hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới sẽ làm hình thành các trung tâm thương mại quốc tế, các trung tâm xúc tiến thương mại.

Hiện nay hoạt động xuất nhập khẩu qua biên giới của tỉnh Điện Biên mới chỉ là những thương vụ nhỏ lẻ chủ yếu do thương nhân địa phương thực hiện. Khi hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới được đẩy mạnh hàng hoá lưu thông sẽ diễn ra với khối lượng lớn hơn và thường xuyên hơn từ đó sẽ làm hình thành nhiều dịch vụ hỗ trợ như dịch vụ vận tải, kho hàng, ngân hàng, khách sạn nhà hàng,... Sự hình thành nhiều ngành nghề mới sẽ tác động tới nhịp độ tăng trưởng kinh tế của tỉnh theo hướng ngày càng phát triển vững chắc.

### *2. Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế:*

---

Giao lưu hàng hoá qua biên giới tác động đến nhiều mặt đời sống xã hội của tỉnh Điện Biên, tạo điều kiện để tỉnh đạt được các mục tiêu kinh tế xã hội. Cơ cấu kinh tế của tỉnh hiện nay nông nghiệp vẫn chiếm tỷ trọng lớn, với sự phát triển của hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới sẽ thúc đẩy cơ cấu kinh tế của tỉnh chuyển dịch theo hướng nâng cao tỷ trọng ngành dịch vụ. Việc tăng cường hoạt động xuất nhập khẩu sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ những hàng hoá mà tỉnh đang khó khăn trong việc tìm đầu ra cho sản phẩm, bên cạnh đó cũng có thể nhập về những hàng hoá phục vụ cho sản xuất và tiêu dùng mà bên Điện Biên khan hiếm ví dụ như nguyên liệu cho chế biến gỗ xuất khẩu ta có thể nhập từ các tỉnh bắc Lào. Cùng với sự phát triển của xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới hệ thống các chợ biên giới dọc theo đường biên sẽ thu hút nhiều lao động tham gia buôn bán từ đó nâng cao tỷ trọng ngành dịch vụ trong cơ cấu kinh tế của tỉnh.

### *3. Thúc đẩy các ngành kinh tế phát triển:*

#### *3.1. Thúc đẩy sự phát triển của ngành sản xuất nông – lâm nghiệp:*

Điện Biên có đường biên giới với Trung Quốc mà đây là một nước lớn với những thành tựu đáng nể trong lĩnh vực nông nghiệp như việc tạo ra giống lúa lai có năng suất cao, có nhiều kinh nghiệm trong khôi phục rừng. Những thành tựu đó của nền nông nghiệp Trung Quốc là một cơ hội tốt để Điện Biên phát triển ngành nông nghiệp, hiện nay có nhiều giống nông nghiệp của họ đã được áp dụng tại Điện Biên như giống lúa lai, các loại giống rau,...Nhiều loại vật tư phục vụ cho nông nghiệp như máy bơm, thức ăn gia súc, gia cầm, thuốc thú y và nhiều loại vật tư khác. Vì vậy tỉnh cần phải có chiến lược hợp tác lâu dài với Trung Quốc trong lĩnh vực này.

#### *3.2. Thúc đẩy sự phát triển các ngành công nghiệp và xây dựng:*

Trung Quốc có thể mạnh về các loại máy móc vì thế đây là điều kiện thuận lợi cho sự phát triển công nghiệp của tỉnh đặc biệt là trong lĩnh vực

---

khai khoáng, công nghiệp chế biến nông sản xuất khẩu và chế biến thức ăn gia súc. Tuy chất lượng máy móc thiết bị của Trung Quốc hiện nay còn có nhiều dư luận không tốt xong nếu nhận xét một cách khách quan và tính toán đến hiệu quả kinh tế khi sử dụng thì tính khả thi khi nhập máy móc thiết bị từ nước này vào Điện Biên là rất lớn vì điều kiện kinh tế xã hội của tỉnh còn nhiều khó khăn.

### *3.3. Thúc đẩy sự phát triển cơ sở hạ tầng vùng biên giới:*

Hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới phát triển sẽ kéo theo sự phát triển của nhiều ngành đặc biệt là xây dựng cơ bản và giao thông vận tải. Hàng hoá chu chuyển nhiều thì hệ thống đường giao thông sẽ được đầu tư mở rộng, hệ thống chợ biên giới sẽ được đầu tư xây mới hoặc nâng cấp và kéo theo đó là sự hình thành các kho hàng ở các cửa khẩu, khu kinh tế cửa khẩu từ đó cũng sẽ được đầu tư với cơ sở vật chất khang trang hơn.

### *3.4. Thúc đẩy hoạt động du lịch phát triển:*

Khi xuất khẩu hàng hoá được đẩy mạnh các thủ tục xuất nhập khẩu xuất nhập cảnh có nhu cầu phải đơn giản hoá khi đó việc đi lại qua đường biên giới sẽ dễ dàng hơn từ đó tạo ra sức hút với khách du lịch từ nước bạn sang thăm quan và nghỉ mát.

### *4. Cải thiện, nâng cao đời sống nhân dân các dân tộc trong tỉnh:*

Phát triển các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới tạo ra nhiều ngành nghề mới góp phần giải quyết việc làm, tạo ra thu nhập nhiều hơn cho nhân dân. Một mặt nhân dân có thể tiêu thụ được hàng hoá mà mình sản xuất ra mặt khác có thể tiêu dùng những hàng hoá được sản xuất từ nước bạn với lợi ích kinh tế cao hơn so với tiêu dùng hàng hoá từ trong nước sản xuất ở một số mặt hàng. Cùng với sự phát triển của cơ sở hạ tầng vùng biên giới như giao thông vận tải, thông tin liên lạc tạo ra điều kiện cho nhân dân các vùng giao lưu hàng hoá một cách thuận tiện hơn, sống

---

phát thanh truyền hình vươn tới những vùng biên tạo cho nhân dân đời sống tinh thần tốt hơn.

*5. Tăng cường hợp tác với các nước:*

Sự phát triển của hoạt động xuất nhập khẩu thông qua các cửa khẩu biên giới có ý nghĩa hết sức quan trọng đối với sự giao lưu kinh tế văn hoá giữa tỉnh Điện Biên với các tỉnh bắc Lào và Trung Quốc. Các văn bản hợp tác và các văn phòng đại diện của mỗi bên nằm ở nước bạn cũng như sự qua lại buôn bán của nhân dân dọc theo vùng biên giới của mỗi nước tạo ra sự giao lưu học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau của các bên.

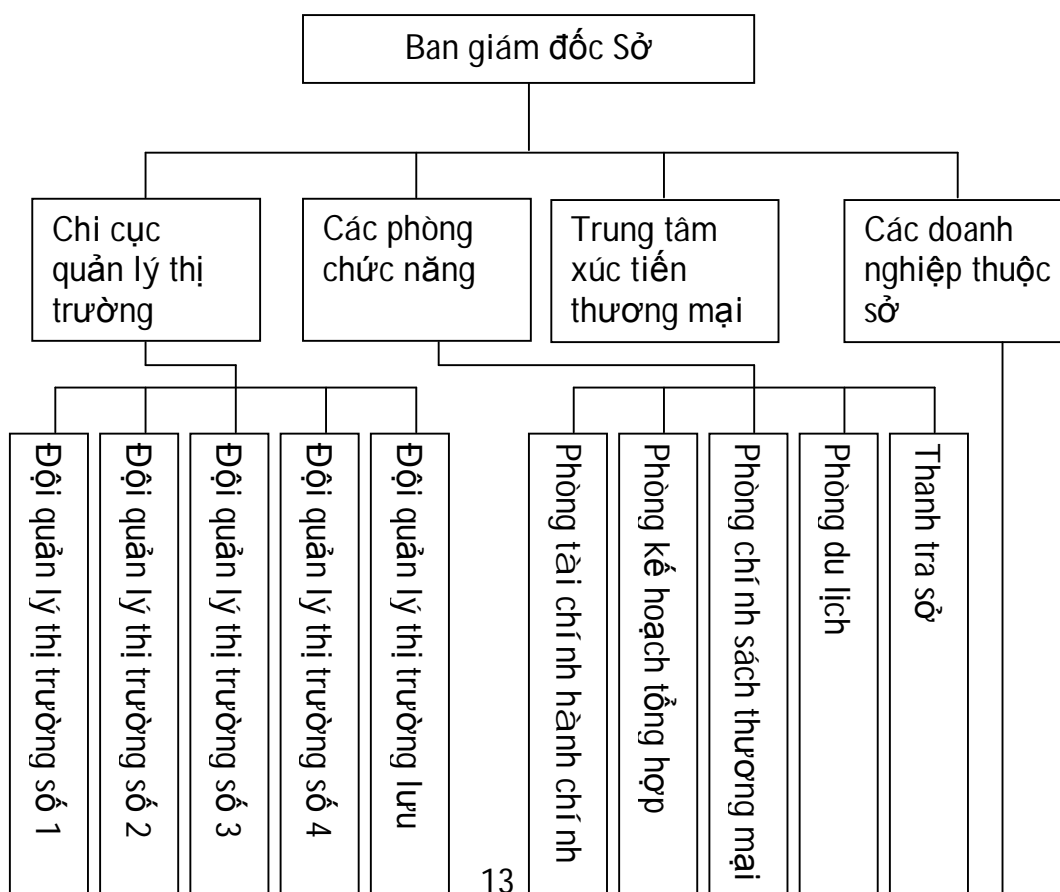
## **CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG XÚC TIẾN XUẤT KHẨU QUA BIÊN GIỚI TỈNH ĐIỆN BIÊN**

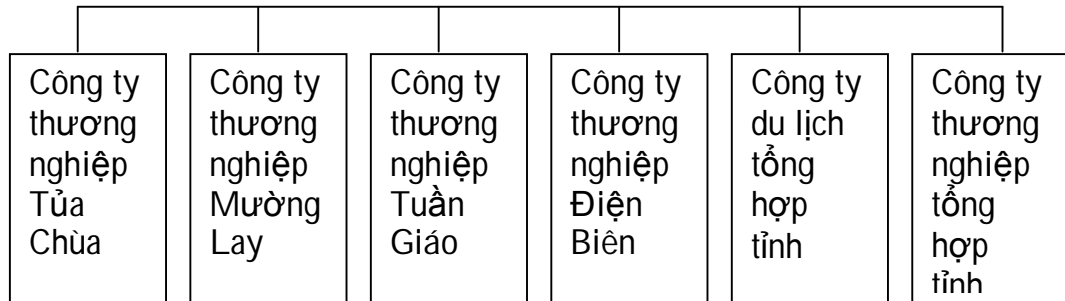
### **I. Khái quát về sở thương mại - du lịch Điện Biên:**

*1. Quá trình hình thành và phát triển*

Sở thương mại- du lịch Điện Biên trước đây là sở thương mại- du lịch Lai Châu được chính thức thành lập từ năm 1963 khi tỉnh Lai Châu được tách ra từ khu tự trị Tây bắc và tái thành lập tỉnh Lai Châu. Trải qua 41 năm hình thành và phát triển đến đầu năm 2004 do yêu cầu quản lý tỉnh Lai Châu được tách ra thành hai tỉnh Lai Châu và Điện Biên, từ đây sở thương mại và du lịch Điện Biên cũng chính thức được thành lập với 66 cán bộ công chức viên chức, cơ cấu bộ máy tổ chức của sở thương mại - du lịch Điện Biên bao gồm một giám đốc, một phó giám đốc, một chi cục, một

trung tâm xúc tiến, 5 phòng chức năng và các doanh nghiệp trực thuộc, cơ cấu bộ máy của sở được thể hiện rõ hơn qua sơ đồ 1.





*Sơ đồ 1: Cơ cấu bộ máy tổ chức của sở thương mại- du lịch Điện Biên*

**2. Các lĩnh vực hoạt động của sở thương mại-du lịch Điện Biên:**

- Sở thương mại và du lịch Điện Biên có chức năng tham mưu và giúp UBND tỉnh Điện Biên quản lý nhà nước về thương mại và dịch vụ thương mại trên địa bàn tỉnh bao gồm các lĩnh vực lưu thông hàng hóa trong nước và xuất khẩu, nhập khẩu; xúc tiến thương mại; cạnh tranh, chống độc quyền, chống bán phá giá; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; quản lý thị trường; hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế; quản lý nhà nước về các hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh theo quy định của pháp luật.
- Thực hiện các quy định của Tổng cục du lịch và các bộ, ngành có liên quan về quản lý nhà nước các hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh.
- Trình UBND tỉnh ban hành các quyết định, chỉ thị về các lĩnh vực quản lý nhà nước của Sở theo quy định của pháp luật.

- 
- Trình UBND tỉnh phê duyệt quy hoạch phát triển, kế hoạch năm năm và hàng năm, các chương trình, dự án về các lĩnh vực quan trọng thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Sở phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế xã hội của địa phương.
  - Tổ chức chỉ đạo, kiểm tra đánh giá và tổng hợp tình hình thực hiện các văn bản quy định của pháp luật, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án về thương mại đã được phê duyệt; thông tin, tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật về các lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý nhà nước về thương mại của Sở.
  - Thực hiện việc đăng ký thành lập văn phòng đại diện, chi nhánh ở nước ngoài cho thương nhân hoạt động có trụ sở chính trên địa bàn tỉnh, thực hiện đăng ký hoạt động theo đăng ký của văn phòng đại diện, chi nhánh của thương nhân nước ngoài trên địa bàn tỉnh theo quy định của pháp luật.
  - Quản lý lưu thông hàng hóa trong nước:
    - + Tổ chức, hướng dẫn, kiểm tra thực hiện các cơ chế, chính sách lưu thông hàng hóa và dịch vụ thương mại bao gồm: chính sách mặt hàng, chính sách thương nhân, chính sách thương mại đối với miền núi, dân tộc...; kiểm tra theo dõi diễn biến thị trường, cung cấp thông tin và đề xuất giải pháp điều tiết lưu thông hàng hóa trong từng thời kỳ, bảo đảm cân đối cung cầu và ổn định giá cả, thị trường phát triển lành mạnh, phục vụ đời sống nhân dân địa phương.
    - + Xây dựng trình UBND tỉnh phê duyệt các quy hoạch, cơ chế, chính sách phát triển mạng lưới kết cấu hạ tầng thương mại gồm: các loại hình chợ, các trung tâm thương mại, hệ thống các siêu thị, hệ thống cửa hàng kinh doanh xăng dầu, hợp tác xã thương mại, dịch vụ thương mại, hệ thống đại lý thương mại và các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại khác; hướng dẫn thực hiện khi được cấp thẩm quyền phê duyệt.



