

ĐỀ ÁN

Phát triển xuất khẩu trên địa bàn Nghệ An thời kỳ 2006 - 2010

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 68 /2006/QĐ-UBND
ngày 14 tháng 7 năm 2006 của UBND Tỉnh)*

=====

PHẦN 1

ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG

XUẤT KHẨU TRÊN ĐỊA BÀN NGHỆ AN THỜI KỲ 2001 - 2005

I- ĐẶT VẤN ĐỀ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN:

Thời kỳ 2001 - 2005, có hai đề án liên quan tới công tác xuất khẩu trên địa bàn Nghệ An đã được UBND Tỉnh phê duyệt, đó là:

- Đề án "Định hướng phát triển xuất khẩu trên địa bàn tỉnh Nghệ An thời kỳ 2001- 2005" đã được ban hành kèm theo Quyết định số 46/2001/QĐ-UB ngày 13 ngày 6 tháng 2001 của Ủy ban nhân dân Tỉnh;

Theo đề án này, mục tiêu đến năm 2005 trên địa bàn tỉnh phấn đấu đạt kim ngạch xuất khẩu từ 120 - 130 triệu USD, tương ứng với mức tăng trưởng bình quân từ 30 - 32%/năm. Trong đó kim ngạch xuất khẩu hàng hoá đạt 100 - 110 triệu USD; xuất khẩu dịch vụ (bao gồm xuất khẩu lao động, dịch vụ du lịch và vận tải biển) đạt 20 triệu USD.

- Đề án "Chiến lược phát triển xuất khẩu trên địa bàn Nghệ An đến năm 2010" đã được phê duyệt tại Quyết định số 61/2003/QĐ-UB ngày 07 tháng 7 năm 2003 của UBND Tỉnh.

Theo đề án này, mục tiêu dự kiến nhịp độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân giai đoạn 2002 - 2010 là 21,5 - 23,6%/năm, đạt mức 275 - 325 triệu USD vào năm 2010; trong đó xuất khẩu hàng hoá đạt 220 - 248 triệu USD; xuất khẩu dịch vụ đạt 55 - 75 triệu USD.

Tuy nhiên, khi xây dựng chiến lược xuất khẩu trước đây, chúng ta chưa lường hết những cơ hội và thách thức của quá trình toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại, nhất là lộ trình CEPT/AFTA; Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa kỳ; Trung quốc gia nhập WTO; việc Việt Nam chuẩn bị gia nhập WTO dự kiến vào năm 2006 và sự gia tăng mạnh mẽ của ngành xuất khẩu dịch vụ.

Bên cạnh đó một số chương trình và dự án ưu tiên đầu tư phát triển sản xuất hàng xuất khẩu trên địa bàn Tỉnh đã được định hướng, đầu tư phát triển nhưng không có tính khả thi, hoặc chậm tiến độ hoặc không đáp ứng công suất, sản lượng được duyệt.

Do vậy việc đánh giá và điều chỉnh một số định hướng, chỉ tiêu, giải pháp trong chiến lược phát triển xuất khẩu trên địa bàn Nghệ An đến năm 2010 là cần thiết. Điều này đã được khẳng định tại Nghị quyết số 01/NQ/TU ngày 26/12/2005 của Ban Thường vụ Tỉnh uỷ ban hành Chương trình hành động triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Tỉnh lần thứ XVI, trong đó có Chương trình xuất khẩu.

II- CĂN CỨ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN:

1- Nghị quyết số 01-NQ/TU ngày 26 tháng 12 năm 2005 của Ban Thường vụ Tỉnh uỷ về Chương trình hành động triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Tỉnh lần thứ XVI; Quyết định số 436/QĐ-UBND ngày 03 tháng 02 năm 2006 của UBND Tỉnh về việc ban hành Kế hoạch triển khai các chương trình, đề án trọng điểm thực hiện Nghị quyết 01/NQ-TU ngày 26 tháng 12 năm 2005 của Ban Thường vụ Tỉnh Uỷ khoá XVI.

2- Nghị quyết số 39-NQ-TW ngày 16 tháng 8 năm 2004 về phát triển kinh tế xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng Bắc Trung bộ và Duyên hải Trung bộ đến năm 2010;

3- Chiến lược phát triển xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2010;

4- Quyết định số 147/2005/QĐ-TTg ngày 15 tháng 6 năm 2005 của Thủ Tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án "Phát triển kinh tế - xã hội Miền Tây Tỉnh Nghệ An đến năm 2010".

5- Quyết định số 239/2005/QĐ-TTg ngày 30 tháng 9 năm 2005 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án Phát triển thành phố Vinh, Tỉnh Nghệ An trở thành Trung tâm kinh tế, văn hoá Vùng Bắc Trung bộ;

6- Kết luận 20 KL/TW của Bộ Chính trị về Nghệ An;

7- Nghị định số 12/2006/NĐ-CP ngày 23 tháng 01 năm 2006 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hoá quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hoá với nước ngoài.

8- Chỉ thị số 49/2004/CT-TTg ngày 24 tháng 12 năm 2004 của Thủ tướng Chính phủ về phát triển dịch vụ trong kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006 - 2010.

III- KẾT QUẢ XUẤT KHẨU GIAI ĐOẠN 2001 - 2005

1- Kim ngạch xuất khẩu:

Thời kỳ 2001 - 2005, tổng kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn Tỉnh Nghệ An đã có bước tăng trưởng: từ 35,7 triệu USD năm 2001 lên 149,8 triệu USD năm 2005, đạt mức tăng trưởng bình quân 33,2 % năm; tăng gấp 3,2 lần so với năm đầu kỳ kế hoạch. Tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ thời kỳ 5 năm đạt 419,7 triệu USD, trong đó:

- Xuất khẩu hàng hoá trong 5 năm (2001 - 2005) đạt 296 triệu USD, chiếm tỷ trọng 70,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu; riêng năm 2005 đạt 87,5 triệu USD.

- Xuất khẩu dịch vụ đạt 123,7 triệu USD, chiếm tỷ trọng 29,5 % trong tổng kim ngạch xuất khẩu, trong đó chủ yếu là xuất khẩu lao động - năm 2005 đạt 59,9 triệu USD.

2) Cơ cấu hàng hoá, dịch vụ xuất khẩu:

2.1- Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu:

Nhìn chung, chuyển dịch cơ cấu hàng hoá xuất khẩu trên địa bàn Nghệ An diễn ra chậm và không ổn định qua các năm, trong đó:

* Nhóm hàng nông lâm sản: Chiếm tỷ trọng khá lớn trong cơ cấu hàng hoá xuất khẩu, và có xu hướng tăng, từ 36% năm 2001 lên 57,6% năm 2005.

Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng chính của nhóm hàng này trong năm 2005 như sau:

- **Tinh bột sắn:** Giữ vị trí hàng đầu trong cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của Nghệ An, với số lượng 70.900 tấn, đạt kim ngạch trên 15,7 triệu USD, được xuất sang thị trường Trung Quốc là chủ yếu.

Đáng lưu ý, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này đa phần là hàng ngoại tỉnh, chiếm tới 84,4%; Hàng nội tỉnh (do 2 nhà máy chế biến tinh bột sắn trên địa bàn cung ứng) chỉ đạt 9.600 tấn, chiếm 13,6%.

- **Lạc nhân:** Giữ vị trí thứ hai trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Nghệ An, với số lượng 13.000 tấn, đạt kim ngạch trên 8,4 triệu USD, chủ yếu xuất sang thị trường các nước: Thái lan, Indonesia, Singapore, Malaysia, Phillipine ... *Mặt hàng này được các doanh nghiệp khai thác cả từ nội và ngoại tỉnh (Tây ninh, Quảng bình, Hà Tĩnh ...);*

- **Chè búp khô:** Trong năm 2005 có 4 đơn vị tham gia xuất khẩu chè búp khô, số lượng trên 5.000 tấn đạt kim ngạch xấp xỉ 5,2 triệu USD sang thị trường một số nước EU, Hoa kỳ, Nhật bản, Nga, các nước Trung Cận đông ...

- **Cà phê:** Do 3 doanh nghiệp khai thác hàng từ nội và ngoại tỉnh xuất khẩu trên 4.400 tấn, đạt kim ngạch 3,9 triệu USD, xuất sang thị trường các nước: EU, Singapore, Canada, trong đó cà phê nội tỉnh chỉ chiếm 12,8% đạt kim ngạch trên 0,5 triệu USD; 87,2% kim ngạch còn lại, tương ứng với 3,4 triệu USD được các doanh nghiệp khai thác từ ngoại tỉnh.

- **Cao su:** Trong năm 2005 mặt hàng này đã được 5 doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường Trung quốc 8.100 tấn, đạt kim ngạch 11,8 triệu USD. 100% kim ngạch mặt hàng này đều là hàng ngoại tỉnh.

- **Nhựa thông:** Với 4 doanh nghiệp tham gia đã xuất khẩu được trên 2.800 tấn với kim ngạch 1,5 triệu USD; thị trường chủ yếu là ấn độ, Pakistan ... Nguồn gốc hàng khai thác từ cả nội tỉnh và ngoại tỉnh.

- **Nước dừa cô đặc xuất khẩu:** Mặt hàng này do Công ty Cổ phần Thực phẩm xuất khẩu với kim ngạch 1,3 triệu USD.

* Nhóm hàng công nghiệp, TTCN, khoáng sản: Giảm dần, từ 46 % năm 2001 xuống 42% năm 2005. *Xuất khẩu một số mặt hàng chính của nhóm hàng này trong năm 2005 như sau:*

- **Sản phẩm gỗ:** Bao gồm gỗ tròn, gỗ thành khí, ván sàn, một số đồ gỗ ngoài trời, dăm gỗ ... được 21 doanh nghiệp trên địa bàn Tỉnh xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc, Đài Loan, Nhật bản, Singapore là chủ yếu, đạt kim ngạch trên 11,5 triệu USD. Đa phần lượng hàng này đều có nguồn gốc nhập khẩu từ thị trường Lào, hàng mới qua sơ chế, giá trị thấp.

- **Hàng thủ công mỹ nghệ:** Chủ yếu là đồ gỗ gia dụng, đạt kim ngạch trên 2,4 triệu USD, xuất sang thị trường các nước Aruba, Canada, Trung Quốc, Pháp, Nhật Bản, Indonesia, Israel, ấn độ, Hàn Quốc, Lào, Malaysia, Ba Lan, Đài Loan, ả rập xê út , Hoa Kỳ, Vương quốc Anh ... Đáng lưu ý, xuất khẩu hàng hoá vào các thị trường này phần lớn đều qua bạn hàng trung gian nước ngoài.

- **Khoáng sản các loại:** Bao gồm: Ilmenite, Zircon, quặng sắt, thiếc thỏi được các doanh nghiệp khai thác cả từ nội tỉnh và ngoại tỉnh xuất khẩu sang thị trường Trung quốc, Nhật bản, Indonesia, Malaysia ... đạt kim ngạch ~ 4 triệu USD, trong đó mặt hàng thiếc thỏi vẫn chưa tìm được thị trường xuất khẩu trực tiếp mà phải qua uỷ thác xuất khẩu.

- **Đá trắng các loại:** Trong năm 2005, mặt hàng này đã được các doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường Andora, Nhật bản, Kenya, Hàn quốc, Malaysia, Đài loan, Australia, ấn độ, đạt kim ngạch trên 3,7 triệu USD, chủ yếu dưới dạng đá cục, giá trị thấp.

Cho tới nay vẫn chưa có doanh nghiệp nào xuất khẩu được bột đá trắng siêu mịn - một mặt hàng được đánh giá là hàng hoá xuất khẩu chủ lực, có tiềm năng lớn của Nghệ An.

- **Dệt may:** Chủ yếu do 3 doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường các nước: Hoa Kỳ, Australia, Honduras, Nhật bản, Hà lan, Ba lan, Đức, Tây ban nha ... đạt kim ngạch xấp xỉ 2 triệu USD. Đa phần hàng hoá đều do các doanh nghiệp xuất khẩu theo hình thức xuất gia công, trị giá thấp, chưa có thương hiệu của mình.

* Nhóm hàng thuỷ hải sản giảm đáng kể, từ 16,7% năm 2001 xuống 0,6% năm 2005 (~ 0,5 triệu USD), thấp xa so với chỉ tiêu kế hoạch thời kỳ 2001 - 2005 đã duyệt (từ 25 - 30 triệu USD).

2.2- Cơ cấu dịch vụ xuất khẩu:

Trong giai đoạn 2001 - 2005 xuất khẩu dịch vụ trên địa bàn Tỉnh (bao gồm: vận tải biển; dịch vụ du lịch và xuất khẩu lao động) bắt đầu được chú trọng phát triển và chiếm tỷ trọng tăng dần trong cơ cấu kim ngạch xuất khẩu: từ 9 % năm 2001 lên 41,5% năm 2005.

Về cơ cấu dịch vụ xuất khẩu, năm 2005 xuất khẩu lao động chiếm 96% (~ 59,9 triệu USD); dịch vụ du lịch chiếm 3% (~1,9 triệu USD); vận tải biển - 1% (~0,6 triệu USD).

(Danh mục mặt hàng xuất khẩu thời kỳ 2001 - 2005, xem Phụ lục số 1 kèm theo)

3) Thị trường xuất khẩu:

3.1- Thị trường hàng hoá xuất khẩu:

Trong những năm qua các doanh nghiệp trên địa bàn Tỉnh đã xuất bán hàng hoá sang thị trường 45 nước, bao gồm các nước Châu Mỹ; Châu á; Châu âu; Châu phi ... Cơ cấu thị trường hàng hoá xuất khẩu thể hiện:

- Thị trường các nước ASEAN và Đông Bắc Á tuy vẫn là bạn hàng chính của các doanh nghiệp Nghệ An, nhưng có xu hướng giảm dần, từ 78,3% năm 2001 xuống 73 % năm 2005, nhưng nhìn chung giá trị tuyệt đối năm sau vẫn cao hơn năm trước. Các nước nhập khẩu chính bao gồm: Trung quốc, Nhật bản; Singapore; Indonesia; Malaysia; Lào; Thái lan; Philippine; Đài loan; Hàn quốc.

Các mặt hàng chủ yếu xuất khẩu sang thị trường này bao gồm: lạt nhân; cao su; tinh bột sắn; vật liệu xây dựng; sản phẩm gỗ, khoáng sản các loại, hàng bách hoá phẩm, chè búp khô, hàng TCMN, ...

- Gần đây khu vực thị trường EU và Mỹ tăng đáng kể trong cơ cấu thị trường xuất khẩu của Nghệ An, từ 12,8 % năm 2001 lên 20,6 % năm 2005,

trong đó thị trường Mỹ đạt 3,3 triệu USD; thị trường EU đạt ~ 10,5 triệu USD với các mặt hàng chính bao gồm: Hàng thủ công mỹ nghệ; dệt may; chè, nước dừa cô đặc, bột lửa ga ...;

- Thị trường các nước Đông Âu cũ nay đang được các doanh nghiệp khai thông trở lại, nhất là thị trường Nga, Ucraina, Rumania, Hungaria, nhưng đến nay vẫn chưa có bạn hàng truyền thống mang tính ổn định, thậm chí còn qua trung gian, thị phần nhỏ bé.

(Danh mục thị trường xuất khẩu thời kỳ 2001 - 2005, xem Phụ lục số 2 kèm theo)

3.2- Thị trường xuất khẩu lao động:

Thị trường xuất khẩu lao động chủ yếu là các nước Đài loan, Hàn quốc, Nhật bản, Lào, Malaysia.

4) Chủ thể tham gia hoạt động xuất khẩu:

Số lượng các doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất khẩu tăng nhanh từ 39 doanh nghiệp năm 2001 lên 78 doanh nghiệp năm 2005 với đủ các thành phần kinh tế, trong đó:

- Khu vực doanh nghiệp ngoài quốc doanh tăng từ 7,8% năm 2001 lên 32,7% năm 2005 với kim ngạch xuất khẩu hàng hoá ~ 28,6 triệu USD (về trị giá tuyệt đối, khối doanh nghiệp này tăng lên 10 lần so với năm 2001).

- Khu vực doanh nghiệp nhà nước giảm dần từ 64,4 % năm 2001 xuống còn 43,2% năm 2005 với kim ngạch xuất khẩu hàng hoá đạt 37,8 triệu USD.

- Khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ bé trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả tỉnh: 7,5% năm 2005.

Sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trên địa bàn yếu, chưa có doanh nghiệp chuyên doanh đủ mạnh có uy tín trên thị trường trong và ngoài nước.

