

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
BỘ CÔNG THƯƠNG
VỤ KẾ HOẠCH**

BÁO CÁO TỔNG KẾT ĐỀ TÀI

**NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT CÁC ĐỊNH HƯỚNG
CHIẾN LƯỢC VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU
HÀNG CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG
HÀN QUỐC - CƠ HỘI, THÁCH THỨC VÀ GIẢI PHÁP**

6879

30/5/2008

HÀ NỘI - 2008

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
BỘ CÔNG THƯƠNG
VỤ KẾ HOẠCH**

**BÁO CÁO TỔNG KẾT ĐỀ TÀI
NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT CÁC ĐỊNH HƯỚNG
CHIẾN LƯỢC VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU
HÀNG CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG
HÀN QUỐC - CƠ HỘI, THÁCH THỨC VÀ GIẢI PHÁP**

CHỦ NHIỆM ĐỀ TÀI: Kỹ sư Nguyễn Thu Ngân

Ngày tháng năm 2008
**CƠ QUAN CHỦ QUẢN
BỘ CÔNG THƯƠNG
54 HAI BÀ TRUNG – HÀ NỘI**

Ngày tháng năm 2008
**THỦ TRƯỞNG CƠ QUAN CHỦ TRÌ THỰC HIỆN
VỤ KẾ HOẠCH – BỘ CÔNG THƯƠNG
54 HAI BÀ TRUNG – HÀ NỘI**

DANH SÁCH CÁN BỘ THAM GIA THỰC HIỆN ĐỀ TÀI

1. Những người tham gia chính:

STT	Họ và tên	Đơn vị	Nhiệm vụ
1.	Kỹ sư Nguyễn Thu Ngân	Vụ Kế hoạch	Chủ nhiệm đề tài
2.	Kỹ sư Lê Văn Đước	Vụ Kế hoạch	Thành viên
3.	Thạc sỹ Nguyễn Thị Minh Nguyệt	Vụ Kế hoạch	Thành viên
4.	Cử nhân Lê Trung Sơn	Vụ Kế hoạch	Thành viên
5.	Cử nhân Mai Văn Cảnh	Vụ Kế hoạch	Thành viên
6.	Cử nhân Nghiêm Xuân Toàn	Vụ Kế hoạch	Thành viên

2. Các đơn vị phối hợp:

- Vụ Hợp tác Quốc tế, Vụ Xuất nhập khẩu, Vụ Châu Á – Thái Bình Dương, Vụ Chính sách thương mại Đa biên - Bộ Công Thương.
- Tổng Cục Hải Quan – Bộ Tài chính
- Cục Đầu tư nước ngoài - Bộ Kế hoạch và Đầu tư,
- Một số chuyên viên theo dõi sản xuất kinh doanh, thống kê Vụ Kế hoạch và Đầu tư và chuyên viên theo dõi ngành thuộc Vụ Công nghiệp nặng, Công nghiệp nhẹ, Vụ Năng lượng - Bộ Công Thương.

Mục tiêu của đề tài:

Nghiên cứu, phân tích tình hình kinh tế và những chính sách thương mại của Hàn Quốc, thương mại Việt Nam-Hàn Quốc giai đoạn 2001-2005 và năm 2006 và những yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu hàng công nghiệp Việt Nam sang Hàn Quốc giai đoạn 2007-2010, có định hướng đến 2015 xác định các cơ hội, mặt hàng và khả năng cạnh tranh để đề xuất các định hướng chiến lược và giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng công nghiệp Việt Nam sang thị trường Hàn Quốc - Một thị trường nhiều tiềm năng nhưng còn khó thâm nhập.

Phương pháp nghiên cứu:

- Phương pháp thống kê, phân tích,
- Phương pháp chuyên gia,
- Phương pháp kế thừa.

Nội dung nghiên cứu:

- Tổng quan tình hình kinh tế, thương mại của Hàn Quốc những năm qua, nhu cầu nhập khẩu và cơ hội cho hàng hóa Việt Nam. Những chính sách ngoại thương và tiền tệ của Hàn Quốc có tác động đến hoạt động thương mại với các nước, trong đó có Việt Nam. Quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại Hàn Quốc-ASEAN và Hiệp định thương mại tự do Hàn Quốc-ASEAN (AKFTA) tác động đến thương mại của Việt Nam với Hàn Quốc.

- Đánh giá quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại Việt Nam-Hàn Quốc những năm qua: những Hiệp định hợp tác kinh tế, thương mại; các dự án đầu tư; và những định hướng lớn hợp tác giữa hai nước. Phân tích tình hình xuất nhập khẩu giữa hai nước giai đoạn 2001-2005 và năm 2006 và đánh giá những cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu hàng công nghiệp Việt Nam vào thị trường Hàn Quốc.

- So sánh chính sách thương mại và tình hình phát triển thương mại của hai nước Trung Quốc và Hàn Quốc với Việt Nam.

- Trên cơ sở phân tích kinh nghiệm của một số nước thành công trong việc đẩy mạnh xuất khẩu sang Hàn Quốc, và vai trò của đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), đề xuất định hướng chiến lược để thâm nhập thị trường Hàn Quốc, các giải pháp và kiến nghị nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng công nghiệp Việt Nam vào Hàn Quốc.

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU.....	7
CHƯƠNG I: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH KINH TẾ, THƯƠNG MẠI HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006.....	8
1. TỔNG QUAN SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ CỦA HÀN QUỐC	8
2. PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006	10
2.1 <i>Xuất khẩu hàng hóa của Hàn Quốc ra thị trường thế giới.....</i>	<i>10</i>
2.2 <i>Nhập khẩu hàng hóa của Hàn Quốc và cơ hội cho các nước xuất khẩu vào Hàn Quốc</i>	<i>16</i>
3. CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VÀ TIỀN TỆ CỦA HÀN QUỐC	21
3.1 <i>Chính sách ngoại thương của Hàn Quốc.....</i>	<i>21</i>
3.2 <i>Chính sách tiền tệ của Hàn Quốc</i>	<i>22</i>
4. QUAN HỆ HỢP TÁC KINH TẾ, THƯƠNG MẠI HÀN QUỐC-ASEAN.....	23
4.1 <i>Quan hệ hợp tác kinh tế Hàn Quốc-ASEAN.....</i>	<i>23</i>
4.2 <i>Hiệp định thương mại tự do Hàn Quốc-ASEAN (AKFTA).....</i>	<i>25</i>
5. KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC XUẤT KHẨU SANG HÀN QUỐC	26
5.1 <i>Kinh nghiệm của Thái Lan.....</i>	<i>26</i>
5.2 <i>Kinh nghiệm của Trung Quốc.....</i>	<i>30</i>
CHƯƠNG II: TÌNH HÌNH THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006.....	35
1. MỘT SỐ HIỆP ĐỊNH HỢP TÁC KINH TẾ VIỆT NAM-HÀN QUỐC	35
2. FDI CỦA HÀN QUỐC VÀO VIỆT NAM VÀ MỘT SỐ DỰ ÁN HỢP TÁC GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC.....	36
3. VIỆT NAM XUẤT KHẨU VÀO HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006.....	44
4. VIỆT NAM NHẬP KHẨU TỪ HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006	49
5. TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC NĂM 2007	51
6. TÌNH HÌNH NHẬP SIÊU TRONG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM-HÀN QUỐC	52
7. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC	52
7.1 <i>Tác động tích cực</i>	<i>52</i>
7.2 <i>Hạn chế</i>	<i>54</i>
CHƯƠNG III: ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM SANG HÀN QUỐC – PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP	56
1. SO SÁNH TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA TRUNG QUỐC VÀ HÀN QUỐC VỚI VIỆT NAM.....	56
1.1 <i>So sánh chính sách tiền tệ và ngoại thương giữa Hàn Quốc và Trung Quốc:</i>	<i>56</i>

1.2 So sánh tình hình xuất nhập khẩu của Trung Quốc và Hàn Quốc với Việt Nam.....	56
2. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ, CÔNG NGHIỆP, THƯƠNG MẠI VIỆT NAM.....	58
2.1 Định hướng phát triển công nghiệp Việt Nam đến 2010.....	58
2.2. Định hướng xuất khẩu sản phẩm công nghiệp.....	59
2.3 Năng lực cạnh tranh của một số ngành, sản phẩm công nghiệp.....	63
3. ĐỊNH HƯỚNG XUẤT KHẨU VÀO THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC.....	67
3.1 Quan điểm và những định hướng lớn hợp tác kinh tế, thương mại Việt Nam-Hàn Quốc trong giai đoạn tới:.....	67
3.2 Định hướng xuất khẩu vào thị trường Hàn Quốc.....	68
4. GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC :.....	72
4.1. Đối với doanh nghiệp.....	72
4.2 Các giải pháp về cơ chế, chính sách.....	74
4.3 Các giải pháp đối với từng sản phẩm cụ thể.....	77
5. KIẾN NGHỊ:.....	83
KẾT LUẬN.....	84

LỜI MỞ ĐẦU

Năm 2006, Hàn Quốc tạo nên huyền thoại xuất khẩu đạt 326 tỷ USD và năm 2007 xuất khẩu Hàn Quốc đạt mức tăng trưởng cao, dự kiến tăng 21% so với cùng kỳ năm ngoái, quy mô mậu dịch đạt mức 700 tỷ USD. Có thể thấy nền kinh tế Hàn Quốc đang tăng trưởng ở mức độ khá đáng để chúng ta quan tâm nghiên cứu và học tập.

Quan hệ hợp tác giữa Việt Nam và Hàn Quốc có nhiều nét tương đồng, bởi hai nước đều đang trên đà phát triển mạnh. Hàn Quốc đang mấp mé đứng vào top 10 nước có giao dịch thương mại lớn nhất thế giới. Còn Việt Nam vừa gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), với những triển vọng lớn về gia tăng thu hút đầu tư và đẩy mạnh xuất khẩu. Triển vọng hợp tác giữa Việt Nam và Hàn Quốc được đánh giá là có tiềm năng toàn diện cả về xuất nhập khẩu và đầu tư.

Hàn Quốc hiện là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam, với kim ngạch hai chiều đạt gần 5 tỷ USD vào năm 2006, gấp 10 lần so với năm 1992 khi hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao. Năm 2007 dự kiến kim ngạch 2 chiều đạt gần 6 tỷ USD.

Trong khoảng 10 năm gần đây, Hàn Quốc luôn là một trong số 4 nhà đầu tư nước ngoài trực tiếp lớn nhất tại Việt Nam. Đặc biệt, từ năm 2005, Hàn Quốc đã vươn lên đứng ở vị trí thứ 2 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam. Và đến năm 2006 đã vươn lên đứng đầu với 1.324 dự án. Tính đến tháng 9 năm 2007, Hàn Quốc có tổng số hơn 1.600 dự án đầu tư với tổng số vốn đăng ký đạt trên 8,4 tỷ USD. Điều khẳng định là hoạt động đầu tư và hợp tác công nghiệp giữa hai nước thời gian qua đã thực sự tạo ra sự bổ sung cần thiết mang lại lợi ích chung thiết thực cho cả hai phía.

Với những kết quả trong quan hệ hợp tác kinh tế giữa hai nước nêu trên, việc tìm các giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc là một trong những nhiệm vụ trọng tâm lãnh đạo Bộ giao Vụ Kế hoạch đầu tư tiếp tục thực hiện nghiên cứu sau khi đã hoàn thành Đề tài: “Nghiên cứu đề xuất các định hướng chiến lược và giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng công nghiệp Việt nam vào thị trường Trung Quốc – Cơ hội, thách thức và giải pháp” vào năm 2006.

Đề tài nghiên cứu về thị trường Hàn Quốc năm 2007 gồm các phần chính sau đây:

Chương I: Tổng quan kinh tế, thương mại Hàn Quốc giai đoạn 2001-2005, năm 2006.

Chương II: Tình hình thương mại Việt Nam – Hàn Quốc giai đoạn 2001- 2005 và năm 2006, 2007.

Chương III: Định hướng đẩy mạnh xuất khẩu hàng công nghiệp Việt Nam sang Hàn Quốc - phương hướng và giải pháp.

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH KINH TẾ, THƯƠNG MẠI HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006

1. TỔNG QUAN SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ CỦA HÀN QUỐC

Hàn Quốc là quốc gia có dân số khoảng 48 triệu dân (theo thống kê cuối năm 2005) nằm trên bán đảo Triều Tiên dài 1.000 km từ bắc tới nam, ở phần đông bắc của lục địa châu Á. Tổng diện tích của bán đảo Triều tiên là 222.154 km², gần bằng diện tích của Anh hay Romania, với địa hình núi non chiếm khoảng hai phần ba diện tích lãnh thổ.

Hàn Quốc từng được biết đến như một trong những nước nông nghiệp nghèo nhất thế giới. Sau chưa đầy bốn thập kỷ từ năm 1962, đất nước đã đạt được những thành tựu kinh tế được cả thế giới biết đến như “Kỳ tích trên sông Hàn”. Đó là một quá trình phi thường để nhanh chóng giúp cải tạo nền kinh tế Hàn Quốc, đánh dấu một bước ngoặt trong lịch sử phát triển kinh tế của đất nước.

Chiến lược phát triển kinh tế *hướng ngoại lấy xuất khẩu làm động lực tăng trưởng* đã góp phần quan trọng vào sự chuyên đổi kinh tế toàn diện của Hàn Quốc. Nhiều chương trình phát triển đã được thực hiện thành công. Kết quả là từ năm 1962 đến năm 2006, tổng thu nhập quốc dân của Hàn Quốc tăng từ 2,3 tỷ USD lên 805,9 tỷ USD, với thu nhập bình quân tính theo đầu người tăng vọt từ 87 USD/năm lên 18.000 USD/năm. Trong 16 năm từ 1990 đến 2006, GNI tăng trưởng bình quân 7,2%; thu nhập quốc dân theo đầu người tăng 6,7%.