---

+ Xây dựng và trình UBND tỉnh phê duyệt cơ chế, chính sách thương nhân thuộc mọi thành phần kinh tế mở rộng mạng lưới kinh doanh, phát triển các mối quan hệ kinh tế trong quá trình lưu thông, giữa lưu thông với sản xuất, hình thành các kênh lưu thông hàng hóa ổn định từ sản xuất đến tiêu dùng ở địa phương.

+ Tổng hợp và xử lý các thông tin về thị trường trên địa bàn tỉnh về tổng mức lưu chuyển hàng hóa, tổng cung, tổng cầu, mức dự trữ lưu thông và biến động giá cả của các mặt hàng thiết yếu, các mặt hàng chính sách đối với đồng bào miền núi.

+ Tổ chức và quản lý việc cấp các loại giấy phép chứng nhận về hàng hóa lưu thông trong nước, dịch vụ thương mại và các hoạt động kinh doanh thương mại của các thương nhân trên địa bàn tỉnh theo quy định của pháp luật.

- Quản lý xuất khẩu, nhập khẩu:

+ Hướng dẫn và kiểm tra việc thực hiện các cơ chế, chính sách về xuất nhập khẩu hàng hóa và buôn bán qua biên giới của thương nhân trên địa bàn tỉnh.

+ Duyệt kế hoạch xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trên địa bàn tỉnh theo sự ủy quyền của bộ thương mại.

+ Theo dõi, tổng hợp, báo cáo tình hình thực hiện và kiến nghị sửa đổi cơ chế chính sách xuất nhập khẩu cho phù hợp.

- Xúc tiến thương mại:

+ Xây dựng và trình UBND tỉnh phê duyệt quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án, đề án, cơ chế chính sách về xúc tiến thương mại, xây dựng và phát triển thương hiệu hàng Việt Nam trên địa bàn tỉnh, chỉ đạo, hướng dẫn tổ chức thực hiện khi được ban hành.

+ Xem xét, giải quyết việc thương nhân tổ chức hoạt động khuyến mại dưới các hình thức theo quy định; thực hiện việc đăng ký tổ chức hội chợ,

---

triển lãm thương mại cho các thương nhân sản xuất, kinh doanh trực tiếp tổ chức hội chợ trên địa bàn tỉnh; duyệt kế hoạch tổ chức hội chợ, triển lãm trên địa bàn tỉnh cho thương nhân kinh doanh dịch vụ hội chợ, triển lãm thương mại.

+ Thu thập, tổng hợp, xử lý và cung cấp các thông tin thương mại phục vụ cho các cơ quan quản lý và doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh.

- Giám sát, kiểm tra và xử lý các vi phạm pháp luật trong việc thực hiện các quy định về quảng cáo thương mại, hội chợ, triển lãm thương mại, khuyến mại, giới thiệu hàng hóa trên địa bàn tỉnh.

- Về cạnh tranh, chống độc quyền, chống bán phá giá và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng:

+ Trình UBND tỉnh phê duyệt các chương trình, kế hoạch thực hiện các quy định của pháp luật nhằm đảm bảo môi trường cạnh tranh lành mạnh, bảo vệ người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh; hướng dẫn, tổ chức và kiểm tra thực hiện khi được phê duyệt.

+ Phát hiện và kiến nghị với các cơ quan liên quan sửa đổi và bổ sung theo thẩm quyền về những văn bản đã được ban hành có nội dung không phù hợp với quy định của pháp luật cạnh tranh, gây hạn chế hoặc tạo sự phân biệt đối xử trong kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

+ Phối hợp với các cơ quan liên quan thanh tra, kiểm tra, điều tra, xử lý vi phạm trong việc thi hành các quy định về cạnh tranh trong kinh doanh, thực hiện kiểm soát độc quyền trong kinh doanh, các biện pháp tự vệ, chống bán phá giá, chống trợ cấp trên địa bàn tỉnh.

+ Được yêu cầu các tổ chức, cá nhân trong tỉnh cung cấp thông tin, tài liệu phục vụ cho việc thực hiện nhiệm vụ được giao.

- Về quản lý thị trường:

+ Thống nhất chỉ đạo công tác quản lý thị trường trên địa bàn tỉnh.

---

+ Trình UBND tỉnh phê duyệt chương trình, kế hoạch về kiểm tra kiểm soát thị trường, đấu tranh chống buôn lậu, bán hàng nhập lậu, hàng cấm, chống sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng vi phạm quy định sở hữu trí tuệ, chống hành vi đầu cơ, lũng đoạn thị trường, gian lận thương mại và các hành vi khác vi phạm pháp luật về thương mại của các tổ chức cá nhân kinh doanh trên địa bàn tỉnh; chỉ đạo Chi cục Quản lý thị trường thực hiện khi được ban hành.

+ Thanh tra kiểm tra hoạt động của lực lượng quản lý thị trường thuộc Sở; tiếp nhận và giải quyết các đơn thư khiếu nại, tố cáo liên quan đến hoạt động kiểm tra, xử lý vi phạm của công chức quản lý thị trường theo quy định của pháp luật.

- Về hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế:

+ Trình UBND tỉnh các văn bản hướng dẫn thực hiện cơ chế chính sách về hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế.

+ Căn cứ chương trình, kế hoạch quốc gia và tình hình thực tế địa phương xây dựng và trình UBND tỉnh phê duyệt chương trình, kế hoạch của tỉnh về hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế.

+ Phổ biến, tuyên truyền, hướng dẫn thực hiện chương trình, kế hoạch và các quy định về hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế.

- Hướng dẫn, kiểm tra việc thực hiện các dịch vụ công thuộc các lĩnh vực quản lý của Sở; chịu trách nhiệm về các dịch vụ công do Sở tổ chức thực hiện.

- Giúp UBND tỉnh quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế tập thể và tư nhân, các hội và các tổ chức phi chính phủ hoạt động trong các lĩnh vực quản lý của Sở theo quy định của pháp luật.

- 
- Tổ chức nghiên cứu, ứng dụng các tiến bộ khoa học, công nghệ, bảo vệ môi trường; thực hiện hợp tác quốc tế; xây dựng hệ thống thông tin, lưu trữ tư liệu về các lĩnh vực hoạt động của Sở theo quy định của pháp luật.
  - Giúp UBND tỉnh chỉ đạo hướng dẫn UBND huyện, thị xã, thành phố trực thuộc tỉnh thực hiện nhiệm vụ quản lý nhà nước về ngành thương mại và du lịch.
  - Thanh tra, kiểm tra việc thi hành pháp luật, giải quyết khiếu nại, tố cáo, chống tham nhũng, tiêu cực và xử lý các vi phạm pháp luật về các lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý của Sở theo quy định của pháp luật.
  - Báo cáo định kỳ 6 tháng, 01 năm hoặc đột xuất tình hình thực hiện lĩnh vực được phân công cho UBND tỉnh, Bộ Thương mại và các cơ quan có thẩm quyền theo quy định của pháp luật.
  - Quản lý tổ chức bộ máy, biên chế, thực hiện chế độ tiền lương và các chính sách, chế độ đãi ngộ, khen thưởng, kỷ luật cán bộ, viên chức theo quy định của pháp luật và phân cấp của UBND tỉnh; tổ chức đào tạo, bồi dưỡng về chuyên môn nghiệp vụ và phát triển nguồn nhân lực của ngành thương mại địa phương.
  - Quản lý tài chính, tài sản được giao và tổ chức thực hiện ngân sách được phân bổ theo quy định của pháp luật và phân cấp của UBND tỉnh
  - Thực hiện một số nhiệm vụ, quyền hạn khác theo sự phân công và ủy quyền của UBND tỉnh.

## **II. Tình hình xuất khẩu hàng hoá qua biên giới tỉnh Điện Biên giai đoạn 2002-2004:**

### *1. Kim ngạch xuất khẩu theo địa lý:*

*Bảng 2.1: Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá trên địa bàn tỉnh Điện Biên giai đoạn 2002-2004*

Đơn vị: ngàn USD

Chỉ tiêu	Năm					
	2002	Tỷ trọng	2003	Tỷ trọng	2004	Tỷ trọng
Tổng kim ngạch xuất khẩu	19.270,558	100%	49.216,2	100%	787	100%
-Xuất khẩu do địa phương thực hiện	2.041,389	10,59%	824	1,67%	423	53,75%
- Tỉnh khác xuất khẩu	17.229,169	89,41%	48392.2	98,33%	364	46,25%

*Nguồn: Sở Thương mại – Du lịch Điện Biên*

*Bảng 2.2. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của tỉnh Điện Biên giai đoạn 2002 – 2004*

Đơn vị: ngàn USD

Chỉ tiêu	Năm					
	2002	Tỷ trọng	2003	Tỷ trọng	2004	Tỷ trọng
Kim ngạch xuất khẩu	2.041,389	100%	824	100%	423	100%
- Doanh nghiệp nhà nước xuất khẩu	376,232	18,43%	135	16,38%	221,2	52,3%
- Các thành phần kinh tế khác	1.665,157	81,57%	689	83,62%	201,8	47,7%

*Nguồn: Sở Thương mại – Du lịch Điện Biên*

- Năm 2002 tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá trên địa bàn tỉnh đạt 19.270,5858 ngàn USD trong đó xuất khẩu của địa phương đạt 2.041,389 ngàn USD chiếm 10,59% tổng kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn tỉnh.

Doanh nghiệp nhà nước xuất khẩu đạt 376,232 ngàn USD chiếm 18,43% tổng giá trị hàng hoá xuất khẩu của tỉnh.

---

Các thành phần kinh tế khác xuất khẩu đạt 1.665,157 ngàn USD chiếm 81,57%.

Xem xét cơ cấu xuất khẩu trên địa bàn tỉnh Điện Biên năm 2002 ta có thể thấy kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn còn rất nhỏ. Tỷ trọng hàng hoá xuất khẩu của địa phương chiếm 10,59% trong tổng kim ngạch xuất khẩu cho thấy hàng hoá do tỉnh tự sản xuất và xuất khẩu còn ít, chủ yếu hàng hoá xuất khẩu trên địa bàn tỉnh được sản xuất từ tỉnh khác trong nước được xuất qua cửa khẩu của tỉnh sang các nước Lào và Trung Quốc.

Xuất khẩu của thành phần kinh tế nhà nước chiếm 18,43%, xuất khẩu của các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh chiếm 81,57% cho thấy 2 điều. Thứ nhất chứng tỏ cơ chế thị trường thông thoáng tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển của thành phần kinh tế cá thể, hợp tác xã. Thứ hai cho thấy sự yếu kém của doanh nghiệp nhà nước trong xuất khẩu hàng hoá, sở dĩ có thể nói như vậy vì ở Điện Biên việc xuất khẩu hàng hoá do các doanh nghiệp nhà nước đóng vai trò chủ đạo, các doanh nghiệp nhà nước thường được giao chỉ tiêu xuất khẩu với quy mô lớn và thường xuyên, còn các thành phần kinh tế khác chỉ thực hiện những thương vụ nhỏ lẻ mang tính chất thời vụ do thiếu vốn và không có điều kiện tìm hiểu thông tin thị trường như các doanh nghiệp nhà nước. Tuy nhiên số doanh nghiệp nhà nước trên địa bàn tỉnh không lớn do đó kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp nhà nước trong cơ cấu xuất khẩu hàng hoá của tỉnh thường không lớn.

Qua bảng 2.3 dưới đây ta có thể thấy mức độ hoàn thành kế hoạch xuất khẩu hàng hoá của doanh nghiệp nhà nước là rất thấp, có một mặt hàng duy nhất vượt kế hoạch là hàng bách hoá. Điều này cho thấy rõ hơn sự yếu kém của hàng hoá địa phương vì hàng bách hoá chủ yếu là hàng sản xuất từ các tỉnh thành khác trong nước được công ty nhập về rồi đem xuất khẩu sang

nước bạn. Các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh chủ yếu xuất các mặt hàng tiêu dùng như: thuốc lá, bánh kẹo, thuốc lá,...

*Bảng 2.3: Thực hiện xuất khẩu năm 2002 của công ty xuất nhập khẩu tổng hợp tỉnh Điện Biên*

Mặt hàng xuất khẩu	đơn vị	Kế hoạch	Thực hiện	So kế hoạch
Song mây	1000Đ	6000	2000	33,3%
Sản phẩm gỗ	m <sup>3</sup>	300	91,8	30,6%
Sa nhân	Tấn	40	26	65%
Quặng	Tấn	200	14,2	7,1%
Hàng bách hoá	1000USD	100	130,14	130,1%

*Nguồn: Sở Thương mại – Du lịch Điện Biên*

Tuy nhiên hoạt động xuất nhập khẩu của tỉnh trong năm 2002 đã đạt kết quả khá cao so với những năm trước đây do có sự tác động tích cực của quyết định 17/2001/QĐ-TTG tháng 12/2001 của thủ tướng chính phủ cho phép Lai Châu áp dụng chính sách khu kinh tế cửa khẩu đối với hai cửa khẩu Tây Trang và Ma Lù Thàng. Tạo điều kiện cho hai cửa khẩu của tỉnh phát triển hoạt động xuất nhập khẩu một cách sôi động. Mặt khác do sự thay đổi của chính sách xuất nhập khẩu Trung Quốc đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp của Việt Nam xuất khẩu hàng hoá. Năm 2002 hàng hoá xuất khẩu qua 2 cửa khẩu Tây Trang và Ma Lù Thàng tăng 300% so với thực hiện năm 2001.