5) Về cơ chế điều hành XNK và chính sách khuyến khích xuất khẩu:

Thời kỳ 2001 - 2005, cơ chế điều hành xuất nhập khẩu của nhà nước ngày càng được đổi mới theo hướng: Mở rộng quyền kinh doanh xuất nhập khẩu cho các thương nhân, giảm dần hàng rào phi quan thuế, hạn chế cơ chế “xin cho”, giảm bớt sự can thiệp của nhà nước vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp; Chính phủ cũng đã dành sự quan tâm đặc biệt đến công tác xuất khẩu thông qua các chương trình hỗ trợ tín dụng xuất khẩu, trợ cấp, trợ giá, ban hành các chính sách hỗ trợ các hoạt động xúc tiến thương mại và thưởng khuyến khích xuất khẩu tương đối thông thoáng.

Tại Nghệ An thời kỳ này công tác xuất khẩu đã được quan tâm hơn; 2 đề án về xuất khẩu đã được phê duyệt, trong đó đề ra các chương trình, dự án ưu tiên đầu tư phát triển xuất khẩu. Đặc biệt, Ủy ban nhân dân tỉnh đã có

Quyết định số 25/2001/QĐ-UB ngày 26/3/2001 ban hành bản quy định về một số chính sách khuyến khích xuất khẩu trên địa bàn Tỉnh Nghệ An, sau đó được thay thế bằng quyết định số 68/2003/QĐ-UB ngày 05 tháng 8 năm 2003; Quyết định số 95/2004/QĐ-UB ngày 13 tháng 09 năm 2004 về một số chính sách khuyến khích xuất khẩu lao động và các cơ chế, chính sách khác nhằm hỗ trợ, khuyến khích phát triển tạo vùng nguyên liệu phục vụ chế biến hàng xuất khẩu. Các quy định này đã khuyến khích doanh nghiệp đẩy mạnh sản xuất, tăng cường thu gom, chế biến hàng hoá xuất khẩu, đẩy mạnh công tác tìm kiếm thị trường, bán hàng, thúc đẩy tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu.

IV) ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VÀ NGUYÊN NHÂN

1) Đánh giá tổng quát:

1.1- Mặt đạt được:

Trong những năm qua hoạt động xuất khẩu trên địa bàn tỉnh đã có bước phát triển, thể hiện:

- Về quy mô, kim ngạch xuất khẩu tăng từ 35,7 triệu USD năm 2001 lên 149,8 triệu USD năm 2005.

- Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu khá, đạt mức bình quân 33,2%; đặc biệt xuất khẩu trực tiếp chiếm tỷ trọng đáng kể, trên 95% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá năm 2005.

- Xuất khẩu bình quân đầu người tăng từ 12 USD năm 2001 lên 43 USD năm 2005.

- Xuất khẩu dịch vụ có sự tăng trưởng vượt bậc: Năm 2005 đạt trên 62 triệu USD (trong đó xuất khẩu lao động ~ 60 triệu USD), tăng gấp 20 lần so với năm 2001. Một phần do trong những năm đầu kế hoạch 5 năm 2001 - 2005, số liệu thống kê về kim ngạch xuất khẩu dịch vụ còn chưa đầy đủ, nhất là xuất khẩu lao động.

- Một số thị trường xuất khẩu của hàng hoá Nghệ An đã được duy trì và mở rộng; các doanh nghiệp Nghệ An đã từng bước thâm nhập vào các thị trường khó tính như Nhật bản, Mỹ, EU ... và dần thu được kinh nghiệm giao dịch trong thương trường quốc tế. Đặc biệt đối với một số hàng nông sản như lạc, sản phẩm gỗ ... doanh nghiệp trên địa bàn Tỉnh đã gần như "chuyển ngôi": từ vị trí chỉ là người cung ứng hàng xuất khẩu cho các Tổng công ty Trung ương, trở thành "nhà xuất khẩu".

- Chủ thể tham gia xuất khẩu không ngừng được mở rộng, kể cả khu vực kinh tế ngoài quốc doanh, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI).

*** Tồn tại:**

- Quy mô hàng hoá xuất khẩu nhỏ bé, hiệu quả chưa cao, tăng trưởng không vững chắc, chưa tương xứng với tiềm năng và thế mạnh của Tỉnh;

Trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Tỉnh, *hàng hoá xuất khẩu sản xuất trong tỉnh* chỉ chiếm tỷ lệ trên 50%; số còn lại các doanh nghiệp phải khai thác từ ngoại tỉnh.

- Kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của tỉnh: Năm 2005 chỉ chiếm 7,5 %, tương ứng với 6,7 triệu USD; *trong khi đó trên địa bàn cả nước, các doanh nghiệp FDI chiếm trên 57,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu với trị giá trên 18,5 tỷ USD năm 2005.*

- **Cơ cấu** hàng hoá xuất khẩu chủ yếu vẫn là hàng nông lâm sản thô, chưa có mặt hàng có hàm lượng công nghệ và chế biến sâu, giá trị xuất khẩu cao. Đặc biệt hàng thuỷ hải sản xuất khẩu đã giảm sút đáng kể theo đà cổ phần hoá trong ngành thuỷ sản.

Mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Nghệ An chưa có (hoặc có nhưng với thị phần không đáng kể) trong **danh mục 10 mặt hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam** (như: dâu thô, dệt may, giày dép, thuỷ hải sản, sản phẩm gỗ, linh kiện điện tử, gạo tẻ, cao su, cà phê, hàng thủ công mỹ nghệ).

- **Thị trường** xuất khẩu của hàng hoá Nghệ An mặc dù trong thời gian qua có bước tiến đáng kể, song vẫn còn hạn hẹp, bạn hàng ít, quan hệ bạn hàng thiếu ổn định.

2) Nguyên nhân

*** Nguyên nhân của thành tựu:**

Về chủ quan:

- *Những đổi mới trong cơ chế chính sách quản lý xuất nhập khẩu, mở cửa thị trường;* chính sách nhằm mở rộng quyền kinh doanh cho các doanh nghiệp; xây dựng các chương trình: trợ giá, trợ cấp, lập quỹ hỗ trợ, quỹ thưởng xuất khẩu ... của nhà nước đã tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho doanh nghiệp trong công tác xuất khẩu.

- *Sự quan tâm của lãnh đạo tỉnh, ngành về công tác xuất khẩu* và đặc biệt là đặt xuất khẩu là một trong những nhiệm vụ trọng tâm trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội của Tỉnh. Nhiều cơ chế chính sách về ưu tiên đầu tư phát triển sản xuất hàng hoá xuất khẩu; tạo vùng nguyên liệu; xây dựng cơ sở hạ tầng; công tác thuỷ lợi phí; khuyến khích ứng dụng khoa học kỹ thuật tiên tiến; chính sách khuyến khích xuất khẩu đã được tỉnh ban hành, đi vào cuộc sống.

- *Tỉnh cũng đã huy động và thu hút được một số dự án đầu tư phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu, kể cả vốn đầu tư nước ngoài.* Công tác xúc tiến thương mại, đầu tư và du lịch, khuyến công bước đầu đã mang lại hiệu quả thiết thực cho doanh nghiệp.

- *Xuất khẩu lao động đã được Tỉnh chú trọng đầu tư phát triển,* đáp ứng nguyện vọng của người lao động trên địa bàn, nhất là lao động nông thôn;

nhờ đó đã tạo mức tăng trưởng khá trong doanh thu ngoại tệ về xuất khẩu lao động, góp phần tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn Tỉnh.

Về khách quan:

- Sự phục hồi tăng trưởng của nền kinh tế thế giới trong giai đoạn 2003 - 2005 làm tăng nhu cầu nhập khẩu hàng hoá của các khu vực và quốc gia trên thế giới, nhất là các nước ASEAN, Đông Bắc á và đặc biệt sự kiện Trung Quốc trở thành thành viên của WTO, đã hút một lượng lớn hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có Nghệ An.

- Giá cả nhiều loại hàng hoá trên thị trường thế giới tăng cao hơn so với thời kỳ trước, trong đó có lạc nhân, tinh bột sắn, chè ... đã góp phần nâng cao kim ngạch xuất khẩu của Nghệ An.

*** Nguyên nhân tồn tại:**

Về chủ quan:

- *Nhận thức* về hội nhập kinh tế quốc tế; về vai trò của công tác xuất khẩu đối với nền kinh tế của một số lãnh đạo cấp Sở, Ngành, huyện thị, doanh nghiệp chưa đầy đủ; chưa nhận thấy được vấn đề "*Xuất khẩu là cứu cánh của nền kinh tế*" - do vậy một số Sở, Ngành, huyện thị còn thờ ơ, ít quan tâm tới công tác xuất khẩu, dẫn tới trong công tác chỉ đạo thiếu quyết liệt.

- *Năng lực cạnh tranh* trên địa bàn Tỉnh còn yếu kém ở cả 3 cấp độ: Nền kinh tế tỉnh; doanh nghiệp và mặt hàng xuất khẩu.

+ *Nền kinh tế tỉnh nhà còn ở điểm xuất phát thấp*. Nghệ An chưa phải là vùng kinh tế trọng điểm được Trung ương đặc biệt quan tâm đầu tư, lại xa các cực phát triển kinh tế lớn của cả nước.

+ *Sức cạnh tranh của sản phẩm* Nghệ An kém cả trên thị trường trong nước và nước ngoài: số lượng manh mún; chất lượng chưa đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn quốc tế, thị phần nhỏ; giá thành cao; mẫu mã lỗi thời, kiểu dáng lạc hậu; vệ sinh và an toàn thực phẩm kém nên sản phẩm khó thâm nhập trực tiếp vào các thị trường khó tính (như Nhật bản, EU, Mỹ v.v...).

+ *Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu trên địa bàn tỉnh yếu*, đa phần là doanh nghiệp vừa và nhỏ: Tài chính hạn hẹp, năng lực sản xuất và kinh doanh nhỏ bé, trình độ quản lý bất cập so với yêu cầu hội nhập, sức vươn ra thị trường yếu, thiếu kinh nghiệm và kỹ năng trong giao dịch đối ngoại....

Các doanh nghiệp chưa nhận thức được vấn đề **thương hiệu hàng hoá và danh tiếng doanh nghiệp là tài sản vô giá của Tỉnh cũng như của doanh nghiệp** trong quá trình thâm nhập vào thị trường thế giới; phần lớn các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá chưa đứng vững trên "thương hiệu" hàng hoá của mình; chưa có hướng chiến lược kinh doanh lâu dài "*xuất bán*

cái gì thị trường cần" mà còn đang ở dạng "có gì bán nấy"; sản xuất chưa gắn với nhu cầu thị trường; phương thức kinh doanh đơn điệu;

- Đầu tư xã hội cho sản xuất hàng xuất khẩu nhìn chung vẫn thấp, chưa gắn sản xuất với xuất khẩu. Bên cạnh đó một số chương trình, dự án đã được triển khai đầu tư nhưng tính khả thi không cao, hiệu quả thấp, chậm tiến độ, nhất là dự án giày da; dự án mở rộng nhà máy gỗ Vinh; nhà máy chế biến súc sản xuất khẩu; dây chuyền may; các dự án phát triển xuất khẩu đá trắng và bột đá trắng siêu mịn; các dự án phát triển hàng thủy hải sản

- Quan hệ giữa nhà nông, nhà doanh nghiệp, nhà nghiên cứu chưa được gắn kết, thiết lập bền vững. Còn có nhiều vấn đề bất cập trong phát triển vùng nguyên liệu phục vụ cho các cơ sở sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu.

- Công tác xúc tiến thương mại chưa được quan tâm đúng mức.

- Công tác tổ chức, đào tạo nguồn nhân lực còn nhiều bất cập; Năng lực đội ngũ lãnh đạo và cán bộ làm nhiệm vụ xuất nhập khẩu yếu. Tỉnh còn thiếu cán bộ quản lý có trình độ, năng động biết quản lý và giỏi kinh doanh xuất nhập khẩu. Đội ngũ cán bộ nắm vững nghiệp vụ xuất nhập khẩu và thành thạo ngoại ngữ; thợ lành nghề, công nhân kỹ thuật trong các doanh nghiệp còn thiếu và yếu.

- Kết cấu hạ tầng và các dịch vụ quan trọng phục vụ hoạt động xuất khẩu như cảng biển, cửa khẩu, sân bay, đường giao thông ... còn thiếu hoặc đã có nhưng năng lực thấp, xa trung tâm, không thuận lợi cho các doanh nghiệp trong nước nói chung và Nghệ An nói riêng đẩy mạnh xuất khẩu.

Nguyên nhân khách quan:

- Giá cả một số nông sản phẩm trên thị trường thế giới có tăng nhưng không ổn định, thường xuyên biến động.

- Tình hình suy thoái kinh tế vào những năm đầu kế hoạch 2001 - 2005; biến động chính trị thế giới, nhất là sự kiện 11/09; đại dịch SARS, chiến tranh Iraq, Ápganixtan ... đã ảnh hưởng không nhỏ đến tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có Nghệ An.

- Cùng với xu thế hội nhập, ngày càng xuất hiện nhiều rào cản thương mại mới tinh vi như chống phá giá, tiêu chuẩn xã hội, môi trường, an toàn vệ sinh thực phẩm ... gây khó khăn và tổn thất không nhỏ cho hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn Tỉnh.

PHẦN II
ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN
XUẤT KHẨU TRÊN ĐỊA BÀN NGHỆ AN GIAI ĐOẠN 2006 - 2010

A- BỐI CẢNH QUỐC TẾ VÀ TÌNH HÌNH TRONG NƯỚC

I- Cơ hội:

Trong giai đoạn 2006 - 2010, bối cảnh quốc tế sẽ có nhiều điều kiện thuận lợi tác động đến khả năng xuất khẩu của Việt Nam nói chung, Nghệ An nói riêng, nhất là:

- *Nền kinh tế thế giới đang có những vận động mạnh mẽ theo xu hướng chuyển dịch từ Tây sang Đông, đã và đang ảnh hưởng trực tiếp đến chiến lược phát triển kinh tế của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Nằm trong khu vực năng động này, hoạt động ngoại thương của Việt Nam sẽ được hưởng những ngoại ứng tích cực.*

- *Quá trình hội nhập kinh tế toàn cầu tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại và đầu tư quốc tế phát triển và cùng với nó là sự đa dạng hoá của các nguồn đầu tư cũng như hướng đầu tư. Việt Nam có thể tranh thủ thời cơ này để tăng cường thu hút FDI, phục vụ cho mục tiêu phát triển xuất khẩu của mình.*

- *Việc Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), hoạt động ngoại thương nói chung và xuất khẩu nói riêng của Việt Nam sẽ có những chuyển biến mạnh mẽ trong thời gian tới.*

- *Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ trên thế giới sẽ tạo điều kiện cho Việt Nam đi tắt, đón đầu để tiếp thu những tri thức và công nghệ tiên tiến trên thế giới. Đặc biệt, sự phát triển của công nghệ thông tin và thương mại điện tử sẽ tạo cơ hội cho Việt Nam tham gia giao dịch trên thị trường thế giới một cách dễ dàng, tiện lợi với chi phí thấp.*

Trong nước, chính phủ rất quan tâm tới công tác xuất khẩu.

- *So với giai đoạn trước, năng lực sản xuất của nền kinh tế được nâng lên một bước rõ rệt, vị trí và hình ảnh của quốc gia trên trường quốc tế cũng được cải thiện*

- *Những cải cách quan trọng về luật pháp, cơ chế, chính sách điều chỉnh các hoạt động kinh tế nói chung và hoạt động xuất nhập khẩu nói riêng theo hướng thông thoáng hơn, phù hợp hơn với những chuẩn mực quốc tế, phát huy được sức mạnh tổng hợp của mọi thành phần kinh tế trong thời gian*

qua (điển hình là việc thông qua Luật Thương mại và Luật Đầu tư, Luật doanh nghiệp) nhất định sẽ tác động tích cực đến hoạt động xuất khẩu trong thời gian tới.

- Với quan điểm *chủ động hội nhập vào nền kinh tế quốc tế*, quan hệ kinh tế đối ngoại của Việt Nam với hầu khắp các quốc gia và khu vực thị trường lớn trên thế giới ngày càng được mở rộng; mối quan hệ hợp tác với nhiều tổ chức kinh tế, thương mại, tài chính lớn của quốc tế được thiết lập, duy trì một cách bền vững..., tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng và phát triển thị trường xuất khẩu.

II- Thách thức:

*** Bối cảnh quốc tế:**

- Dưới sức ép của toàn cầu hóa kinh tế, cạnh tranh ngày càng gay gắt và ngày càng xuất hiện nhiều hình thức rào cản thương mại mới tinh vi hơn *như áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm hay các biện pháp chống bán phá giá*. Điều này gây khó khăn không nhỏ cho những nước mà sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu còn chưa cao, như Việt Nam.