Năm 1998, do tỷ giá hối đoái biến động, tổng thu nhập quốc dân và thu nhập quốc dân bình quân đầu người giảm mạnh xuống còn 340,4 tỷ USD và 7.335 USD, nhưng con số này năm 2002 đã tăng trở lại và đạt mức trước khủng hoảng kinh tế. Nhờ chính sách tự do hóa và mức thu nhập đầu người tăng nên kim ngạch nhập khẩu (KNNK) của Hàn Quốc đã vượt qua Trung Quốc năm 1995 và có thể so sánh với khối lượng nhập khẩu của 3 nước Malaysia, Indonesia và Philippin cộng lại. Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là nguyên liệu cho công nghiệp như dầu thô và khoáng sản tự nhiên, một số hàng hóa như máy móc, thiết bị điện tử, thiết bị giao thông và sản phẩm tiêu dùng, thực phẩm thông dụng

Bảng số 1: Tổng Thu nhập quốc dân và thu nhập quốc dân theo đầu người

Năm	Tổng TNQD (tỷ USD)	TNQD theo đầu người (USD)
1990	263,5	6.419
2000	509,6	10.841
2006	805,9	18.000
Tăng BQ	7,2	6,7

Nguồn: Ngân hàng Hàn Quốc

Là nền kinh tế lớn thứ 12 thế giới, Hàn Quốc nổi lên như một câu chuyện thành công trong nhiều lĩnh vực. Trong năm 2005, giá trị thương mại Hàn Quốc đạt tới 545 tỷ USD, đứng thứ 12 trên thế giới. Hàn Quốc cũng có nguồn dự trữ ngoại tệ lớn thứ tư. Mặc dù giá dầu lửa cao, đồng won mạnh và chi phí nguyên liệu ngày càng tăng, nền kinh tế Hàn Quốc đang tăng trưởng ở một mức độ tốt. Duy trì sự tăng trưởng kinh tế của Hàn Quốc là những ngành công nghiệp then chốt và đã được thế giới công nhận. Hàn Quốc là quốc gia đóng tàu lớn nhất thế giới; đối với chất bán dẫn: đứng thứ 3 thế giới; hàng điện tử kỹ thuật số: đứng thứ 4. May mặc, sắt thép và các sản phẩm hóa dầu của Hàn Quốc đứng thứ 5 nếu xét về tổng giá trị và ô tô đứng thứ 6 trên thế giới. Ngành đóng tàu của Hàn Quốc là một ngành công nghiệp tiên phong trong những năm qua, chiếm 40% đơn đặt hàng đóng tàu của cả thế giới trong năm 2005, đóng được 19,2 triệu tấn. Hàn Quốc là nhà sản xuất ô tô lớn, hàng năm sản xuất trên 3 triệu xe. Kể từ khi Hàn Quốc lần đầu tiên xuất khẩu xe năm 1976, ngành công nghiệp ô tô của nước này đã phát triển với tốc độ kinh ngạc, các công ty Hàn Quốc hàng đầu đã bắt đầu mở rộng cơ sở sản xuất ra bên ngoài, năm 2005 Hàn Quốc sản xuất được 3,7 triệu ô tô. Ngành sản xuất chất bán dẫn của Hàn Quốc là một ngành công nghiệp mũi nhọn, chiếm khoảng 11% thị phần toàn cầu, đặc biệt là khi nói tới bộ nhớ động và chip hệ thống (SOC). Tính đến 2004, thanh DRAM (bộ nhớ truy xuất động) của Hàn Quốc đứng thứ nhất trên thế giới với thị phần 47,1%.

Bảng số 2: Một số sản phẩm sản xuất chính

Năm	Sản xuất ô tô (1.000 sản phẩm)	Đơn đặt hàng đóng tàu (1.000 tấn)	Sản xuất thép (1.000 tấn)
1970	29	-	1310
1980	123	1690	9341
1990	1322	4382	24868
2000	3115	20686	43107
2005	3699	19279	56306

Nguồn: Bộ Công nghiệp, Thương mại và Năng lượng Hàn Quốc

Kể từ năm 2000, công cuộc đổi mới là trọng tâm của chính sách quốc gia Hàn Quốc. Chính phủ Hàn Quốc hiện nay đang chú ý tới “**chất lượng của tăng trưởng**”. Để đạt được mục tiêu này, Hàn Quốc đề cập tới 3 trụ cột cho tăng trưởng trong tương lai: tăng trưởng có thể thúc đẩy tạo ra việc làm, tăng trưởng có thể thúc đẩy sáng tạo trong các ngành công nghiệp và tăng trưởng đem lại sự phát triển cân bằng giữa các tỉnh cũng như giữa các vùng đô thị, giữa các công ty lớn và nhỏ.

Bên cạnh phát triển mạnh mẽ và cân bằng, chính phủ Hàn Quốc cũng chủ định kiểm soát lạm phát. Trong những năm đầu của thập kỷ 90, chỉ số giá tiêu dùng lên đến 8-9%. Năm 2003, nhờ những nỗ lực ngăn chặn lạm phát của

Chính phủ và sự cải thiện cơ cấu phân phối nông sản và hải sản, giá tiêu dùng và giá sản xuất đã giảm tương ứng xuống còn 3,6% và 2,2%.

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) cũng đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế Hàn Quốc. Năm 2005, tổng doanh thu của các công ty đầu tư nước ngoài chiếm khoảng 14% GDP. Năm 2005, Hàn Quốc thu hút được 11,5 tỷ USD đầu tư nước ngoài, có nhiều nhà đầu tư đã làm ăn rất hiệu quả ở Hàn Quốc như nhà bán lẻ Tesco (Anh), hoạt động của Tesco ở Hàn Quốc chiếm tới 1/3 doanh thu ở nước ngoài của nhà bán lẻ này. Như GM Daewoo, trong quý I/2006 Công ty này một lần nữa trở thành nhà sản xuất ô tô đứng thứ hai của Hàn Quốc. Việc GM Daewoo hoạt động tốt đã giúp tăng cường hình ảnh của hãng GM ở châu Á. Bên cạnh các lĩnh vực thông thường như tài chính, bảo hiểm còn có những khu vực khác mà các nhà đầu tư đang quan tâm trong lĩnh vực thiết bị nghiên cứu phát triển, trung tâm giao vận và trụ sở khu vực của các tập đoàn đa quốc gia. Các công ty sản xuất bộ phận nguyên liệu cũng rất quan tâm tới lĩnh vực hàng điện tử phát triển cao của Hàn Quốc. Các nước đầu tư lớn vào Hàn Quốc là Mỹ, Anh, Nhật Bản, Đức, Hồng Kông..., năm 2005 Mỹ đứng thứ nhất đầu tư vào Hàn Quốc với số vốn là 2,7 tỷ USD, thứ hai là Anh với 2,3 tỷ USD, tiếp theo là Nhật Bản (1,9 tỷ USD)...

Bảng số 3: Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Hàn Quốc

Đơn vị: Triệu USD

Năm	Tổng	Hoa Kỳ	Nhật Bản	Hồng Kông	Đức	Anh
1980	143,1	70,6	42,5	0,5	8,6	2,3
1990	802,6	317,5	235,9	3,0	62,3	44,8
2000	15.216,7	2.922,0	2.448,0	123,0	1.599,0	84,0
2001	11.291,8	3.890,0	772,0	167,0	459,0	432,0
2005	11.563,5	2.689,8	1.878,8	819,7	704,8	2.307,8

Nguồn: Bộ Thương mại, Công nghiệp và Năng lượng Hàn Quốc

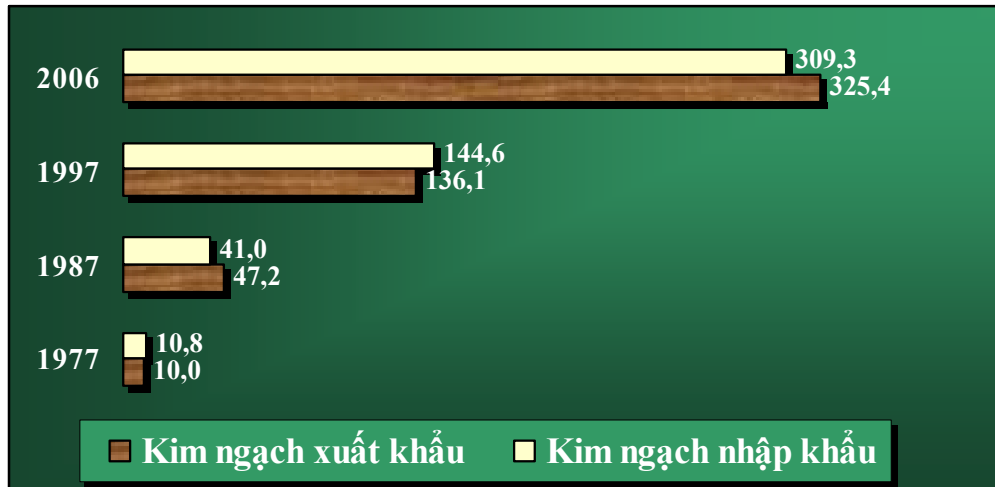
2. PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006

2.1 Xuất khẩu hàng hóa của Hàn Quốc ra thị trường thế giới

Sau khi kết thúc cuộc chiến tranh Triều Tiên cho đến đầu những năm 60, Hàn Quốc không có một chiến lược thương mại rõ ràng. Mọi quan tâm chính lúc bấy giờ là chính trị và thống nhất đất nước. Sự tăng trưởng của các ngành công nghiệp và nền kinh tế nói chung dựa vào thay thế nhập khẩu, sự trợ giúp của nước ngoài và tỷ giá hối đoái cao. Hầu hết các ngành công nghiệp ở Hàn Quốc là những ngành sản xuất hàng tiêu dùng, như thực phẩm và dệt, nên thay thế nhập khẩu diễn ra chủ yếu trong các ngành này. Vào đầu những năm 1960, khả năng thay thế nhập khẩu dễ dàng trong các ngành này không còn nữa. Từ năm 1961 công nghiệp hóa theo *hướng thương mại là chiến lược tăng trưởng* cơ bản của Hàn Quốc, một chiến lược làm cho ngoại thương không thể tách rời công nghiệp hóa ở Hàn Quốc.

Khi kế hoạch kinh tế 5 năm lần thứ nhất (1962-1966) bắt đầu, tổng giá trị hàng xuất khẩu của Hàn Quốc chỉ là 55 triệu USD. Năm 1995 con số này đã tăng gần gấp đôi, lên 100 tỷ USD. Hàn Quốc tiếp tục duy trì và đẩy mạnh các hoạt động xuất khẩu và trở thành quốc gia có kim ngạch xuất khẩu lớn, có độ mở của nền kinh tế cao.

Biểu đồ 4: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Hàn Quốc qua một số năm (tỷ USD)



Sau khi thực thi chiến lược xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu của Hàn Quốc tăng trung bình trên 27%/ năm. Bình quân 10 năm 1957-1966 tăng 27,4%/năm, 1967-1976 tăng 37,5%/năm. Các năm sau đó tốc độ tăng trưởng có giảm nhưng vẫn duy trì mức tăng ổn định: giai đoạn 1977-1986 tăng 13,2%/năm; 1987-1996 tăng 10,6%. Do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính ở Châu Á, xuất khẩu của Hàn Quốc giảm đi 2,8% trong năm 1998, đã phục hồi một cách vững chắc trong các năm 1999, 2000 với tỷ lệ tăng lần lượt đạt 8,6% và 19,9%, **bình quân 10 năm giai đoạn 1997-2006 vẫn duy trì ở mức tăng trưởng 9,1%/năm.**

Hiện tại, Hàn Quốc là một nền kinh tế có độ mở tương đối lớn, tức là tỷ trọng của hoạt động buôn bán với nước ngoài trên tổng sản phẩm quốc nội chiếm tỷ lệ cao.

Bảng số 5: Đóng góp của hoạt động thương mại trong GDP

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Tăng trưởng bq 01-05
GDP (tỷ USD)	509,6	-	547,5	608,6	682,4	786,8	805,9	7,9
Tổng XNK (tỷ USD)	332,7	290,5	314,6	372,6	478,3	545,6	634,8	11,4
- Thương mại/GDP (%)	65,3	-	57,5	61,2	70,1	69,3	78,8	-
Xuất khẩu (tỷ USD)	172,2	150,4	162,4	193,8	253,8	284,4	325,4	11,2
- Xuất khẩu/GDP	33,8	-	29,7	31,8	37,2	36,1	40,4	-
Nhập khẩu	160,4	140,1	152,1	178,8	224,5	261,2	309,4	11,6
- Nhập khẩu/GDP	31,5	-	27,8	29,4	32,9	33,2	38,4	-

Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

2.1.1 Những sản phẩm xuất khẩu chủ yếu

Trong cơ cấu xuất khẩu của Hàn Quốc có trên 90% là các sản phẩm công nghiệp, có khoảng 10% là nhóm các sản phẩm nông, lâm, thủy sản và nguyên nhiên liệu thô. Các nhóm sản phẩm xuất khẩu lớn nhất là máy móc thiết bị phụ tùng; các loại xe cộ, phương tiện đi lại; thiết bị, dụng cụ ghi âm, thiết bị viễn thông; các thiết bị vận tải; máy móc văn phòng và các loại máy xử lý dữ liệu tự động; các loại dụng cụ kiểm tra, thử nghiệm, dụng cụ dùng cho nghiên cứu khoa học, dụng cụ chuyên ngành; sắt thép các loại; các loại hợp chất hóa học hữu cơ; nguyên liệu nhựa; vải, sợi dệt, đồ dùng trang điểm, hóa trang; máy móc chuyên dùng cho một số ngành công nghiệp riêng biệt....

Tính đến năm 2006, tổng ngoại thương của Hàn Quốc đạt 634,8 tỷ USD, chiếm 78,8% GDP, trong đó xuất khẩu đạt 325,4 tỷ USD, chiếm 40,4% GDP và nhập khẩu là 309,4 tỷ USD, chiếm 38,4%. Năm 2006, xuất khẩu tăng 14,4% so với năm 2005, trong đó các sản phẩm công nghiệp chiếm trên 90%. Xuất khẩu nhiều nhất là nhóm sản phẩm máy móc, thiết bị dụng cụ điện với kim ngạch 48,5 tỷ USD, chiếm 14,9% tổng kim ngạch xuất khẩu, riêng sản phẩm hộp số chiếm 6,8%; xuất khẩu các loại xe cộ, phương tiện đi lại đạt 42,4 tỷ USD, chiếm 13,3%, trong đó các loại linh kiện, phụ tùng chiếm 2,7% tổng kim ngạch xuất khẩu; nhóm hàng thiết bị, dụng cụ ghi âm, thiết bị viễn thông đạt kim ngạch 37,3 tỷ USD, chiếm 11,5%, trong đó xuất khẩu các dụng cụ truyền dẫn đạt 17,3 tỷ USD, chiếm 11,5%; xuất khẩu nhóm ô tô, thiết bị vận tải, chuyên chở chiếm 6,8%; nhóm dầu thô, sản phẩm hóa dầu và những nguyên liệu liên quan chiếm 6,4%; nhóm máy móc văn phòng và các loại máy dữ liệu tự động chiếm 5,5%...