- Năm 2003 tổng kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn tỉnh đạt 49.261,2 ngàn USD so với năm 2002 tăng 2,55 lần. Trong đó xuất khẩu của địa phương đạt 824 ngàn USD đạt 2,96% so với kế hoạch tỉnh giao ( 2.500 ngàn USD) và chỉ chiếm 1,67% tổng kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn tỉnh so với thực hiện năm 2002 chỉ đạt 40%. Xuất khẩu của thành phần kinh tế nhà nước đạt 135 ngàn USD chỉ đạt 19,28% kế hoạch, bằng 36,67% so với thực hiện

---

năm 2002 và bằng 16,38% kim ngạch xuất khẩu của tỉnh. Xuất khẩu của các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh đạt 689 ngàn USD bằng 83,62% kim ngạch xuất khẩu của tỉnh bằng 4,14% so với thực hiện năm 2002.

Như vậy năm 2003 tổng kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn tỉnh có mức tăng đột phá 2,5 lần song kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của tỉnh đều không đạt được kế hoạch và so với thực hiện năm 2002 đều kém hơn rất nhiều. Hàng hoá xuất khẩu trên địa bàn tỉnh tăng là do chính sách thông thoáng của khu kinh tế cửa khẩu phát huy làm cho hoạt động buôn bán hàng hoá qua cửa khẩu diễn ra ngày càng sôi động còn kim ngạch xuất khẩu của tỉnh đạt ở mức thấp do những nguyên nhân chủ yếu sau:

- Các doanh nghiệp và thương nhân tham gia hoạt động xuất nhập khẩu của tỉnh mới chủ yếu buôn bán nhỏ nhất thời, chưa năng động và tạo ra được bạn hàng và thị trường lâu dài.
- Tổ chức sản xuất hàng hoá xuất khẩu của các tổ chức, doanh nghiệp và nhân dân chưa được quan tâm, hầu hết các mặt hàng chủ lực theo nghị quyết của tỉnh chưa được xuất khẩu.
- Chỉ tiêu kế hoạch xuất nhập khẩu chưa được giao đến tận doanh nghiệp.
- Công tác thông tin xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường, bạn hàng xuất khẩu hàng hoá tham gia hội chợ, triển lãm quảng bá còn hạn chế.
- Công tác triển khai các dự án theo nghị quyết xuất khẩu mà tỉnh đã đề ra còn rất chậm, chưa có giải pháp, biện pháp cụ thể nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của địa phương.
- Công tác quản lý nhà nước về hoạt động xuất nhập khẩu còn nhiều bất cập chưa ban hành được các chính sách của địa phương về hoạt động xuất nhập khẩu như hỗ trợ vốn; ưu đãi về đất, thuế, thưởng xuất khẩu.
- Khu kinh tế cửa khẩu Tây Trang còn trong giai đoạn hoàn chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển khu kinh tế cửa khẩu, các chính sách về ưu đãi đầu tư, chính sách khuyến khích đầu tư sản xuất, xuất nhập khẩu hàng hoá,



---

chính sách thương mại giới đầu tư chưa được xây dựng và ban hành ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả hoạt động xuất nhập khẩu của tỉnh chưa tạo được hành lang thông thoáng để khuyến khích các doanh nghiệp và thương nhân tham gia xuất khẩu.

- Năm 2004 tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá trên địa bàn tỉnh Điện Biên đạt 787 ngàn USD so với năm 2003 bằng 1,6%. Trong đó xuất khẩu của địa phương đạt 423 ngàn USD bằng 53,75% tổng kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn tỉnh và bằng 51,33% so với thực hiện năm 2003. Xuất khẩu của doanh nghiệp nhà nước đạt 221,2 ngàn USD chiếm 52,3% tổng kim ngạch xuất khẩu của địa phương và bằng 163,85% so với thực hiện năm 2003. Xuất khẩu của thành phần kinh tế ngoài quốc doanh đạt 201,8 ngàn USD chiếm 47,7% kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của tỉnh so với thực hiện năm 2003 bằng 29,29%.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá qua địa bàn tỉnh, kim ngạch xuất khẩu của tỉnh so với thực hiện năm 2003 đạt rất thấp do tỉnh Điện Biên mới được tách ra từ tỉnh Lai Châu tiến hành hạch toán kinh tế riêng, cửa khẩu Ma Lù Thàng nay thuộc về Lai Châu là cửa khẩu quốc gia với Trung Quốc hàng hoá lưu thông qua cửa khẩu này có khối lượng lớn hơn so với cửa khẩu Tây Trang của Điện Biên. Mặt khác các mặt hàng chủ lực xuất khẩu của Điện Biên chưa được tổ chức sản xuất và xuất khẩu. Điện Biên vẫn là tỉnh nghèo điểm xuất phát thấp kinh tế chậm phát triển, sản xuất hàng hoá chưa phát triển, sản xuất với quy mô nhỏ hàng hoá sức cạnh tranh thấp trên thị trường hàng hoá xuất nhập khẩu nghèo nàn, giá trị nhỏ, sức mua thị trường các tỉnh Bắc Lào còn nhiều hạn chế. Sau khi chia tách tỉnh tiềm năng về khai thác khoáng sản quặng các loại như đồng, chì, đá đen... các mặt hàng chủ lực trong chương trình XNK như chè, thảo quả, tập trung chủ yếu ở tỉnh Lai Châu.

*2. Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá theo mặt hàng:*

*Bảng 2.4: Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của tỉnh Điện Biên giai đoạn 2002 – 2004 theo mặt hàng.*

*Đơn vị: ngàn USD*

Mặt hàng	Năm		
	2002	2003	2004
Giềng khô	25,7	1,16	-
Bông chỉt	167	54	-
Quặng các loại	2,059	0,725	-
Đá đen	23,5	35	10,638
Ngô hạt	92,82	95,41	15,644
Xà phòng	16,77	19,38	1,174
Mỳ tôm	-	-	2,85
Bánh kẹo	15,46	-	9,34
Gỗ	91,18	100	9,34
Thuốc lá	980,9	150,7	113
Hàng bách hóa khác	616	367,625	-

*Nguồn: Sở Thương mại – Du lịch Điện Biên*

- Năm 2002 mặt hàng xuất khẩu của địa phương đạt 29185 USD chiếm tỷ trọng 1,42% trong tổng giá trị hàng hoá xuất khẩu của tỉnh, các mặt hàng như ngô giống, giềng khô, bông chỉt, cỏ tóc tiên, quặng chì, đá đen, song mây. Mặt hàng khai thác từ nguồn hàng trong nước và nhập khẩu để xuất khẩu; trị giá hàng hoá xuất khẩu đạt 1.387.806 USD chiếm tỷ trọng 67,98% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh chủ yếu là các mặt hàng như: bột giặt, thuốc lá, bánh kẹo, gỗ ván sàn, san nhân, hàng bách hoá. Mặt hàng do thương nhân địa phương liên kết với các thương nhân tỉnh khác để xuất khẩu đạt 624.398 USD chiếm tỷ trọng 30,6% tổng kim ngạch xuất khẩu

hàng hoá của tỉnh chủ yếu là những mặt hàng như cao su thun khoanh, cá mực muối, hoa hòe.

- Năm 2003 mặt hàng xuất khẩu do địa phương sản xuất đạt 186.295 USD chiếm 22,6% trong tổng hàng hoá xuất khẩu của tỉnh vẫn là những mặt hàng cũ như 2002. Mặt hàng do khai thác từ trong nước và nhập khẩu để xuất khẩu đạt 67,705 ngàn USD chiếm tỷ trọng 77,4% tổng giá trị hàng hoá xuất khẩu của tỉnh cũng là những mặt hàng truyền thống như trước.

Năm 2004 các mặt hàng xuất khẩu của tỉnh không có gì mới vẫn là những mặt hàng truyền thống được khai thác từ các nguồn hàng như những năm trước. Riêng các mặt hàng như quặng, giềng khô, bông chít là những mặt hàng xuất khẩu của tỉnh Lai Châu thực hiện với thị trường Trung Quốc.

Qua bảng số liệu mặt hàng xuất khẩu thời kỳ 2002 – 2004 ta có thể thấy những mặt hàng mà tỉnh xếp vào hàng chủ lực xuất khẩu mới chỉ có một số song còn nhỏ bé về mặt lượng. Các mặt hàng mà tỉnh có thể phát huy thế mạnh là nông sản, đá đen và đồ gỗ.

### 3. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa theo thị trường:

*Bảng 2.5: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của tỉnh Điện Biên giai đoạn 2002 – 2004 theo thị trường xuất khẩu*

*Đơn vị: ngàn USD*

Thị trường	Năm					
	2002		2003		2004	
	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)
Lào	820,776	40,2	487	59	258	61
Trung Quốc	1.052,780	51,57	202	24,5	60	14
Đài Loan	90,324	4,42	100	12	83	19,6
Hàn Quốc	65,0	3,18	-	-	-	-

Thị trường khác	12,5	0,63	35	4,5	22	5,4
-----------------	------	------	----	-----	----	-----

*Nguồn: Sở Thương mại – Du lịch Điện Biên*

### 3.1. Thị trường Lào:

Thành phố Điện Biên Phủ cách cửa khẩu quốc gia Tây Trang hơn 30km, đây là thị trường chính cho xuất khẩu hàng hoá của tỉnh hiện nay, trước đây khi chưa tách tỉnh thì có cửa khẩu Ma Lù Thàng thông với Trung Quốc hàng hoá của tỉnh xuất qua cửa khẩu này là chủ yếu. Qua bảng 2.6 dưới đây ta sẽ thấy được rõ hơn những mặt hàng mà tỉnh Điện Biên đã xuất khẩu sang thị trường này trong thời gian qua.

*Bảng 2.6. Kết quả thực hiện xuất khẩu qua cửa khẩu Tây Trang giai đoạn 2002 - 2004*

Mặt hàng	đơn vị	Năm		
		2002	2003	2004
Thuốc lá	Kiện	21.187	1.458	1.610
Xà phòng	Tấn	47	38	5
Bánh kẹo	Tấn	14	60,9	8,16
Tơ tằm	Tấn	-	5	-
Hàng tiêu dùng	USD	12.372	62.538	24.892

*Nguồn: Sở Thương mại – Du lịch Điện Biên*

### 3.2. Thị trường Trung Quốc:

Thị trường Trung Quốc, trước đây khi chưa tách tỉnh đây là thị trường chủ yếu cho hàng hoá xuất khẩu của tỉnh với các hàng như quặng, lâm sản. Hiện nay tỉnh Điện Biên chỉ có cửa khẩu nhỏ giáp với Trung Quốc là cửa khẩu A Pa Chải, khối lượng hàng hoá đi qua cửa khẩu này còn chưa đáng kể.

### 3.3. Thị trường khác:

---

Thị trường khác như Đài Loan, Nhật Bản kim ngạch xuất khẩu của Điện Biên sang các thị trường này còn nhỏ bé tuy nhiên đây là những thị trường tiềm năng cho xuất khẩu các sản phẩm gỗ và bột giấy của Điện Biên. Năm 2003 những thị trường này chỉ chiếm 1% kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của tỉnh.

Như vậy thị trường chủ yếu cho xuất khẩu hàng hoá của tỉnh Điện Biên là Lào, Trung Quốc, Đài Loan là những thị trường chủ yếu cho xuất khẩu hàng hoá của tỉnh, các thị trường khác chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hoá. Thực trạng này là do sau khi tách tỉnh của khẩu biên giới chủ yếu giáp với Lào, hoạt động xuất nhập khẩu của tỉnh lại diễn ra chủ yếu là qua biên giới, các thị trường khác tỉnh chưa xuất khẩu hàng hoá một cách trực tiếp mà mới chỉ thực hiện qua trung gian do đặc thù địa lý của tỉnh nằm quá xa cảng biển nên việc xuất khẩu hàng hoá theo con đường này quả thực là rất khó cho các doanh nghiệp trong tỉnh, ngoài ra trình độ kinh doanh xuất nhập khẩu của cán bộ doanh nghiệp trong tỉnh còn hạn chế.

#### *4. Một số doanh nghiệp tham gia xuất khẩu trên địa bàn tỉnh Điện Biên:*

Các doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất nhập khẩu của tỉnh Điện Biên có thể chia theo ba nhóm, doanh nghiệp thuộc thành phần kinh tế nhà nước, doanh nghiệp tư nhân và thương nhân nhỏ.

- Doanh nghiệp nhà nước tham gia xuất khẩu gồm có: Công ty xuất nhập khẩu tổng hợp tỉnh Điện Biên, Công ty xuất nhập khẩu và dịch vụ thương mại, Công ty liên doanh đá, Công ty cây công nghiệp, Công ty khoáng sản, Công ty thương nghiệp tổng hợp tỉnh, Công ty thương nghiệp Điện Biên. Trong số những công ty này có công ty xuất nhập khẩu tổng hợp tỉnh và công ty xuất nhập khẩu và dịch vụ thương mại là hai công ty tương đối có tiềm lực trong xuất nhập khẩu hàng hoá và đóng vai trò là những đầu mối xuất nhập khẩu hàng hoá trong tỉnh, các công ty khác chủ yếu kinh doanh

---

chủ yếu hướng vào thị trường trong nước, kim ngạch hàng hoá xuất khẩu của những công ty này thường chiếm tỷ trọng nhỏ trong doanh thu kinh doanh.

- Doanh nghiệp tư nhân tham gia xuất khẩu gồm có; doanh nghiệp tư nhân Phương Oanh, doanh nghiệp tư nhân Phương Thuý, doanh nghiệp tư nhân Hồng Vân. Những doanh nghiệp này tham gia xuất khẩu với số lượng hàng hoá tương đối lớn, chủ động trong hoạt động kinh doanh về các vấn đề như vốn, mặt hàng và thị trường và họ có tiềm lực tài chính khá mạnh so với các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu của tỉnh.

- Thương nhân tham gia xuất nhập khẩu hàng hoá, những thương nhân này hầu hết là những người buôn bán nhỏ, kinh doanh theo thời vụ, vốn nhỏ, họ kinh doanh chủ yếu là mặt hàng tiêu dùng.