- Những bất ổn khó lường về an ninh – chính trị - xã hội (như chiến tranh, khủng bố, thiên tai, dịch bệnh) đều là những nguy cơ tiềm ẩn và hoàn toàn có thể dẫn đến những khủng hoảng ở quy mô khu vực hay thế giới. Nếu điều đó xảy ra sẽ có ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến kết quả xuất khẩu của Việt Nam.

*** Trong nước:**

- Năng lực cạnh tranh quốc gia (*thể hiện: độ mở kinh tế, thể chế, tài chính, lao động, công nghệ, kết cấu hạ tầng, quản trị và chính phủ*) chưa được cải thiện rõ rệt.

- Cơ cấu xuất khẩu chưa lành mạnh, chuyển dịch cơ cấu diễn ra chậm và thiếu chủ động. Lợi thế so sánh về chi phí nhân công thấp đang giảm dần. Giá cả một số mặt hàng chiến lược như sắt thép, xăng dầu v.v... đang có xu hướng tăng nhanh.

- Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ xuất khẩu còn nhiều hạn chế.

- Những vấn đề về thuận lợi hoá xuất khẩu, xuất nhập cảnh tại biên giới như thủ tục biên phòng, hải quan, kiểm tra chất lượng, công nhận lẫn nhau... sẽ là những vấn đề cần tập trung giải quyết để có thể đẩy mạnh được hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới.

- Trình độ đội ngũ cán bộ làm công tác xuất nhập khẩu và công tác tham mưu về chiến lược, quy hoạch, chính sách còn bất cập.

III - Tiềm năng, lợi thế so sánh của Nghệ An

1- Thuận lợi:

- Nghệ An có nguồn lao động dồi dào (dân số trên 3 triệu người);
- Có đất, rừng, biển và khí hậu thích nghi cho nhiều loại cây trồng, vật nuôi có giá trị kinh tế cao tạo nên nguồn hàng nông lâm hải sản xuất khẩu, tài nguyên khoáng sản đa dạng;
- Vị trí địa lý thuận lợi (*có ga tàu, sân bay, cảng biển, cửa khẩu quốc gia/quốc tế, quốc lộ 1A...*), Nghệ An lại nằm trên ngã tư giao lưu hàng hoá Bắc – Nam và từ Thái lan - Lào - ra biển đông, là điểm hội tụ các luồng giao lưu văn hoá du lịch...
- Được Chính phủ quan tâm hơn (*thể hiện qua việc ban hành các Nghị quyết; Quyết định về Nghệ An đã được đề cập trong Mục II - Căn cứ xây dựng đề án thuộc Phần I*)

2) Khó khăn:

- Tiềm năng nhiều nhưng lợi thế không cao;
- Nghệ An đang là một tỉnh nghèo.
- Nhân công nhiều nhưng *chất lượng lao động thấp*;
- *Tài nguyên đa dạng nhưng trữ lượng nhỏ, rừng bị khai thác kiệt quệ. Điều kiện khí hậu khắc nghiệt, mưa bão lụt, gây ảnh hưởng bất lợi đến sản xuất, nên nguồn hàng không ổn định.*
- *Nhận thức* của một số lãnh đạo Sở, Ngành, doanh nghiệp về vai trò của công tác xuất khẩu; ảnh hưởng của quá trình toàn cầu hoá, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực tới nền kinh tế trong nước cũng như tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp còn thấp, chưa đầy đủ.

B- ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH KINH TẾ PHỤC VỤ CÔNG TÁC XUẤT KHẨU ĐẾN NĂM 2010

Hoạt động xuất khẩu trên địa bàn Nghệ An trong thời kỳ 2006 - 2010 là nhằm thực hiện mục tiêu đã được Đại hội Tỉnh Đảng bộ lần thứ XVI đề ra với nội dung chính là: Tập trung chỉ đạo phát triển nhanh các sản phẩm xuất khẩu có lợi thế về nguyên liệu và nguồn lực mà thị trường trong nước và quốc tế có nhu cầu như: lạc nhân, bột đá siêu mịn, thủy sản, chè, nước dừa cô đặc, tinh bột sắn, sản phẩm gỗ, mây tre đan, dệt may v.v... vận tải biển và xuất khẩu lao động, dịch vụ du lịch. Phấn đấu đến năm 2010 đạt giá trị kim ngạch xuất khẩu từ 350 - 400 triệu USD.

Định hướng quy hoạch một số ngành kinh tế - xã hội phục vụ xuất khẩu như sau:

I- NGÀNH NÔNG, LÂM NGHIỆP

Quan điểm phát triển ngành nông nghiệp là: Tập trung đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp nông thôn. ứng dụng nhanh tiến bộ khoa học và công nghệ nhất là công nghệ sinh học để tăng nhanh giá trị sản lượng trên một đơn vị diện tích canh tác, phấn đấu đến năm 2010 đạt bình quân 30 -35 triệu đồng/ha. Đồng thời tiếp tục phát triển các vùng nguyên liệu tập trung có năng suất và chất lượng cao đáp ứng yêu cầu cho công nghiệp chế biến và xuất khẩu.

Phấn đấu đạt các chỉ tiêu hướng về xuất khẩu:

1- Về trồng trọt:

Phát triển diện tích các vùng chuyên canh cây công nghiệp, đến năm 2010 định hình được: 30.000 ha lạc; 7.000 ha vừng; 29.000 ha mía; 7.500 ha dứa; 6.000 ha sắn; 13.000 ha chè, 3.500 ha cà phê, 7.000 ha cao su, 10.000 ha quế, 4.000 ha dâu, 32.000 ha thông nhựa, 5.000 ha cam;

Đầu tư thâm canh để có sản lượng hàng hoá lớn: 75.000 tấn lạc vỏ; 5.000 tấn vừng; 220.000 tấn sắn củ; 2 triệu tấn mía cây; 12.000 tấn chè búp khô xuất khẩu; 3.000 tấn mủ cao su khô; 4.000 tấn cà phê nhân; 50.000 tấn cam; 160.000 tấn dứa quả. Khuyến khích phát triển các loại cây ăn quả, cây vừng, đậu tương, dâu tằm gắn với đầu tư các cơ sở bảo quản chế biến và tiêu thụ.

2- Về chăn nuôi:

Tập trung chỉ đạo để chăn nuôi phát triển nhanh mạnh cả về số lượng và chất lượng, nhất là chăn nuôi gia súc. Khuyến khích phát triển đàn lợn ở mọi vùng miền trong tỉnh.

Phấn đấu đến năm 2010 đạt trên 1 triệu con trâu bò; 1,5 triệu con lợn (trong đó tỷ lệ lợn hướng nạc chiếm 60 - 70%); Gia cầm 22 triệu con.

3- Về lâm nghiệp :

Bảo vệ vốn rừng tự nhiên và rừng trồng hiện có, trong đó cải tạo 20.000 ha rừng nghèo thành rừng giàu. Dự kiến diện tích trồng rừng mới tập trung hàng năm là 10.000 - 12.000 ha. Sản lượng khai thác đến năm 2010: gỗ rừng tự nhiên từ 10.000 m³/năm; khai thác gỗ rừng trồng 300.000 m³; nửa mét trên 30 triệu cây; nhựa thông 2.100 tấn.

Các chương trình, dự án cần được ưu tiên đầu tư phát triển:

- Dự án trồng và chế biến chè tại vùng Tây Nam với diện tích 8.000 ha; vốn đầu tư 50 tỷ đồng.

- Dự án trồng và chế biến chè chất lượng cao tại Kỳ Sơn với công suất 10.000 tấn/năm; vốn đầu tư 33 tỷ đồng;
- Dự án trồng và chế biến cà phê tại Phủ Quỳ với diện tích 3.500 ha; vốn đầu tư 15 tỷ đồng;
- Dự án trồng và chế biến dứa tại Nghĩa Đàn với vốn đầu tư 10 tỷ đồng;
- Các dự án trồng rừng nguyên liệu trên diện tích 80 - 90 ngàn ha; vốn đầu tư 300 tỷ đồng.

II- NGÀNH CÔNG NGHIỆP VÀ TIỂU THỦ CÔNG NGHIỆP:

Quan điểm phát triển đến năm 2010: Tập trung chỉ đạo nhóm sản phẩm có lợi thế và khả năng cạnh tranh trên thị trường như: Xi măng, điện, đường kính, sữa, dầu thực vật, bột đá trắng, đồ gỗ vật liệu ốp lát, dệt may, hải sản, đồ uống (bia, rượu, nước giải khát), thực phẩm (chè, dứa, bột sắn), lâm sản xuất khẩu ...

Khuyến khích các nhà đầu tư lấp đầy các khu công nghiệp tập trung như Bắc Vinh, Nam Cẩm và Cửa Lò. Phát triển tiểu thủ công nghiệp, làng nghề và làng có nghề tạo ra nhiều sản phẩm tiêu dùng và xuất khẩu.

Sắp xếp lại các cơ sở chế biến gỗ, tập trung đầu tư thiết bị và công nghệ chế biến lâm sản tiên tiến nhằm tiết kiệm nguyên liệu, sản xuất sản phẩm có chất lượng, khuyến khích phát triển các mặt hàng mây tre đan xuất khẩu.

Các chỉ tiêu phấn đấu hướng về xuất khẩu:

- Dệt may: Đến năm 2010 trên địa bàn Nghệ An có ít nhất 5 đơn vị chuyên kinh doanh hàng dệt may xuất khẩu, đạt 8 triệu sản phẩm hàng hoá xuất khẩu.

- Dăm gỗ đạt 300.000 tấn; gỗ ván ép 60.000 m³; xây dựng các cơ sở sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ, đồ mộc cao cấp xuất khẩu công suất 10.000 m³/năm; xây dựng các cơ sở sản xuất giấy và bột giấy.

- Thủy sản chế biến 6.400 tấn; thịt đông lạnh 3.000 tấn; đường kính 190.000 tấn; bia các loại 150 triệu lít; chè búp khô 12.000 tấn; nước dứa cô đặc 20.000 tấn; sữa chế biến 25 triệu lít; bột mì 20.000 tấn; tinh bột sắn 30.000 tấn ...

Các chương trình, dự án cần được ưu tiên đầu tư phát triển:

- Dự án sản xuất bột đá trắng siêu mịn xuất khẩu với công suất 600.000 tấn tại Quỳ Hợp; vốn đầu tư 75 tỷ đồng;

- Dự án nhà máy chế biến bột giấy xuất khẩu, công suất 130.000 tấn/năm; vốn đầu tư 2.600 tỷ đồng;

- Dự án cụm công nghiệp dệt may tại Cửa Lò, vốn đầu tư 650 tỷ đồng;
- Dự án nhà máy chế biến lâm sản tại Thanh Chương công suất 130.000 tấn/năm; vốn đầu tư 3.000 tỷ đồng;

III- NGÀNH THỦY HẢI SẢN:

Định hướng phát triển ngành thủy sản đến năm 2010:

- **Khai thác:** Nâng cao hiệu quả và năng lực đánh bắt hải sản, mở rộng khai thác vùng khơi trên cơ sở chuyển đổi cơ cấu đội tàu và nghề nghiệp phù hợp, kết hợp khai thác ven bờ, xây dựng cơ sở hậu cần nghề cá đồng bộ để phục vụ sản xuất, chế biến có hiệu quả. Phấn đấu đạt sản lượng khai thác xa bờ 43.000 tấn, trong đó tôm 1.000 tấn; mực 6.000 tấn; cá 34.000 tấn

- **Nuôi Trồng:** Chú trọng thâm canh và đẩy mạnh nuôi trồng thủy hải sản xuất khẩu; tập trung một số vùng nuôi quy mô lớn, mức độ thâm canh cao để đầu tư kỹ thuật, cơ sở hạ tầng và hỗ trợ vốn nhằm tạo nguồn hàng phục vụ công nghiệp chế biến. Phấn đấu đạt sản lượng nuôi trồng 38.000 tấn, trong đó cá nước ngọt 20.000 tấn; tôm 4.000 tấn

- **Chế biến:** Đầu tư, nâng cấp và mở rộng các cơ sở chế biến hiện có (tại Cửa Hội, Quỳnh Lưu) và xây dựng mới một số cơ sở, đổi mới công nghệ, nhằm tăng công suất máy móc thiết bị chế biến hàng hoá xuất khẩu, đa dạng hoá sản phẩm;

Hình thành các khu chế biến thủy hải sản tập trung; nâng cao chất lượng sản phẩm; Phấn đấu đến năm 2010 đạt công suất chế biến hàng thủy hải sản trên 25.000 tấn/năm, trong đó sản phẩm xuất khẩu đạt trên 6.400 tấn (tôm 2.400 tấn; cá 2.000 tấn; mực 1.500 tấn; sản phẩm khác 500 tấn). *Phấn đấu đạt kim ngạch xuất khẩu 33 triệu USD.*

Các chương trình, dự án cần được ưu tiên đầu tư phát triển:

- Dự án nhà máy chế biến thủy sản chất lượng cao tại Diễn Châu, công suất 50.000 tấn/năm; vốn đầu tư 75 tỷ đồng.

- Dự án nuôi tôm thâm canh vùng ven biển trên diện tích 1.880 ha; vốn đầu tư khoảng 120 tỷ đồng;

- Mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài và/hoặc các "Đại gia" trong nước vào Nghệ An đầu tư nhà máy chế biến thủy hải sản xuất khẩu, *nhằm tạo bước đột phá trong ngành thủy hải sản xuất khẩu.*

IV- NGÀNH THƯƠNG MẠI - DỊCH VỤ :

Với quan điểm phát triển là đẩy mạnh phát triển các ngành dịch vụ, tạo ra giá trị cao, giải quyết nhiều việc làm, tăng thu ngân sách và tạo môi trường thu hút đầu tư. Đến năm 2010 kim ngạch xuất khẩu đạt 350 - 400 triệu USD

với các nhóm hàng hoá xuất khẩu chủ lực: Lạc nhân, bột sắn, nước dừa cô đặc, cà phê, cao su, chè, thịt đông lạnh, hải sản, xi măng, bột đá trắng, thiếc, gỗ mỹ nghệ, vận tải biển và xuất khẩu lao động ...

1- Định hướng phát triển ngành thương mại:

- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư mở rộng thị trường; xây dựng Vinh, Cửa Lò thành trung tâm thương mại lớn, là đầu mối trung chuyển, bán buôn, xuất nhập khẩu hàng hoá của vùng Bắc Trung bộ. Xây dựng trung tâm hội chợ triển lãm thành tựu kinh tế - xã hội quy mô vùng, các khu thương mại lớn, hình thành các phố chuyên doanh ở Thành phố Vinh, thị xã Cửa Lò, các thị trấn trung tâm huyện.

Quy hoạch đầu tư xây dựng, nâng cấp mạng lưới chợ bao gồm chợ huyện, chợ vùng, chợ nông thôn bảo đảm nhu cầu lưu thông hàng hoá phục vụ sản xuất và đời sống nhân dân.

- Hoàn thành việc xây dựng và khai thác có hiệu quả cửa khẩu quốc tế Nậm Cắn (Kỳ Sơn), đẩy nhanh tiến độ xây dựng cửa khẩu quốc gia Thanh Thủy (Thanh Chương), chuẩn bị tốt các điều kiện để mở thêm cửa khẩu Thông Thụ (Quế Phong). Xây dựng các khu kinh tế cửa khẩu, nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu với các tỉnh bạn Lào, Đông Bắc Thái lan ...

- Tăng cường công tác xúc tiến thương mại. Duy trì, mở rộng và phát triển buôn bán với các nước trong khu vực và quốc tế; nâng cao chất lượng, số lượng các sản phẩm hàng hoá xuất khẩu truyền thống như lạc, cà phê, chè, hải sản...

Các chương trình, dự án cần được ưu tiên đầu tư phát triển:

- Dự án Trung tâm Thương mại và Hội chợ triển lãm Nghệ An tại Vinh.
- Các dự án khu kinh tế cửa khẩu;
- Các dự án xây dựng Trung tâm Thương mại tại Vinh; Cửa lò, Hoàng mai, Phủ quỳ.

2- Phương hướng, mục tiêu phát triển ngành du lịch thời kỳ 2002-2010:

- Mở rộng và phát triển các loại hình và sản phẩm du lịch nhằm thu hút ngày càng nhiều, đa dạng hơn khách du lịch đến Nghệ An. Nâng cao chất lượng, hiệu quả các hoạt động dịch vụ của ngành du lịch để đưa du lịch thành ngành kinh tế quan trọng.