**Bảng số 6: Danh mục nhóm sản phẩm và sản phẩm xuất khẩu
chủ yếu của Hàn Quốc**

Đơn vị: Triệu USD

STT	Code (theo SITC)	Hàng hoá	Năm 2005			Năm 2006		
			Trị giá	Tỷ trọng	Tăng	Trị giá	Tỷ trọng	Tăng
		Tổng KNXK	284.418	100	12,0	325.464	100	14,4
1	77	Máy móc, thiết bị dụng cụ điện	42.942	15,1	17,1	48.545	14,9	13,0
	77641	- Hộp số	18.159	6,4	6,3	21.998	6,8	21,1
	77521	- Tủ lạnh (loại dùng cho gia đình)	1.496	0,5	16,9	1.554	0,5	3,9
	77812	- Ấc quy điện	1.002	0,4	26,5	1.245	0,4	24,3
2	78	Các loại xe cộ, phương tiện đi lại	37.310	13,1	16,7	42.418	13,0	13,7
	78439	- Linh kiện, phụ tùng	6.794	2,4	47,8	8.661	2,7	27,5
3	76	Thiết bị, dụng cụ ghi âm, thiết bị viễn thông (điện báo, điện thoại, radio, tivi...)	37.745	13,3	3,1	37.300	11,5	-1,2
	76432	- Dụng cụ truyền dẫn	19.476	6,8	0,4	17.321	5,3	-11,1
4	79	Các thiết bị vận tải, chuyên chở khác	17.616	6,2	11,3	22.290	6,8	26,5
	79327	- Mạch truyền dẫn trong các phương tiện vận tải khác	6.794	2,4	22,3	10.795	3,3	58,9
	79322	- Tàu trở dầu các loại	8.082	2,8	21,6	8.715	2,7	7,8
5	33	Dầu thô, sản phẩm hoá dầu và những nguyên liệu liên quan	15.622	5,5	49,4	20.788	6,4	33,1
6	75	Máy móc văn phòng và các loại máy xử lý dữ liệu tự động	17.756	6,2	-17,6	17.884	5,5	0,7
7	87	Các loại dụng cụ kiểm tra, thử nghiệm; dụng cụ dùng cho nghiên cứu khoa học, dụng cụ chuyên ngành	9.919	3,5	135	16.222	5,0	63,5
8	67	Sắt thép các loại	14.345	5,0	23,3	15.823	4,9	10,3
9	51	Các loại hợp chất hoá học hữu cơ	10.388	3,7	20,9	12.549	3,9	20,8
10	57	Nguyên liệu nhựa	10.673	3,8	22,8	11.610	3,6	8,8
11	65	Vải, sợi dệt, đồ dùng trang điểm, hoá trang	10.390	3,7	-4,1	10.109	3,1	-2,7
	65732	Vải bọc nhựa	877	0,3	12,1	835	0,3	-4,8
12	72	Máy móc chuyên dùng cho một số ngành công nghiệp riêng biệt	8.094	2,8	18,3	9.778	3,0	20,8
	72847	- Máy chuyên dụng	1.930	0,7	9,2	2.290	0,7	18,6
	72322	- Máy xúc, xéng của máy xúc và thiết bị liên quan	1.353	0,5	2,5	1.755	0,5	29,7
13	74	Máy móc và thiết bị công nghiệp	7.615	2,7	11,1	8.711	2,7	14,4

STT	Code (theo SITC)	Hàng hoá	Năm 2005			Năm 2006		
			Trị giá	Tỷ trọng	Tăng	Trị giá	Tỷ trọng	Tăng
		đồng bộ						
14	68	Kim loại màu	4.250	1,5	15,0	7.104	2,2	67,1
15	69	Các sản phẩm kim loại	4.791	1,7	21,8	6.079	1,9	26,9
16	89	Hàng hoá tổng hợp	5.048	1,8	2,8	5.056	1,6	0,2
17	71	Máy móc và thiết bị ngành năng lượng	2.785	1,0	22,3	3.205	1,0	15,1
18	62	Sản phẩm cao su	2.807	1,0	17,1	2.971	0,9	5,8
19	58	Các sản phẩm nhựa	2.244	0,8	15,7	2.375	0,7	5,8
20		Sản phẩm khác	22.078	7,8	-	24.647	7,6	11,6

Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

2.1.2 Những thị trường xuất khẩu chủ yếu

Khu vực thị trường lớn nhất của Hàn Quốc là Châu Á với kim ngạch xuất khẩu luôn chiếm trên 50% tổng xuất khẩu của Hàn Quốc. Năm 2006, Hàn Quốc xuất sang thị trường này 168,4 tỷ USD, chiếm 51,8%, trong đó khu vực ASEAN là 9,8 tỷ USD, chiếm 9,8%; thị trường lớn thứ hai là Châu Âu với 60,2 tỷ USD, chiếm 18,5%; khu vực thị trường Bắc Mỹ lớn thứ 3 với kim ngạch năm 2006 là 46,8 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 14,4%, trong đó thị trường Mỹ chiếm phần lớn với tỷ trọng 13,3%; tiếp theo là các khu vực: Mỹ Latinh (6,3%), Trung Đông (4,4%), Châu Phi (2,4%), Châu Đại Dương (2,1%).

Trong 20 đối tác thương mại hàng đầu của Hàn Quốc, Trung Quốc, Mỹ và Nhật Bản là 03 nước nhập khẩu lớn nhất các sản phẩm của Hàn Quốc. Nếu như Mỹ và Nhật Bản là 02 bạn hàng truyền thống và lâu đời thì Trung Quốc là thị trường mới hơn với kim ngạch càng ngày càng tăng nhanh, đến thời điểm hiện tại Trung Quốc đã là đối tác số 1, vượt trên cả Mỹ và Nhật Bản. Trước cuộc khủng hoảng Châu Á, hơn 50% xuất khẩu của Hàn Quốc là đến các nước Châu Á và hơn 15% đến các nước ASEAN. Sau khủng hoảng, các công ty của Hàn Quốc đã chú trọng hơn tới các chiến lược toàn cầu nhằm đa dạng hóa thị trường xuất khẩu thay vì chỉ giới hạn trong các nước Châu Á. Do đó, thị phần của các nước Châu Á và ASEAN đã có xu hướng giảm hơn. *Một vấn đề trong thương mại của Hàn Quốc là ngày càng phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc.* Các thị trường truyền thống Mỹ và Nhật Bản vẫn là những bạn hàng quan trọng nhất của Hàn Quốc, tuy nhiên buôn bán song phương với Trung Quốc đã tăng nhanh kể từ cuối những năm 1990, Trung Quốc đã trở thành thị trường quan trọng nhất đối với xuất khẩu của Hàn Quốc. Năm 2006, xuất khẩu của Hàn Quốc vào thị trường Trung Quốc đạt 64,4 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 19,8% tổng kim ngạch xuất khẩu; xuất khẩu vào Mỹ là 43,1 tỷ USD, chiếm 13,3%; xuất khẩu sang Nhật Bản 26,5 triệu USD, chiếm 8,2%; tiếp theo là các thị trường Hồng Kông (5,8%), Đài Loan (4,0%), Đức (3,1%), và Singapore (2,9%)...

Bảng số 7: Xuất khẩu của Hàn Quốc theo khu vực thị trường

Đơn vị: Triệu USD

Khu vực thị trường	2005			2006		
	Trị giá	Tăng (%)	Tỷ trọng (%)	Trị giá	Tăng	Tỷ trọng (%)
Tổng	284.418,7	12,0	100	325.464,8	14,4	100
Châu Á	146.913,7	13,4	51,7	168.446,5	14,7	51,8
Châu Âu	52.853,2	18,5	18,6	60.282,0	14,1	18,5
Bắc Mỹ	44.788,8	-3,1	15,7	46.803,9	4,5	14,4
Mỹ Latin	14.986,8	29,6	5,3	20.590,7	37,4	6,3
Trung Đông	12.241,0	11,2	4,3	14.462,8	18,2	4,4
Châu Phi	6.202,5	10,1	2,2	7.730,5	24,6	2,4
Châu Đại dương	6.017,7	22,2	2,1	6.780,5	12,7	2,1
Khu vực khác	415,0	12,4	0,1	367,9	-11,4	0,1

Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

Bảng số 8: Xuất khẩu của Hàn Quốc vào 20 thị trường lớn nhất

Đơn vị: Triệu USD

STT	Quốc gia	2005			2006		
		KNXK	Tăng	Tỷ trọng	KNXK	Tăng	Tỷ trọng
	Tổng	284.418,7	12,0	100,0	325.464,8	14,4	100
1	Trung Quốc	61.914,9	24,4	21,8	64.459,1	12,2	19,8
2	Mỹ	41.342,5	-3,5	14,5	43.183,5	4,5	13,3
3	Nhật Bản	24.027,4	10,7	8,4	26.534,0	10,4	8,2
4	Hồng Kông	15.531,1	-14,3	5,5	18.978,8	22,2	5,8
5	Đài Loan	10.862,9	10,3	3,8	12.995,6	19,6	4,0
6	Đức	10.304,0	23,6	3,6	10.056,2	-2,4	3,1
7	Singapore	7.406,6	31,0	2,6	9.489,3	28,1	2,9
8	Mêhicô	3.789,1	26,6	1,3	6.284,5	65,9	1,9
9	Anh	538,8	-3,2	0,2	5.635,1	5,5	1,7
10	Ấn Độ	4.597,8	26,6	1,6	5.532,7	20,3	1,7
11	Malaysia	4.608,1	2,9	1,6	5.227,1	13,4	1,6
12	Nga	3.864,1	65,2	1,4	5.179,2	34,0	1,6
13	Indonesia	5.045,1	37,2	1,8	4.873,5	-3,4	1,5
14	Úc	3.812,0	12,8	1,3	4.692,1	23,1	1,4

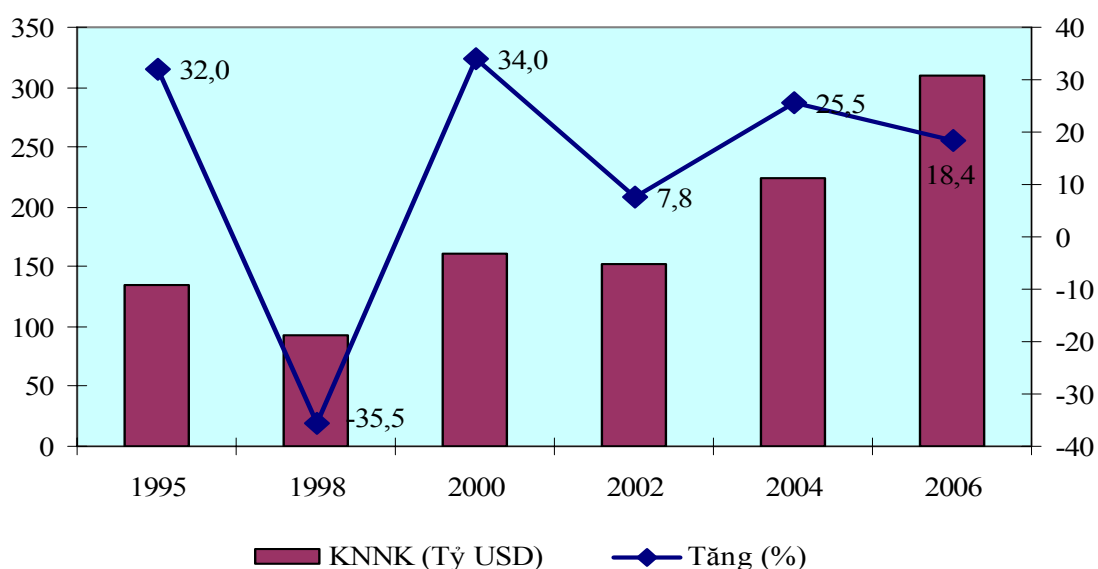
STT	Quốc gia	2005			2006		
		KNXK	Tăng	Tỷ trọng	KNXK	Tăng	Tỷ trọng
15	Ý	4.296,9	26,1	1,5	4.286,2	-0,2	1,3
16	Thái Lan	3.380,8	4,1	1,2	4.246,1	25,6	1,3
17	Philippine	3.219,7	-4,7	1,1	3.930,5	22,1	1,2
18	Việt Nam	3.431,6	5,4	1,2	3.927,4	14,4	1,2
19	Canada	3.446,2	1,9	1,2	3.620,4	5,1	1,1
20	Hà Lan	3.646,6	21,3	1,3	3.609,3	-1,0	1,1

Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

2.2 Nhập khẩu hàng hóa của Hàn Quốc và cơ hội cho các nước xuất khẩu vào Hàn Quốc

Như đã phân tích, cùng với chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu, tăng trưởng kinh tế và chuyển dịch cơ cấu ngành, cơ cấu sản phẩm và cơ cấu đầu tư, Hàn Quốc gia tăng nhập khẩu một cách nhanh chóng. Kể từ khi thực thi chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu, đặc biệt là trong giai đoạn 10 năm 1967-1976, xuất khẩu tăng trưởng 37,5%/năm. Năm 1997-2006 nhập khẩu tăng 7,9% so với xuất khẩu 9,6%.

Biểu đồ 9: Kim ngạch và tốc độ tăng nhập khẩu qua một số năm



Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

Nhập khẩu Hàn Quốc tăng nhanh xuất phát từ nhiều nguyên nhân: *một là*, do kinh tế tăng trưởng nhanh, thu nhập bình quân đầu người tăng dẫn đến những nhu cầu mua sắm và sử dụng sản phẩm tăng; *hai là*, xuất khẩu tăng làm phát sinh nhu cầu nhập khẩu các loại nguyên, nhiên vật liệu dùng cho sản xuất hàng xuất khẩu; *ba là*, nhập khẩu tăng do giá dầu và giá cả nhiều loại nhiên liệu đầu vào

tăng, do biến động giá và sự mạnh lên của đồng won; *bốn là*, nhập khẩu tăng do nhu cầu hàng hóa cao cấp, do thiếu hụt sản lượng trong nước đối với một số sản phẩm, hoặc do xu hướng chuyển dịch đầu tư ra nước ngoài của doanh nghiệp sau đó xuất khẩu ngược từ nước sản xuất trở về Hàn Quốc...

2.2.1 Những sản phẩm nhập khẩu chủ yếu

Trong cơ cấu sản phẩm nhập khẩu của Hàn Quốc, nhóm hàng nguyên vật liệu luôn chiếm tỷ trọng cao nhất (trên 50%), rồi đến nhập khẩu các loại máy móc, thiết bị, phương tiện để sản xuất hàng hóa (trên 30%), còn lại là hàng tiêu dùng. Nhập khẩu nhóm hàng nguyên liệu tăng cao do nhu cầu sản xuất hàng tiêu dùng và hàng xuất khẩu, mặt khác do tăng giá dầu thô và tăng giá nguyên vật liệu thế giới, năm 2000 kim ngạch của nhóm này là 81,6 tỷ USD, chiếm 50,8% nhập khẩu, đến năm 2005 tăng lên 142,3 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 54,5% (từ năm 2000, nhập khẩu dầu thô tăng bình quân trên 30%/năm, nhập khẩu kim loại màu tăng trên 26%/năm). Nhập khẩu máy móc thiết bị và các phương tiện sản xuất (tư bản phẩm) cũng luôn chiếm tỷ trọng cao, nhưng những năm gần đây do đầu tư thiết bị cho các doanh nghiệp trong nước không đạt hiệu quả nên tỷ lệ này đã giảm, năm 2000 nhập khẩu nhóm hàng này là 64,6 tỷ USD, chiếm 40,2%, đến năm 2005 giảm xuống còn 34,7% tương đương với 90,7 tỷ USD. Nhập khẩu nhóm hàng tiêu dùng của Hàn Quốc bao gồm nhiều sản phẩm khác nhau, một số sản phẩm phải nhập do trong nước thiếu hụt, do số lượng người kinh doanh ngành nông, lâm, thủy sản giảm, do thói quen ăn uống dần dần theo phương tây, quan tâm đến sức khỏe nhiều hơn nên ngành dịch vụ ăn uống phát triển, đó là những sản phẩm như: hoa quả, nông sản chế biến, thủy hải sản...; các ngành công nghiệp nhẹ của Hàn Quốc giảm tính cạnh tranh do tiền lương trong nước và các chi phí sản xuất khác tăng, các doanh nghiệp trong nước phải chuyển địa điểm sản xuất ra nước ngoài sau đó nhập trở lại Hàn Quốc; một lượng lớn hàng hóa tiêu dùng khác là các sản phẩm cao cấp phục vụ những tầng lớp có thu nhập cao như xe hơi, mỹ phẩm, dụng cụ chơi golf, dụng cụ thể dục thể thao...

Bảng số 10: Kim ngạch nhập khẩu các nhóm hàng của Hàn Quốc

	Kim ngạch nhập khẩu (tỷ USD)			Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu (%)	
	2000	2005	Tăng BQ	2000	2005
Nguyên vật liệu	81,6	142,3	11,8	50,8	54,5
Tư bản phẩm	64,6	90,7	7,0	40,2	34,7
Hàng tiêu dùng	14,0	26,4	13,5	8,7	10,1
Tổng nhập khẩu	160,5	261,2	10,2	100,0	100,0

Nguồn: Trung tâm xúc tiến Thương mại, Đầu tư Hàn Quốc (KOTRA)

Trong công nghiệp, Hàn Quốc nhập khẩu chủ yếu các sản phẩm công nghiệp nặng và hóa học, nhóm sản phẩm này luôn chiếm trên 60,0% tổng kim ngạch nhập khẩu, trong khi đó các sản phẩm thô chiếm khoảng 25-30%, sản phẩm công nghiệp nhẹ chỉ chiếm khoảng trên 7%.