### **III. Thực trạng các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá qua biên giới của sở thương mại du lịch tỉnh Điện Biên.**

#### *1. Chính sách:*

Để tăng kim ngạch hàng hoá xuất khẩu qua biên giới tỉnh Điện Biên đã đưa ra những chính sách:

#### *1.1. Chính sách hợp tác quốc tế:*

UBND tỉnh Điện Biên đã ký với với các ban ngành các tỉnh Bắc Lào biên bản hội đàm và biên bản ghi nhớ theo chủ trương của bộ thương mại, sở thương mại và du lịch Điện Biên đã bàn về việc mở cặp cửa khẩu biên giới giữa xã Mường Lói huyện Điện Biên và bản Na Son huyện Viêng Khăm tỉnh Luông Pha Bang của Lào. Theo các văn bản đã ký kết chính quyền địa phương các tỉnh Bắc Lào và chính quyền tỉnh Điện Biên cam kết tạo hành lang pháp lý thông thoáng cho các doanh nghiệp cũng như thương nhân nhỏ tham gia xuất nhập khẩu hàng hoá qua các cửa khẩu giữa hai nước và hai bên đã thống nhất mở một số chợ dọc theo biên giới giữa hai nước. Với chính sách hợp tác hữu nghị hoạt động trao đổi hàng hóa qua

---

biên giới quốc gia sẽ trở nên dễ dàng hơn vì đã có hàng lang pháp lý thuận lợi, đồng thời nhân đồng thời tạo điều kiện cho nhân dân các nước có thể giao lưu học hỏi kinh nghiệm sản xuất. Khuyến khích các DN đầu tư vào công nghệ chế biến, bảo quản cho khâu sau thu hoạch để đảm bảo chất lượng giá trị của sản phẩm xuất khẩu trên thị trường tích cực chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu

### *1.2. Chính sách thu hút vốn đầu tư:*

Mặc dù luật khuyến khích đầu tư trong nước và luật đầu khuyến khích đầu tư nước ngoài tại Việt Nam đã được ban hành và có những thông tư hướng dẫn việc thi hành luật một cách cụ thể song với đặc thù của một tỉnh miền núi khả năng cạnh tranh để có những dự án đầu tư là rất kém tỉnh Điện Biên đã ban hành những chính sách ưu đãi thu hút đầu tư riêng. Nhìn chung những chính sách ưu đãi thu hút đầu tư mà tỉnh đưa đều thuộc những chính sách ưu tiên cao nhất mà luật đầu tư tại Việt Nam đưa ra ngoài những ưu tiên đó tỉnh còn đưa ra những ưu đãi riêng như chính sách thuế, chính sách đất đai. Đối với các dự án đầu tư nước ngoài trên địa bàn tỉnh sẽ được hưởng những ưu đãi:

Miễn giảm tiền thuê đất: Miễn giảm tiền thuê đất trong thời gian xây dựng cơ bản. Miễn trong 11 năm kể từ khi dự án hoàn thành xây dựng cơ bản đi vào hoạt động. Dự án trồng rừng miễn giảm 90% trong suốt thời gian thực hiện còn lại của dự án. Các dự án đầu tư vào lĩnh vực đặc biệt khuyến khích đầu tư, ngoài thời hạn miễn giảm quy định trên còn được ngân sách địa phương hỗ trợ 40% số tiền thuế thuê đất thực nộp trong suốt thời gian thực hiện còn lại của dự án.

Ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp. Các dự án thuộc đối tượng đặc biệt ưu tiên khuyến khích đầu tư được miễn 8 năm thuế thu nhập kể từ khi có thu nhập chịu thuế và được ngân sách tỉnh hỗ trợ trở lại 30% số thuế thu nhập doanh nghiệp thực nộp trong suốt thời gian thực hiện còn lại của dự

---

án. Được hoàn 100% thuế thu nhập doanh nghiệp nếu tái đầu tư trên địa bàn tỉnh, nếu chuyển lợi nhuận ra nước ngoài nhà đầu tư phải nộp 3% khoản lợi nhuận chuyển ra. Được chuyển lỗ quyết toán năm trước để trừ vào lợi nhuận chịu thuế năm tiếp theo trong thời gian tối đa 5 năm.

Tỉnh sẽ hỗ trợ bằng ngân sách cho xây dựng cơ sở hạ tầng ngoài hàng rào bao gồm đường giao thông, cấp điện, cấp thoát nước, với mức: Hỗ trợ 100% nếu dự án đầu tư tại các cụm, khu công nghiệp, du lịch tập trung được quy hoạch của tỉnh. Đối với các dự án đầu tư ngoài cụm, khu công nghiệp, du lịch tập trung của tỉnh được hỗ trợ không quá 10% tổng mức đầu tư của dự án nếu các dự án đầu tư trên địa bàn thành phố Điện Biên Phủ, các khu đô thị từ cấp V trở lên. Hỗ trợ tối đa 20% tổng mức đầu tư của dự án nếu dự án đầu tư trên các địa bàn không thuộc 2 quy định trên.

Với chính sách ưu đãi đầu tư như vậy sẽ thu hút ngày càng nhiều các dự án đầu tư của các thành phần kinh tế trong và ngoài nước tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh, từ đó nâng cao chất lượng và giá trị cho hàng hóa xuất khẩu của tỉnh Điện Biên.

### *1.3. Chính sách tạo nguồn hàng xuất khẩu:*

Tỉnh đã đưa ra chương trình quy hoạch sản xuất các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu như sản phẩm gỗ, đá, chè và cà phê. Tỉnh chủ trương đầu tư vốn vào các vùng sản xuất hàng hoá tập trung các mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Đẩy nhanh tiến độ xây dựng quy hoạch, dự án vùng sản xuất hàng hoá xuất khẩu như: chè cây cao ( Tủa chùa, Điện biên đông ), rừng nguyên liệu phục vụ nhà máy chế biến bột giấy, nhà máy ván sợi ép và măng xuất khẩu; Dự án ngô, đậu tương ( huyện Tuần giáo ), tinh bột sắn, bột giấy , dự án thăm dò và khai thác khoáng sản. Khuyến khích các DN đầu tư vào công nghệ chế biến, bảo quản cho khâu sau thu hoạch để đảm bảo chất lượng giá trị của sản phẩm xuất khẩu trên thị trường tích cực chuyên dịch cơ cấu hàng xuất khẩu. Với chính sách nguồn hàng đã đề ra tỉnh sẽ có hàng hóa



---

xuất khẩu ổn định đem lại đời sống ngày một nâng cao cho nhân dân các dân tộc trong tỉnh.

#### *1.4. Chương trình xuất khẩu hàng hoá đến 2010:*

Đại hội đảng bộ tỉnh lần X đã đưa ra nghị quyết xuất khẩu hàng hoá đến năm 2010. Phân đấu giai đoạn 2006 - 2010 đạt tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân là 30,1%/năm. Giá trị xuất khẩu đến năm 2005 tăng 11,7 lần so với năm 2000; đến năm 2010 tăng 3,66 lần so với năm 2005. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu tăng từ 0,4% năm 2000 lên 6,7% vào năm 2010 trong tổng GDP. Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu tập trung vào một số hàng nông, lâm sản, chế biến công nghiệp, dịch vụ có thế mạnh. Mặt hàng sản xuất và khai thác trong tỉnh đề xuất như: chè chế biến, thảo quả, măng, giấy để, ván sợi ép, đá đen, gạch tuynel, đất hiếm, than cốc, quặng chì, quặng ăngtimon..., khuyến khích, tạo hành lang pháp lý thông thoáng cho các mặt hàng sản xuất trong nước tham gia xuất khẩu trên địa bàn tỉnh. Thực hiện xuất khẩu lao động khi cần thiết theo luật định. Với nghị quyết này sẽ tạo điều kiện rất thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá vì các dự án sản xuất hàng xuất khẩu sẽ được ưu tiên đầu tư vốn cho hoạt động sản xuất hàng xuất khẩu, đồng thời tỉnh sẽ đưa ra nhiều chính sách ưu đãi hơn nữa đối với thu hút vốn đầu tư sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu.

#### *2. Các phương pháp xúc tiến khác:*

- Chương trình quy hoạch khu kinh tế cửa khẩu Tây Trang và trung tâm thương mại quốc tế Pom Lót đang trong quá trình triển khai thực hiện.
- Công tác thị trường: Bên cạnh việc tiếp tục củng cố và tăng cường chỗ đứng tại các thị trường đã có, tỉnh xúc tiến đẩy nhanh việc mở rộng thị trường nhằm tạo khâu đột phá về tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc, Lào, Thái Lan và các nước khác trong khu vực Đông Nam Á.

---

- Chính sách khuyến khích xuất khẩu đối với các doanh nghiệp như thường vượt kim ngạch năm trước, thường xuất khẩu sang thị trường mới,... chưa được ban hành nên không thu hút các doanh nghiệp tham gia một cách sôi động vào hoạt động xuất khẩu.

- Sở thương mại đã tổ chức một số hội chợ quốc tế và tham dự một số hội chợ như hội chợ quốc tế Đà Nẵng, hội chợ quốc tế Lai Châu, hội chợ quốc tế Luông Pha Bang.

- Sở thương mại- du lịch Điện Biên đã xây dựng được website riêng để quảng bá hình ảnh địa phương, giới thiệu tiềm năng của địa phương song còn chưa cập nhật được nhiều thông tin.

### *3. Đội ngũ tham gia công tác xúc tiến:*

Sở thương mại - du lịch Điện Biên có một trung tâm xúc tiến thương mại trực thuộc, nhìn chung cán bộ làm công tác xúc tiến số lượng còn ít, số cán bộ công tác tại trung tâm xúc tiến thương mại là 6 người, mỗi cán bộ phải kiêm nhiệm nhiều việc. Kinh nghiệm thị trong công tác xúc tiến còn hạn chế. Hơn nữa kinh phí cho hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn còn hạn hẹp. Đối với các doanh nghiệp tham gia xuất nhập khẩu công tác đầu tư vào tìm kiếm thông tin thị trường xuất khẩu hàng hóa còn nhiều bất cập, các doanh nghiệp chưa đưa hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu lên vị trí ưu tiên mà còn chú trọng vào thị trường nội địa nhiều hơn.

### *4. Năng lực kinh doanh xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp.*

Các doanh nghiệp tham gia vào kinh doanh xuất nhập khẩu của tỉnh nhìn chung năng lực tài chính còn hạn chế, chưa chủ động đầu tư vào nguồn hàng xuất khẩu ổn định, phần lớn doanh thu từ xuất khẩu của các doanh nghiệp thu được từ xuất khẩu hàng hóa có nguồn gốc từ các tỉnh khác trong nước. Mặt khác trình độ cán bộ kinh doanh xuất nhập khẩu chuyên nghiệp của các doanh nghiệp còn hạn chế. Năng lực trong tìm kiếm

---

thông tin thị trường xuất khẩu còn yếu, các doanh nghiệp hầu như xuất khẩu những mặt hàng truyền thống từ những năm trước.

*5. Đánh giá thực trạng xúc tiến xuất nhập khẩu:*

- *Ưu điểm:* Hoạt động xúc tiến của sở thương mại - du lịch Điện Biên được sự quan tâm giúp đỡ của bộ thương mại đã cung cấp nhiều thông tin bổ ích cho các doanh nghiệp xuất khẩu trong tỉnh. Việc tổ chức và tham gia các hội chợ quốc tế đã tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp trong, ngoài nước có cơ hội giới thiệu hàng hóa đến với người tiêu dùng và tạo ra cơ hội hợp tác giữa các doanh nghiệp. Cơ chế ưu đãi thu hút đầu tư của tỉnh đã tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp, các dự án sản xuất hàng xuất khẩu đã bắt đầu thu được thành tựu ban đầu, website của sở thương mại – du lịch Điện Biên đã góp phần quảng bá rộng rãi những đặc điểm kinh tế xã hội của tỉnh đến với mọi miền trong nước cũng như thế giới.

- *Nhược điểm:* Tình hình triển khai thực hiện các dự án sản xuất hàng xuất khẩu còn chậm, chính sách thưởng môi giới đầu tư, thưởng xuất khẩu chưa được đưa vào quy chế cụ thể nên chưa khuyến khích các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa. Tình hình thực hiện những chính sách ưu đãi thu hút đầu tư trên địa bàn tỉnh Điện Biên còn nhiều bất cập gây ra không ít khó khăn cho các nhà đầu tư. Công tác thông tin xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường bạn hàng xuất khẩu hàng hoá tham gia hội chợ, triển lãm, quảng bá còn rất hạn chế. Các ngành, huyện, thị quản lý chưa có giải pháp, biện pháp cụ thể nhằm thúc đẩy sản xuất hàng xuất khẩu của địa phương.

- Trong thời gian tới nền kinh tế nước ta sẽ có sự tăng trưởng ổn định nhờ phát huy nội lực và đẩy nhanh quá trình hội nhập quốc tế. Dự báo trong giai đoạn 2005 - 2010 tốc độ tăng trưởng kinh tế vẫn ở mức cao, sẽ tạo điều kiện cho Điện Biên tiếp nhận được ngày càng nhiều hơn nguồn vốn đầu tư cho phát triển từ phía nhà nước. Nhà nước dành nhiều chính sách ưu tiên

---

đầu tư cho các chương trình phát triển kinh tế, xã hội, an ninh, quốc phòng của các tỉnh miền núi phía Bắc, trong đó có tỉnh Điện Biên. Cơ chế, chính sách phát triển kinh tế của Nhà nước đã có nhiều chuyển biến tích cực, thông thoáng và tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của các ngành kinh tế trong cả nước. Môi trường kinh tế vĩ mô được cải thiện là điều kiện thuận lợi để Điện Biên mở rộng liên kết kinh tế, thương mại với các tỉnh trong cả nước và nước ngoài, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của tỉnh. Chương trình phát triển cho khu vực miền núi như chương trình 135, 186, 187 của Thủ Tướng Chính Phủ về: Phát triển kinh tế - xã hội của các xã đặc biệt khó khăn miền núi, vùng sâu, vùng xa, khu kinh tế cửa khẩu và dự án nâng cấp, mở rộng quốc lộ 6A, khởi công xây dựng thủy điện Sơn La. Với việc đưa vào hoạt động các hệ thống các công trình, dự án nói trên, Điện Biên có thêm nhiều lợi thế để phát triển xuất khẩu, phát triển các dịch vụ Thương mại thu ngoại tệ như: Dịch vụ quá cảnh, kho vận và du lịch.