- Khai thác có hiệu quả các công trình đã và đang được đầu tư xây dựng, nâng cấp, nhất là ở Kim Liên (Nam Đàn), Cửa Lò, Thành phố Vinh. Hình thành và phát triển các cụm du lịch mới: Cụm du lịch Núi Quyết - Bến Thủy, du lịch Sông Lam, du lịch biển Quỳnh Lưu, Diễn Châu, Nghi Lộc, du

lich sinh thái ở Con Cuông, Quỳnh Châu, Quế Phong... Thực hiện nghiêm ngặt các biện pháp để bảo vệ môi trường, tại các khu di tích, danh lam thắng cảnh, nghỉ dưỡng và du lịch sinh thái.

- Chủ động hội nhập và gắn kết du lịch của Nghệ An với khu vực Bắc miền Trung và du lịch cả nước, tham gia vào các tuyến, các chương trình du lịch quốc tế; xây dựng thành phố Vinh, Thị xã Cửa Lò thành trung tâm lưu trú và trung chuyển khách du lịch.

- Phấn đấu về lượng khách đến năm 2010 thu hút được 2,65 triệu lượt người, trong đó khách quốc tế 150.000 lượt người.

3- Định hướng phát triển xuất khẩu lao động :

Nghệ An là một tỉnh đông dân đứng thứ ba trên toàn quốc với gần 3 triệu dân, nguồn lao động dồi dào bình quân mỗi năm tăng từ 3 - 3,5 vạn lao động; Do vậy cần phải coi dịch vụ xuất khẩu lao động là một lợi ích to lớn không những cho nhân dân mà cho cả cộng đồng xã hội trên địa bàn Tỉnh;

Định hướng xuất khẩu lao động trong thời gian tới là tranh thủ mọi khả năng để mở rộng thị trường xuất khẩu lao động; chuẩn bị tốt nguồn lao động để đáp ứng đầy đủ, kịp thời các yêu cầu của đối tác; chú trọng công tác đào tạo bồi dưỡng tay nghề, trình độ ngoại ngữ. Đảm bảo bình quân mỗi năm tỉnh ta đưa ra nước ngoài được 8.000 - 10.000 lao động với thời hạn từ 3 - 4 năm; Đây cũng là giải pháp tốt nhất để giải quyết vấn đề công ăn việc làm, an ninh xã hội và tăng thu ngoại tệ trên địa bàn tỉnh.

C- ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU GIAI ĐOẠN 2006 - 2010

D) MỤC TIÊU, QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU

1- Mục tiêu :

Nỗ lực gia tăng tốc độ tăng trưởng xuất khẩu, góp phần đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá, tạo công ăn việc làm, tăng thu ngoại tệ; giảm xuất khẩu sản phẩm thô, tăng xuất khẩu sản phẩm công nghiệp chế biến, thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ; mở rộng và đa dạng hoá thị trường và phương thức kinh doanh, hội nhập vào kinh tế khu vực và thế giới.

2- Quan điểm chỉ đạo :

* Kiên trì chủ trương dành ưu tiên cao cho công tác xuất khẩu để thúc đẩy tăng trưởng GDP, phát triển sản xuất, giải quyết công ăn việc làm, tăng thu ngoại tệ.

* Chủ động hội nhập kinh tế khu vực và thế giới; Gắn kết thị trường trong nước với thị trường ngoài nước; gắn thị trường với sản xuất, vừa chú trọng thị trường trong nước vừa quan tâm mở rộng thị trường xuất khẩu.

* Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng tăng dần tỷ trọng hàng công nghiệp và dịch vụ; Đẩy mạnh và đa dạng hoá ngành công nghiệp chế biến để có những sản phẩm giá trị cao từ nguồn nguyên liệu nông lâm hải sản và coi đây là một giải pháp để có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu một cách đột biến, tạo tiền đề sản xuất các mặt hàng mới và các loại hình dịch vụ mới được tham gia xuất khẩu trong giai đoạn 2006-2010; Chú trọng xuất khẩu dịch vụ, nhất là xuất khẩu lao động.

* Nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của sản phẩm, của doanh nghiệp và coi đây là khâu then chốt, có ý nghĩa quyết định đối với việc mở rộng kinh doanh xuất nhập khẩu, hội nhập quốc tế.

* Việc tạo lập và mở rộng thị trường ngoài nước được coi là vấn đề cấp bách nhất trong thời gian tới để giải quyết đầu ra cho sản phẩm Nghệ An, trên quan điểm đa phương hoá thị trường và đa dạng hoá phương thức kinh doanh, chú trọng thị trường các nước ASEAN và các nước Đông bắc á.

* Huy động sự tham gia rộng rãi của mọi thành phần kinh tế vào hoạt động xuất khẩu. *Chú trọng thu hút đầu tư nước ngoài* để nâng cao năng lực sản xuất và chuyển giao công nghệ cho các ngành sản xuất hàng hoá xuất khẩu trong tỉnh như: dệt may, chế biến thuỷ hải sản, rau quả, sản phẩm gỗ, đá trắng các loại v.v...

3- Các chỉ tiêu cụ thể giai đoạn 2006 - 2010

3.1- Quy mô, tốc độ

Về kim ngạch xuất khẩu, dự kiến nhịp độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2006-2010 là 18,5-21,7%/năm, đạt mức 350 - 400 triệu USD, trong đó:

- Xuất khẩu hàng hoá: 220 - 240 triệu USD, chiếm ~ 60 - 62%;
- Xuất khẩu dịch vụ: 130 - 160 triệu USD, chiếm 38 - 40%.

(Danh mục hàng hoá/dịch vụ chủ yếu, xem phụ lục số 3 kèm theo)

3.2- Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu:

Kim ngạch xuất khẩu tăng từ 87,5 triệu USD năm 2005 lên 220 - 240 triệu USD vào năm 2010, đạt mức tăng trưởng bình quân 20,2 - 22,3%/năm, với cơ cấu:

- Hàng nông lâm sản chiếm 45,8 - 47,7% đạt kim ngạch khoảng 105 - 110 triệu USD;
- Hàng công nghiệp và khoáng sản, VLXD chiếm 35,4 - 37,7%, đạt kim ngạch ~ 83 - 85 triệu USD.
- Hàng thuỷ hải sản chiếm 13,7 - 15%, đạt kim ngạch ~ 33 triệu USD.
- Hàng hoá khác, đạt kim ngạch ~ 0 - 12 triệu USD.

3.3- Cơ cấu dịch vụ xuất khẩu:

Phấn đấu tăng kim ngạch từ 62,4 triệu USD năm 2005 lên 130 - 160 triệu USD vào năm 2010, đạt mức tăng trưởng bình quân 15,8 - 20,7%/năm. Cụ thể là:

a- Xuất khẩu lao động :

Phấn đấu đến năm 2010 Nghệ An có khoảng 30.000 - 35.000 lao động đang làm việc ở nước ngoài với thu nhập bình quân đầu người 3.000 - 3.500 USD/năm, ước tính kim ngạch xuất khẩu lao động đạt ~ 90 - 105 triệu USD, chiếm ~ 65,6 - 69,2% trong tổng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ.

b - Dịch vụ du lịch

Dự kiến đến năm 2010 đón được 150.000 lượt khách quốc tế, đạt doanh thu ngoại tệ khoảng 35 - 45 triệu USD, chiếm ~ 26,9 - 28,1% trong tổng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ.

c - Vận tải biển, dịch vụ giao nhận cảng biển và các dịch vụ khác

Với các dịch vụ bốc xếp, sửa chữa, vận tải, các loại hình dịch vụ khác như bảo hiểm, ngân hàng, tài chính, bưu chính viễn thông ... dự kiến doanh thu ngoại tệ đạt ~ 5- 10 triệu USD vào năm 2010, chiếm ~ 3,8 - 6,2% trong tổng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ.

II- ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN MỘT SỐ MẶT HÀNG/DỊCH VỤ CHỦ YẾU VÀ THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU GIAI ĐOẠN 2006 - 2010:

II.1- Định hướng phát triển một số mặt hàng/dịch vụ xuất khẩu chủ yếu:

Từ nghiên cứu, phân tích những dự báo tình hình thị trường thế giới, xét tiềm năng và nguồn lực phát triển kinh tế của tỉnh, Nghệ An xác định 11 nhóm mặt hàng xuất khẩu chủ yếu thời kỳ 2006- 2010, bao gồm: Lạc nhân; chè búp khô; tinh bột sắn; cà phê; cao su; nước dừa cô đặc; nhóm sản phẩm gỗ; hàng thủ công mỹ nghệ; dệt may; thủy hải sản; sản phẩm đá trắng các loại; và hai loại dịch vụ xuất khẩu chính là Du lịch và xuất khẩu lao động.

(Về dịch vụ du lịch và xuất khẩu lao động có đề án, chương trình phát triển riêng)

Điều kiện và khả năng phát triển một số nhóm mặt hàng xuất khẩu chủ yếu:

1- Lạc nhân

Các nước xuất khẩu chủ yếu trên thế giới là Hoa kỳ, Trung quốc, Argentina, Việt Nam, Ấn độ, Nam phi. Các nước nhập khẩu chính là Indonesia, Malaysia; Philippine; Nhật bản; Hà lan, Vương quốc Anh, Đức, các nước Đông âu, Canada.

1.1- Cơ hội và điểm mạnh:

- Nhu cầu trên thị trường thế giới lớn và có xu hướng tăng, không dưới 1,5 triệu tấn/năm, tập trung chủ yếu ở khu vực các nước EU (60%); một số nước Châu á.

- Giá cả trên thế giới trong những năm gần đây tăng cao; một số nước sản xuất chính giảm sản lượng.

- Với nguồn lao động nông thôn dồi dào, Nghệ An là một trong những tỉnh có truyền thống trồng lạc khá lâu đời, không những nhiều về diện tích, sản lượng mà chất lượng khá tốt được thị trường trong và ngoài nước chấp nhận. Đây là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Nghệ An, có số lượng lớn, thị trường tiêu thụ rộng, nhất là thị trường các nước ASEAN - rất gần về vị trí địa lý và có mối quan hệ thương mại nội khối.

1.2- Điểm yếu và thách thức:

- Diện tích hạn chế; năng suất thấp;

- Công tác thu hoạch và chế biến sau thu hoạch ít được quan tâm. Kho tàng, cơ sở vật chất lưu kho, công nghệ chế biến, bảo quản nhỏ bé, lạc hậu.

- Thiên tai hạn hán, lũ lụt, bệnh dịch thường xuyên xảy ra;

- Giá cả không ổn định; dịch vụ marketing yếu và thiếu; Uy tín lạc nhân xuất khẩu Nghệ An đang bị giảm nghiêm trọng do vấn đề chất lượng không được doanh nghiệp quan tâm; hệ quả của lối kinh doanh theo kiểu "cứ nhất, chụp giật".

- Các doanh nghiệp Nghệ An chịu sự cạnh tranh mạnh mẽ cả từ các Tổng Công ty Trung ương, doanh nghiệp ngoại tỉnh vào Nghệ An khai thác hàng xuất khẩu lẫn các đối thủ cạnh tranh từ Ấn Độ, Trung Quốc.

1.3- Mục tiêu và các giải pháp:

+ Mục tiêu phấn đấu đến năm 2010 xuất khẩu được 33.000 - 37.000 tấn nhân, bao gồm cả hàng thu gom từ ngoại tỉnh, đạt kim ngạch xuất khẩu 20 - 22 triệu USD, chiếm từ 9 - 9,2% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của cả tỉnh. Thị trường chính vẫn là các nước ASEAN.

+ Chuyển dịch cơ cấu cây trồng để có quỹ đất mở rộng diện tích lạc bằng cách giảm diện tích lúa đông xuân để trồng ngô xuân, chuyển quỹ đất trồng ngô xuân, ngô thu sang trồng lạc và mở rộng lạc thu ở miền núi.

+ áp dụng chính sách thâm canh, đầu tư theo chiều sâu đồng thời mở rộng diện tích lạc, nhằm tăng năng suất, sản lượng lạc.

+ Phục tráng giống lạc sen; đưa giống mới năng suất cao vào sản xuất, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào nông nghiệp nhằm tăng cường thâm canh, nâng cao năng suất.

+ Đầu tư cơ sở vật chất cho công tác chế biến, bảo quản sau thu hoạch bằng các công nghệ hiện đại tiên tiến nhằm giảm ẩm độ và độc tố aflatoxine, nâng cao chất lượng sản phẩm để lấy lại uy tín Lạc Nhân Nghệ An trên thị trường các nước bạn hàng.

+ Xây dựng thương hiệu "Lạc nhân Nghệ An"; Thành lập lại Hiệp hội "Lạc nhân Nghệ An"; tăng cường liên doanh liên kết trong kinh doanh, tránh tình trạng tranh mua tranh bán không lành mạnh. Gắn kết "Nhà nông - Nhà doanh nghiệp - Nhà khoa học" trong sản xuất và kinh doanh sản phẩm lạc.

+ Đẩy mạnh công tác nắm nguồn hàng, kể cả thu gom từ ngoại tỉnh. Khôi phục và mở rộng thị trường, bạn hàng tiêu thụ ngoài nước; tăng cường công tác Marketing, xúc tiến thương mại, bảo đảm chữ tín trong kinh doanh, duy trì và mở rộng bạn hàng truyền thống để tăng kim ngạch xuất khẩu.

2- Chè:

Tổng quan chung:

- Nhu cầu chè thế giới tiếp tục tăng khoảng 1,4 triệu tấn/năm.

- Theo quy hoạch phát triển ngành chè của Việt Nam, đến năm 2010 sản lượng cả nước đạt khoảng 650 nghìn tấn quy búp tươi; phấn đấu xuất khẩu 120 - 150 nghìn tấn/năm và đạt kim ngạch khoảng 160 - 200 triệu USD vào năm 2010.

2.1- Các lợi thế của Nghệ An về phát triển sản xuất, xuất khẩu chè:

- Nghệ An có tiềm năng để phát triển: Với địa hình trung du, miền núi chiếm 3/4 diện tích đất đai tự nhiên, chủ yếu là đất đỏ bazan và đất feralit rất thích hợp cho phát triển trồng chè.

- Kinh nghiệm trồng chè có từ rất lâu đời tại các huyện miền núi và trung du trên địa bàn Tỉnh. Cây chè được phát triển cả từ các hộ gia đình, nông trang viên cho đến các nông trường, tổng đội thanh niên xung phong trên địa bàn Tỉnh.

- Mối liên kết từ sản xuất đến kinh doanh chè bước đầu đã được thiết lập: Nông trường viên/hộ gia đình - Nông trường - Xí nghiệp - Công ty kinh doanh. Cơ sở chế biến, hạ tầng kỹ thuật vùng nguyên liệu chè bước đầu đã được quan tâm đầu tư .

2.2- Các điểm yếu, thách thức:

- Năng suất thấp do giống cây trồng, kỹ thuật canh tác và chế biến, bảo quản sau thu hoạch chưa phù hợp: Năng suất trung bình chè búp quy khô chỉ đạt 0.8 - 1.2 tấn/ha, trong khi đó của Kenya 2.2 tấn/ha; ấn độ 1.8 tấn/ha; Nhật bản 1.7 tấn/ha; Srilanca 1.5 tấn/ha.

- Lạm dụng phân bón và thuốc trừ sâu làm ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm. Thiếu cơ sở vật chất bảo quản, lưu kho.

- Xuất khẩu chè sơ chế, giá trị thấp, chất lượng không ổn định. Thị phần nhỏ bé (~ 4% trong tổng kim ngạch xuất khẩu chè của cả nước vào năm 2005). Thương hiệu chè Nghệ An chưa được phát triển trong giao dịch chào bán với bạn hàng nước ngoài.

2.3- Mục tiêu và các giải pháp:

- Phấn đấu xuất khẩu khoảng 12.000 tấn chè búp khô, đạt kim ngạch 13 - 14 triệu USD, chiếm ~ 5,9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Nghệ An vào năm 2010; Thị trường chính vẫn là một số nước EU, Hoa kỳ, Nga, Trung cận đông.

- Các giải pháp về nông nghiệp :

+ Quy hoạch mở rộng vùng nguyên liệu, tập trung trồng các giống chè chất lượng cao để cải tạo quỹ gen chè và giống chè hiện nay.

+ Cải tạo hệ thống canh tác, chú trọng công tác thuỷ lợi để đưa diện tích tưới vào thâm canh cao. Cải tiến cơ bản cơ cấu phân bón, trồng cây xanh, cây bóng mát theo phương thức kết hợp nông lâm.

+ Thực hiện chương trình khuyến nông từ khâu chăm sóc, phòng trừ sâu bệnh, thu hái và chế biến chè.

- Về chế biến sản phẩm:

Trước hết phải cải tạo nâng cấp thiết bị, đổi mới dây chuyền công nghệ chế biến chè để cân đối năng lực sản xuất; tăng cường kiểm tra chất lượng sản phẩm từ khâu nguyên liệu đến sản phẩm cuối cùng; đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ cho cán bộ kỹ thuật và công nhân chế biến chè.