Bảng số 11: Danh mục nhóm sản phẩm và sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Hàn Quốc

Đơn vị: Triệu USD

STT	Code (theo SITC)	Hàng hoá	Năm 2005		Năm 2006	
			Trị giá	Tăng	Trị giá	Tăng
		Tổng KNNK	261.238	16,4	309.382	18,4
1	33	Dầu thô, sản phẩm xăng dầu và những nguyên liệu liên quan	51.303	36,2	66.689	30,0
2	77	Máy móc thiết bị, dụng cụ điện	39.106	6,5	41.776	6,8
	77884	- Thiết bị thu phát tín hiệu âm thanh và hình ảnh	1.547	-3,9	1.629	5,3
	77121	- Máy đổi điện tĩnh (máy chỉnh lưu...)	954	32,4	1.151	20,7
	77258	- Phích cắm điện và ổ cắm điện	722	21,7	846	17,3
3	67	Sắt thép	15.032	23,4	15.890	5,7
4	34	Khí tự nhiên và sản phẩm khí (Gas)	10.754	31,4	14.700	36,7
5	28	Quặng kim loại	8.990	24,0	12.981	44,4
	28239	- Nguyên liệu có chứa sắt	1.659	-10,6	1.315	-20,7
	28821	- Nguyên liệu đồng	626	27,8	1.158	84,9
6	68	Kim loại màu	7.866	10,3	11.365	44,5
	68212	- Đồng đã tinh chế	1.569	11,7	2.520	60,5
	68411	- Nhôm	1.912	15,7	2.439	27,5
7	74	Máy móc và thiết bị công nghiệp đồng bộ	8.714	9,8	9.728	11,6
8	51	Các loại hợp chất hoá học hữu cơ	8.321	18,1	8.663	4,1
9	87	Các loại dụng cụ kiểm tra, thử nghiệm; dụng cụ dùng cho nghiên cứu khoa học, dụng cụ chuyên ngành	7.840	15,7	8.445	7,7
	87425	- Dụng cụ kiểm tra và đo lường	1.167	16,4	1.285	10,1
10	72	Máy móc chuyên dùng cho một số ngành công nghiệp riêng biệt	7.219	6,0	8.423	16,7

STT	Code (theo SITC)	Hàng hoá	Năm 2005		Năm 2006	
			Trị giá	Tăng	Trị giá	Tăng
11	75	Máy móc văn phòng và các loại máy xử lý dữ liệu tự động	7.047	19,8	8.028	13,9
12	76	Thiết bị, dụng cụ ghi âm, thiết bị viễn thông (điện báo, điện thoại, radio, tivi...)	6.695	4,5	7.538	12,6
13	89	Hàng hoá tổng hợp	5.073	18,8	5.953	17,3
14	88	Máy và dụng cụ chụp ảnh, các loại đồng hồ	5.354	23,3	5.552	3,7
	88135	Máy và dụng cụ chụp ảnh	2.023	45,5	2.000	-1,2
	88419	Cáp quang, sợi quang	1.421	12,5	1.663	17,0
15	32	Than đá, than cốc	5.443	22,6	5.318	-2,3
16	59	Nguyên liệu và các sản phẩm hoá chất	4.420	25,5	5.305	20
	59899	- Sản phẩm hóa chất và tiền hóa chất	1.345	18,4	1.589	18,1
17	78	Các loại xe cộ, phương tiện đi lại	3.963	17,9	5.044	27,3
18	71	Máy móc và thiết bị ngành năng lượng	4.127	11,3	4.750	15,1
19	66	Hàng phi kim loại	3.361	18,2	3.941	17,3
20		Hàng hoá khác	50.610		59.293	

Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

2.2.2 Những thị trường nhập khẩu chủ yếu

Như xuất khẩu, Hàn Quốc nhập khẩu nhiều nhất từ khu vực thị trường Châu Á, luôn chiếm khoảng 45-50%, trong đó Trung Quốc đã vươn lên là bạn hàng lớn thứ 2, sau Nhật Bản. Do phải nhập khẩu nhiều nguyên nhiên liệu, đặc biệt là dầu thô và các sản phẩm từ dầu mỏ nên khu vực Trung Đông chiếm tỷ trọng tương đối lớn trong tổng nhập khẩu của Hàn Quốc, nhập khẩu từ khu vực này đứng thứ 2 trong các khu vực và luôn tăng cao trong những năm gần đây. Năm 2006, trong tổng kim ngạch nhập khẩu 309,3 tỷ USD, khu vực Châu Á chiếm 47,2% tương đương với kim ngạch 146 tỷ USD; nhập khẩu từ Trung Đông 62,5 tỷ USD, chiếm 20,0%; nhập khẩu từ Châu Âu 37,4 tỷ USD, chiếm 12,1%; nhập khẩu từ Bắc Mỹ 36,7 tỷ USD, chiếm 11,9%, trong đó riêng nhập khẩu từ Mỹ chiếm 10,9%...

Bảng số 12: Nhập khẩu theo khu vực thị trường của Hàn Quốc

Đơn vị: Triệu USD

Khu vực thị trường	2005			2006		
	Trị giá	Tăng (%)	Tỷ trọng (%)	Trị giá	Tăng	Tỷ trọng (%)
Tổng	261.238,2	16,4	100	309.382,6	18.4	100
Châu Á	126.032,5	13,3	48,2	146.048,5	15.9	47,2
Trung Đông	47.395,0	40,8	18,1	62.531,2	31.9	20,2
Châu Âu	33.609,8	10,1	12,9	37.410,2	11.3	12,1
Bắc Mỹ	33.189,6	7,2	12,7	36.745,4	10.7	11,9
Châu Đại dương	10.970,9	29,1	4,2	12.436,2	13.4	4,0
Mỹ La tinh	7.016,6	5,5	2,7	9.732,2	38.7	3,1
Châu Phi	2.945,6	3,5	1,1	4.372,3	48.4	1,4
Khu vực khác	78,2	63.9	0,03	106,6	36.7	0,03

Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

Trong 20 quốc gia xuất khẩu hàng đầu vào Hàn Quốc, **Nhật Bản** đứng đầu với tỷ trọng khoảng 16-18% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hàn Quốc, những sản phẩm nhập khẩu chủ yếu từ Nhật Bản là máy móc, thiết bị điện, sắt thép, máy móc chuyên ngành cho một số ngành chuyên biệt, các sản phẩm hóa chất hữu cơ, đồng hồ và các thiết bị máy ảnh, nguyên liệu và sản phẩm hóa chất, nguyên liệu nhựa... **Trung Quốc** đứng thứ hai trong các nước xuất khẩu hàng đầu vào Hàn Quốc với kim ngạch năm 2006 là 48,5 tỷ USD, chiếm 15,7%, những sản phẩm nhập khẩu chủ yếu là máy móc thiết bị, sắt thép, máy văn phòng và các thiết bị xử lý dữ liệu tự động, thiết bị thu phát sóng, thiết bị ghi âm và truyền thông, quần áo, hàng dệt may, sợi chỉ, vải, một số kim loại, than đá, than cốc và than bánh... **Mỹ** là đối tác nhập khẩu thứ 3 với kim ngạch năm 2006 là 33,6 tỷ USD, chiếm 10,9%. Các sản phẩm nhập khẩu chủ yếu từ Mỹ là máy móc thiết bị và các dụng cụ kiểm soát, thí nghiệm và dùng trong nghiên cứu, phương tiện vận tải, máy móc cho một số ngành chuyên biệt, quặng và các phế liệu kim loại, máy móc xử lý quặng kim loại,... Tiếp theo là các nước Ả-rập Xê-út (6,5%); các tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất (4,2%); Đức (3,7%); Úc (3,7%); Đài Loan (3,0%); Indonesia (2,9%)...

Bảng số 13: Nhập khẩu của Hàn Quốc từ 20 thị trường lớn nhất

Đơn vị: Triệu USD

STT	Quốc gia	2005			2006		
		KNNK	Tăng	Tỷ trọng	KNNK	Tăng	Tỷ trọng
	Tổng	261.238,2	16,4	100,0	309.382,6	18,4	100
1	Nhật Bản	48.403,1	4,9	18,5	51.926,2	7,3	16,8
2	Trung Quốc	38.648,2	30,6	14,8	48.556,6	25,6	15,7
3	Mỹ	30.585,9	6,3	11,7	33.654,1	10,0	10,9
4	Arập Xêút	16.105,7	36,5	6,2	20.552,1	27,6	6,6
5	Các tiểu vương quốc Arập thống nhất	10.018,3	37,4	3,8	12.930,8	29,1	4,2
6	Đức	9.774,2	15,2	3,7	11.364,5	16,3	3,7
7	Úc	9.859,1	32,6	3,8	11.309,3	14,7	3,7
8	Đài Loan	8.049,5	10,1	3,1	9.287,5	15,4	3,0
9	Indonesia	8.184,3	28,5	3,1	8.848,5	8,1	2,9
10	Cô oét	5.977,0	56,0	2,3	8.133,4	36,1	2,6

Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

3. CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VÀ TIỀN TỆ CỦA HÀN QUỐC

3.1 Chính sách ngoại thương của Hàn Quốc

Sau khi kết thúc chiến tranh Triều Tiên cho đến đầu những năm 1960, Hàn Quốc không có một chiến lược thương mại rõ ràng và dứt khoát. Từ năm 1963, hàng xuất khẩu của Hàn Quốc đã phát triển nhanh chóng bằng việc thực hiện một *chiến lược công nghiệp hoá theo hướng xuất khẩu* và sự cải cách tiếp theo của những biện pháp chính sách kinh tế và thương mại khác nhau.

Ngày 01 tháng 01 năm 1995, Hàn Quốc là một trong các nước tham gia thành lập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trên cơ sở Hiệp định chung về thuế quan và thương mại (GATT).

Giai đoạn 1996 – 1998: Năm 1997, Chương trình cho vay của Quỹ tiền tệ thế giới (IMF) yêu cầu Hàn Quốc phải dỡ bỏ những hạn chế đối với đầu tư nước ngoài trên thị trường chứng khoán và cho phép người nước ngoài được mua đất và hoàn toàn được dự do hoá thực hiện các giao dịch liên quan.

Tháng 12/1997, Hàn Quốc đã chuyển sang hệ thống quản lý tỷ giá hối đoái thả nổi làm cho đồng won bị mất giá nghiêm trọng. Nhờ sự mất giá này mà khối lượng xuất khẩu đã tăng 19% năm 1998. Ngân hàng trung ương đã can thiệp để đảm bảo đồng won luôn giữ được lợi thế về giá cho hoạt động xuất khẩu của Hàn Quốc. Cuộc khủng hoảng đã dịch chuyển cán cân thanh toán từ

thâm hụt sang thặng dư thương mại do nhập khẩu giảm tạm thời và sự dư thừa hàng hoá trong nước.

1999 – 2003: Dòng tiền từ các tổ chức đa quốc gia và đầu tư nước ngoài giúp Hàn Quốc nhanh chóng khôi phục lại nền kinh tế. Chính phủ Hàn Quốc giảm dần các hạn chế nhập khẩu, tự do hoá hơn nữa các quy định về đầu tư nước ngoài trong các lĩnh vực trừ những lĩnh vực an ninh quốc gia và lĩnh vực văn hoá.

Dù đồng won liên tục tăng giá, xuất khẩu Hàn Quốc vẫn tiếp tục tăng trưởng mạnh. Từ sau năm 2002, đồng won của Hàn Quốc tăng bình quân hàng năm là 5,1% nhưng đồng thời xuất khẩu cũng tăng gần 20%.

Hiện nay, Hàn Quốc tiếp tục phát triển thương mại theo định hướng đa dạng hoá và mở rộng mối quan hệ với các nước. Hàn Quốc đã có nhiều thay đổi về cơ chế và thể chế để tham gia các tổ chức kinh tế quốc tế và tăng cường quan hệ thương mại với nhiều nước trên thế giới.

Cùng với việc thực hiện các cam kết của WTO, Hàn Quốc cũng tham gia APEC với các cam kết về thuế quan, thủ tục hải quan, các tiêu chuẩn về hàng hoá điện tử/thực phẩm, chính sách cạnh tranh, sở hữu trí tuệ; tham gia OECD với cam kết và tham gia các hoạt động liên quan đến tín dụng xuất khẩu, hệ thống thuế, đầu tư, chính sách cạnh tranh và công nghệ sinh học.

Với chính sách thương mại đa biên đã giúp Hàn Quốc đẩy mạnh tự do hoá thương mại, giảm dần các rào cản đối với thương mại và bảo đảm đem lại nhiều lợi ích hơn cho nền kinh tế vốn phụ thuộc vào xuất khẩu của mình. Một chiến lược dài hạn nhằm phát triển và mở rộng thương mại là cần thiết đối với nền kinh tế Hàn Quốc vốn đang phải đối mặt với nhiều điều kiện bất lợi từ bên ngoài như giá dầu tăng cao, đồng won tăng giá so với đồng đôla Mỹ và ngày càng xuất hiện nhiều rào cản thương mại khác.

3.2 Chính sách tiền tệ của Hàn Quốc

Giai đoạn 1952 – 1960: Ngân sách nhà nước có đến 50% là tài trợ nước ngoài. Năm 1954, Ngân hàng Hàn Quốc bắt đầu hoạt động điều chỉnh các ngân hàng thương mại. Lạm phát cao là do hậu quả của chiến tranh và chi phí phục vụ cho quân đội, nhưng đến năm 1958, giá cả đã bình ổn. Do bộ máy cầm quyền của nhà nước kém hiệu quả, đặc biệt là do chính sách thuế không công bằng đã đưa đất nước đến bờ vực phá sản.

Các giai đoạn tiếp theo từ năm 1961 đến năm 1990 Hàn Quốc đã kết hợp các biện pháp tăng tiết kiệm nội địa như tăng lãi suất vay ngân hàng, bình ổn giá tiêu dùng, giảm tốc độ cung tiền, kiểm soát lạm phát để phát triển kinh tế ổn định.

Giai đoạn 1990 – 1998: Ngân hàng Hàn Quốc giảm cung tiền để kiềm chế lạm phát. Khi cuộc khủng hoảng tài chính khu vực xảy ra, Hàn Quốc đã bị ảnh hưởng nặng nề. Hàng loạt các công ty nhỏ bị phá sản cùng với một số

chaebol (tập đoàn kinh tế). Giá trị của đồng won giảm đến hơn 50% so với đồng USD, và thị trường chứng khoán bị giảm xuống bằng mức 10 năm trước.

Giai đoạn 1999 - nay: Trong nỗ lực hồi phục nền kinh tế, người dân Hàn Quốc đã thu gom vàng để đổi lấy ngoại tệ, 227 tấn vàng đã được quy đổi lấy 2,2 tỷ USD. Thuế thu nhập được cắt giảm 30% để giảm bớt gánh nặng cho các gia đình có thu nhập vừa và thấp. Nhiều chính sách khác đã được thực hiện để khuyến khích hơn nữa hoạt động tiết kiệm. Đồng won đã lấy dần lại giá trị từ năm 2002 cùng với quá trình phục hồi kinh tế của cả nước.