---

## **CHƯƠNG III: NHỮNG GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ QUA BIÊN GIỚI TỈNH ĐIỆN BIÊN.**

### **I. Quan điểm của tỉnh Điện Biên về xuất nhập khẩu hàng hoá:**

#### *1. Quan điểm thứ nhất:*

Khai thác tiềm năng thế mạnh của vùng, từng lĩnh vực để phát triển xuất nhập khẩu, nhập khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá trong tỉnh, tăng cường hợp tác trong và ngoài nước để mở rộng ngành hàng, mặt hàng, nâng cao kim ngạch xuất khẩu.

#### *2. Quan điểm thứ hai:*

Xác định các mặt hàng chủ lực có lợi thế cạnh tranh để ưu tiên đầu tư phát triển, chú trọng đầu tư gia tăng các mặt hàng chất lượng cao, giảm dần tỷ lệ hàng thô trong cơ cấu xuất khẩu. Tạo mặt hàng chủ lực, tăng cường xuất khẩu trực tiếp và mở rộng thị trường, tăng cường hội nhập quốc tế và mở rộng liên doanh liên kết để mở rộng xuất khẩu.

#### *3. Quan điểm thứ ba:*

Phát triển xuất khẩu, nhập khẩu đi đôi với phát triển sản xuất theo hướng nâng cao hiệu quả kinh tế và bảo đảm các yêu cầu xã hội. Xuất khẩu gắn

---

với nhập khẩu phục vụ cho yêu cầu công nghiệp hoá- hiện đại hoá đầy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao sức cạnh tranh của từng ngành hàng, mặt hàng. Tạo việc làm, tăng thu nhập và cải thiện đời sống nhân dân các dân tộc, bảo vệ môi trường và giữ gìn trật tự xã hội.

#### *4. Quan điểm thứ tư:*

Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia xuất khẩu, nhập khẩu theo cơ chế thị trường, có sự quản lý của nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

#### *5. Quan điểm thứ năm:*

Phát triển thị trường xuất khẩu, nhập khẩu theo hướng mở cửa hội nhập, thông thoáng, kỷ cương, gắn thị trường trong nước với thị trường nước ngoài, chú trọng thị trường Vân Nam (Trung Quốc) và các tỉnh Bắc Lào, khai thác các lợi thế cầu khu kinh tế cửa khẩu để đẩy nhanh kim ngạch xuất khẩu.

Mục tiêu phấn đấu giai đoạn 2006- 2010 tốc độ tăng trưởng bình quân cầu xuất khẩu là 30,1%/năm. Đến năm 2010 kim ngạch xuất khẩu bằng 3,66 lần năm 2005, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu đạt 6,7% trong tổng GDP của tỉnh vào năm 2010. Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là nông sản, lâm sản, chế biến công nghiệp, dịch vụ có thế mạnh. Mặt hàng sản xuất, khai thác trong tỉnh như chè chế biến, thảo quả, cà phê, măng, giấy đế, ván sợi ép, các loại khoáng sản.

Các thị trường truyền thống là Lào và Trung Quốc, Đài Loan các thị trường như, Nhật Bản, EU và ASEAN là những thị trường tiềm năng mà các doanh nghiệp trong tỉnh đang tìm hiểu thông tin để hướng tới xuất khẩu trực tiếp.

## **II. Giải pháp:**

### *1. Về phía nhà nước và tỉnh:*

#### *1.1. Chính sách xuất khẩu:*

---

Tiếp tục công cuộc cải cách thuế, xây dựng hệ thống thuế hiện đại, có hiệu lực và hiệu quả, kết cấu hợp lý theo các nội dung sau:

Tập trung xây dựng luật sửa đổi bổ sung luật thuế xuất khẩu và luật hải quan, tạo điều kiện mở rộng cải cách hành chính để áp dụng các quy trình, thủ tục đơn giản, thông thoáng, áp dụng công nghệ quản lý hiện đại phù hợp với tập quán và các cam kết theo tiến trình hội nhập.

Về luật thuế xuất khẩu thuế nhập khẩu sửa đổi tập trung vào các nội dung sau:

Về phạm vi đối tượng chịu thuế, quy định cụ thể, rõ ràng, chặt chẽ đối với đối tượng chịu thuế, các khu vực chịu thuế và đối tượng nộp thuế.

Về giá tính thuế: quy định rõ ràng trong luật việc xác định giá tính thuế theo các nguyên tắc của hiệp định giá trị hải quan GATT/WTO để nâng cao tính pháp lý và đảm bảo với chuẩn mực quốc tế.

Về thuế suất: quy định rõ ràng, cụ thể đối tượng phạm vi áp dụng, giảm khung thuế suất theo nguyên tắc bảo hộ có chọn lọc, bảo đảm quyền lợi người tiêu dùng và kết hợp theo lộ trình đã cam kết với thông lệ quốc tế và quy định của WTO.

Về thời điểm tính thuế, thời hạn nộp thuế: quy định thống nhất thời điểm tính thuế và thời hạn nộp thuế cho phù hợp với thông lệ quốc tế

Về luật hải quan cần sửa đổi theo những nội dung sau:

Sửa lại thời hạn kê khai và nộp tờ khai hải quan: để tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho doanh nghiệp chủ động trong hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá.

Hồ sơ hải quan: quy định rõ hơn thời điểm hết thời hạn được gia hạn, bổ sung, sửa chữa hoặc thay thế tờ khai hải quan nhằm đảm bảo đầy đủ, công bằng, thống nhất đối với người khai hải quan.

Thông quan hàng hoá, phương tiện vận tải: Dự kiến cho phép thông quan hàng hoá cần mua giám định hoặc phân tích loại hàng hoá để xác định

---

mã số hàng hoá, trên cơ sở hồ sơ hải quan và kết quả kiểm tra thực tế hàng hoá nhằm giải quyết ách tắc cho hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Xác định rõ trách nhiệm của người kê khai hải quan trong việc kê khai, tính thuế, nộp thuế: để đảm bảo sự nhất quán với quy định của luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu.

Dự kiến mở rộng phạm vi địa bàn phối hợp của cơ quan hải quan với các cơ quan có thẩm quyền khác trong việc phòng chống buôn lậu.

Luật thuế giá trị gia tăng: Hoàn thiện theo hướng giảm bớt số lượng nhóm hàng hoá, dịch vụ không chịu thuế tạo điều kiện cho việc tính thuế, khấu trừ thuế được liên hoàn giữa các khâu trong quá trình sản xuất kinh doanh. áp dụng thống nhất một mức thuế suất để đảm bảo công bằng về nghĩa vụ thuế đơn giản hoá trong việc tính thuế giá trị gia tăng của hàng hoá, dịch vụ. Hoàn thiện phương pháp tính thuế, tiến tới xác định ngưỡng doanh thu chịu thuế để thực hiện một phương pháp khấu trừ phù hợp với thông lệ quốc tế.

Luật thuế tiêu thụ đặc biệt: Cần hoàn thiện theo hướng mở rộng đối tượng chịu thuế, điều chỉnh thuế suất cho phù hợp với mục tiêu điều tiết thu nhập và hướng tiêu dùng. Tiến tới xoá bỏ, miễn giảm thuế tiêu thụ đặc biệt để đảm bảo công bằng, bình đẳng về nghĩa vụ thuế và nguyên tắc không phân biệt đối xử giữa hàng hoá sản xuất trong nước và nhập khẩu.

Luật thuế thu nhập doanh nghiệp: Hoàn thiện theo hướng giảm mức thuế suất, giảm diện miễn giảm thuế, thống nhất mức thuế ưu đãi giữa các thành phần kinh tế khuyến khích đầu tư để đảm bảo bình đẳng trong cạnh tranh

Luật thuế tài nguyên, luật thuế sử dụng đất; Hoàn thiện theo hướng mở rộng đối tượng nộp thuế và tăng cường quản lý sử dụng đất đai và góp phần tạo nguồn thu cho ngân sách nhà nước.



---

Tiếp tục cải cách quy trình, thủ tục quản lý thuế, hải quan: Ban hành các quy chế áp dụng thống nhất trong các ngành như: Quy chế đối tượng nộp thuế tự kê khai, tự tính, tự nộp thuế, quy trình khấu trừ thuế, miễn giảm thuế, cưỡng chế thuế, quy trình kiểm tra thủ tục thông quan, kiểm tra sau thông quan.

### *1.2. Chính sách xuất nhập cảnh:*

Khi khu kinh tế cửa khẩu chính thức đi và hoạt động nhu cầu đi lại qua biên giới của nhân dân các nước với nhau sẽ ngày một gia tăng vì vậy để tạo điều kiện cho công dân cần có những biện pháp sửa đổi theo hướng đơn giản hoá thủ tục xuất nhập cảnh, giảm thời gian làm thủ tục xuất nhập cảnh xuống mức thấp nhất có thể để khuyến khích hoạt động buôn bán qua biên giới diễn ra sôi động. Để có được kinh nghiệm quản lý xuất nhập cảnh cần có sự học hỏi kinh nghiệm của những cửa khẩu kinh tế trong nước vì vậy cần có chiến lược bồi dưỡng cán bộ làm công tác quản lý xuất nhập cảnh qua tham quan học hỏi kinh nghiệm thực tế tại các khu kinh tế cửa khẩu trong nước.

### *1.3. Chính sách tài chính:*

Nhà nước cần có chính sách tăng cường năng lực tài chính cho các doanh nghiệp nhà nước. Hiện nay tình trạng thiếu vốn kinh doanh thường diễn ra phổ biến ở các doanh nghiệp nhà nước, tình trạng này dẫn đến hạn chế lớn khả năng đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất đồng thời làm giảm năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhà nước ở thị trường trong nước cũng như thị trường quốc tế.

Nghị quyết hội nghị trung ương 3 khoá IX đã chỉ rõ: "Kiên quyết điều chỉnh cơ cấu kinh tế để doanh nghiệp nhà nước có cơ cấu hợp lý, tập trung vào những ngành, lĩnh vực then chốt và địa bàn quan trọng, chiếm thị phần đủ lớn đối với các sản phẩm và dịch vụ chủ yếu; không nhất thiết phải giữ tỷ trọng lớn trong tất cả các ngành, lĩnh vực, sản phẩm nền kinh tế. Doanh

---

nghiệp nhà nước phải có quy mô vừa và lớn, công nghệ tiên tiến; một bộ phận cần có quy mô nhỏ để kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ thiết yếu, nhất là ở vùng nông thôn vùng miền núi, vùng sâu, vùng xa".

Để nâng cao năng lực tài chính cho các doanh nghiệp nhà nước theo tinh thần nghị quyết trên cần thực hiện một số biện pháp sau:

*Thứ nhất*, thực hiện việc đầu tư, bổ sung đủ vốn điều lệ cho các doanh nghiệp nhà nước cần nắm 100% vốn. Việc thực hiện bổ sung đủ vốn điều lệ cho các DNNN phải dựa trên cơ sở cơ cấu sắp xếp lại các DNNN của thủ tướng chính phủ theo quyết định 58/2002/QĐ/TTg và theo phương án cơ cấu lại nợ của các doanh nghiệp; nhà nước chỉ hỗ trợ một phần từ ngân sách nhà nước, các doanh nghiệp phải chủ động tạo nguồn tài chính để bổ sung vốn điều lệ còn thiếu theo cách thích hợp như từ lợi nhuận sau thuế, gọi vốn liên doanh liên kết. Nhà nước chỉ thực hiện việc đầu tư, bổ sung vốn cho các tổng công ty, công ty đầu tư tài chính nhà nước, công ty mẹ, các doanh nghiệp này sẽ giám sát các công ty con trong việc sử dụng vốn nhà nước.

Mức vốn đầu tư, bổ sung cho các doanh nghiệp được xác định bằng phần chênh lệch giữa số vốn điều lệ được phê duyệt với số vốn nhà nước hiện có tại doanh nghiệp sau khi đã xử lý lỗ lũy kế, nợ công có khả năng thu hồi và tài sản tồn đọng được cơ quan thẩm quyền phê duyệt. Nguồn tài chính bổ sung cho các doanh nghiệp nắm 100% vốn nhà nước có thể được hình thành từ lợi nhuận sau thuế của các doanh nghiệp, từ phần chênh lệch thuế thu nhập phát sinh phải nộp năm sau cao hơn năm trước, từ các khoản phải nộp ngân sách nhà nước khác được phép để lại đầu tư cho doanh nghiệp. Ngoài ra các nguồn tài chính được dự tính từ chi phí cải cách các DNNN, từ quỹ hỗ trợ sắp xếp DNNN, từ khoản NSNN dành đầu tư cho các doanh nghiệp hàng năm.

---

*Thứ hai*, đẩy mạnh việc xử lý nợ và các tài sản tồn đọng của các DNNN. Các doanh nghiệp có trách nhiệm đối chiếu, xác nhận, phân loại, đôn đốc, thu hồi và chủ động xử lý các khoản nợ tồn đọng. Nguồn tài chính để xử lý các khoản nợ tồn đọng là các khoản như: Trích dự phòng các khoản nợ khó đòi, lãi kinh doanh hàng năm của doanh nghiệp hoặc hạch toán vào chi phí kinh doanh và thu nhập của doanh nghiệp tùy theo từng khoản nợ, giảm trừ vào chủ sở hữu hoặc vốn của các chủ nợ tại doanh nghiệp. Đối với các khoản nợ không có khả năng thu hồi hoặc trả nợ, sau khi đã tìm mọi biện pháp và khả năng của doanh nghiệp thì doanh nghiệp báo cáo lên cơ quan có thẩm quyền để có biện pháp hỗ trợ giải quyết. Nếu các doanh nghiệp đang trong quá trình chuyển đổi sở hữu thì xử lý các khoản nợ tồn đọng theo cơ chế chuyển đổi DNNN.