- Tạo lập và mở rộng thị trường xuất khẩu:

Doanh nghiệp kinh doanh chè phải thực hiện phương châm "chất lượng là sống còn khách hàng là thượng đế", coi trọng chữ tín trong quan hệ buôn bán với bạn hàng. Tăng cường tiếp thị, quảng cáo giới thiệu sản phẩm mang thương hiệu "Chè Nghệ An", đa dạng hoá hình thức kinh doanh.

3- Nhóm hàng thuỷ hải sản:

Tổng quan chung:

Nhu cầu tiêu thụ thủy sản trên thế giới có mức tăng trưởng ổn định trong những năm tới. Việt Nam nằm trong số 10 nước xuất khẩu thủy hải sản hàng đầu thế giới; năm 2005 xuất khẩu đạt trên 2,7 tỷ USD, có mặt tại 105 quốc gia và vùng lãnh thổ; phấn đấu đến năm 2010 sẽ đạt trên 4 - 5 tỷ USD hàng thủy hải sản xuất sang thị trường các nước Nhật bản, Mỹ, Đài loan, EU, Hồng Kông, Trung quốc ...

3.1- Các điểm mạnh và cơ hội của Nghệ An trong việc phát triển sản xuất và xuất khẩu hàng thủy hải sản:

- Có điều kiện tự nhiên thuận lợi cho đánh bắt và nuôi trồng hải sản: Bờ biển dài trên 82 km; có các vùng nước ngọt, nước lợ lớn.

- Công tác nuôi trồng thủy hải sản đang được tỉnh chú trọng phát triển; cư dân vùng biển có kinh nghiệm trong nuôi trồng và đánh bắt hải sản.

- Nhu cầu thị trường thế giới tăng cao và ổn định, nhất là sau các đại dịch SARS; bò điên, H5N1 ...

3.2- Điểm yếu và thách thức:

- Tiềm năng lớn, nhưng lợi thế không cao.

- Thiếu nguồn nguyên liệu giữa hai mùa thu hoạch;

- Giá thành sản phẩm cao; giá trị gia tăng thấp, do sản phẩm xuất khẩu chủ yếu dưới dạng nguyên liệu thô; sản phẩm thủy hải sản Nghệ An chưa có thương hiệu, danh tiếng.

- Doanh nghiệp kinh doanh đều là doanh nghiệp nhỏ, thiếu vốn đầu tư, kinh doanh; năng lực sản xuất, chế biến yếu kém; thiếu kinh nghiệm và kỹ năng trong các kế hoạch sản xuất dài hạn, giao dịch đối ngoại; Công tác marketing yếu và thiếu.

- Yêu cầu của các thị trường quốc tế về vệ sinh và an toàn thực phẩm ngày càng cao; Khó kiểm soát dư lượng hoá chất, kháng sinh, chất cặn trong hải sản xuất khẩu;

3.3- Mục tiêu và các giải pháp:

* Phấn đấu đến năm 2010 xuất khẩu được 6.400 tấn tôm, cá, mực các loại, đạt kim ngạch 33 triệu USD, chiếm tỷ trọng ~ 14 - 15% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Tỉnh.

*** Giải pháp nuôi trồng, khai thác tạo nguồn nguyên liệu:**

- Cần tập trung ưu tiên nuôi trồng các loài thủy hải sản có giá trị xuất khẩu; xây dựng và hình thành các vùng nuôi tập trung, nhất là vùng nuôi tôm sú, cua, ốc hương và nuôi cá rô phi đơn tính tạo nguồn nguyên liệu cho chế

biển xuất khẩu. Chú trọng đầu tư phát triển diện tích nuôi trồng mặn lợ, nuôi ngọt, nuôi cá lồng trên biển (chủ yếu là cá song và cá mú).

Nâng cấp đầy đủ hệ thống hỗ trợ, kiểm soát dịch bệnh và môi trường nhằm cải thiện sản lượng, nâng cao năng suất và giảm thiểu rủi ro cho người nông dân trong ngành.

- Ưu tiên phát triển đội tàu khai thác vùng khơi đi đôi với nâng cấp, đổi mới nghề nghiệp đội tàu khai thác vùng lộng một cách hợp lý, chú trọng du nhập và phục hồi một số nghề khai thác sản phẩm có giá trị kinh tế cao.

*** Giải pháp về chế biến và an toàn vệ sinh thực phẩm:**

- *Đẩy mạnh công tác thông tin tuyên truyền* và áp dụng về vệ sinh an toàn thực phẩm nhằm nâng cao nhận thức cho người sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng về an toàn thực phẩm.

- *Tăng cường năng lực kiểm soát chất lượng* trong toàn bộ quy trình, từ đánh bắt, vận chuyển và chế biến để nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu, đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn vệ sinh và các quy định về an toàn thực phẩm quốc tế.

- *Đầu tư sử dụng thiết bị và công nghệ chế biến hiện đại* nhằm tăng sản lượng, nâng cao chất lượng sản phẩm từ khâu bảo quản, chế biến và tăng giá trị gia tăng sản phẩm xuất khẩu, tránh những thất thoát hư hại sau thu hoạch, khai thác và cả trong quá trình chế biến.

*** Các giải pháp khác:**

- Đa dạng hoá thị trường và phát triển các hoạt động xúc tiến thương mại, nhằm khôi phục và mở rộng thị trường hiện có, thu hút thêm khách hàng mới, coi trọng thị trường Nhật Bản, Mỹ, EU.

- Chú trọng giải pháp đào tạo nguồn nhân lực, bao gồm cả đội ngũ lãnh đạo giỏi quản lý, năng động trong kinh doanh; đội ngũ cán bộ tinh thông kỹ thuật nghiệp vụ, thành thạo nghiệp vụ xuất nhập khẩu, ngoại ngữ, và cả đội ngũ công nhân lành nghề.

- Thiết lập quan hệ mật thiết giữa ngư dân, người nuôi trồng thuỷ hải sản - nhà chế biến và nhà xuất khẩu. Tranh thủ tối đa sự giúp đỡ của Bộ Thủy sản; Hiệp hội Thủy sản Việt Nam VASEP.

4- Nhóm sản phẩm gỗ:

Tổng quan chung:

Nhu cầu thế giới tăng ổn định. Đây cũng là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam, năm 2005 đạt trên 1,5 tỷ USD. Dự kiến đến

năm 2010, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này đạt trên 5,5 tỷ USD, tăng bình quân 28,9% năm.

4.1- Điểm mạnh và cơ hội của các doanh nghiệp Nghệ An trong sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ các loại:

- Nguồn nguyên liệu sẵn có do Nghệ An có nhiều tiềm năng để phát triển loại sản phẩm này.

- Là tỉnh có biên giới giáp với Lào, thuận tiện cho nhập khẩu gỗ nguyên liệu từ Lào về với chi phí hợp lý.

- Tận dụng nguồn lao động dồi dào; mạng lưới các cơ sở chế biến sản phẩm gỗ sẵn có từ nhiều năm nay, gồm đủ các thành phần kinh tế trên địa bàn.

- Tỉnh rất quan tâm tới đầu tư phát triển ngành hàng sản xuất chế biến gỗ.

4.2- Điểm yếu và thách thức:

- Phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu;

- Đội ngũ thợ thủ công lành nghề, thợ bậc cao, nhất là nghệ nhân làng nghề thiếu; chưa có bàn hàng mang tính ổn định và lâu dài;

- Chất lượng sản phẩm kém, hầu như chưa có thương hiệu, giá cả ít cạnh tranh; mẫu mã kiểu dáng ít đổi mới; giá trị gia tăng thấp. ít có các công ty có dây chuyền máy móc thiết bị hiện đại, không có sự chuyển giao công nghệ giữa các nhà sản xuất;

- Năng lực sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp yếu kém, không thể đáp ứng được những đơn hàng lớn, trong khi đó sự phối hợp, liên doanh liên kết giữa các nhà sản xuất trên địa bàn lại không có.

4.3- Định hướng và giải pháp phát triển xuất khẩu:

- Định hướng đến 2010 dự kiến xuất khẩu 25 triệu USD từ nhóm hàng này, bao gồm các loại sản phẩm: Đồ gỗ gia dụng; ván sàn; dăm gỗ, bột giấy ..., chiếm khoảng 10,4 - 11,3% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Nghệ An; Thị trường tiêu thụ chủ yếu là Đài loan, EU, Canada, Hàn quốc, Nhật, Mỹ, Trung quốc.

- Tạo nguồn nguyên liệu ổn định cả từ trong nước và nguồn nhập khẩu;

- Tăng cường liên doanh liên kết với các đơn vị ngoại tỉnh, kêu gọi nhà đầu tư nước ngoài vào Nghệ An đầu tư phát triển chế biến gỗ nhằm tạo nguồn hàng phong phú phục vụ xuất khẩu.

- Hạn chế xuất khẩu sản phẩm thô sơ chế để gia tăng giá trị sản phẩm xuất khẩu; Chú trọng công tác đào tạo đội ngũ cán bộ nghiệp vụ thành thạo

ngoại ngữ, mời gọi thợ lành nghề, nghệ nhân; chú trọng công tác xây dựng thương hiệu, danh tiếng doanh nghiệp trong xuất khẩu gỗ.

5- Hàng thủ công mỹ nghệ và sản phẩm làng nghề:

Nhu cầu thị trường thế giới tăng trưởng khá, năm 2003 kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này đạt trên 36 tỷ USD.

Đối với Việt Nam nói chung, Nghệ An nói riêng, *hàng thủ công mỹ nghệ và sản phẩm làng nghề có tác động lớn đối với nền kinh tế và xã hội, đặc biệt trong việc xoá đói giảm nghèo, chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông thôn, giải quyết công ăn việc làm cho người lao động.* Dự kiến đến năm 2010 kim ngạch của nhóm hàng này đạt trên 1,5 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng bình quân trên 20%/năm.

**** Điểm yếu của các doanh nghiệp Nghệ An:***

- Chất lượng thấp, mẫu mã ít đổi mới, thị trường xuất khẩu phụ thuộc vào đối tác nước ngoài; thị phần nhỏ lẻ, nhất là hàng mây tre đan, khó có đủ lô lượng xuất cho một chuyến hàng;

- Thiếu nguồn nguyên liệu cho sản xuất; thiếu quy trình tiêu chuẩn hoá; thiếu các chuyên gia, nghệ nhân phát triển sản phẩm có năng lực tầm quốc gia;

- Xúc tiến thương mại yếu kém; sản phẩm chưa có thương hiệu, danh tiếng trên thị trường; Sức cạnh tranh của doanh nghiệp kinh doanh nhóm hàng này yếu.

**** Định hướng phát triển và các giải pháp:***

- Mục tiêu phấn đấu đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng TCMN và sản phẩm mây tre đan trên địa bàn tỉnh đạt 6 - 7 triệu USD, (trong đó hàng thủ công mỹ nghệ đạt 5 triệu USD), chiếm khoảng 2,7 - 2,9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Nghệ An.

- Khắc phục tình trạng sản xuất phân tán, nhỏ lẻ, và thiếu tính chuyên nghiệp bằng cách quy hoạch, đầu tư vốn và tổ chức lại sản xuất của các làng nghề theo hướng tập trung, chuyên môn hoá; phát huy vai trò của Hội đồng Liên minh các HTX và doanh nghiệp NQD, của chính quyền các địa phương.

- Tăng cường liên doanh liên kết, thu hút các công ty sản xuất hàng TCMN và mây tre đan xuất khẩu trong nước và nước ngoài đầu tư vào Nghệ An phát triển sản xuất hàng xuất khẩu.

- Giải quyết tốt vấn đề nguyên liệu phục vụ sản xuất xuất khẩu.

- Đầu tư đổi mới dây chuyền công nghệ chế biến của các cơ sở hiện có nhằm tăng tỷ lệ thành phẩm/nguyên liệu, sản xuất sản phẩm tinh chế có giá

trị cao. Nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế, tăng cường công tác kiểm tra sản phẩm trước khi xuất khẩu.

- Tập trung vào khâu thiết kế, đổi mới mẫu mã, đa dạng hoá sản phẩm nhằm đáp ứng và khơi dậy thị hiếu của khách hàng. Đẩy mạnh xúc tiến xuất khẩu, mở rộng thị trường.

- Tăng cường công tác đào tạo thợ lành nghề, công nhân kỹ thuật bậc cao qua việc mở các lớp đào tạo thợ thủ công truyền thống; thu hút nghệ nhân vào sản xuất hàng xuất khẩu.

6- Nhóm hàng dệt, may:

6.1- Cơ hội và điểm mạnh:

* Hàng năm khối lượng buôn bán hàng dệt may của thế giới đạt từ 300 - 350 tỷ USD, thị trường nhập khẩu chủ yếu là Mỹ, EU và Nhật bản. Dự báo trong những năm tới nhu cầu dệt may thế giới vẫn tăng với tốc độ 5 - 7%. Việt Nam dự kiến đạt 10 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may vào năm 2010, với tốc độ tăng trưởng bình quân 15,8%/năm với các thị trường xuất khẩu chủ yếu là Hoa kỳ, EU, Canada, Nhật bản, Hàn quốc, Australia ...

* Trong thời gian tới sản phẩm dệt may vẫn giữ vị trí quan trọng trong ngành hàng công nghiệp chế biến của Nghệ An, nhằm sử dụng nguồn lao động dồi dào của địa phương, vừa tạo ra công ăn việc làm cho người lao động, tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu cho tỉnh.

6.2- Điểm yếu và thách thức:

- Hầu hết sản xuất theo hợp đồng gia công, trị giá thấp;

- Máy móc thiết bị cũ kỹ, lỗi thời; Năng suất lao động rất thấp so với toàn ngành;

- Công tác thiết kế, tạo mẫu mã, kiểu dáng ít được chú trọng đầu tư. sức cạnh tranh của sản phẩm dệt may Nghệ An cũng như của doanh nghiệp chuyên kinh doanh ngành hàng này yếu kém cả trên thị trường trong nước và nước ngoài. *Sản phẩm dệt may xuất khẩu của Nghệ An hầu như chưa có thương hiệu, danh tiếng.*

- Kỹ năng quản lý kinh doanh yếu; thiếu đội ngũ cán bộ quản lý giỏi, năng động, có kinh nghiệm trong giao dịch đối ngoại. Thiếu thợ bậc cao và kỹ thuật viên lành nghề;

- Công tác Marketing, hoạt động xúc tiến thương mại yếu kém.

6.3- Định hướng và giải pháp phát triển:

- Mục tiêu đến năm 2010 xuất khẩu đạt kim ngạch 8 - 10 triệu USD, xuất sang các thị trường chủ yếu: Hoa kỳ, EU, Nhật bản, *chiếm tỷ lệ ~ 3,6 - 4,2% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Nghệ An.*

- Tranh thủ sự giúp đỡ của các Bộ ngành Trung ương, nhất là Bộ công nghiệp kêu gọi các nhà đầu tư nước ngoài; vận động các "Đại gia" có danh tiếng trong nước vào Nghệ An đầu tư phát triển ngành may mặc, vừa tạo công ăn việc làm cho người lao động trên địa bàn Tỉnh, tăng thu ngân sách và tạo bước đột phá trong tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh.

- Triển khai dự án mở rộng dây chuyền may xuất khẩu, củng cố các cơ sở sản xuất hiện có, tận dụng hết công suất máy móc thiết bị.

- Tăng đầu tư đổi mới công nghệ, đào tạo nhân lực và áp dụng các phương pháp quản lý tiên tiến nhằm tăng cả về số lượng và chất lượng sản phẩm tạo khả năng hợp tác và cạnh tranh có hiệu quả.

- Thay đổi tổ chức và phương thức kinh doanh, chuyển từ phương thức gia công sang mua đứt bán đoạn để tăng kim ngạch xuất khẩu.

7- Tinh bột sắn:

*** Tổng quan chung:**

Hàng năm Trung Quốc có nhu cầu rất lớn, ổn định và tăng lên nhằm sử dụng vào sản xuất rượu, cồn, chế biến thực phẩm và thức ăn gia súc. Năm 2005 nhu cầu về tinh bột sắn của Trung Quốc vào khoảng 75 vạn tấn, sản lát khoảng 3 triệu tấn, chủ yếu được nhập khẩu từ Thái lan. Từ 1/1/2006, theo lộ trình Thu hoạch sớm (EHP) giữa Trung quốc và các nước ASEAN, thuế nhập khẩu vào Trung quốc là 0%, doanh nghiệp Việt Nam nói chung, Nghệ An nói riêng sẽ có nhiều cơ hội thuận lợi hơn xuất khẩu hàng sang Trung quốc.