Đặc biệt sau giai đoạn khủng hoảng, Hàn Quốc hướng tới thúc đẩy tăng đầu tư trong nước từ nguồn tiết kiệm nội địa, hạn chế vay nước ngoài, đồng thời đảm bảo sự ổn định thị trường tài chính. Ngân hàng Trung ương (NHTW) Hàn Quốc đã phối hợp tích cực với Bộ Tài chính trong hoạt động quản lý, cụ thể phối hợp trong việc thiết lập đường cong lãi suất chuẩn, trong đổi thông tin về tình hình thị trường tài chính, về phát hành trái phiếu, đề xuất ý kiến về các chính sách phát triển thị trường với Chính phủ, tham gia trực tiếp vào việc xây dựng các quy chế về thị trường trái phiếu. NHTW Hàn Quốc cũng đóng vai trò là đại lý cho Chính phủ, tổ chức thực hiện việc đấu thầu, thanh toán trái phiếu Chính phủ,... NHTW Hàn Quốc đã tăng cường sử dụng trái phiếu Chính phủ trong các giao dịch điều tiết tiền tệ thông qua nghiệp vụ thị trường mở, thực hiện việc mua trái phiếu Chính phủ và tăng lượng trái phiếu Chính phủ do NHTW nắm giữ để có thể sử dụng can thiệp thị trường tiền tệ khi cần thiết. Cụ thể, từ năm 2001 đến nay, NHTW nước này đã mua khoảng 3,2 nghìn tỷ Won trái phiếu Chính phủ và khi cần thiết bán ra thu Won về và mua ngoại tệ.

Nhờ sự phối hợp hiệu quả giữa chính sách tài chính và chính sách tiền tệ, nền kinh tế Hàn Quốc đã phục hồi và trên đà phát triển ngày càng cao, tiềm lực tài chính ngày càng vững mạnh. Năm 2003, tổng tiết kiệm trong nước/GDP đạt 31,9%; tổng đầu tư trong nước/GDP đạt 29,4%; cân đối ngân sách 4,8% GDP; tăng lượng cung tiền M2 là 6,7%; cán cân tài khoản vãng lại là 12,321 tỷ USD. Năm 2004, dự trữ ngoại tệ đạt 167,03 tỉ USD, trở thành nhà dự trữ ngoại tệ lớn thứ 4 sau Nhật Bản, Trung Quốc và Đài Loan. Tính tới hết tháng 3/2006, dự trữ ngoại tệ của Hàn Quốc đạt mức 217,3 tỷ USD, tăng 1,4 tỷ USD so với thời điểm cuối tháng 2/2006 (Theo số liệu thống kê chính thức của Ngân hàng Trung ương Hàn Quốc công bố).

4. QUAN HỆ HỢP TÁC KINH TẾ, THƯƠNG MẠI HÀN QUỐC-ASEAN

4.1 Quan hệ hợp tác kinh tế Hàn Quốc-ASEAN

Khu vực thương mại tự do ASEAN (AFTA) được thành lập từ năm 1992 nhằm loại bỏ hàng rào thuế quan giữa các nước thành viên ASEAN và tạo ra một thị trường khu vực với 686,3 tỉ USD cho 541,9 triệu người thông qua việc tăng số lượng thành viên gồm cả Việt Nam, Myanmar, Lào, Campuchia (CLMV). Các nhà lãnh đạo ASEAN đã thỏa thuận loại bỏ tất cả thuế nhập khẩu

vào năm 2010 đối với 6 nước thành viên ban đầu của ASEAN và vào 2015 đối với 4 nước thành viên mới (CLMV).

ASEAN và Hàn Quốc đã thiết lập quan hệ đối tác đối thoại toàn diện kể từ năm 1991. ASEAN và Hàn Quốc hiện đang là những đối tác thương mại quan trọng của nhau do nền kinh tế các nước ASEAN và Hàn Quốc có nhiều điểm khác biệt và có khả năng bổ trợ cho nhau. Hơn nữa sự hấp dẫn của khu vực vốn được coi là địa chỉ đầu tư của nhiều công ty Hàn Quốc càng củng cố quan hệ kinh tế giữa ASEAN và Hàn Quốc.

Trong những thập kỷ qua, ASEAN và Hàn Quốc là những đối tác kinh tế quan trọng, thương mại và đầu tư song phương giữa Hàn Quốc và ASEAN tăng lên vững chắc trong những năm vừa qua. Hiện nay ASEAN đứng thứ 3 trong nguồn đầu tư FDI từ Hàn Quốc và đứng thứ 5 về thương mại. Kể từ sau cuộc khủng hoảng tài chính, thâm hụt thương mại của ASEAN với Hàn Quốc từng bước giảm dần và cán cân thương mại giữa hai nền kinh tế đang từng bước ổn định.

Tại hội nghị tham vấn giữa các Bộ trưởng kinh tế ASEAN và Hàn Quốc (AEM + 1) diễn ra vào ngày 04/9/2004 tại Jakarta, Indonesia, các Bộ trưởng đã hoan nghênh đề xuất thiết lập Khu vực thương mại tự do ASEAN-Hàn Quốc (AKFTA). Các nhà lãnh đạo đã đưa ra Tuyên bố chung về hợp tác toàn diện giữa ASEAN và Hàn Quốc và quyết định tiến hành đàm phán AKFTA tại Hội nghị thượng đỉnh ASEAN-Hàn Quốc tại Lào vào tháng 11/2004.

Các cuộc đàm phán hình thành khu vực thương mại tự do ASEAN-Hàn Quốc (AKFTA) bắt đầu từ tháng 2/2005 và hoàn thành trong vòng chưa đầy 2 năm. AKFTA được hy vọng sẽ mang lại mức độ tự do hóa cao với thời hạn nhanh hơn. Tại Hội nghị thượng đỉnh ASEAN-Hàn Quốc vào tháng 12/2005 tại Kuala Lumpur, Malaysia, Hiệp định khung về hợp tác kinh tế toàn diện giữa ASEAN và Hàn Quốc đã được ký.

Theo FTA giữa ASEAN-Hàn Quốc, Hàn Quốc sẽ loại bỏ hoàn toàn thuế đối với ít nhất 95% dòng thuế trong danh mục thông thường vào năm 2008, trong khi ASEAN-6 sẽ loại bỏ tất cả thuế đối với ít nhất 90% dòng thuế trong danh mục thông thường vào năm 2009. Vào năm 2010, Hàn Quốc sẽ loại bỏ hoàn toàn thuế đối với các dòng thuế trong danh mục thông thường và đối với ASEAN-6 là 2012.

Hiệp định về thương mại hàng hóa bao gồm các qui định về đối xử đặc biệt và khác biệt, sự linh hoạt bổ sung dành cho các thành viên mới của ASEAN (CLMV). AKFTA có khung thời gian khác nhau đối với Hàn Quốc, ASEAN-6 và các nước CLMV. CLMV sẽ có đối xử ưu đãi do trình độ phát triển kinh tế thấp với thời hạn giảm thuế trong danh mục thông thường, ví dụ với Campuchia vào 2018.

Tuyên bố chung về Đối tác kinh tế toàn diện giữa ASEAN và Hàn Quốc và nghiên cứu chung toàn diện về liên kết kinh tế chặt chẽ hơn giữa hai bên sẽ

tập trung không chỉ vào thúc đẩy hợp tác kinh tế mà còn mang lại hiểu biết sâu rộng hơn đối với nền tảng hợp tác ASEAN-Hàn Quốc trong thế kỷ 21. Hợp tác ASEAN+3 vẫn là động lực tin cậy và thực tế đối với hợp tác khu vực Đông Á và các nước thành viên đều có lợi ích chiến lược trong hợp tác khu vực.

4.2 Hiệp định thương mại tự do Hàn Quốc-ASEAN (AKFTA)

Ngày 16 tháng 5 năm 2006, tại Manila, Phi-líp-pin, các Bộ trưởng Thương mại ASEAN (trừ Thái Lan) và Hàn Quốc đã ký Hiệp định khu vực thương mại tự do ASEAN – Hàn Quốc (AKFTA). Theo đó, hai bên sẽ cắt giảm thuế đối với 90% các mặt hàng nhập khẩu vào năm 2010. Hai bên nhận định rằng Hiệp định này sẽ mở rộng cơ hội buôn bán hàng hóa, thúc đẩy hợp tác thương mại và đầu tư giữa ASEAN và Hàn Quốc, có lợi cho tất cả các đối tác liên quan.

Việc ký kết Hiệp định Thương mại Hàng hoá ASEAN – Hàn Quốc đánh dấu một mốc quan trọng trong quá trình xây dựng mối quan hệ hợp tác toàn diện giữa ASEAN và Hàn Quốc, tiến tới xây dựng Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN – Hàn Quốc trong tương lai nhằm tạo lập một không gian kinh tế ổn định và năng động phục vụ phát triển kinh tế. Việc ký kết hiệp định cũng tạo ra thế và lực mới của ASEAN trong quan hệ với Hàn Quốc và với các đối tác kinh tế quan trọng khác như Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Australia và New Zealand, EU và Mỹ.

Việc thiết lập Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN-Hàn Quốc chắc chắn sẽ đem lại những lợi ích đáng kể cho các nền kinh tế ASEAN, trong đó có Việt Nam. Đến năm 2010, Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN-Hàn Quốc sẽ căn bản trở thành một thị trường khu vực mậu dịch rộng mở, tạo cơ hội lớn cho doanh nghiệp và các nhà đầu tư trong khu vực. Việc cắt giảm thuế quan và dỡ bỏ hàng rào phi thuế theo Hiệp định sẽ tạo sức ép, đồng thời tạo điều kiện thúc đẩy các nước tham gia Hiệp định triển khai các biện pháp nhằm giảm giá thành sản phẩm, tăng cường hiệu quả và tính cạnh tranh của nền kinh tế.

Để thỏa thuận được Hiệp định về Thương mại hàng hóa, Hàn Quốc đã có những nhượng bộ quan trọng. Các nước ASEAN đều hài lòng và mong muốn nhanh chóng thực hiện Phương thức cắt giảm thuế quan của AKFTA, theo đó Hàn Quốc sẽ hoàn tất Danh mục thông thường (NT) nhanh hơn 2 năm so với ASEAN 6 và loại bỏ ngay 70% tổng số dòng thuế ngay trong năm 2006. Các nước CLM (Campuchia, Lào và Myanmar) được cắt giảm thuế quan chậm hơn 8 năm so với ASEAN 6, kể cả đối với Danh mục Nhạy cảm (ST).

Đối với Hàn Quốc, việc bảo hộ ngành nông nghiệp là vấn đề chính trị hết sức nhạy cảm nên Việt Nam đã phải đồng thuận cùng các nước ASEAN chấp nhận cho Hàn Quốc được loại trừ 40 mặt hàng, trong đó có mặt hàng gạo. Đổi lại, Việt Nam cũng có Danh mục loại trừ và Nhạy cảm cao (HSL) tương ứng.

Hàn Quốc đã nhượng bộ rất lớn trong vấn đề kiểm dịch động thực vật (SPS) là chấp nhận (i) đưa nội dung hợp tác đối với các thỏa thuận công nhận lẫn nhau về SPS vào Phụ lục của Hiệp định khung; (ii) có điều khoản về TBT

(hàng rào kỹ thuật cản trở thương mại) và SPS trong Hiệp định về Thương mại hàng hóa; (iii) thành lập Tổ công tác về TBT và SPS để xem xét các vấn đề thực thi nên tất cả các nước ASEAN đều đã nhất trí.

Giống như trong các khu vực mậu dịch tự do khác, như AFTA hay ACFTA, ASEAN gồm các nền kinh tế có cơ cấu và trình độ phát triển khác biệt nên lợi ích của AKFTA sẽ không san đều cho mọi thành viên. Những nước phát triển hơn trong khu vực như Singapore, Malaysia, Thái Lan, Philippines sẽ là những nước có nhiều cơ hội hơn để nâng cao năng lực cạnh tranh từ AKFTA nhờ có nền tảng công nghiệp tiên tiến.

Tuy Hàn Quốc đã phải chấp nhận dành hạn ngạch thuế quan cho các mặt hàng sản, tôm và mực nhưng do Hàn Quốc phải áp dụng nguyên tắc tối huệ quốc cho tất cả các nước ASEAN. *Việc Thái Lan chưa ký ngay Hiệp định về Thương mại hàng hóa là thuận lợi rất lớn trong giai đoạn đầu thực hiện Hiệp định.*

Ngoài ra, Hàn Quốc còn có những quy định rất chặt chẽ và phức tạp về kiểm dịch đối với các mặt hàng nông sản, thực phẩm như các yêu cầu về báo cáo quá trình nuôi trồng, bảo quản, kiểm tra tại chỗ, v.v. Hiện nay chỉ có mặt hàng thủy sản đã đạt được sự công nhận lẫn nhau trong việc cấp giấy chứng nhận kiểm dịch. Các mặt hàng thực vật, thịt gia súc, gia cầm, v.v mới chỉ đạt được thảo thuận hợp tác kỹ thuật và trao đổi thông tin giữa hai bên nên hầu hết các mặt hàng rau, quả tươi (trừ dứa, dưa, chuối) và thịt gia súc, gia cầm vẫn chưa thể xuất khẩu được sang Hàn Quốc. Hàn Quốc cũng đặc biệt bảo hộ đối với mặt hàng gạo, mặt hàng được xem là nhạy cảm cao đối với thị trường này.

Nhìn chung, cả Hàn Quốc và ASEAN đều coi việc hội nhập kinh tế giữa hai bên được ưu tiên hàng đầu nhằm thúc đẩy sự hợp tác kinh tế và vượt qua những xu hướng chủ nghĩa khu vực toàn cầu hiện nay. FTA giữa Hàn Quốc và ASEAN có thể từng bước mở rộng thành một FTA bao gồm toàn bộ khu vực Đông Á trong tương lai.

5. KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC XUẤT KHẨU SANG HÀN QUỐC

5.1 Kinh nghiệm của Thái Lan

Thái Lan là một trong những nước ASEAN có điều kiện về phát triển kinh tế tương đối giống với Việt Nam. Tuy nhiên, Thái Lan có tỷ trọng xuất khẩu lớn và nhiều chủng loại hàng hóa thâm nhập được vào thị trường Hàn Quốc. Năm 1986, kim ngạch xuất khẩu sang Hàn Quốc mới đạt 276 triệu USD, đến năm 1996 là 1,2 tỷ USD và tăng lên 3,3 tỷ USD vào năm 2006 (gấp 4 lần so với 843 triệu USD của Việt Nam), bình quân giai đoạn 1986-1996 tăng 16,0%/năm; giai đoạn 1996-2006 là 10,6%. Trong tổng kim ngạch xuất khẩu 29,7 tỷ USD của khối ASEAN sang Hàn Quốc năm 2006, Thái Lan chiếm tới 11,2% trong khi Việt Nam chỉ đạt 3,1%.