*Thứ ba*, khuyến khích và tạo điều kiện cho các DNNN chuyển dịch cơ cấu tài sản, cơ cấu nguồn vốn kinh doanh theo hướng tích cực và có hiệu quả. Đối với tài sản doanh nghiệp đang sử dụng kinh doanh các doanh nghiệp cần chú trọng việc bố trí, quản lý sử dụng sao cho an toàn và hiệu quả. Trong các trường hợp cần thiết doanh nghiệp có thể chủ động điều chỉnh cơ cấu tài sản nhằm đảm bảo tính đồng bộ, nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động các loại tài sản của doanh nghiệp. Đồng thời phải cần tăng cường các hoạt động kiểm tra, giám sát tài chính nhằm phát hiện các bất hợp lý để có biện pháp điều chỉnh, khắc phục kịp thời. Đối với các loại tài sản tồn đọng, mất hoặc kém phẩm chất, không cần dùng doanh nghiệp cần có biện pháp thanh lý chuyển nợ thành vốn góp kinh doanh hoặc vốn góp cổ phần. Nhà nước cần nghiên cứu các chính sách, cơ chế tài chính hỗ trợ các DNNN xử lý các khoản lỗ, các khoản nợ, các tài sản tồn đọng thông qua hỗ trợ tài chính ban đầu cho việc hình thành công ty mua bán nợ và tài sản doanh nghiệp.

---

*Thứ tư*, có chính sách cơ chế tài chính khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng lợi nhuận để tái đầu tư mở rộng và nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Để khuyến khích các doanh nghiệp dành nhiều lợi nhuận sau thuế để tái đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh, cần nghiên cứu cơ chế khuyến khích các doanh nghiệp dành tỷ lệ cao hơn lợi nhuận sau thuế để trích lập quỹ phát triển trên mức quy định tối thiểu. Trong trường hợp doanh nghiệp có các dự án hợp tác đầu tư thuộc diện hưởng các ưu đãi theo luật khuyến khích đầu tư trong nước có thể xét tăng thêm mức ưu đãi đầu tư so với quy định hiện hành. Về lâu dài, cần xem xét sửa đổi lại cơ chế phân phối lợi nhuận của các doanh nghiệp theo hướng khuyến khích doanh nghiệp dành nhiều lợi nhuận sau thuế để đầu tư và không phân biệt giữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau, giữa doanh nghiệp trong nước với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

*Thứ năm*, tạo các điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp nhà nước huy động các nguồn vốn khác trên thị trường. Trong điều kiện hạch toán kinh doanh theo cơ chế thị trường, nhà nước chỉ đầu tư vốn điều lệ ban đầu cho các doanh nghiệp nhà nước, còn trong quá trình sản xuất kinh doanh các doanh nghiệp phải tự bù đắp mọi khoản chi phí từ kết quả kinh doanh của mình. Các nhu cầu tài chính vượt qua khả năng của doanh nghiệp, các doanh nghiệp phải tự huy động trên thị trường theo các hình thức thích hợp như vay vốn từ các ngân hàng thương mại, từ quỹ hỗ trợ phát triển của nhà nước, từ việc phát hành cổ phiếu hoặc trái phiếu doanh nghiệp trên thị trường, từ liên doanh liên kết, từ việc thuê vốn của các công ty cho thuê tài chính,..Nhà nước có trách nhiệm tạo lập môi trường pháp lý bình đẳng, ổn định, minh bạch để các doanh nghiệp tự do lựa chọn các nguồn tài chính huy động theo giá cả thị trường và phù hợp với chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

---

#### *1.4. Chính sách hợp tác đầu tư:*

##### *1.4.1. Cần tăng cường hợp tác với các tỉnh Bắc Lào và Trung Quốc để tăng kim ngạch xuất khẩu qua biên giới theo một số biện pháp sau:*

Đối với các tỉnh Bắc Lào cần tiếp tục đẩy mạnh hợp tác kinh tế - thương mại trao đổi buôn bán hàng hoá qua biên giới giữa tỉnh Điện Biên với 3 tỉnh Bắc Lào theo chủ trương của bộ thương mại và UBND tỉnh.

Định kỳ tổ chức đoàn đại biểu các tỉnh gặp nhau trao đổi, đánh giá, nắm bắt kịp thời tình hình xuất nhập khẩu qua biên giới, thông báo những thay đổi về cơ chế chính sách của mỗi bên, cùng nhau tìm những biện pháp tháo gỡ khó khăn vướng mắc tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nắm bắt kịp thời các thông tin để đề ra các giải pháp tích cực thúc đẩy xuất nhập khẩu hàng hoá giữa tỉnh Điện Biên với các tỉnh Bắc Lào.

Sớm có quyết định cho mở văn phòng đại diện thương mại du lịch Điện Biên tại Luông Pha Bang theo văn bản đề nghị của sở thương mại du lịch Điện Biên để tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại du lịch giữa tỉnh Điện Biên với các tỉnh Bắc Lào.

Tổ chức cho đoàn các doanh nghiệp của tỉnh có hoạt động xuất nhập khẩu đi khảo sát và tìm kiếm thị trường tại ba tỉnh Bắc Lào để tìm kiếm thị trường xuất khẩu các mặt hàng của tỉnh.

Thường xuyên thông tin kịp thời về chính sách biên mậu, những thay đổi về chính sách thuế, hải quan, của cộng hoà dân chủ nhân dân Lào về xuất nhập khẩu hàng hoá để các doanh nghiệp nắm bắt kịp thời và điều chỉnh cho phù hợp với sự thay đổi của các chính sách.

Cần tập trung vốn đầu tư cho dự án xây dựng khu kinh tế cửa khẩu Tây Trang và trung tâm thương mại quốc tế Pom Lót để dự án đi vào hoạt động đúng tiến độ đã đề ra.

Đối với trung quốc cần tăng cường hợp tác trên nhiều mặt để có thể tranh thủ được nhiều thế mạnh và kinh nghiệm của họ trong xây dựng và

---

phát triển kinh tế, tăng cường thu hút các nguồn vốn liên doanh từ phía Trung Quốc, khai thác có hiệu quả những thông tin từ văn phòng đại diện của Trung Quốc tại thành phố Điện Biên Phủ. Đồng thời cần tìm hiểu thông tin về thị trường của tỉnh Vân Nam bằng cách tổ chức cho các doanh nghiệp đi khảo sát thực tế tại thị trường này.

#### *1.4.2. Hoàn thiện hơn nữa chính sách khuyến khích đầu tư:*

Hiện nay trong quá trình thực hiện luật khuyến khích đầu tư còn gặp những khó khăn phức tạp như:

Chế độ ưu đãi thuế hiện hành gồm cả việc ưu đãi thuế bằng thuế suất thu nhập doanh nghiệp, việc miễn giảm thuế thu nhập doanh nghiệp tính theo số năm nhất định vì thế việc thực hiện gặp không ít khó khăn, nhất là với cơ quan quản lý trực tiếp thuế đơn vị được ưu đãi. Mặt khác do ưu đãi bằng nhiều chỉ tiêu nên tính thống nhất không cao.

Để theo dõi sát quá trình ưu đãi đầu tư đòi hỏi các cơ quan chức năng phải dành nhiều thời gian cập nhật, nắm bắt, quyết toán kịp thời tình hình của doanh nghiệp, nếu không có thể dẫn đến việc áp dụng mức thuế ưu đãi không chính xác, gây thất thu.

Trong các quy định về ưu đãi thuế đều lấy mốc thời gian là từ khi doanh nghiệp có thu nhập chịu thuế, như vậy rõ ràng việc ưu đãi thuế nhiều hay ít, dài hay ngắn phụ thuộc vào việc xác định thời gian doanh nghiệp bắt đầu có thu nhập chịu thuế, điều này tạo ra khe hở dẫn đến tiêu cực trong thực hiện chính sách ưu đãi đầu tư của nhà nước

Các trường hợp thực hiện ưu đãi bổ sung theo quy định là rất phức tạp. Về phía doanh nghiệp để được cấp chứng nhận ưu đãi đầu tư bổ sung phải có phương án sản xuất kinh doanh, báo cáo kết quả thực hiện dự án, phải hạch toán để bóc tách chính xác phần thu nhập tăng thêm do dự án đầu tư mới mang lại, phải có ưu đãi đăng ký đầu tư bổ sung, đó là chưa kể các thủ tục ban đầu của doanh nghiệp. Về phía cơ quan quản lý nhà nước, cần phải

---

kiểm tra sát, chi tiết, xác định đúng kết quả riêng phân dự án đầu tư mới mang lại, vì vậy mất quá nhiều thời gian.

Để tháo gỡ những khó khăn trong việc thực hiện luật khuyến khích đầu tư nên thực hiện theo hướng sau:

Chính sách ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp chỉ nên thực hiện bằng thuế suất ưu đãi và năm áp dụng đúng thuế suất thu nhập ưu đãi kể từ khi dự án bắt đầu đi vào hoạt động.

Nghiên cứu giao việc thông báo các chế độ ưu đãi thuế doanh nghiệp thuộc diện được hưởng ưu đãi đầu tư cho cơ quan thuế cấp tương đương chủ động thực hiện. Như vậy sẽ góp phần làm cho quá trình thực hiện ưu đãi đầu tư kịp thời, nhanh chóng đi vào cuộc sống hơn, đảm bảo tốt lợi ích của doanh nghiệp.

Về phía tỉnh cần nhanh chóng ban hành chính sách thưởng xuất khẩu và phổ biến đến các doanh nghiệp, ngoài ra cần ban hành chính sách thưởng môi giới đầu tư để thu hút ngày càng nhiều các dự án đầu tư trong nước cũng như dự án đầu tư của nước ngoài tại Điện Biên.

#### *1.5. Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước trong hoạt động xuất nhập khẩu:*

Để nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước trong hoạt động xuất khẩu thời gian tới cần tổ chức thực hiện các giải pháp sau:

- Tăng cường công tác cung cấp thông tin thị trường cho các doanh nghiệp, phổ biến tập quán tiêu dùng, chính sách xuất, nhập khẩu hàng hoá ở một số thị trường lớn, cũng như đặc điểm, tình hình kinh tế của các thị trường để các doanh nghiệp có thể chủ động trong việc tiếp cận và thâm nhập thị trường.

- Phát triển các dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu, phải nhận thức rõ vai trò của các dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu và có cơ chế quản lý, chính sách cụ thể nhằm tạo môi trường thông thoáng, thuận lợi để phát triển các loại hình dịch vụ hỗ trợ cho các hoạt động xuất khẩu. Khuyến khích mọi thành phần kinh tế

---

tham gia cung cấp dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu, phân cấp quản lý các dịch vụ và thường xuyên kiểm tra, giám sát, đánh giá hiệu quả các ngành dịch vụ. Trước mắt cần đầu tư phát triển một số doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thiết yếu như dịch vụ ngân hàng, bảo hiểm, vận tải, giao nhận, kiểm nghiệm quốc tế. Khuyến khích phát triển một số ngành dịch vụ mới và liên doanh liên kết với doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt trong các lĩnh vực tư vấn xuất khẩu, nghiên cứu thị trường, cung cấp thông tin, quảng cáo, hội chợ triển lãm quốc tế, gom hàng, khai thuế hải quan, kho ngoại quan, từng bước hoàn thiện về cơ cấu và chất lượng của dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động xuất nhập khẩu. Cần có chính sách ưu đãi các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ như ưu đãi đối với các sản phẩm hàng hoá và doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá bởi cung cấp dịch vụ cho hoạt động xuất khẩu chính xuất khẩu các dịch vụ, còn cung cấp các dịch vụ nhập khẩu chính là cung cấp các dịch vụ thay thế các dịch vụ nhập khẩu nhằm khuyến khích và phát triển các dịch vụ hỗ trợ. Xoá bỏ dần việc bao cấp và độc quyền của một số dịch vụ, mở cửa thị trường dịch vụ theo một lộ trình thích hợp vừa bảo hộ vừa kích thích các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ nâng cao khả năng của mình. Thúc đẩy việc thành lập các hiệp hội ngành nghề dịch vụ, nâng cao nhận thức cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu về hiệu quả sử dụng các dịch vụ.

- Phân công, phân cấp quản lý xuất nhập khẩu giữa các ngành, huyện, thị, rành mạch, thông suốt, Sở thương mại & du lịch quản lý nhà nước về xuất nhập khẩu một cách tổng thể, tập trung nghiên cứu xây dựng môi trường hợp tác, cạnh tranh bình đẳng trong kinh doanh, tổ chức xúc tiến thương mại, xâm nhập các thị trường bên ngoài. Các ngành quản lý sản xuất và huyện, thị phải chăm lo sản xuất, chế biến, tiêu thụ hàng xuất khẩu .

- Kịp thời giải quyết những vướng mắc ở các doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh xuất, nhập khẩu .



---

- Có chính sách hỗ trợ đào tạo, nhằm nâng cao trình độ, năng lực chuyên môn cho cán bộ làm công tác ngoại thương, đáp ứng yêu cầu hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu.

- Khuyến khích vận động, thành lập các hiệp hội ngành nghề. Tạo điều kiện thuận lợi cho các hiệp hội hoạt động.

## *2. Giải pháp nguồn hàng:*

### *2.1. Phát triển các mặt hàng chủ lực:*

Tiến hành quy hoạch, hoặc chỉnh lý các dự án thúc đẩy nhanh việc hình thành các vùng sản xuất hàng hoá tập trung, vùng chuyên canh, gắn sản xuất nông sản nguyên liệu với công nghiệp chế biến và thu mua xuất khẩu để tăng năng suất, chất lượng, tạo nguồn hàng ổn định và tăng sức cạnh tranh trên thị trường, ưu tiên bố trí vốn cho từng ngành để xây dựng dự án.