Trong giai đoạn 2006 - 2010, sản phẩm sắn các loại cũng là một trong những mặt hàng xuất khẩu được chú trọng phát triển của Việt Nam: dự kiến kim ngạch tăng từ 174 triệu USD năm 2006 lên 315 triệu USD năm 2010, tốc độ tăng trưởng bình quân 16% năm.

Định hướng phát triển đến năm 2010 trên địa bàn Nghệ An, phấn đấu xuất khẩu đạt 100.000 tấn, với kim ngạch 20 triệu USD, trong đó khai thác từ ngoại tỉnh là chính, không dưới 70.000 tấn, xuất khẩu chủ yếu sang Trung quốc, Singapore; *chiếm tỷ trọng ~ 8,3 - 9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Nghệ An.*

*** Các giải pháp chủ yếu:**

- Ổn định vùng nguyên liệu, phục vụ cho các nhà máy trên địa bàn Tỉnh hoạt động đúng công suất (30.000 tấn sản phẩm/năm);

- Tăng cường công tác xúc tiến thương mại, tìm kiếm đối tác nhập khẩu từ thị trường Trung Quốc để ký kết các hợp đồng dài hạn và ổn định.

- Tăng cường công tác liên doanh liên kết với các nhà máy sản xuất trong nước để tạo đầu vào ổn định.

8- Cà phê:

Tổng quan chung:

Cà phê là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu quan trọng nhất của Việt Nam, thu hút một lượng lớn lao động ở khu vực nông thôn. năm 2005, Việt Nam xuất khẩu được 892.000 tấn cà phê sang thị trường trên 50 nước, đạt kim ngạch 735 triệu USD, đứng vị trí thứ 9 trong danh mục các sản phẩm xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam. Dự kiến năm 2010, Việt Nam phấn đấu đạt kim ngạch 935 triệu USD với số lượng 900.000 tấn.

Định hướng và giải pháp cho thời gian tới:

- Mục tiêu trong những năm tới, phải phát triển sản xuất, chế biến cà phê nội tỉnh, đồng thời *đẩy mạnh thu gom hàng hoá ngoại tỉnh* phục vụ xuất khẩu, phấn đấu đạt kim ngạch 9 triệu USD từ sản phẩm này, *chiếm tỷ lệ khoảng 4% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Nghệ An.*

- Chấn chỉnh lại việc sản xuất cà phê trên địa bàn; Đầu tư thâm canh nhằm tăng năng suất, sản lượng, nhất là cà phê Arabica;

- Cải tiến công nghệ chế biến và bảo quản sau thu hoạch, nhất là kỹ thuật chế biến ướt, nhằm giảm hao hụt tổn thất, giảm chất lượng sản phẩm hàng hoá.

- Đầu tư cơ sở chế biến cà phê để gia tăng chất lượng, trị giá hàng hoá xuất khẩu trên một đơn vị sản phẩm;

- Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại; đẩy mạnh hoạt động giao dịch, xuất khẩu trên các sàn giao dịch quốc tế để tìm kiếm mức giá có lợi trong xuất khẩu.

- Tăng cường liên doanh liên kết với các đơn vị ngoại tỉnh để đẩy mạnh thu gom hàng hoá ngoại tỉnh phục vụ công tác xuất khẩu, vừa tạo công ăn việc làm cho người lao động của các doanh nghiệp thương mại, tạo nguồn thu ngoại tệ, tăng kim ngạch xuất khẩu cho tỉnh.

9- Cao su:

Việt Nam là một trong năm nước xuất khẩu cao su tự nhiên hàng đầu trên thế giới. Đây cũng là một trong những mặt xuất khẩu nông sản quan trọng nhất của Việt Nam. Trong năm 2005, Việt Nam đã xuất khẩu được trên 587 ngàn tấn cao su, đạt kim ngạch 804 triệu USD. Dự kiến đến năm 2010,

phần đầu xuất khẩu được 650 - 700 ngàn tấn, đạt kim ngạch khoảng 880 - 960 triệu USD.

Đối với các doanh nghiệp Nghệ An, trong năm 2005 đã xuất khẩu được trên 8.100 tấn, đạt kim ngạch 11,8 triệu USD, *nhưng 100% nguồn hàng này là khai thác từ ngoại tỉnh.*

Mục tiêu trong những năm tới, phải phấn đấu phát triển sản xuất cao su nội tỉnh, đạt chỉ tiêu 7.000 ha, sản lượng 3.000 tấn phục vụ xuất khẩu. Ngoài ra các doanh nghiệp trên địa bàn cần phát huy thế mạnh kinh doanh của mình, tăng cường liên doanh liên kết, đẩy mạnh thu gom hàng hoá ngoại tỉnh phục vụ xuất khẩu, phấn đấu đạt kim ngạch 10 triệu USD từ sản phẩm này, *chiếm tỷ lệ ~ 4,11 - 4,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Nghệ An.*

10- Dứa chế biến:

Nhu cầu nhập khẩu dứa của các nước dự báo sẽ tăng 35%, với sản lượng ~ 922.000 tấn dứa tươi vào năm 2005. Các nước nhập khẩu chính: Mỹ, Canada, Pháp, Đức, Hà lan, Tây ban nha, Anh, Nhật bản, trong đó chủ yếu là EU, Mỹ, Bắc mỹ.

Phấn đấu đến năm 2010 đưa diện tích dứa lên **6.000** ha, sản lượng dứa tươi ước đạt **160.000** tấn. Xây dựng thêm một cơ sở chế biến dứa xuất khẩu với công suất trên 1 vạn tấn, đảm bảo chế biến được 20.000 tấn dứa cô đặc xuất khẩu/năm, đạt kim ngạch xuất khẩu 20 triệu USD, *chiếm tỷ lệ ~ 8,3 - 9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Nghệ An.*

**** Các giải pháp:***

- Ổn định vùng nguyên liệu cho các nhà máy chế biến hàng xuất khẩu; áp dụng kỹ thuật canh tác, thâm canh rải vụ để tránh tình trạng thừa thiếu nguyên liệu, gây tổn thất cho người trồng dứa và nhà máy chế biến.

- Kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm xuất khẩu nhằm đáp ứng yêu cầu vệ sinh và an toàn thực phẩm của các nhà nhập khẩu; Tập trung xây dựng kỹ năng marketing, xúc tiến thương mại và xây dựng thương hiệu.

- Tiếp tục kêu gọi đầu tư xây dựng thêm một cơ sở chế biến dứa xuất khẩu với công suất trên 1 vạn tấn sản phẩm xuất khẩu.

11- Sản phẩm đá vôi trắng, bột đá trắng siêu mịn

Thế giới có nhu cầu cao, nhất là Nhật bản, Đài loan, Canada phục vụ cho ngành công nghiệp giấy, sơn, cao su, mỹ phẩm ... Mỏ đá trắng của Nghệ An có trữ lượng lớn, chất lượng cao, tập trung chủ yếu ở Quỳnh hợp, Tân kỳ, Quỳnh châu.

Dự kiến đến năm 2010, khai thác được 800.000 tấn đá trắng các loại, trong đó xuất khẩu được 300.000 tấn đá vôi trắng, 200.000 tấn bột đá siêu

mịn đạt kim ngạch xuất khẩu khoảng 16 triệu USD, chiếm tỷ lệ ~ 6,7 - 7,2% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Nghệ An.

Các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu:

- Mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài, ngoại tỉnh vào đầu tư sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ, sản xuất gạch và bột đá trắng siêu mịn xuất khẩu;

- Đẩy nhanh tiến độ các dự án đầu tư chế biến bột đá trắng siêu mịn đã được cấp phép;

- Tăng cường xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường, bạn hàng... Hạn chế xuất khẩu sản phẩm sơ chế, tăng giá trị gia tăng sản phẩm xuất khẩu.

II.2- Định hướng phát triển thị trường xuất khẩu

Định hướng chung về phát triển thị trường xuất khẩu trong giai đoạn 2006 - 2010 là mở rộng, đa phương và đa dạng hoá thị trường, bạn hàng, mặt hàng; Coi thị trường các nước Đông Bắc á, ASEAN vẫn là những thị trường xuất khẩu chủ yếu của sản phẩm Nghệ An trong thời gian tới, đồng thời chú trọng phát triển thị trường các nước EU, Mỹ.

Định hướng thị trường cho sản phẩm hàng hoá và dịch vụ xuất khẩu của Nghệ An đến năm 2010 được xác định như sau:

1- Thị trường các nước Đông Bắc á

Các nước Đông Bắc á, bao gồm: Trung quốc, Đài loan, Hàn Quốc, Nhật bản là thị trường lớn hàng đầu của Việt Nam nói chung và của doanh nghiệp Nghệ An nói riêng, kể cả trong thời gian tới giai đoạn 2006 - 2010. Tình hình cụ thể từng thị trường chính như sau:

1.1- Thị trường Trung quốc :

Đây là thị trường xuất khẩu lớn thứ ba của Việt Nam và rất còn nhiều tiềm năng để khai thác trong thời gian sau này. Đây cũng là thị trường hàng đầu của các doanh nghiệp trên địa bàn Nghệ An, chiếm 36,6% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Tỉnh trong năm 2005 (trên 32 triệu USD).

Định hướng xuất khẩu vào Trung Quốc năm 2006 của Việt Nam là 3,2 tỷ USD, với các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu, bao gồm: Dầu thô; Cao su; Than đá; Hạt điều; Hải sản; Sản phẩm gỗ; máy vi tính, linh kiện và điện tử; rau quả; Gạo; Giày dép các loại; Hàng dệt may; cà phê; Dây điện và dây cáp điện; Sản phẩm nhựa; Chè các loại; Hàng TCMN; Dầu mỡ động thực vật; thiếc thỏi và hàng hoá khác.

Các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc:

- Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại với các hình thức đa dạng như tham gia vào các chương trình XTTM quốc gia, xây dựng thương hiệu, quảng cáo, tham gia các hội chợ triển lãm, khảo sát thị trường, bạn hàng ...

- Thường xuyên nâng cao chất lượng, mẫu mã; đảm bảo tính vệ sinh an toàn của sản phẩm phù hợp với các quy định của WTO và tiêu chuẩn kiểm nghiệm kiểm dịch của Trung quốc đề ra.

- Các doanh nghiệp cần chủ động thay đổi cơ chế buôn bán với các đối tác từ Trung Quốc, chuyển dần từ buôn bán biên mậu sang biên bán chính ngạch, làm quen dần với các rào cản phi quan thuế được Trung quốc áp dụng khi họ đã là thành viên của WTO.

1.2- Thị trường Nhật bản :

Là thị trường lớn thứ hai của Việt Nam sau Hoa Kỳ, đang có tốc độ tăng cao. Dự báo triển vọng kinh tế Nhật bản năm 2006 khá hơn, đạt tốc độ tăng trưởng GDP dự kiến 3%. Gần đây Nhật bản bổ sung thêm 118 loại hàng nông sản vào danh mục ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP), nhưng lại giảm thuế GSP đối với 60 mặt hàng.

Mục tiêu của Việt Nam năm 2006 phấn đấu xuất khẩu sang thị trường Nhật bản khoảng 5,1 tỷ USD, tăng 16% so với năm 2005, với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực: Hải sản; dầu thô; dệt may; dây điện và cáp điện; máy vi tính và linh kiện; sản phẩm gỗ; than đá; sản phẩm nhựa; Thủ công mỹ nghệ và giấy dếp; cà phê; gạo tẻ; Cao su; chè...

Năm 2005 các doanh nghiệp Nghệ An đã xuất khẩu sang thị trường này 5,3 triệu USD. Trong thời gian tới cần chú trọng phát triển xuất khẩu các mặt hàng hải sản, sản phẩm gỗ, Ilmenite, hàng thủ công mỹ nghệ sang thị trường này; Cố gắng mở thị trường chè, lạc nhân, cà phê, cao su; phát triển thị trường xuất khẩu lao động.

Các giải pháp tăng xuất khẩu sang thị trường Nhật bản:

- Tranh thủ sự giúp đỡ của các Bộ, ngành Trung ương trong việc tìm kiếm, giới thiệu đối tác bạn hàng nhập khẩu. Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại tại Nhật bản với các hình thức đa dạng như tham gia vào các chương trình XTTM quốc gia, xây dựng thương hiệu, quảng cáo ...

- Thường xuyên nâng cao chất lượng, mẫu mã với các mặt hàng thủ công mỹ nghệ, may mặc; đảm bảo tính vệ sinh an toàn của sản phẩm nông hải sản để đáp ứng yêu cầu khắt khe của thị trường này.

- Các doanh nghiệp nên mạnh dạn sử dụng hình thức đại lý, đại lý độc quyền trong xuất khẩu hàng vào Nhật bản.

1.3- Thị trường Đài loan

Là bạn hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam; Khi Đài loan trở thành thành viên của WTO, việc thâm nhập thị trường này sẽ dễ dàng hơn. Mặt hàng xuất khẩu các doanh nghiệp Nghệ An cần quan tâm trong thời gian tới: Sản phẩm gỗ, hàng thủ công mỹ nghệ, dệt may, hải sản, chè, xuất khẩu lao động ...

2- Thị trường các nước ASEAN

Đây vẫn là thị trường chính tiêu thụ nhiều loại sản phẩm của Việt Nam nói chung và của Nghệ An nói riêng do có lợi thế gần gũi về mặt địa lý cũng như có nhiều thuận lợi về hợp tác thương mại nội khối.

Các mặt hàng chủ yếu mà các doanh nghiệp Nghệ An xuất sang thị trường các nước này bao gồm: lạc nhân, vừng, gạo tẻ, tinh bột sắn, hải sản, vật liệu xây dựng, thiếc thỏi với tỷ trọng ~ 24,4% kim ngạch xuất khẩu hàng hoá trong năm 2005. Đây cũng là thị trường lao động đầy tiềm năng mà ta cần khai thác, nhất là thị trường Lào, Malaysia.

Một số thị trường chủ yếu :

2.1- Thị trường Lào :

Với dân số hơn 5 triệu người, có 419 km đường biên giới với Nghệ An, 1 cửa khẩu quốc tế và 1 cửa khẩu quốc gia, 4 cửa khẩu phụ và 9 cặp đường mòn khác.

Bên cạnh đó chiến lược phát triển kinh tế đối ngoại của Lào trong thời kỳ 2001 - 2010 là tăng cường quan hệ buôn bán với các nước láng giềng thông qua các “*khu kinh tế cửa khẩu*”, đặc biệt chú trọng phát triển quan hệ đối ngoại với Việt Nam. Điều này rất thuận lợi cho doanh nghiệp Nghệ An đẩy mạnh buôn bán hàng hoá dịch vụ với Lào qua cửa khẩu Nậm Cắn, Thanh Thủy. Thông qua thâm nhập thị trường Lào, doanh nghiệp Nghệ An sẽ có nhiều cơ hội tiếp cận & cạnh tranh với thị trường Thái Lan, Myanma.

Dự báo giai đoạn 2006 - 2010, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Lào sẽ tăng nhanh, tập trung vào một số mặt hàng tiêu dùng, vật liệu xây dựng, nông sản, hải sản, sản phẩm gỗ, linh kiện vi tính điện tử.

2.2- Thị trường các nước Singapore, Indonesia, Malaysia, Philippine

Đây là thị trường lớn tiêu thụ lạc nhân, thiếc thỏi, dăm gỗ đồng thời cũng là thị trường lao động chính của Tỉnh.

2.3- Thị trường Thái Lan

Đây cũng là một thị trường xuất nhập khẩu tiềm năng đồng thời là một đối thủ cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung cũng như của doanh nghiệp Nghệ An nói riêng trong tương lai không xa, khi mà hành lang Đông - Tây được nối liền; đặc biệt vùng Đông bắc Thái lan sẽ tiêu thụ một lượng khá lớn hàng nông hải sản của Nghệ An xuất khẩu sang Lào qua cửa khẩu Thanh thủy khi được khơi thông.

3- Thị trường Hoa kỳ

Hoa kỳ là một thị trường khổng lồ của thế giới; lượng hàng hóa nhập khẩu từ nước ngoài năm 2004 đạt trên 1,5 ngàn tỷ USD.

Đây là một trong những thị trường quan trọng nhất của Việt Nam tại thời điểm hiện nay lẫn trong tương lai, nhất là đối với một số mặt hàng như dệt may, giày dép, thủy sản, đồ gỗ, máy móc thiết bị điện, điện tử, hạt điều, cao su, đồ gốm sứ và đồ mũ nón, va li túi xách. Dự kiến đến năm 2010 Việt Nam xuất khẩu sang Hoa kỳ đạt kim ngạch 16,7 tỷ USD, mức tăng trưởng bình quân 19%/năm.