Về chủng loại hàng hóa: các sản phẩm xuất khẩu sang Hàn Quốc của Thái Lan cũng rất đa dạng. Đứng đầu trong danh mục hàng hóa xuất sang Hàn Quốc là nhóm hàng *máy móc, phụ tùng, thiết bị điện*, nhóm hàng này năm 2006 đạt kim ngạch 766 triệu USD. Đứng thứ hai là mặt hàng cao su thiên nhiên với kim ngạch 375 triệu USD, chiếm 11,3%. Tiếp theo là các mặt hàng : thiết bị ghi âm và truyền thông (chiếm 8,7%); máy văn phòng và các thiết bị xử lý dữ liệu tự động (chiếm 8,1%); dầu mỏ và các sản phẩm liên quan (chiếm 8,0%); cá, tôm cua và các loại động vật (4,2%); sản phẩm gỗ (3,2%); vải, sợi dệt (2,9%); giấy, bột giấy, bao bì (2,7%); quặng và phế liệu kim loại (2,3%); nguyên liệu nhựa (1,9%); kim loại màu (1,7%); sản phẩm cao su (1,3%); đường và mật ong (1,3%)...

Bảng số 14: Ngoại thương Thái Lan-Hàn Quốc 1986-2006

Đơn vị: Triệu USD, %

	1986	1996	2006	Tăng BQ 86-96	Tăng BQ 96-2006
Xuất khẩu của Thái Lan sang HQ	276	1.218	3.328	16,0	10,6
- Tỷ trọng trên tổng NK của HQ	0,9	0,8	1,1	-	-
Nhập khẩu của Thái Lan từ HQ	192	2.664	4.246	30,1	4,8
Tổng kim ngạch XNK	468	3.882	7.574	23,6	6,9

Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

Xem xét lại cơ cấu nhập khẩu hàng hóa của Hàn Quốc có thể thấy rằng Thái Lan đã tận dụng được lợi thế so sánh của mình đồng thời phát triển được những mặt hàng đáp ứng nhu cầu nhập khẩu của Hàn Quốc. Đó cũng là thành công của những cải cách trong chính sách đầu tư, thương mại từ những năm 1970 của Thái Lan.

Thái Lan đã thực hiện chính sách thương mại nhằm phục vụ cho chiến lược công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu từ những năm 1970. Mặc dù Thái Lan bắt đầu thực hiện chiến lược công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu chậm hơn so với Singapore (giữa những năm 1960), Malaixia và Philippin (cuối những năm 1960), nhưng Thái Lan đã lựa chọn được hướng đi để phát triển xuất khẩu, thể hiện qua một số chính sách:

- Ưu tiên các khoản cho vay đối với các ngành công nghiệp chế tạo định hướng xuất khẩu.
- Cải cách toàn diện cơ chế và hệ thống xuất - nhập khẩu của đất nước.
- Thực hiện các chính sách hướng đến tự do hoá về tài chính, thương mại và đầu tư.
- Giảm bớt hàng rào thuế quan và phi thuế quan.

- Khuyến khích chế biến nông sản xuất khẩu và những mặt hàng truyền thống mà Thái Lan có thế mạnh

- Xây dựng và thực hiện các *Đạo luật Đẩy mạnh Đầu tư năm 1962*, *Đạo luật Đẩy mạnh xuất khẩu năm 1970*

- Từ năm 1980 thành lập các khu chế xuất (EPZ), được vận hành như các đặc khu, được hưởng chế độ miễn thuế đối với các đầu vào và máy móc nhập khẩu và hưởng nhiều chế độ khuyến khích đầu tư, xuất khẩu.

Mặc dù ra đời sau các nước ASEAN khác (Malayxia, Philippin, Indonexia), nhưng các khu chế xuất tại Thái Lan lại phát triển đặc biệt nhanh chóng, bao trùm các khu vực xung quanh Băng Cốc, miền Nam và các vùng ven biển phía Đông Nam vịnh Thái Lan.

Về chính sách sản phẩm:

Chính sách sản phẩm của Thái Lan đã đi đúng hướng, đúng lịch trình vận động mà các nhà hoạch định chính sách của Thái Lan mong muốn: từ xuất khẩu chủ yếu là hàng nông sản và nguyên liệu thô sang xuất khẩu chủ yếu là hàng chế tạo công nghệ trung bình và cao.

Chính sách sản phẩm của Thái Lan là một trong những nội dung quan trọng của chính sách thương mại và là cơ sở để xác định cơ cấu hàng hoá xuất nhập khẩu. Theo Hệ thống phân loại thương mại quốc tế (SITC), quá trình công nghiệp hoá đồng thời là quá trình dịch chuyển cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng giảm dần tỷ trọng của sản phẩm nhóm 1 (lương thực, thực phẩm, đồ uống, nguyên nhiên liệu thô, khoáng sản) và tăng dần tỷ trọng của nhóm 2 (sản phẩm chế biến) và cuối cùng là chuyển sang nhóm 3 (sản phẩm hoá chất, máy móc thiết bị, phương tiện vận tải). Đối với Thái Lan, sản phẩm nhóm 1 hình thành từ giữa thập niên 1950 đến đầu những năm 1970; sản phẩm nhóm 2 chuyển dịch giữa những năm 1970 đến hết những năm 1980; sản phẩm nhóm 3 chuyển dịch từ đầu những năm 1990 đến nay.

Từ các thập niên 1970 và 1980 trở đi, mặt hàng xuất khẩu của Thái Lan đã rất phong phú đa dạng với nhiều chủng loại hàng hoá mang tính chất của một nền sản xuất hiện đại.

Năm 1981, các mặt hàng chế tạo của Thái Lan đạt tỷ trọng 35,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu, đến năm 1993 đã tăng lên 80,4% (tỷ trọng này của Việt Nam năm 2005 là 51%). Đây là một thành tựu quan trọng trong chính sách sản phẩm của Thái Lan, đồng thời phản ánh sự tiến bộ vượt bậc của lĩnh vực chế tạo trong cơ cấu kinh tế quốc dân.

Hàng hoá công nghiệp của Thái Lan đã có sức cạnh tranh cao và thâm nhập vào thị trường thế giới, trong đó có Trung Quốc. Đến nay, Thái Lan vẫn là nước xuất siêu vào Trung Quốc với tỷ trọng hàng công nghiệp chiếm phần lớn trong cơ cấu xuất khẩu.

Chính sách thị trường:

Chính sách thị trường là một phần quan trọng trong chính sách thương mại của Thái Lan. Trong số các nước Đông Nam Á, Thái Lan là nước duy nhất không bị các thế lực đế quốc xâm chiếm làm thuộc địa và là nước có quan hệ ngoại giao mềm dẻo với các cường quốc phương Tây. Vì vậy, Thái Lan cũng sớm có các quan hệ buôn bán hữu hảo với các nước tư bản phát triển và nhiều nước khác.

Thái Lan hiện có quan hệ thương mại với trên 170 nước và xuất khẩu nhiều mặt hàng quan trọng như: nông sản, thực phẩm chế biến, hải sản, nguyên vật liệu, các mặt hàng chế tạo, hàng dệt may, hàng nhựa, hoá chất... và các đối tác thương mại của Thái Lan cũng rất đa dạng, từ các nước công nghiệp phát triển đến các nước đang phát triển ở nhiều châu lục. Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu chủ yếu của Thái Lan vẫn là các nước công nghiệp phát triển như: Nhật Bản, Mỹ, EU, sau đó là các nền kinh tế ở Đông Bắc Á (Hàn Quốc, Hồng Kông, Đài Loan), rồi đến các quốc gia trong ASEAN và Trung Quốc.

Những năm gần đây, trong điều kiện tự do hoá thương mại, cạnh tranh trong buôn bán ngày càng trở nên quyết liệt, song đối tác thương mại của Thái Lan cũng không mấy thay đổi, các thị trường hàng đầu của Thái Lan vẫn là Mỹ, EU và Nhật Bản. Đáng chú ý là hiện nay Mỹ vẫn chiếm vị trí thứ nhất trong buôn bán của Thái Lan với hơn 70% hàng hoá xuất khẩu tới Mỹ là các mặt hàng chế tạo (hàng dệt may, các thành phần và linh kiện máy tính, hàng điện, điện tử, đồ hộp, hàng tôm và hải sản đông lạnh...). Còn Nhật Bản, Hàn Quốc và EU chủ yếu nhập khẩu từ Thái Lan hàng dệt may, cao su, đồ gỗ, hàng thủy sản đông lạnh, các linh kiện điện tử, máy vi tính...

Trong khi buôn bán của Thái Lan với các nước tư bản phát triển ngày càng tăng thì buôn bán với các nước đang phát triển tiến triển chậm. Điều này được giải thích bởi nhiều lý do, trong đó có nguyên nhân về cơ cấu buôn bán trùng lặp giữa Thái Lan và các nước đang phát triển khác. Tuy nhiên, từ nửa sau những năm 1990 trở lại đây, buôn bán của Thái Lan với các nước ASEAN có xu hướng tăng lên do những điều kiện ưu đãi về thuế quan mà AFTA mang lại. Vì vậy, các nước ASEAN cũng trở thành các đối tác thương mại ngày càng quan trọng của Thái Lan với tỷ lệ đạt trên 20% trong tổng xuất khẩu của Thái Lan.

Thời gian qua, một trong những nhiệm vụ quan trọng mà Bộ Thương mại Thái Lan đã thực hiện là tiến hành một số điều chỉnh cơ cấu tổ chức cho phù hợp với các điều kiện cạnh tranh mới của nền kinh tế, trong đó đặc biệt chú ý tới các tổ chức có liên quan tới lĩnh vực xuất khẩu; theo đó, Cục xúc tiến xuất khẩu của Bộ này đã được điều chỉnh để trở thành Cơ quan khuyến khích ngoại thương mang hình thức điều hành quản lý của một tổ chức độc lập, nhằm làm cho sự hợp tác giữa khu vực chính phủ và khu vực tư nhân được tốt hơn. Cơ quan khuyến khích ngoại thương là cơ quan có toàn quyền tương tự như Ủy ban Đầu tư Thái Lan (BOI). Cơ quan khuyến khích ngoại thương có toàn quyền trong việc khuyến khích xuất khẩu và dành quyền ưu đãi về thuế quan.

Việc thành lập Cơ quan khuyến khích ngoại thương Thái Lan nằm trong kế hoạch điều chỉnh cơ cấu của Bộ Thương mại Thái Lan để việc hỗ trợ xuất khẩu của Thái Lan có thể thực hiện theo thể thức ‘Trung tâm một cửa’. Bên cạnh đó, Chính phủ Thái Lan cũng tiến hành điều chỉnh cơ cấu của một số vụ khác như thành lập các cơ quan độc lập quản lý kinh doanh bảo hiểm, sở hữu tác quyền, thống kê kế toán...

Gần đây, Chính phủ Thái Lan chú trọng tháo gỡ các trở ngại trong quan hệ thương mại với các nước láng giềng thông qua việc thành lập Ủy ban Hỗ trợ buôn bán đường biên thuộc Bộ Thương mại. Biện pháp tích cực này xuất phát từ quan điểm cho rằng, Thái Lan nằm trong một khu vực có tiềm năng thương mại rất lớn. Điều này thể hiện ở chỗ, Thái Lan có 5.502 km biên giới đường bộ với 4 quốc gia là Lào, Campuchia, Myanmar và Malaixia. Ngoài ra, còn phải kể đến các quốc gia láng giềng vòng ngoài của Thái Lan gồm: Hàn Quốc, Bangladesh, Tây Ấn Độ, Nam Trung Quốc, Việt Nam và Xingapo. Toàn bộ nhóm các quốc gia này được Thái Lan coi là một thị trường lớn với số dân khoảng 1,5 tỷ người, gần bằng một nửa dân số thế giới.

5.2 Kinh nghiệm của Trung Quốc

Trung Quốc ngày càng trở thành một đối tác đặc biệt quan trọng và lượng giao dịch, buôn bán giữa hai quốc gia ngày càng tăng. Những năm gần đây, Trung Quốc dần vượt qua những đối tác truyền thống của Hàn Quốc để trở thành một trong những bạn hàng quan trọng nhất. Buôn bán song phương giữa hai nước tăng nhanh kể từ cuối những năm 1990 và kim ngạch buôn bán đã đạt tới 113 tỷ USD trong năm 2006. Thị phần của Trung Quốc đã tăng từ 9,5% trong năm 1999 lên 19,8% trong năm 2006 đối với xuất khẩu của Hàn Quốc, trong khi đó thị phần nhập khẩu tăng từ 7,4% lên 15,7% trong những năm tương ứng. Trung Quốc đã trở thành thị trường quan trọng nhất đối với xuất khẩu của Hàn Quốc và là thị trường quan trọng thứ hai đối với nhập khẩu của Hàn Quốc trong năm 2006.

Nghiên cứu kinh nghiệm của Trung Quốc trong việc đẩy mạnh xuất khẩu nói chung và xuất khẩu sang Hàn Quốc nói riêng có ý nghĩa quan trọng đối với Việt Nam. Mặc dù Trung Quốc là một quốc gia lớn và có nhiều ưu thế cũng như các điều kiện khác so với Việt Nam, nhưng về cơ cấu ngành nghề, lao động và điều kiện tự nhiên cũng có những nét chung nhất định, tìm hiểu kinh nghiệm của Trung Quốc sẽ giúp Việt Nam thấy được những cơ hội và tìm ra hướng đi cho hoạt động xuất khẩu của mình.

Trước hết, phải nói rằng Trung Quốc đã rất thành công trong công cuộc phát triển kinh tế những năm gần đây. Trung Quốc đã đạt được những thành tựu to lớn về mọi mặt, nổi bật nhất là những thành tựu về kinh tế, hội nhập quốc tế và thu hút đầu tư nước ngoài.... Sau khi thực hiện chính sách cải cách, mở cửa, trong 25 năm qua nền kinh tế Trung Quốc có tốc độ tăng trưởng GDP rất cao, bình quân từ 9% đến 9,5%, đã trở thành một hiện tượng nổi bật trên thế giới. Tốc độ đó gấp 3 lần tốc độ trung bình của thế giới trong cùng thời kỳ,

không những cao hơn các nước có thu nhập thấp mà còn cao hơn các nước đang phát triển khác như Ấn Độ, Indônêxia, và hơn cả hai nền kinh tế công nghiệp hoá mới là Đài Loan và Hàn Quốc. Hàng hoá của Trung Quốc đã có mặt trên tất cả các thị trường lớn của Thế giới. Điều đặc biệt không chỉ là những mặt hàng có lợi thế cạnh tranh về lao động như dệt may, da giày mà cả mặt hàng có hàm lượng khoa học công nghệ cao của Trung Quốc cũng đang dần giành được thị phần trên Thế giới.

Hoạt động xuất khẩu của Trung Quốc thực sự bùng nổ từ năm 2001, sau khi gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), nhưng để có được kết quả nhanh như vậy là nhờ hệ thống chính sách ngoại thương của Trung Quốc đã được cải cách từ lâu và chính sách của Chính phủ tạo điều kiện cho các hoạt động ngoại thương. Ta có thể xem xét kỹ hơn bằng việc phân tích Hệ thống quản lý ngoại thương và chính sách thương mại của Trung Quốc:

Hệ thống quản lý ngoại thương của Trung Quốc:

Trung Quốc bắt đầu công cuộc cải cách kinh tế từ năm 1978. Từ năm 1979 đến nay, cải cách hệ thống quản lý ngoại thương đã trải qua 5 giai đoạn. Giai đoạn 1979-1987, loại bỏ độc quyền của nhà nước về ngoại thương thông qua việc trao quyền cho chính quyền cấp dưới. Giai đoạn 1988-1990, tập trung đẩy mạnh các yếu tố thị trường, thiết lập thị trường chuyển đổi ngoại hối trên toàn quốc; tách hầu hết các doanh nghiệp chuyên doanh ngoại thương khỏi các công ty mẹ và giao cho địa phương quản lý; điều chỉnh ngoại thương qua công cụ giá cả, tỷ giá, lãi suất, thuế... Giai đoạn 1991-1993, chuyển đổi hệ thống quản lý mang tính định hướng thị trường hơn và chuẩn tắc hơn. Giai đoạn 1994-2001, thiết lập một hệ thống quản lý ngoại thương định hướng thị trường cơ bản. Từ năm 2001 đến nay, sau khi gia nhập WTO, Trung Quốc đang nỗ lực thiết lập một hệ thống điều hành ngoại thương trong khuôn khổ các chuẩn mực quốc tế.