Chú trọng đầu tư nghiên cứu khoa học và áp dụng tiến bộ khoa học vào sản xuất để tăng năng suất và chất lượng ưu tiên vào những lĩnh vực chọn, nhân giống cây, con như cà phê, sắn, ngô, các loại đậu, bò, gà, rừng kinh tế,... Đẩy mạnh thu hút vốn FDI, để tranh thủ đổi mới và tiếp thu được công nghệ hiện đại trong các doanh nghiệp liên doanh với nước ngoài. Khai thác, tận dụng tối đa nguồn nguyên liệu địa phương để tăng hàm lượng nội địa hoá trong các mặt hàng xuất khẩu nhằm tăng thêm giá trị gia tăng trong tổng giá trị sản phẩm xuất khẩu.

### *2.2. Cần hỗ trợ sản xuất hàng hoá xuất khẩu:*

Bằng cách huy động các nguồn vốn để phát triển cơ sở hạ tầng, tiếp tục cải tiến các hình thức tín dụng, mở rộng chính sách đa dạng hoá các hình thức đầu tư. Xây dựng hệ thống thuỷ lợi đảm bảo đủ nước tưới cho những vùng chuyên canh xuất khẩu. Tiếp tục hoàn thiện về tổ chức các hoạt động khuyến nông, chuyển giao công nghệ tiến bộ xuống tận hộ sản xuất. Phát triển hệ thống giáo dục, từng bước nâng cao dân trí, phát triển hoạt động khuyến nông, chú ý đến các xã vùng sâu, vùng xa, các dân tộc ít người. Mở

---

rộng các lớp tập huấn, giới thiệu và nhân rộng mô hình kinh tế có hiệu quả, tạo phong trào quần chúng mở rộng thi đua là kinh tế giỏi trong nông nghiệp nông thôn. Vận dụng tốt các chính sách của Đảng và Nhà nước nhằm phát triển nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng xuất khẩu.

Cần phát huy hơn nữa vai trò của hợp tác xã trong sản xuất hàng xuất khẩu theo các hướng sau:

*Thứ nhất*, cần tiếp tục tuyên truyền sâu rộng nghị quyết 13 về phát triển kinh tế tập thể trong nhân dân, phổ biến rộng rãi các chính sách mới được ban hành liên quan đến kinh tế tập thể cho nhân dân biết, hiểu và nhận thức đúng được quan điểm, đường lối của Đảng, Nhà nước về phát triển kinh tế tập thể. Tuyên truyền, nhân rộng các điển hình mới, các mô hình làm ăn hiệu quả trong thực tiễn.

*Thứ hai*, Tập trung rà soát những vướng mắc về phía cơ chế, chính sách, đặc biệt là các chính sách ưu đãi về thuế, phí, vốn, công nghệ để tạo điều kiện cho kinh tế tập thể phát triển một cách thực sự có hiệu quả thu hút ngày càng đông nhân dân tham gia hoạt động trong hợp tác xã kiểu mới.

*Thứ ba*, tăng cường vai trò lãnh đạo của các cấp đảng, chính quyền, mặt trận, các đoàn thể trong việc quản lý, chỉ đạo hướng dẫn các mô hình kinh tế tập thể, tập huấn kiến thức quản lý cho cán bộ hợp tác xã và phổ biến các tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ mới trong sản xuất tới xã viên. Nhà nước tổ chức phối hợp với các tổ chức xúc tiến thương mại mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm cho các hợp tác xã, cần phải thường xuyên tổ chức rút kinh nghiệm từ những mô hình hiệu quả để nhân rộng vào thực tiễn sản xuất.

### *3. Giải pháp thị trường:*

#### *3.1. Thị trường Trung Quốc và Lào:*

Đối với các thị trường Trung Quốc và Lào cần tăng cường tìm hiểu thông tin về các hội chợ được tổ chức trên hai thị trường này để tổ chức

---

cho các doanh nghiệp trong tỉnh tham gia giới thiệu các mặt hàng xuất khẩu. Cập nhật các thông tin cho các doanh nghiệp xuất khẩu về các vấn đề liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu như các thông tin về chính sách xuất nhập khẩu, chính sách hải quan, nhu cầu hàng hoá,... để các doanh nghiệp nắm được từ đó có kế hoạch điều chỉnh để hoạt động xuất khẩu diễn ra liên tục và đúng luật.

Đối với thị trường EU và Nhật Bản đây là những thị trường mà các doanh nghiệp trong tỉnh cần hướng tới để xuất khẩu trực tiếp vì vậy cần tìm hiểu nhiều thông tin hai thị trường này về các vấn đề như thông tin chính sách thương mại, những chế định và đòi hỏi của thị trường, xu hướng và tập quán tiêu dùng, hệ thống thương mại và phân phối,...

### *3.2. Thị trường EU:*

Khi xuất khẩu vào EU các nước đang phát triển sẽ được hưởng chính sách ưu đãi phổ cập GSP, theo chính sách này các nước đang phát triển sẽ được miễn tuân thủ nguyên tắc có đi có lại và nguyên tắc không phân biệt đối xử của WTO, mức độ ưu đãi cho các nước đang phát triển tùy thuộc vào độ nhạy cảm của hàng hoá, đồng thời EU có cơ chế hỗ trợ nhằm khuyến khích các nước đang phát triển xây dựng và thực hiện các chính sách môi trường, xã hội có liên quan đến thương mại.

Các hình thức ưu đãi thương mại của EU: Chế độ ưu đãi GSP miễn thuế nhập khẩu cho hầu hết các sản phẩm công nghiệp có xuất xứ từ các nước phát triển song đối với hàng nông sản lại thuộc vào nhóm các mặt hàng có tính nhạy cảm cao và thường chịu mức thuế cao so với nhóm hàng khác.

#### *Các quy chế nhập khẩu của EU:*

*Thuế nhập khẩu:* Do tác động của khối thị trường chung EU khi nhập khẩu vào thị trường này các thủ tục thông quan có tính thống nhất, các khoản thuế nhập khẩu chỉ phải trả tại cửa khẩu vào EU. Nhìn một cách tổng

---

thể mức thuế đối với các mặt hàng nông sản của EU thuộc vào loại cao. Tuy nhiên trong một số trường hợp cụ thể các nước đang phát triển có thể được miễn thuế nhập khẩu vì nhiều lý do khác nhau chẳng hạn như hàng mẫu nhập khẩu không phải để bán, hàng nhập để sửa chữa, hàng tạm nhập. Khi xuất khẩu vào thị trường EU một số mặt hàng nhạy cảm và các mặt hàng chiến lược cần có giấy phép nhập khẩu.

Đối với các mặt hàng nông sản khi nhập vào EU cần có giấy chứng nhận vệ sinh dịch tễ của cơ quan có thẩm quyền xác nhận rằng hàng hoá không bị nhiễm khuẩn hoặc nhiễm bệnh.

*Những chế định đòi hỏi của thị trường EU:*

Vấn đề sức khoẻ và an toàn đang ngày càng trở nên quan trọng với EU, các vấn đề này ảnh hưởng rất lớn đến sản xuất kinh doanh hàng hoá. Khi nhập khẩu vào EU các sản phẩm phải có tính an toàn, sản phẩm an toàn được định nghĩa là sản phẩm không chứa đựng các rủi ro liên quan trực tiếp hay gián tiếp đến sự an toàn hay sức khoẻ con người thông qua kiểu dáng, thành phần, chức năng, bao gói, hướng dẫn sử dụng hay bất kỳ yếu tố nào của nó.

Đối với hàng nông sản: Các tổ chức bán lẻ Châu Âu đã xây dựng hệ thống các chỉ dẫn canh tác trong sản xuất nông nghiệp bao gồm các tiêu chuẩn chăm sóc đất trồng, sử dụng phân bón, theo dõi sâu bệnh, bảo vệ mùa màng, thu hoạch, sau thu hoạch, sức khoẻ và sự an toàn của người lao động. Để đáp ứng các tiêu chuẩn này khi xuất khẩu sang EU các doanh nghiệp cần phải có quá trình chuẩn bị trước từ khâu nguồn hàng vì vậy các nhà quản lý cần có kế hoạch hỗ trợ những nhà sản xuất nông nghiệp biết được những thông tin cần thiết, những thông tin này có thể truy cập trên mạng internet, từ các tạp chí chuyên ngành nghiên cứu về EU.

*Chính sách môi trường:*

---

Ngày nay người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sản phẩm và dịch vụ ở góc độ môi trường. Do đó những sản phẩm được sản xuất trong điều kiện không đảm bảo sẽ mất dần cơ hội trên thị trường. Tại Châu Âu môi trường được coi là điều kiện mặc định cho đàm phán kinh doanh. Sự gia tăng mối quan tâm đến môi trường đã thúc đẩy EU thiết lập những tiêu chuẩn mới trong lĩnh vực này trong đó bao gồm chính sách quản lý bao bì và phế thải. Để đáp ứng được những đòi hỏi của thị trường EU bao bì phải thoả mãn một số điều kiện sau:

Bao bì phải được sản xuất theo cách sao cho số lượng và trọng lượng được giới hạn nhỏ nhất nhằm duy trì mức độ cần thiết về an toàn vệ sinh và phù hợp với sản phẩm được đóng gói và người tiêu dùng.

Bao bì phải được thiết kế, sản xuất và sử dụng theo cách có thể tái sử dụng hoặc phục hồi, tái chế và các mức độ ảnh hưởng thấp nhất đến môi trường hoặc công tác xử lý phế thải khi bao bì trở thành phế thải.

Bao bì phải được sản xuất theo cách sao cho giảm thiểu các chất độc hại gây nguy hiểm và nguyên liệu khó tiêu huỷ cả khi sử dụng lẫn khi trở thành phế thải.

*Xu hướng tiêu dùng:*

Người Châu Âu thường không chấp nhận những sản phẩm có chất lượng tồi hoặc trung bình mà họ chú ý đến những sản phẩm có chất lượng cao, đồng thời sản phẩm phải tiếp cận người tiêu dùng với sản phẩm có dịch vụ hấp dẫn. Trong thời đại mà sự chênh lệch chất lượng sản phẩm ngày càng không đáng kể các nhà sản xuất phải sản xuất phải chú trọng hơn đến việc tạo ra sự nổi trội về mức độ và loại hình dịch vụ liên quan đến sản phẩm trào bán và vấn đề môi trường cần được quan tâm khi sản xuất. Sản phẩm khi vào thị trường EU cần có tính tiện dụng vì ngày càng nhiều phụ nữ ở EU tham gia vào lao động. Mặc dù người tiêu dùng quan tâm nhiều đến chất lượng, dịch vụ và sự tiện dụng không quan tâm nhiều lắm

---

đến giá bán nhưng cần hết sức quan tâm đến giá bán vì trên thị trường không chỉ có một người bán mà mức độ cạnh tranh rất khốc liệt.

Muốn xâm nhập thị trường EU một cách hiệu quả cần chú ý những điểm sau:

Sẵn sàng đầu tư vào nghiên cứu thị trường và thiết lập các mối quan hệ kinh doanh vì cơ hội kinh doanh xuất khẩu vào một thị trường ổn định không tự dung mà có.

Coi thư tín là một hình thức liên lạc quan trọng vì trên thương trường có rất nhiều đối tác. Điện thoại và fax là những phương tiện liên lạc hiệu quả ngoài ra cần sử dụng thư điện tử để tiết kiệm chi phí.

Khi xâm nhập thị trường này cần đưa ra mức giá cạnh tranh và sử dụng L/C trong thanh toán.

Sẵn sàng đáp ứng các yêu cầu của người tiêu dùng và tham dự các hội chợ thương mại.

Cần có tính trung thực và thẳng thắn về chất lượng hàng hoá, thời gian giao hàng, tuân thủ những yêu cầu về an toàn, sức khỏe, an ninh và môi trường.

### *3.3. Thị trường Nhật Bản:*

Đối với các doanh nghiệp Việt Nam thị trường Nhật Bản luôn là thị trường đầy tiềm năng, các đối tác Nhật Bản luôn là người bạn đáng tin cậy, doanh nghiệp Việt Nam có thể hợp tác đầu tư, nhập khẩu công nghệ, học hỏi kỹ năng quản lý từ các doanh nghiệp Nhật Bản, đồng thời có thể xuất khẩu nhiều hàng hoá và dịch vụ sang thị trường Nhật Bản. Để tiếp cận được thị trường Nhật Bản một thị trường khó tính mang những nét đặc thù các doanh nghiệp Việt Nam phải nghiên cứu và nắm vững từ thị hiếu, nhu cầu, các yêu cầu chất lượng, mẫu mã đến phong cách kinh doanh cũng như những quy định pháp lý đối với hàng hoá nhập khẩu vào thị trường Nhật Bản. Đây là một thị trường có những hệ thống phân phối phức tạp, quan hệ

---

buôn bán đã hình thành qua nhiều thế hệ vì thế thị trường này rất khó xâm nhập, hàng hoá khi đến tay người tiêu dùng đắt hơn rất nhiều lần giá nhập khẩu điều này các nhà sản xuất phải chấp nhận vì vậy khi đưa ra giá bán không nên dựa vào giá bán lẻ trên thị trường của họ. Vấn đề mà người Nhật Bản quan tâm là chất lượng hàng hoá và thời trang họ luôn tìm kiếm hàng hoá mới trên thị trường. Để bán được hàng hoá trên thị trường Nhật bản hàng hoá cần được đóng gói cẩn thận, họ rất coi trọng vấn đề đóng gói nếu hàng không được đóng gói đẹp sẽ không bán được.

Cần hiểu biết về tập quán tiêu dùng, hệ thống phân phối, quy chế nhập khẩu của Nhật Bản. Việc các doanh nghiệp chủ động đi khảo sát thị trường, thăm các siêu thị Nhật Bản để nắm bắt thị hiếu và nhu cầu tiêu dùng của người Nhật Bản là hết sức cần thiết. Thông thường những giao dịch, gặp gỡ ban đầu ít mang lại kết quả cụ thể hoặc nếu có thì cũng chỉ mang tính thử nghiệm là chính, nhưng khi họ đã tin tưởng thì quan hệ làm ăn sẽ bền vững. Các doanh nghiệp cần hiểu rõ các quy định về nhập khẩu, trước hết cần biết mặt hàng đó có được phép nhập không, sau đó cần xem xét luật ngăn ngừa cạnh tranh không bình đẳng, đạo luật thương hiệu, đạo luật thiết kế,... hàng nhập vào thị trường Nhật Bản cần thoả mãn tiêu chuẩn ISO, SA8000 và cần phải có giấy chứng nhận JSA (đối với hàng nông sản, thực phẩm), và Ecomark (dấu chứng nhận không làm hại môi trường sinh thái). Doanh nghiệp muốn xuất khẩu sang Nhật Bản có thể xin giấy này tại bộ công thương hoặc bộ nông-lâm-ngư nghiệp Nhật Bản.