Năm 2005 các doanh nghiệp Nghệ An đã xuất khẩu sang thị trường Hoa kỳ trên 3,3 triệu USD. Trong thời gian tới cần chú trọng phát triển xuất khẩu các mặt hàng chè, hải sản, dệt may, sản phẩm gỗ, hàng thủ công mỹ nghệ sang thị trường này.

Các giải pháp gia tăng xuất khẩu sang thị trường Hoa kỳ:

- Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại với các hình thức đa dạng như tham gia vào các chương trình XTTM quốc gia, xây dựng thương hiệu, quảng cáo ...

- Thường xuyên nâng cao chất lượng, mẫu mã với các mặt hàng thủ công mỹ nghệ, may mặc; đảm bảo tính vệ sinh an toàn của sản phẩm nông hải sản để đáp ứng yêu cầu khắt khe của thị trường này.

- Đổi mới phương thức tiếp cận thị trường bằng cách:

+ Thông qua các nhà trung gian, các nhà buôn và tham gia hội chợ;

+ Tiếp cận với các nhà bán lẻ, các công ty chuyên sản xuất, công ty kinh doanh có văn phòng đại diện tại Việt Nam;

+ Tiếp cận các nhà sản xuất, nhà bán buôn, nhà nhập khẩu tại Hoa kỳ.

4- Thị trường EU

Liên minh Châu Âu (EU) là hình thức hội nhập khu vực ở trình độ cao với nhiều triển vọng tốt đẹp cho các nước thành viên và cho toàn Châu Âu, đang phát triển sâu rộng trên tất cả các lĩnh vực, hiện với 25 nước thành viên.

Buôn bán Việt Nam - EU tăng nhanh trong các năm gần đây, từ 3,6 tỷ USD năm 1999 lên 8,2 tỷ USD năm 2005, trong đó Việt Nam xuất khẩu 5,6 tỷ USD, chiếm 17,3% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước, chủ yếu là giày dép; dệt may, cà phê, chè, hạt tiêu; xe đạp và phụ tùng; sản phẩm nhựa, hàng thủ công mỹ nghệ; hải sản, đồ gỗ.

Đây là thị trường tiêu thụ trực tiếp với dung lượng lớn và giá cả cao nhưng yêu cầu hết sức khắt khe về chất lượng, vệ sinh môi trường, mẫu mã, kinh doanh bài bản hiện đại. Trong năm 2005 thị trường này chiếm tỷ trọng ~

11,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Tỉnh. Các mặt hàng thị trường này có nhu cầu mà Nghệ An có thể cung cấp bao gồm dệt may, chè, cà phê, hải sản, hàng thủ công mỹ nghệ, bột lửa ga, nước dứa cô đặc ...

Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu vào EU:

- Thu hút đầu tư nước ngoài vào sản xuất hàng xuất khẩu, nhất là dệt may, giày dép, chế biến thủy hải sản, sản phẩm gỗ ... nhằm phát huy lợi thế về nguồn nhân công, bờ biển dài của Nghệ An để phát triển sản xuất hàng hoá xuất khẩu, vừa tạo công ăn việc làm, tăng thu ngân sách.

- Nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm, doanh nghiệp qua việc ổn định chính sách kinh tế vĩ mô, đặc biệt ổn định giá đất, điện, nước, cước vận tải và các yếu tố khác liên quan đến giảm giá thành sản xuất; tiếp tục cấp tín dụng xuất khẩu.

- Tăng cường công tác xúc tiến thương mại, tìm hiểu thông tin về chính sách thương mại, các định chế, quy định và các yêu cầu của thị trường EU.

5- Thị trường Châu phi, Tây á và Nam á

Năm 2005, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang các nước thuộc khu vực này đạt 1,3 tỷ USD, tăng 30% so với năm 2004 với các mặt hàng chủ yếu, như: gạo; cà phê; hàng may mặc; Giày dép; hạt tiêu; Chè; hàng điện tử, ti vi, đồ nhựa ...

Thị trường này tuy mới mở đối với sản phẩm hàng hoá Nghệ An nhưng có nhiều hứa hẹn và tương đối dễ tính, có nhu cầu cao đối với nhiều loại sản phẩm hàng hoá mà Nghệ An có thể cung cấp như chè, nhựa thông, dệt may, hàng thủ công mỹ nghệ, gạo tẻ

Trong thời gian tới ta cần nỗ lực tiếp cận và thâm nhập thị trường này bằng nhiều loại hình sản phẩm có tính cạnh tranh cao, trước mắt có thể thông qua công ty của nước thứ ba.

6- Thị trường các nước SNG và Đông âu

Trước đây một số sản phẩm của Nghệ An đã từng có mặt tại thị trường này, nhất là Liên bang Nga với các loại sản phẩm như lạc nhân, ớt các loại, cam, hàng mây tre đan, thảm, thịt chế biến. Khó khăn lớn nhất đối với thị trường SNG và Đông âu là vị trí địa lý xa, thanh toán khó khăn do hai bên đều thiếu ngoại tệ mạnh và cơ chế thanh toán phù hợp.

Đây là thị trường không quá khó tính, có dung lượng lớn. Các mặt hàng chủ yếu đưa vào thị trường này là cao su, chè, lạc nhân, thực phẩm, rau quả, dệt may và giày dép.

Để khôi phục và mở rộng thị trường này cần tăng cường xúc tiến thương mại; nâng cao sức cạnh tranh sản phẩm hàng hoá và dịch vụ và đa dạng hoá phương thức kinh doanh trong quan hệ buôn bán đôi bên.

PHẦN III

CÁC GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU ĐẾN NĂM 2010

Xuất khẩu gắn liền với các khâu của nền kinh tế; bởi thế để đẩy mạnh xuất khẩu đạt được các mục tiêu đề ra, cần phải áp dụng đồng bộ hệ thống các giải pháp liên quan.

Trên cơ sở chiến lược phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn Nghệ An đến năm 2010; xem xét bối cảnh quốc tế và trong nước hiện nay, hệ thống chính sách và các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu đến năm 2010 được xác định như sau :

I- HUY ĐỘNG TỔNG THỂ CÁC NGUỒN LỰC NHẪM TẠO RA NGUỒN HÀNG XUẤT KHẨU PHONG PHÚ

Muốn có kim ngạch - Phải có hàng hoá xuất khẩu. Do vậy điều tiên quyết là phải huy động tổng thể các nguồn lực, tập trung đầu tư sản xuất hàng xuất khẩu, chú trọng các giải pháp sau:

1- Thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào Nghệ An phát triển sản xuất hàng xuất khẩu (Phải coi đây là giải pháp tạo bước đột phá trong công tác xuất khẩu)

Tập trung thu hút đầu tư vào những dự án phát triển sản xuất chế biến hàng xuất khẩu, với cơ chế chính sách đồng bộ và hấp dẫn hơn và coi đây là bước đột phá trong việc chuyển đổi cơ cấu kinh tế hướng về xuất khẩu nhằm tạo ra nguồn hàng phong phú phục vụ xuất khẩu; đặc biệt là:

+ Tranh thủ sự giúp đỡ của các Bộ Ngành Trung ương giúp đỡ Nghệ An mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài và ngoại tỉnh đầu tư vào các dự án: (1) Nuôi trồng và chế biến hàng thuỷ hải sản xuất khẩu; (2) Xây dựng cơ sở may mặc xuất khẩu; (3) sản xuất sản phẩm gỗ xuất khẩu; (4) chế biến rau quả xuất khẩu, (5) sản xuất bột đá siêu mịn xuất khẩu; (6) Dự án Gia công công nghệ phần mềm xuất khẩu; và (7) Giày dép các loại xuất khẩu khi có điều kiện.

+ Đa dạng hoá các hoạt động xúc tiến đầu tư trên các diễn đàn trong nước và nước ngoài, bằng nhiều hình thức và các kênh khác nhau. Ưu tiên xúc tiến đầu tư cho các dự án trọng điểm hướng về xuất khẩu; đẩy mạnh tuyên truyền quảng bá về Nghệ An với các đối tác trong và ngoài nước.

+ Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng hoàn chỉnh để đảm bảo chi phí cho đầu tư, sản xuất luôn luôn ở mức thấp nhất. Tiếp tục cải cách hành chính, nhất

là trong các lĩnh vực "nhạy cảm" liên quan tới hoàn tất các thủ tục đầu tư ban đầu, nhằm tạo thông thoáng cho các nhà đầu tư.

2- Huy động nguồn vốn đầu tư nội tỉnh để phát triển, mở rộng các dự án sản xuất hàng xuất khẩu trên địa bàn tỉnh

+ Tiếp tục đầu tư mở rộng các dự án sản xuất hàng xuất khẩu trong tỉnh, nhất là các dự án thuộc các nhóm mặt hàng xuất khẩu chủ lực, như tinh bột sắn; nước dừa hộp cô đặc xuất khẩu; chè búp khô; cà phê; dệt may; chế biến bột đá siêu mịn....

+ Tiếp tục đầu tư các dự án phát triển vùng nguyên liệu phục vụ cho các nhà máy sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu như sắn, dừa, chè, thủy hải sản, sản phẩm gỗ

+ Giải quyết đất đai và mặt bằng sản xuất cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu một cách kịp thời

+ Chú trọng đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và dịch vụ như đường giao thông, hệ thống sân bay, cảng biển, củng cố và xây dựng đội tàu, bưu chính viễn thông, ngân hàng, hệ thống khách sạn và khu du lịch...

3- Tăng cường liên doanh liên kết, đẩy mạnh thu gom hàng hoá ngoại tỉnh phục vụ công tác xuất khẩu

Phải coi đây là giải pháp quan trọng nhằm đẩy mạnh xuất khẩu, khi mà nguồn hàng xuất khẩu sản xuất nội tỉnh vẫn còn manh mún, kém sức cạnh tranh, nhất là đối với các sản phẩm: Lạc nhân, cà phê, cao su, tinh bột sắn, nhựa thông, một số sản phẩm gỗ, hàng công nghiệp tiêu dùng, vật liệu xây dựng v.v... trên cơ sở kinh doanh có hiệu quả, duy trì quan hệ bạn hàng, tạo việc làm cho người lao động tại các doanh nghiệp, đồng thời tạo nguồn thu ngoại tệ cho đất nước, tăng kim ngạch xuất khẩu cho tỉnh.

II - NÂNG CAO SỨC CẠNH TRANH SẢN PHẨM XUẤT KHẨU

Để nâng cao sức cạnh tranh sản phẩm hàng xuất khẩu - *một nhiệm vụ không chỉ của riêng doanh nghiệp* - từ các cấp tỉnh ngành, doanh nghiệp và nhà sản xuất cần phải tập trung xử lý các vấn đề sau đây:

- *Chú trọng công tác xây dựng và phát triển thương hiệu hàng hoá Nghệ An cả trên thị trường trong và ngoài nước.* Nâng cao khả năng đáp ứng về yêu cầu chất lượng và tiêu chuẩn kỹ thuật của sản phẩm xuất khẩu đối với từng thị trường. Coi chất lượng sản phẩm hàng hoá đáp ứng yêu cầu quốc tế là chìa khoá để thâm nhập vào các thị trường xuất khẩu lớn của thế giới.

- *Đầu tư thiết bị công nghệ tiên tiến.* Cải tạo và du nhập giống mới có năng suất chất lượng cao để phục vụ xuất khẩu. Tăng cường công tác kiểm soát vệ sinh an toàn thực phẩm, đáp ứng yêu cầu bạn hàng quốc tế.

- Nghiên cứu và dự báo sản xuất các mặt hàng mới để đón đầu thị trường. Tổ chức quản lý sản xuất kinh doanh một cách khoa học để hạ giá thành sản phẩm, giảm chi phí lưu thông.

III- NÂNG CAO NĂNG LỰC SẢN XUẤT KINH DOANH CHO DOANH NGHIỆP:

- Về phía nhà nước, cần hỗ trợ cho các doanh nghiệp xây dựng chiến lược kinh doanh; phương pháp Marketing sản phẩm; Đào tạo nguồn nhân lực; Cải cách thủ tục hành chính công; Cung cấp thông tin xúc tiến thương mại, dự báo thị trường ...

Về phía doanh nghiệp, cần:

- Chủ động xác định cho mình chiến lược phát triển mặt hàng xuất khẩu trọng điểm, chiến lược phát triển mặt hàng xuất khẩu mới và chương trình cụ thể tiếp cận các thị trường xuất khẩu trọng điểm, tiềm năng nhằm tạo dựng thương hiệu và danh tiếng doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

- Xây dựng chiến lược mở rộng liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp với nhau nhằm hợp lý hóa, chuyên môn hóa sản xuất trên cơ sở thế mạnh của mỗi doanh nghiệp nhằm mở rộng sức sản xuất, giảm chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh.

- Xây dựng định hướng cụ thể về đào tạo, tuyển dụng, sử dụng và thường xuyên đào tạo lại nguồn nhân lực.

- Tổ chức, sắp xếp lại doanh nghiệp, hợp lý hóa quy trình sản xuất – kinh doanh; nhanh chóng tiếp cận và ứng dụng các mô hình quản lý hiện đại của các nước có trình độ kinh tế phát triển nhằm tiết kiệm chi phí đầu vào.

- Cần khai thác hiệu quả những tiện ích của công nghệ thông tin và đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử nhằm mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường, nắm bắt nhanh chóng nhu cầu của khách hàng, tiết kiệm chi phí giao dịch ...

- Đẩy mạnh mối liên kết giữa người sản xuất – cung cấp nguyên, vật liệu đầu vào với doanh nghiệp và các tổ chức nghiên cứu khoa học nhằm tổ chức hiệu quả chuỗi cung ứng từ khâu sản xuất nguyên, vật liệu đầu vào đến khâu tổ chức sản xuất hiện quả, thông qua đó nâng cao hiệu quả sản xuất – kinh doanh, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và sản phẩm.

IV- TẠO LẬP VÀ MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU:

Mở rộng thị trường theo hướng đa phương hoá là một yêu cầu cấp bách của cả nước nói chung cũng như của Tỉnh nói riêng. Do vậy để chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, duy trì và mở rộng thị phần trên các thị trường quen thuộc, khai thác thị trường mới cần đổi mới công tác thị trường theo hướng:

1- Từ tỉnh, ngành đến các doanh nghiệp đều phải tích cực, chủ động trong công tác phát triển thị trường, tránh tình trạng "ỷ lại Nhà nước" hoặc "phó mặc cho doanh nghiệp". Phối hợp với Tham tán Thương mại Việt Nam ở nước ngoài; Cục xúc tiến Thương mại nhằm nắm bắt thông tin về thị trường, bạn hàng, nhu cầu của các đối tác về hàng hoá mà Nghệ An có khả năng cung cấp.

Các doanh nghiệp phải chủ động lo tìm bạn hàng, thị trường, tự mình tổ chức sản xuất và xuất khẩu theo nhu cầu và thị hiếu của thị trường; đặc biệt phải chú trọng giữ "chữ tín" trong kinh doanh để duy trì chỗ đứng trên thị trường.

2- Tăng cường mạnh mẽ công tác thông tin về các thị trường, từ tình hình chung cho tới cơ chế chính sách của các nước, dự báo các chiều hướng cung cầu hàng hoá và dịch vụ, kể cả thông tin về bạn hàng, giá cả;

3- Đa dạng hoá mặt hàng và phương thức kinh doanh. Nhiều mặt hàng tiềm năng của Nghệ An chưa được khai phá đúng tầm để xuất khẩu hoặc đã xuất khẩu nhưng chưa phát huy đúng hiệu quả kinh tế như hoa quả chế biến, thuỷ hải sản, một số nông lâm sản, hàng tiểu thủ công nghiệp, dệt may, thiếc thỏi, bột đá siêu mịn ...

V- TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI:

Để hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong công tác xuất khẩu, cần đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại từ cấp quản lý đến doanh nghiệp. Trung tâm Xúc tiến thương mại Tỉnh phải trở thành cầu nối giữa doanh nghiệp với các đối tác nước ngoài; Tranh thủ sự hỗ trợ giúp đỡ từ các Bộ ngành Trung ương, nhất là từ Bộ Thương mại, Cục Xúc tiến Thương mại trong công tác xúc tiến thương mại.

Trước mắt, hoạt động xúc tiến thương mại cần tập trung các vấn đề sau:

- Hỗ trợ các đoàn doanh nghiệp đi tìm kiếm bạn hàng, thị trường nước ngoài. Tổ chức và mời đón các đoàn doanh nghiệp nước ngoài vào Nghệ An tìm kiếm cơ hội, đầu tư, kinh doanh.