Quá trình cải cách đã đạt được những thành tựu to lớn thể hiện qua bản chất của cơ chế chính sách từ thể chế ngoại thương truyền thống của nền kinh tế hiện vật trên cơ sở chế độ công hữu đơn nhất sang một thể chế mới đa dạng, linh hoạt và phù hợp hơn với nền kinh tế thị trường. Quyền tự chủ trong hoạt động ngoại thương được phân cấp cho các địa phương, xí nghiệp và công ty ngoại thương. Nhờ đó mà quan hệ mậu dịch đã phát triển với quy mô lớn, từng bước hoà nhập với xu thế ngoại thương thế giới; thúc đẩy hoạt động sản xuất và xuất - nhập khẩu tăng trưởng mạnh mẽ.

Coi "khoa học kỹ thuật là sức mạnh sản xuất thứ nhất", nên trong hoạt động nhập khẩu, Trung Quốc đã chủ động nhập những sản phẩm công nghệ cao, tiên tiến để đổi mới các cơ sở sản xuất lạc hậu, nhờ đó đã sản xuất được một lượng hàng có giá trị xuất khẩu cao. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Trung Quốc hiện nay là máy móc, sản phẩm điện tử, thiết bị điện, thiết bị nghe nhìn, phụ kiện... Trung Quốc cũng đã mở rộng quan hệ giao lưu buôn bán với hầu hết các nước trong khu vực và trên thế giới, các sản phẩm của Trung Quốc

ngày càng phong phú hơn trên các thị trường. Các đối tác thương mại chủ yếu của Trung Quốc hiện nay là Nhật Bản, Hàn Quốc, EU, Mỹ...

Chính sách thương mại của Trung Quốc

Từ năm 1994, Trung Quốc đã đẩy nhanh quá trình cải cách nền kinh tế và hệ thống quản lý thương mại phù hợp với đòi hỏi của nền kinh tế thị trường bằng việc thực thi Luật Ngoại thương từ ngày 01/7/1994. Theo Luật này, Trung Quốc sẽ thực hiện các nguyên tắc về hệ thống ngoại thương thống nhất, về trật tự ngoại thương công bằng và tự do, về xuất nhập khẩu tự do hàng hoá và công nghệ, về mối quan hệ thương mại đa quốc gia. Đồng thời xây dựng các quy tắc, hợp nhất, mở rộng hoạt động, cạnh tranh và bình đẳng, hoàn toàn chịu trách nhiệm về lỗi lầm, kết hợp chế biến với thương mại và xây dựng hệ thống đại lý. Từ đó Trung Quốc đã thiết lập được một hệ thống quản lý ngoại thương mới với các chuẩn mực quốc tế.

Thực hiện Luật, Trung Quốc đã đưa ra hàng loạt các chính sách quan trọng phát triển ngoại thương. Đó là quyền tham gia thương mại quốc tế cho nhiều đối tượng; Các chính sách về thuế quan mềm dẻo và kinh hoạt. Sau khi gia nhập WTO, Trung Quốc đã cải cách hệ thống thuế và các biện pháp quản lý, từng bước giảm thuế theo các cam kết, thực hiện định giá hải quan, thực hiện nguyên tắc không phân biệt đối xử...; Chính sách ngoại hối đổi mới, Chính phủ không cần thu tóm toàn bộ nguồn ngoại hối và độc quyền quyết định việc phân chia mà mọi doanh nghiệp và cá nhân đã được phép tích trữ hay trao đổi ngoại hối một cách tự do.

Trong hoạt động xuất khẩu, Trung Quốc đã đẩy mạnh xuất khẩu đến mức tối đa, đồng thời tránh tập trung quá mức vào một thị trường đặc biệt nào đó, mà đa dạng hoá thị trường ở nhiều cấp độ khác để đảm bảo phát triển ổn định nhịp nhàng.

Bên cạnh đó, Trung Quốc cũng áp dụng chế độ hoàn thuế xuất khẩu :

- Xác lập một loạt quy định cụ thể về việc hoàn thuế xuất khẩu như xác định tỷ lệ hoàn thuế, cơ sở và phương pháp hoàn thuế, kỳ hạn và thời điểm hoàn thuế...

- Hợp tác với các ngành hữu quan để xây dựng một loạt biện pháp quản lý hoàn thuế và biện pháp quản lý, bảo đảm cho các xí nghiệp ngoại thương phát triển ổn định.

Khuyến khích phát triển các loại gia công xuất khẩu nhằm tận dụng ưu thế địa lý gần Hồng Kông, có vùng ven biển và có nguồn lao động dồi dào. Chính sách này đã giải quyết việc làm cho nhiều lao động, học tập kinh nghiệm quản lý, tiếp cận với kinh tế thị trường, đồng thời cũng chuyển đổi cơ cấu ngành nghề phù hợp với tình hình mới.

Đối với thị trường Hàn Quốc, kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc tăng nhanh kể từ năm 1986. Trong giai đoạn 10 năm 1986-1996 kim ngạch tăng từ 620 triệu USD năm 1986 lên 8,8 tỷ USD năm 1996, bình quân tăng

30,5%/năm ; đến năm 2006 xuất khẩu của Trung Quốc sang Hàn Quốc đã đạt 48,5 tỷ USD, gấp 78 lần năm 1986 và gấp 5,4 lần năm 1996, bình quân giai đoạn 1996-2006 tăng 18,5%. Tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa của Trung Quốc sang Hàn Quốc trên tổng nhập khẩu của Hàn Quốc tăng từ 2,0% năm 1986 lên 5,9% năm 1996 và năm 2006 là 15,7%.

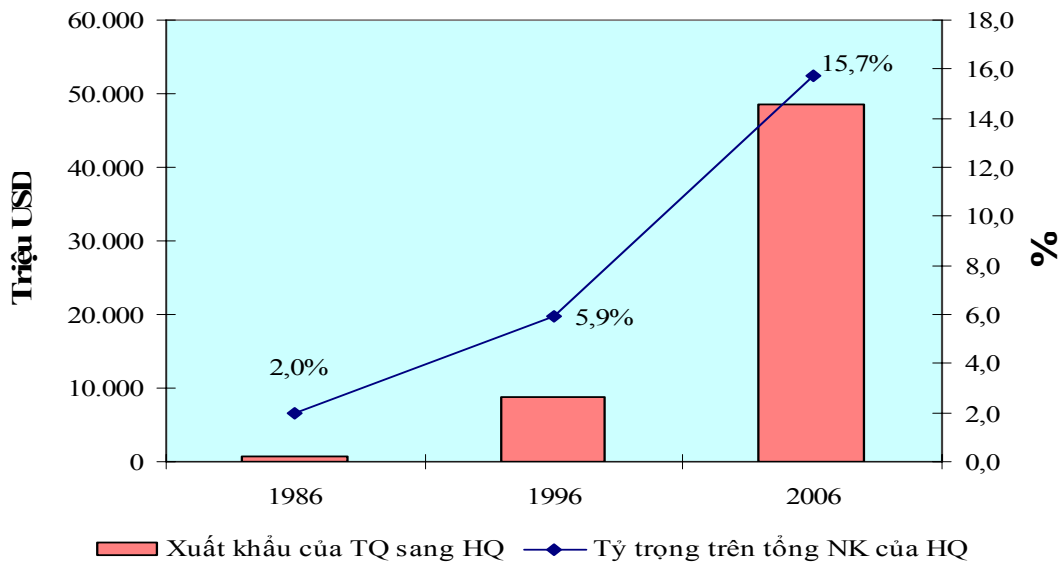
Bảng số 15: Ngoại thương Trung Quốc-Hàn Quốc 1986-2006

Đơn vị : Triệu USD

	1986	1996	2006	Tăng BQ 86-96	Tăng BQ 96-2006
Xuất khẩu của TQ sang HQ	620	8.866	48.556	30,5	18,5
- Tỷ trọng trên tổng NK của HQ	2,0	5,9	15,7	-	-
Nhập khẩu của TQ từ HQ	123	11.377	69.459	57,3	19,8
Tổng kim ngạch XNK	743	20.243	118.015	39,2	19,3

Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

Biểu đồ 16: Tỷ trọng xuất khẩu của Trung Quốc sang Hàn Quốc trên tổng nhập khẩu của Hàn Quốc 1986-2006



Nguồn: Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc (KITA)

Trong chiến lược xuất khẩu của mình, Trung Quốc đã biết lựa chọn những sản phẩm, hàng hóa có lợi thế so sánh, phù hợp với nhu cầu của Hàn Quốc, đặc biệt phát huy hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại vào thị trường này. Các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Trung Quốc là sắt thép, các loại máy móc, thiết bị phụ tùng ngành điện, máy văn phòng và các loại máy xử lý dữ liệu tự động, đặc biệt là quần áo và các sản phẩm dệt may khác. Theo

số liệu của Hiệp hội Thương mại quốc tế Hàn Quốc, trong tổng số xuất khẩu sang Hàn Quốc là 48,5 tỷ USD, sản phẩm máy móc thiết bị điện chiếm 19,5% ; sắt thép chiếm 11,2%; máy văn phòng và các thiết xử lý dữ liệu tự động 8,9%; quần áo và các sản phẩm dệt may chiếm 9,7%.

Hiện nay, với năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, các ngành và sản phẩm, Trung Quốc có đủ khả năng cạnh tranh với nhiều mặt hàng ở nhiều chủng loại của các nước khác nhau xuất khẩu vào Hàn Quốc. Đặc biệt, Trung Quốc và Hàn Quốc đang nỗ lực tiến hành đàm phán hiệp định thương mại tự do (FTA), với những thỏa thuận sẽ đẩy mạnh hơn nữa ngoại thương giữa hai nước trong tương lai.

CHƯƠNG II: TÌNH HÌNH THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006

1. MỘT SỐ HIỆP ĐỊNH HỢP TÁC KINH TẾ VIỆT NAM-HÀN QUỐC

Quan hệ kinh tế nói chung và quan hệ hợp tác thương mại giữa Việt Nam và Hàn Quốc cho đến năm 1985 vẫn còn khá mờ nhạt. Sau khi Việt Nam thực hiện đổi mới kinh tế theo hướng mở cửa, hội nhập kinh tế với các nước trong khu vực và trên thế giới từ năm 1986, quan hệ giữa hai nước mới được công khai và phát triển. Năm 1992, quan hệ ngoại giao chính thức giữa hai nước được thiết lập đã tạo ra những tiền đề cho quan hệ kinh tế hai nước phát triển lên một tầm cao mới.

Sau khi có quan hệ ngoại giao chính thức, các nhà lãnh đạo hai phía đã có nhiều chuyến thăm lẫn nhau, qua đó, quan hệ giữa hai nước ngày càng được củng cố và hợp tác kinh tế ngày càng được mở rộng.

Để tăng cường lợi ích kinh tế và giao lưu văn hoá giữa Việt Nam và Hàn Quốc và tạo cơ sở pháp lý cho các hoạt động hợp tác song phương, hai bên đã ký một số hiệp định song phương chủ yếu sau:

- Hiệp ước hợp tác kinh tế và khoa học kỹ thuật (02/1993)
- Hiệp định thương mại, (5/1993).
- Hiệp định bảo đảm đầu tư (05/1994).
- Hiệp định tránh đánh thuế 2 lần (05/1994)
- Hiệp ước và hợp tác về Hợp tác Hải quan (03/1996)
- Hiệp ước về Khoa học và công nghệ và Hiệp ước Hàng hải (04/1995)
- Bản ghi nhớ về thông tin và hợp tác (09/1995).
- Hiệp định về Năng lượng hạt nhân (11/1996)
- Hiệp định Hợp tác kinh doanh giữa các cơ quan kiểm tra thủy sản (07/2000)
- Hiệp định Hợp tác kinh doanh giữa các cơ quan kiểm dịch động vật (02/2002)
- Bản ghi nhớ về Hợp tác trong lĩnh vực xây dựng (07/2002)
- Hiệp định khu vực thương mại tự do ASEAN- Hàn Quốc: AKFTA là Hiệp định khu vực thương mại tự do (FTA) thứ 3 Việt Nam tham gia ký kết sau Hiệp định Khu vực thương mại tự do ASEAN (AFTA) và Hiệp định khu vực thương mại tự do ASEAN-Trung Quốc (ACFTA). Việc ký kết và thực hiện hiệp định đã đưa quan hệ hợp tác giữa Việt Nam và Hàn Quốc lên một tầm cao mới, tạo lập nền tảng vững chắc hơn cho quan hệ song phương, đồng thời mở ra nhiều cơ hội và hướng hợp tác mới giữa hai nước trong tương lai. *Do cơ cấu kinh tế giữa hai nước mang tính bổ sung nhiều hơn là cạnh tranh, AKFTA sẽ tạo điều kiện thúc đẩy hơn nữa quan hệ thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và Hàn Quốc, giúp Việt Nam giải quyết được vấn đề nhập siêu từ Hàn Quốc bằng*

cách tăng cường xuất khẩu mà không hạn chế nhập khẩu. Vì vậy, hiệp định này được xem như là một hy vọng cho Việt Nam thúc đẩy tăng trưởng mạnh kim ngạch xuất khẩu của mình sang Hàn Quốc - nơi mà trong những năm gần đây Việt Nam luôn ở trong thế thâm hụt mậu dịch.

Việt Nam cũng được nhiều thuận lợi và được dành phương thức cắt giảm thuế quan chậm hơn so với thỏa thuận với Trung Quốc trước đây. Hàn Quốc đã đồng ý dành cho Việt Nam thời hạn thực hiện Danh mục cắt giảm thông thường (NT) chậm hơn 6 năm so với ASEAN 6 (Trung Quốc là 5 năm), thực hiện Danh mục hàng nhạy cảm (ST) chậm hơn 5 năm so với ASEAN 6 (Trung Quốc là 3 năm) và được giới hạn các mặt hàng nhạy cảm bằng 2 tiêu chí 10% tổng số các dòng thuế và 25% giá trị nhập khẩu theo số liệu năm 2004. Ta đã đạt được yêu cầu bảo hộ sản xuất trong nước vượt tất cả các chỉ tiêu Thủ tướng đã phê duyệt và thậm chí còn cao hơn cả Phương án trần của Bộ Tài chính.

Với Việt Nam, do Lộ trình cắt giảm thuế quan chậm hơn Lộ trình CEPT/AFTA trong ASEAN nên AKFTA về cơ bản không làm thay đổi nghĩa vụ của Việt Nam với các nước ASEAN. Theo CEPT/AFTA, Việt Nam sẽ hoàn thành nghĩa vụ cắt giảm thuế xuống 0-5% vào năm 2006 đối với các mặt hàng nằm trong Danh mục Thông thường, trong khi thời hạn này trong AKFTA là 2016, với một số dòng thuế được linh hoạt đến năm 2018. Ngoài ra, trong AKFTA Việt Nam vẫn bảo hộ được tất cả các mặt hàng được xem là nhạy cảm đối với mình trong AKFTA hiện nay.