Các doanh nghiệp cần nắm chắc thông tin thị trường một cách thường xuyên, cần tìm đọc, nghiên cứu và xử lý thông tin, đồng thời tranh thủ tối đa các nguồn tin từ các tổ chức xúc tiến thương mại, đặc biệt là từ phòng công nghiệp và thương mại Việt Nam, tổ chức xúc tiến thương mại Nhật Bản. Các doanh nghiệp cần có chiến lược đa dạng hoá sản phẩm khi xâm nhập vào thị trường này vì người Nhật luôn đi tìm những sản phẩm mới lạ.

---

Tích cực tham gia các hội chợ triển lãm quốc tế hoặc mở các văn phòng đại diện tại thị trường Nhật để giới thiệu hàng hoá sản phẩm, trong hoàn cảnh thị trường khu vực và thế giới luôn có sự cạnh tranh cao việc chủ động tìm kiếm thị trường và tiếp xúc bạn hàng, người tiêu dùng sẽ mang lại cơ hội thành công cho doanh nghiệp nhất là trong bối cảnh nhiều doanh nghiệp nhiều địa phương còn thiếu nhiều thông tin về thị trường Nhật Bản vì vậy cần phải thành lập các trung tâm giới thiệu sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam tại Nhật Bản.

Tích cực tham khảo ý kiến của các chuyên gia, các nhà tư vấn Nhật Bản trong việc cải cách mẫu mã sản phẩm để đáp ứng thị hiếu của người Nhật.

#### *3.4. Sử dụng mạng internet trong xúc tiến xuất khẩu:*

Internet là một phương tiện trao đổi thông tin nhanh chóng, đáng tin cậy và tiết kiệm thông qua thư điện tử. Sử dụng thư điện tử một cách có hiệu quả sẽ mang lại cho doanh nghiệp một công cụ thông tin liên lạc thú vị trong việc tăng cường khai thác các mối quan hệ. Bên cạnh đó nó là phương tiện trợ giúp đắc lực cho hoạt động nghiên cứu thị trường của các doanh nghiệp, cho dù doanh nghiệp rất xa thị trường đó. Nó cũng là phương tiện cũng là phương tiện mới phục vụ cho hoạt động xúc tiến thương mại và làm tăng thêm giá trị cho tiếp thị tổng hợp thông qua các trang web, thư điện tử trực tiếp và triển lãm ảo.

Trong nghiên cứu thị trường, các nhà sản xuất, các doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến thương mại ở các nước bị thiếu thông tin nhận thấy rằng có thể bù đắp sự thiếu hụt thông tin nhanh chóng với chi phí thấp. Thông qua internet có thể truy cập các thư viện về cơ sở dữ liệu toàn cầu và nắm được các thông tin trên toàn thế giới. Các thông tin về xu hướng thị trường, giá cả, luật lệ, hội chợ thương mại, danh mục các đối tác có thể được truy cập 24/24 giờ trong một ngày và 7 ngày trong một tuần các thông tin này thường là miễn phí. Vấn đề đặt ra là làm thế nào không bị ngập trước một



---

khỏi thông tin đồ sộ đó mà cần có cách sử dụng internet một cách có hệ thống và có sự lựa chọn các thông tin, nên nhớ rằng đầu vào đầu vào quyết định đầu ra, nếu ta không chọn đúng câu hỏi thì sẽ không nhận được câu trả lời đúng vì vậy khi tiến hành tìm kiếm thông tin ta phải sử dụng các công cụ tìm kiếm trên internet như google, lysco, yahô, excite,...

Internet tạo một phương tiện cho các kế hoạch xúc tiến bán hàng, cả cho công ty và các tổ chức hỗ trợ thương mại. Việc có một trang web ngoài ý nghĩa tạo nên hình ảnh của một tổ chức hiện đại còn cung cấp khả năng thể hiện sinh động và không gian quảng cáo, lý lịch công ty, catalo, các tài liệu có thể được số hoá và đưa vào trang web. Bằng việc đưa vào trang web một số tài liệu hỗ trợ một công ty có thể tiết kiệm được chi phí in , khả năng cập nhật thông tin ở mọi lúc, mọi nơi không cần kinh phí lớn.

Để quảng cáo cho website của mình doanh nghiệp có thể sử dụng các nút bấm và các biểu ngữ khác nhau đưa vào các trang web khác từ đó sẽ thu hút được sự chú ý của khách hàng đối với trang web của công ty mình.

Doanh nghiệp có thể sử dụng trang web để tổ chức cuộc triển lãm ảo, trong đó hình ảnh sản phẩm được đi kèm với một bản thống kê đầy đủ các thông tin về chất lượng sản phẩm, điều kiện giao hàng, mặc dù cuộc triển lãm ảo không được hiệu quả như một hội chợ thương mại cụ thể nhưng nó cũng có tác dụng nhất định trong xúc tiến bán hàng của doanh nghiệp.

Thư điện tử là một phương tiện liên lạc tuyệt vời đối với việc duy trì quan hệ với đối tác thương mại, nó đã trở thành một phương thức liên lạc chủ yếu của giới kinh doanh trên toàn cầu. Trong quá trình hoạt động trang web cần được kết nối với các tổ chức xúc tiến thương mại trong nước để quảng bá về công ty.

#### *4. Giải pháp cho doanh nghiệp:*

##### *4.1. Tổ chức lại sản xuất và xây dựng thương hiệu:*

---

Hiện nay chúng ta đã ở trong thời đại mà sự hội nhập và hợp tác quốc tế diễn ra ngày càng mạnh mẽ, quan hệ cung cầu hàng hoá do thị trường điều tiết. Quan điểm kinh doanh chúng ta bán những gì chúng ta có không còn thiết thực nữa mà thay vào đó là quan điểm thị trường tức là chúng ta sẽ bán những hàng hoá mà thị trường cần. Từ thực tế đó cần có sự tổ chức lại quá trình sản xuất, trước hết doanh nghiệp cần nghiên cứu thu thập và xử lý những thông tin về thị trường mà doanh nghiệp hướng tới xuất khẩu. Qua các thông tin về thị trường doanh nghiệp sẽ biết được thị trường đòi hỏi hàng hoá chất lượng như thế nào, giá cả và dịch vụ nào sẽ làm thoả mãn nhu cầu của khách hàng. Nắm bắt được những thông tin này sẽ là cơ sở để doanh nghiệp đưa ra hướng sản xuất sản phẩm đáp ứng đến mức tối đa các đòi hỏi của doanh nghiệp, doanh nghiệp cần lựa chọn sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng có nhiều lợi thế nhất để có thể cạnh tranh trên thị trường một cách cao nhất.

Doanh nghiệp cần phải xây dựng thương hiệu hàng hoá của mình. Đặc điểm của nền kinh tế hiện nay như đã nói ở trên là quá trình hội nhập các nền kinh tế trên thế giới thành một thể thống nhất. Tổ chức thương mại thế giới hiện nay bao gồm phần lớn các nước trên thế giới, các nước đang chuyển đổi cũng đang ráo riết chuẩn bị đàm phán gia nhập tổ chức này. Trong khu vực Việt Nam là thành viên của ASEAN vì thế đang trong quá trình hội nhập AFTA với tiến trình này đầu tư của các nước ASEAN vào Việt Nam và đầu tư của Việt Nam sang các nước này sẽ ngày càng tăng. Để kinh doanh có hiệu quả hàng hoá cần có một thương hiệu riêng để hàng hoá của doanh nghiệp có thể phân biệt với hàng hoá của các doanh nghiệp khác ở các nước khác nhau và thương hiệu cần được đăng ký quyền sở hữu. Trước mắt các doanh nghiệp cần rà soát lại kế hoạch xuất khẩu trong vài ba năm tới. Những mặt hàng nào chưa có nhãn hiệu hoặc nhãn hiệu chưa đăng ký bảo hộ nên tiến hành đăng ký, đối với các sản phẩm nông nghiệp các

---

doanh nghiệp cần phối hợp với nhau để xây dựng thương hiệu và xuất xứ cho những sản phẩm đó. Về lâu dài các doanh nghiệp cần chuẩn bị các điều kiện cần thiết để quản lý thương hiệu của mình. Phải bố trí nhân lực có hiểu biết để phụ trách về sở hữu trí tuệ và xây dựng chiến lược kinh doanh chung của doanh nghiệp. Trong đó, cần đặc biệt lưu ý đến vấn đề thông tin sở hữu trí tuệ gắn hàng với mặt hàng xuất khẩu.

#### *4.2. Đầu tư đổi mới công nghệ:*

Người tiêu dùng ngày càng coi trọng chất lượng hàng hoá, để có thể giữ được sự tín nhiệm của khách hàng đối với sản phẩm của doanh nghiệp cần có kế hoạch đổi mới trang thiết bị, công nghệ sản xuất để sản xuất ra những mặt hàng chất lượng cao và có giá cả cạnh tranh. Để có nguồn vốn tài trợ cho đổi mới công nghệ sản xuất các doanh nghiệp có thể huy động từ những nguồn như từ quỹ hỗ trợ phát triển, từ nguồn vốn liên doanh với nước ngoài, trong tương lai cần có kế hoạch cổ phần hoá các doanh nghiệp xuất khẩu để tạo ra nguồn vốn đủ mạnh cho đổi mới trang thiết bị. Những thiết bị và công nghệ nhập vào cần có sự kiểm định chất lượng và thẩm định giá để tránh tình trạng nhập phải thiết bị và công nghệ lạc hậu sẽ làm ảnh hưởng đến tăng trưởng lâu dài của doanh nghiệp.

#### *4.3. Đào tạo cán bộ kinh doanh xuất nhập khẩu:*

Đội ngũ cán bộ kinh doanh xuất nhập khẩu chuyên nghiệp của tỉnh hiện nay có thể nói là còn thiếu, các doanh nghiệp hầu như mới chú trọng vào thị trường trong nước. Để nâng cao nghiệp vụ xuất nhập khẩu cho cán bộ các doanh nghiệp nên cử cán bộ tham gia những lớp đào tạo nghiệp vụ ngắn hạn ở những trường và trung tâm đào tạo chuyên ngành, tổ chức thăm quan học hỏi kinh nghiệm xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp trong nước.

---

## PHẦN KẾT LUẬN

Sở thương mại - du lịch Điện Biên là cơ quan chuyên môn giúp UBND tỉnh quản lý hoạt động thương mại, tham mưu cho tỉnh những vấn đề có liên quan đến hoạt động thương mại, du lịch. Đồng thời hướng dẫn các doanh nghiệp thực hiện tốt chủ trương chính sách của nhà nước về thương mại, tham gia góp ý vào việc đưa ra, sửa đổi, bổ sung cách chính sách, pháp luật của nhà nước. Một trong những chức năng đó là hoạt động quản lý xuất nhập khẩu, với đặc thù là một tỉnh miền núi lại ở xa các trung tâm kinh tế lớn của khu vực và cả nước, điều kiện giao thông lại khó khăn nên hoạt động xuất nhập khẩu của tỉnh Điện Biên gặp không ít khó khăn. Bất chấp những khó khăn đó với những đường lối chính sách đúng đắn của nhà nước sự chỉ đạo sát của tỉnh mà trực tiếp là sở thương mại du lịch Điện Biên đã thu được những thành tựu đáng kể trong xuất khẩu. Dựa trên chức năng, nhiệm vụ của sở thương mại và du lịch đề tài: " Một số giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hoá qua biên giới Điện Biên của sở thương mại và du lịch Điện Biên" đã thể hiện tầm quan trọng của xuất nhập khẩu đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Điện Biên. Phân tích thực trạng xuất nhập khẩu hàng hoá của tỉnh trong thời gian qua, đưa ra một số thông

---

tin quan trọng về thị trường EU và Nhật Bản. Đồng thời đưa ra một số giải pháp như giải pháp cho doanh nghiệp, giải pháp tạo nguồn hàng, nhằm đẩy mạnh hơn nữa hoạt động xuất khẩu. Do thời gian có hạn và kinh nghiệm thực tiễn còn hạn chế nên trong đề tài của em không tránh khỏi những khiếm khuyết, em mong nhận được sự chỉ bảo tận tình của cô giáo để đề tài của em được hoàn thiện hơn. Cuối cùng em xin cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của cô giáo Dương Thị Ngân, sự giúp đỡ tận tình của các cô, chú cán bộ sở thương mại - du lịch Điện Biên đã giúp đỡ em hoàn thành đề tài này.

### **DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Nghị quyết hội nghị BCH đảng bộ tỉnh lần thứ X.
2. Báo cáo xuất nhập khẩu của sở thương mại- du lịch Điện Biên giai đoạn 2002 - 2004.
3. Báo cáo tình hình hợp tác với các tỉnh Bắc Lào của sở thương mại - du lịch Điện Biên.
4. Văn bản về chính sách ưu đãi thu hút đầu tư tại Điện Biên.
5. Tạp chí Tài chính doanh nghiệp số 1+2/ 2005, số 3/2005.
6. Tạp chí Nông nghiệp và phát triển nông thôn kỳ 1 tháng 3 năm 2005.
7. Tạp chí Thuế nhà nước tháng 3/2005
8. Luật thương mại Việt Nam
9. Sách xuất khẩu sang thị trường EU của cục xúc tiến thương mại Việt Nam
10. Sách 30 năm quan hệ hợp tác hữu nghị Việt Nam - Nhật Bản
11. Website [www.dulichdienbienphu.gov.vn](http://www.dulichdienbienphu.gov.vn) của sở du lịch thương mại Điện Biên.
12. Website [www.thuongmaidientu.com](http://www.thuongmaidientu.com)