- Hỗ trợ thiết lập các kênh thông tin thương mại, quảng cáo sản phẩm nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm thị trường, bạn hàng thúc đẩy xuất khẩu.

- Tiếp tục đầu tư nâng cấp Website Thương mại Nghệ An, nhất là bằng Tiếng Anh nhằm quảng bá doanh nghiệp Nghệ An ra thị trường thế giới.

- Hỗ trợ phát triển thương mại điện tử trong giao dịch mua bán ở các thành phố, thị xã và các khu công nghiệp tập trung, các khu kinh tế lớn, tạo đà cho quá trình gia tăng các loại hình này ở giai đoạn sau.

VI - ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC:

Đây là giải pháp quan trọng nhằm biến chiến lược phát triển xuất khẩu đến năm 2010 thành hiện thực.

* Cán bộ cần được quy hoạch, phân loại để đào tạo theo năng lực, sở trường dựa trên yêu cầu công việc. Đào tạo lại và đào tạo mới cần kết hợp để đáp ứng được những nhu cầu mới phát sinh trong quá trình Hội nhập kinh tế quốc tế. Trước mắt vẫn cần chú ý tới 3 loại cán bộ sau đây :

- Đào tạo công nhân lành nghề ở từng lĩnh vực, ngành nghề sản xuất, bởi thực trạng trong nhiều đơn vị cơ sở trên địa bàn Nghệ An thiếu đội ngũ công nhân kỹ thuật lành nghề, thợ bậc cao, được đào tạo bài bản. Coi trọng việc đào tạo tay nghề cho người đi xuất khẩu lao động và thông qua xuất khẩu lao động để đào tạo tay nghề cao ở nước ngoài.

- Đào tạo cán bộ có trình độ kinh doanh quốc tế giỏi, am hiểu sản xuất, am hiểu thị trường, kỹ thuật đàm phán, giao dịch, ký kết hợp đồng và giỏi ngoại ngữ.

- Đào tạo cán bộ pháp lý, đặc biệt trong lĩnh vực kinh tế và thương mại quốc tế, đủ trình độ tư vấn, trợ giúp giám đốc trong kinh doanh và hợp tác quốc tế.

* Trong công tác cán bộ cần có chiến lược đào tạo, bố trí và sử dụng đúng cán bộ, thu hút cán bộ giỏi, thuê chuyên gia làm tư vấn trong việc môi giới tìm kiếm thị trường, cung cấp thông tin để mở rộng thị trường xuất khẩu;

* Chú trọng đào tạo đội ngũ cán bộ tư vấn, hoạch định và điều hành chính sách kinh tế đối ngoại, phát triển đội ngũ doanh nhân, giám đốc, quản lý doanh nghiệp và các nhân viên kỹ thuật có kiến thức rộng, bản lĩnh, kỷ luật và tay nghề cao trực tiếp hoạt động trong lĩnh vực kinh tế đối ngoại, sản xuất - kinh doanh hàng hoá - dịch vụ hướng về xuất khẩu.

Cần bổ sung, hoàn thiện chính sách khuyến khích, thu hút con em xứ Nghệ đang công tác ở mọi miền đất nước, nước ngoài tích cực đóng góp vào công cuộc phát triển kinh tế xã hội nói chung, đẩy mạnh xuất khẩu và tăng cường đầu tư nói riêng của Nghệ An.

PHẦN IV

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

I- Thành lập Ban Chỉ đạo Chương trình Phát triển xuất khẩu của Tỉnh; giao Sở Thương mại làm Cơ quan Thường trực, có đại diện của các Sở, Ban Ngành cấp tỉnh tham gia với nhiệm vụ giúp việc cho Chủ tịch UBND Tỉnh trong việc chỉ đạo, theo dõi, đôn đốc và kiểm tra, tổng hợp tình hình thực hiện các Chương trình phát triển xuất khẩu đã được duyệt.

Ban Chỉ đạo hoạt động theo quy chế do UBND Tỉnh ban hành, một Phó Chủ tịch UBND Tỉnh làm Trưởng ban; Giám đốc Sở Thương mại - Phó Ban Thường trực, Giám đốc Sở Kế hoạch và Đầu tư - Phó Ban; một số Chánh, Phó giám đốc các Sở ban ngành khác làm uỷ viên. Giúp việc cho Ban chỉ đạo có Tổ thư ký, gồm phó giám đốc Sở Thương mại làm tổ trưởng, các Sở ban ngành liên quan cử thành viên tham gia.

II- Trách nhiệm của Uỷ ban nhân dân Tỉnh:

2.1- Chỉ đạo các ngành, các cấp lập quy hoạch và tổ chức thực hiện quy hoạch để xây dựng các mặt hàng, sản phẩm, vùng nguyên liệu phục vụ công nghiệp chế biến hàng xuất khẩu nhằm tạo ra nguồn hàng xuất khẩu phong phú trên địa bàn Tỉnh.

2.2- Chỉ đạo các Sở ban ngành, địa phương liên quan xây dựng và tổ chức thực hiện quy hoạch cơ sở hạ tầng kỹ thuật như điện, nước, giao thông, cửa khẩu, cảng biển, sân bay, thuỷ lợi, liên lạc viễn thông ... nhằm tạo thuận lợi tối đa cho công tác phát triển xuất khẩu trên địa bàn, thu hút các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài vào Nghệ An đầu tư phát triển.

2.3- Chỉ đạo các ngành, các cấp lập các dự án khả thi để mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài, trong nước vào Nghệ An đầu tư vào các lĩnh vực sản xuất, gia công và chế biến hàng xuất khẩu, trước mắt tập trung vào 7 nhóm dự án nêu tại mục I, phần III - Các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu đến năm 2010.

2.4- Chỉ đạo rà soát, bổ sung, xây dựng các cơ chế chính sách đáp ứng yêu cầu hội nhập như: Cơ chế khuyến khích phát triển cây con nguyên liệu; cơ chế khuyến khích thu hút đầu tư; cơ chế chính sách khuyến khích xuất khẩu hàng hoá, xuất khẩu lao động và dịch vụ; cơ chế hỗ trợ đào tạo và thu hút nhân lực có trình độ cao ... trong khả năng ngân sách tỉnh cho phép.

2.5- Chỉ đạo công tác cải cách hành chính, cả về thể chế, bộ máy và thủ tục hành chính, xây dựng đội ngũ công chức, cải cách tài chính công, trong

đó tập trung cải cách thủ tục hành chính ở các ngành: Hải quan, Kế hoạch và Đầu tư, Khoa học và Công nghệ, Tài nguyên Môi trường, Nội vụ ... nhằm tạo thông thoáng cho hoạt động đầu tư, sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu.

2.6- Tạo môi trường pháp lý cho các loại hình sản xuất kinh doanh và dịch vụ phát triển, bao gồm cả dịch vụ bưu chính viễn thông, dịch vụ tài chính tín dụng, dịch vụ tư vấn, bảo hiểm ...

III- Nhiệm vụ của các Sở Ngành, Huyện, Thành và Thị xã:

Trên cơ sở chức năng, nhiệm vụ quản lý nhà nước được giao; căn cứ vào các mục tiêu, các chương trình, giải pháp đã nêu trong đề án này, yêu cầu các Sở, Ngành, Huyện, Thành phố và Thị xã liên quan chủ động xây dựng Chương trình hành động về phát triển xuất khẩu của ngành, địa phương mình với lộ trình và bước đi thích hợp.

Một số nhiệm vụ chính giao cho các Sở, Ngành:

3.1- Giao Sở Thương mại - Cơ quan Thường trực Ban Chỉ đạo Chương trình phát triển xuất khẩu của Tỉnh - chịu trách nhiệm tổng hợp, theo dõi, đôn đốc và kiểm tra tiến độ thực hiện các đề án có liên quan tới Chương trình phát triển xuất khẩu trên địa bàn Tỉnh;

Chủ trì phối hợp các ngành liên quan đề xuất các cơ chế, chính sách nhằm đẩy mạnh xuất khẩu cho từng thời kỳ, từng năm với mục đích phấn đấu đạt kim ngạch xuất khẩu từ 350 - 400 triệu USD vào năm 2010.

Chỉ đạo Trung tâm Xúc tiến Thương mại đổi mới công tác xúc tiến thương mại và thông tin thị trường để nhằm quảng bá hình ảnh Nghệ An; các doanh nghiệp Nghệ An và hỗ trợ các doanh nghiệp trong tìm kiếm thị trường, bạn hàng xuất khẩu, tư vấn nghiệp vụ xuất nhập khẩu ...

3.2- Giao Sở Kế hoạch và Đầu tư chủ trì phối hợp với các Sở, Ngành, huyện thị liên quan:

- Tổng hợp xây dựng quy hoạch chi tiết phát triển sản xuất các cây công nghiệp ngắn, dài ngày trên địa bàn Tỉnh (*điều chỉnh*); tổ chức chỉ đạo sản xuất, thực hiện chuyển dịch cơ cấu cây trồng, đảm bảo diện tích, sản lượng hàng hoá phục vụ cho công nghiệp chế biến hàng xuất khẩu và xuất khẩu.

- Tranh thủ sự giúp đỡ của các Bộ ngành Trung ương, chủ trì phối hợp với các Sở ngành liên quan và Ban Quản lý các Khu công nghiệp Tỉnh lập báo cáo nghiên cứu khả thi mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài và trong nước vào Nghệ An đầu tư vào các lĩnh vực sản xuất, gia công và chế biến hàng xuất khẩu, nhất là 7 nhóm dự án đã nêu tại mục I, phần III - Các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu đến năm 2010.

3.3- Giao Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chủ trì phối hợp với các Sở, Ngành, huyện, thị liên quan triển khai đề án "Phát triển vùng nguyên liệu: Chè, lạc, dưa, cao su, cà phê, sắn, mía, cam phục vụ chế biến và xuất khẩu" nhằm tạo nguồn hàng nguyên liệu phong phú phục vụ chế biến xuất khẩu và xuất khẩu theo đúng lộ trình và quy hoạch duyệt.

Trong năm 2006 chủ trì phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư; Ban Quản lý các khu Công nghiệp lập báo cáo nghiên cứu về dự án phát triển một số cơ sở chế biến rau quả xuất khẩu để mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài, trong nước vào Nghệ An đầu tư phát triển.

3.4 - Giao Sở Thủy sản chủ trì phối hợp với các Sở, Ngành, huyện thị liên quan triển khai thực hiện các đề án thuộc Chương trình Phát triển biển và kinh tế biển, chú trọng 3 chương trình: Đẩy mạnh khai thác, nuôi trồng và chế biến phục vụ xuất khẩu.

Trong năm 2006 chủ trì phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư; Ban Quản lý các khu Công nghiệp lập báo cáo nghiên cứu về dự án phát triển cơ sở chế biến hàng thủy sản cao cấp hướng về xuất khẩu để mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài, trong nước vào Nghệ An đầu tư phát triển.

3.5- Giao Sở Công nghiệp chủ trì phối hợp với Liên minh Hợp tác xã và Doanh nghiệp Ngoài quốc doanh; các Sở, Ngành, huyện thị liên quan chỉ đạo triển khai đề án "Phát triển may mặc, hàng thủ công mỹ nghệ, mây tre đan xuất khẩu" theo đúng lộ trình và quy hoạch được duyệt. Trên cơ sở chức năng quản lý của ngành, chỉ đạo, đôn đốc sản xuất, khai thác khoáng sản các loại; sản xuất sản phẩm gỗ các loại hướng về xuất khẩu.

Trong năm 2006 chủ trì phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư, Ban Quản lý các khu Công nghiệp lập báo cáo nghiên cứu về dự án phát triển cơ sở sản xuất hàng may mặc xuất khẩu; sản xuất bột đá trắng siêu mịn xuất khẩu; sản xuất sản phẩm gỗ xuất khẩu ... để mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài, trong nước vào Nghệ An đầu tư phát triển.

3.6- Giao Sở Lao động Thương binh và Xã hội chủ trì phối hợp với các huyện thị tiếp tục triển khai đề án phát triển xuất khẩu lao động đến năm 2010 đã được duyệt, với mục đích phấn đấu giai đoạn 2006 - 2010, mỗi năm đưa được từ 8.000 - 10.000 lao động đi làm việc ở nước ngoài;

3.7- Giao Sở Du lịch chủ trì phối hợp với các huyện thị liên quan triển khai thực thi Đề án "Chương trình phát triển Du lịch" theo tinh thần nghị quyết 12 của Tỉnh Ủy, chú trọng thu hút khách quốc tế, đảm bảo tăng doanh thu ngoại tệ từ lĩnh vực này đạt 35 - 45 triệu USD vào năm 2010.

3.8- Giao Sở Nội vụ chủ trì soạn thảo các chính sách đào tạo, xây dựng và thu hút đội ngũ cán bộ khoa học kỹ thuật có trình độ cao, nắm vững nghiệp

vụ xuất nhập khẩu, thông thạo ngoại ngữ, đội ngũ công nhân lành nghề... về Nghệ An công tác. Trường Chính trị Tỉnh chủ trì đề án đào tạo đội ngũ doanh nhân Nghệ An.

3.9- Giao Sở Tài chính chủ trì phối hợp Sở Kế hoạch và Đầu tư lập dự toán chi ngân sách hàng năm, chú trọng ưu tiên đầu tư cho các dự án phát triển hàng xuất khẩu được duyệt; xây dựng các cơ sở hạ tầng phục vụ hoạt động thương mại; hỗ trợ kinh phí tìm kiếm thị trường, khuyến khích xuất khẩu theo nguyên tắc đưa vào cân đối ngân sách hàng năm quỹ hỗ trợ xuất khẩu.

IV- Nhiệm vụ của các doanh nghiệp:

4.1- Phải nhận thức được rằng trong quá trình hội nhập kinh tế vươn ra thị trường quốc tế và khu vực, nhà nước Trung ương và Tỉnh chỉ hỗ trợ, tạo môi trường pháp lý thông thoáng và thuận lợi. Sự thành công tới đâu trong quá trình hội nhập là tùy thuộc vào sức cạnh tranh, tính năng động sáng tạo của các doanh nghiệp.

Vì sự sống còn của mình, doanh nghiệp phải thực sự vào cuộc: *Phải tạo dựng thương hiệu, hình ảnh doanh nghiệp mình với bạn hàng quốc tế*; chủ động xác định chiến lược mặt hàng và thị trường xuất khẩu; kết hợp chặt chẽ sản xuất với thị trường; xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh, quy hoạch sản xuất, điều chỉnh cơ cấu, ưu tiên tập trung đầu tư cho sản xuất các mặt hàng có thế mạnh, có khả năng cạnh tranh của tỉnh, lấy thị trường làm kim chỉ nam định hướng cho sản xuất.

4.2- Chú trọng thực hiện các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh qua việc: Tổ chức, sắp xếp lại doanh nghiệp, hợp lý hoá quy trình sản xuất - kinh doanh, nâng cao hiệu quả hoạt động; đổi mới máy móc thiết bị, áp dụng công nghệ mới vào sản xuất, phấn đấu tăng năng suất lao động, giảm giá thành, nâng cao chất lượng, cải tiến mẫu mã, đáp ứng yêu cầu thị trường cả trong và ngoài nước.

4.3- Tăng cường công tác xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường, bạn hàng; khai thác hiệu quả những tiện ích của công nghệ thông tin và đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử nhằm mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường, nắm bắt nhu cầu của khách hàng, tiết kiệm chi phí giao dịch, quảng cáo qua đó nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh, đẩy mạnh công tác xuất khẩu, kể cả xuất khẩu dịch vụ, lao động và chuyên gia.

4.4- Xây dựng phát triển vùng nguyên liệu cho các cơ sở công nghiệp chế biến, đảm bảo đầu vào ổn định phục vụ sản xuất. Chú trọng công tác xây dựng thương hiệu hàng hoá khi hội đủ các điều kiện cần thiết.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng cần xây dựng cho mình chiến lược mở rộng liên doanh, liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp với nhau nhằm

hợp lý hoá, chuyên môn hoá sản xuất trên cơ sở thế mạnh của mỗi doanh nghiệp nhằm mở rộng sức sản xuất, giảm chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh, đặc biệt là liên doanh liên kết với các doanh nghiệp tỉnh bạn để khai thác tối đa nguồn hàng xuất khẩu ngoại tỉnh.

4.5- Chăm lo công tác đào tạo và thu hút lao động có tay nghề cao, đặc biệt đội ngũ cán bộ có trình độ kinh doanh quốc tế giỏi, am hiểu sản xuất, thị trường, nắm vững kỹ thuật đàm phán, giao dịch, ký kết hợp đồng và giỏi ngoại ngữ.

**TM/ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH
CHỦ TỊCH**

Phan Đình Trạc