Thời gian gần đây, liên tục có các cuộc trao đổi lãnh đạo cấp cao của hai nước, đó là chuyên thăm chính thức Hàn Quốc của Thủ tướng Phan Văn Khải, chuyên thăm Việt Nam của Chủ tịch Quốc hội Hàn Quốc năm 2003, và đặc biệt là chuyên thăm chính thức Việt Nam của Tổng thống Roh Moo Hyun trong dịp Hội nghị thượng đỉnh ASEM tổ chức tại Hà Nội tháng 10/2004. Trong thời gian này, Ủy ban liên Chính phủ Việt Nam – Hàn Quốc đã họp tại Seoul, hai nước đã ký một số hiệp định thỏa thuận như Hiệp định về Khuyến khích và Bảo hộ Đầu tư (ký lại), Thỏa thuận về kiểm dịch thực vật.

2. FDI CỦA HÀN QUỐC VÀO VIỆT NAM VÀ MỘT SỐ DỰ ÁN HỢP TÁC GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC

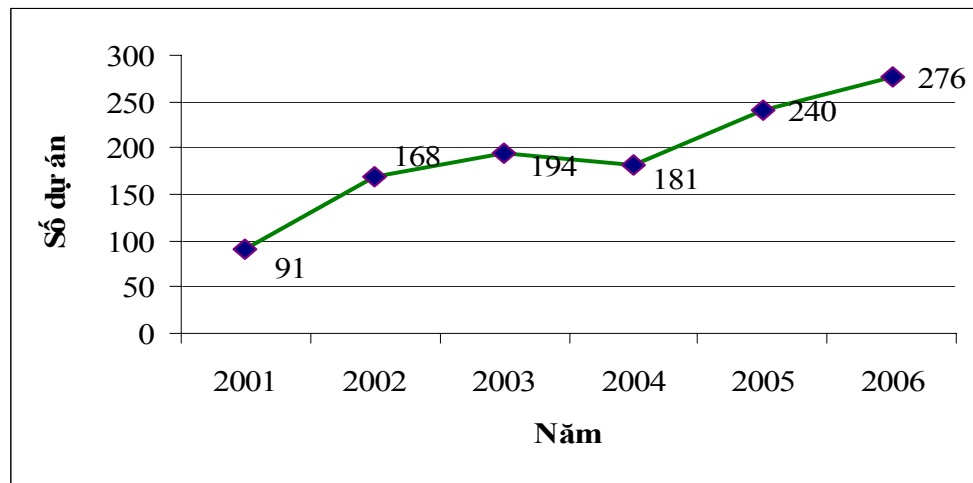
Sau khi Luật Đầu tư nước ngoài được ban hành tại Việt Nam, các công ty Hàn Quốc đã có mặt và hoạt động đầu tư của họ ngày càng trở nên đa dạng và sôi động hơn. Mặc dù chỉ có mặt ở Việt Nam từ cuối năm 1991 và chủ yếu từ 1993 trở lại đây, các nhà đầu tư Hàn Quốc đã xây dựng được vị trí của mình trong danh sách các nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Đầu tư của Hàn Quốc vào Việt Nam kể từ khi chính thức bình thường hoá quan hệ hai nước đã và đang ngày một tăng lên trừ giai đoạn xảy ra khủng hoảng tài chính Châu Á (1997 - 1998).

Hiện nay, Hàn Quốc là một trong những quốc gia đầu tư lớn nhất vào Việt Nam. Trong năm 2006, Hàn Quốc đứng đầu trong số các nước và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam với 276 dự án giá trị 3,2 tỷ USD, tổng số các dự

án đầu tư của Hàn Quốc vào Việt Nam từ năm 1988 đến hết năm 2006 là 1.324 dự án với tổng số vốn đầu tư đạt khoảng 9 tỷ USD. Trong 9 tháng đầu năm 2007, tổng vốn FDI của Hàn Quốc vào Việt Nam đã đạt 2,1 tỷ USD, với 311 dự án. Từ năm 1988 (bắt đầu thiết lập lại quan hệ giữa hai nước) đến tháng 9/2007, tổng vốn đầu tư của Hàn Quốc vào Việt Nam đã đạt hơn 11 tỷ USD với 1.635 dự án, chiếm 15% tổng số vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Hàn Quốc đã vượt qua Nhật Bản và Đài Loan, trở thành nhà đầu tư lớn thứ nhất của Việt Nam. Hình thức đầu tư là hợp đồng hợp tác kinh doanh, liên doanh và 100% vốn ngoài nước. Dự kiến đến hết năm 2007, thu hút FDI từ Hàn Quốc vào Việt Nam sẽ đạt khoảng 2,8-3 tỷ USD.

Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ thì Việt Nam là nước nhận đầu tư từ Hàn Quốc lớn thứ hai sau Trung Quốc. Nếu như Đài Loan, Singapore đầu tư vào Việt Nam chủ yếu hướng vào ngành dịch vụ, khách sạn, nhà hàng và du lịch thì Hàn Quốc chủ yếu đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp với 1.369 dự án với tổng vốn đầu tư là 7,46 tỷ USD (tính từ năm 1988 đến tháng 9/2007). Như vậy, số dự án công nghiệp đã chiếm tới 76,6% tổng số dự án và 64,5% tổng vốn đầu tư của Hàn Quốc vào Việt Nam. Trong đó, đầu tư vào công nghiệp nhẹ có 843 dự án với tổng vốn đầu tư là **3,1** tỷ USD. Công nghiệp nặng chỉ có 396 dự án nhưng tổng số vốn đầu tư đạt hơn **3,5** tỷ USD và đang trở thành lĩnh vực đầu tư mới được các doanh nghiệp Hàn Quốc quan tâm.

**Biểu đồ 17: Số dự án FDI Hàn Quốc vào Việt Nam
Giai đoạn 2001-2006**

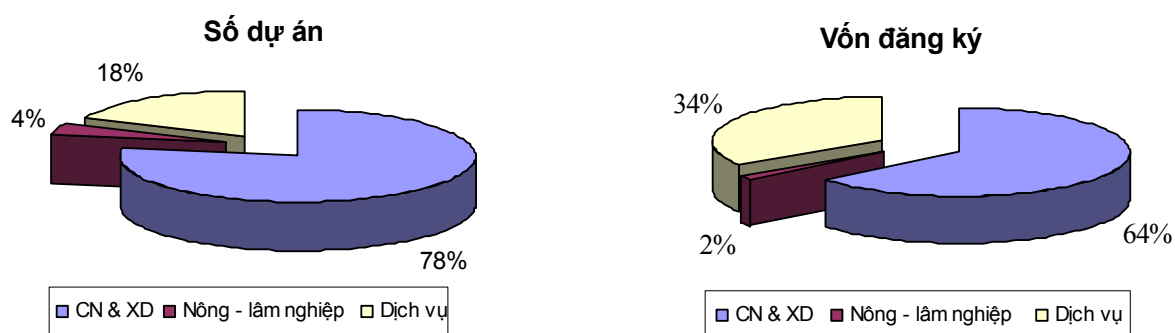


Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam

Các lĩnh vực đầu tư được mở rộng và đa dạng hoá từ dệt may, quần áo, túi xách... đến các thiết bị chiếu sáng, dược phẩm, và đồ dùng nhà bếp... FDI của Hàn Quốc cũng đang được triển khai sang một số lĩnh vực khác như xây dựng, sắt thép, hàng điện tử và thiết bị máy móc. Lĩnh vực dịch vụ và du lịch thu hút 312 dự án của Hàn Quốc với tổng vốn đầu tư là 3,9 tỷ USD. Trong đó

riêng lĩnh vực xây dựng văn phòng, căn hộ có 25 dự án với tổng số vốn đầu tư là 1,17 tỷ USD (tính từ năm 1988 đến tháng 9/2007) .

**Biểu đồ 18: Cơ cấu FDI của Hàn Quốc vào Việt Nam
Theo số dự án và vốn đăng ký từ năm 1988 đến tháng 9/2007**



Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam

**Bảng số 19 : Tổng số dự án đầu tư của Hàn Quốc vào Việt Nam
giai đoạn 2001-9/2007**

Năm	Số dự án	Vốn đầu tư (triệu USD)
2001	91	183
2002	168	440
2003	194	522
2004	181	524
2005	240	871
2006	276	3.205
9/2007	311	2.156
Tổng	1.461	7.901

Nguồn : Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam

**Bảng số 20 : 10 nước đầu tư lớn nhất vào Việt Nam
(giai đoạn 1988-9/2007)**

STT	Nước	Số dự án	Vốn đầu tư (tỷ USD)	Vốn điều lệ (tỷ USD)	Đầu tư thực hiện (tỷ USD)
1	Hàn Quốc	1635	11,0	4,48	2,94
2	Singapore	525	9,65	3,48	4,07
3	Đài Loan	1719	9,22	4,1	3,17
4	Nhật Bản	891	8,72	3,72	5,21
5	Hồng Kông	424	5,59	2,07	2,33
6	BritishVirginIslands	319	4,65	1,79	1,44
7	Hoa Kỳ	354	2,59	1,31	0,78
8	Hà Lan	81	2,56	1,46	2,24
9	Pháp	190	2,4	1,45	1,15
10	Malaysia	230	1,82	0,85	1,14

Nguồn : Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam

Trong các dự án đầu tư của Hàn Quốc tại Việt Nam, các tập đoàn kinh tế lớn của Hàn Quốc đã có mặt và chiếm gần một nửa tổng số vốn đầu tư, trong đó có thể kể đến là sự có mặt của 7 tập đoàn kinh tế lớn như : Samsung, Daewoo, Công ty xây dựng và công nghiệp nặng Hàn Quốc, tập đoàn kinh tế Kumho, Kolon, Hyundai và LG với số vốn bình quân mỗi dự án trên 10 triệu USD. Các tập đoàn này đã triển khai đầu tư trên quy mô lớn, từ bất động sản và xây dựng cơ sở hạ tầng đến các lĩnh vực : điện - điện tử, sản xuất ô tô, dược phẩm..., riêng tập đoàn Daewoo là tập đoàn đầu tư vào Việt Nam lớn nhất với tổng số vốn đăng ký lên tới 700 triệu USD.

Trong số 10 dự án FDI lớn nhất tại Việt Nam năm 2006, các doanh nghiệp Hàn Quốc chiếm tới 4 dự án. Tập đoàn thép Posco hàng đầu của Hàn Quốc vượt qua cả Intel (Mỹ) trở thành nhà đầu tư lớn nhất tại Việt Nam năm 2006 với số vốn 1,126 tỷ USD để xây dựng nhà máy thép tại Khu công nghiệp Phú Mỹ II (Bà Rịa - Vũng Tàu).

Tổ hợp 5 công ty xây dựng lớn của Hàn Quốc (Daewoo, Daewon, Kolon, Keangnam, Dongil) đầu tư 314 triệu USD vào dự án Tây Hồ Tây, xây dựng khu đô thị lớn nhất Hà Nội. Dự án liên doanh của tập đoàn Posco xây dựng khu

đô thị An Khánh giai đoạn I cũng lên tới 211,9 triệu USD (tổng dự án 2,1 tỷ USD). Công ty xây dựng nhà hàng đầu Hàn Quốc Booyoung đầu tư 171 triệu USD cho dự án khu đô thị mới Mỗ Lao (Hà Tây). Đây là những dự án lớn của Hàn Quốc đầu tư vào Việt Nam trong những năm gần đây và nhận được sự ủng hộ và giúp đỡ nhiệt tình của các địa phương trong cả nước.

Ngoài ra, các doanh nghiệp của Hàn Quốc đầu tư vào nhiều ngành công nghiệp quan trọng, như: dầu khí, cơ khí, điện-điện tử, hoá chất, dệt may, da giấy... với các tên tuổi có tiếng như: KNOC, SK, KEPCO, HYUNDAI, SAMSUNG, LG, DAEWOO, POSCO, CHOONG NAM, KAI TEX, TEAKWANG, SAM YANG, HWA SEUNG..., trong đó nhiều dự án lớn đã và đang được triển khai như: Dự án khai thác khí lô 11.2 và dự án khai thác dầu khí lô 15.1 ngoài khơi Việt Nam của KNOC, SK; các liên doanh với LG và DAEWOO sản xuất các thiết bị điện tử tin học; liên doanh LG Meca sản xuất các sản phẩm cơ khí, thiết bị điện lạnh; các liên doanh trong lĩnh vực dệt may với CHOONG NAM, KAI TEX; các liên doanh trong lĩnh vực giấy dếp với TEAKWANG, SAM YANG, HWA SEUNG, các liên doanh trong lĩnh vực hoá chất và mỹ phẩm với LG CHEM ...

Mới đây nhất, trong chuyến đi thăm làm việc của lãnh đạo Chính phủ Việt Nam sang Hàn Quốc (tháng 5 năm 2007), doanh nghiệp hai bên đã ký hàng loạt hợp đồng với tổng giá trị khoảng 4 tỷ USD.

Theo dự đoán của Cơ quan xúc tiến ngoại thương Hàn Quốc KOTRA. Năm 2007, đầu tư Hàn Quốc vào Việt Nam sẽ vẫn ở mức cao. Dự kiến sẽ đạt mức 2,8–3 tỷ USD. Bên cạnh đó, các hoạt động kinh doanh đầu tư doanh nghiệp Việt Nam – Hàn Quốc sẽ tăng mạnh dưới tác động của Hiệp định Thương mại Tự do Hàn Quốc – Asean có hiệu lực từ 1/6 vừa qua.

Việt Nam hiện đang trở thành điểm hấp dẫn đầu tư ở châu Á đối với doanh nghiệp Hàn Quốc. Hiện nay, các tập đoàn lớn của Hàn Quốc như Posco, Samsung, Lotte, Kumho Asiana... tiếp tục đẩy mạnh đầu tư mới tại Việt Nam. Trong khi đó, nhiều doanh nghiệp Hàn Quốc đang tìm đến thị trường Việt Nam để mở rộng cơ hội kinh doanh, tăng cường đầu tư vào các ngành công nghiệp trọng điểm hoặc di chuyển chi nhánh từ Trung Quốc sang Việt Nam.

Cuộc khảo sát của Cơ quan Xúc tiến ngoại thương Hàn Quốc (KOTRA) đầu năm 2007 cũng cho biết có tới 93% doanh nghiệp Hàn Quốc đang làm ăn tại Việt Nam cảm thấy hài lòng với hiệu quả kinh doanh tại đây... Các doanh nghiệp của Hàn Quốc cũng đóng vai trò quan trọng góp phần chuyển dịch cơ cấu, thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá của Việt Nam, đẩy mạnh tăng trưởng, gia tăng cơ hội xuất khẩu, tăng nguồn thu cho ngân sách và tạo công ăn việc làm. Với hàng trăm dự án đang hoạt động, hoặc trong quá trình xây dựng cơ bản hay đang hoàn tất các thủ tục hành chính, các cơ sở có vốn đầu tư từ Hàn Quốc đã trực tiếp tạo việc làm cho hơn 80.000 lao động Việt Nam, hàng chục nghìn lao động gián tiếp khác trong xây dựng và cung ứng dịch vụ và một số lượng lao động hơn thế trong các ngành công nghiệp phụ trợ. Một số lượng

lao động đáng kể của Việt Nam đã được đào tạo nâng cao năng lực quản lý, trình độ đủ để thay thế cho các chuyên gia nước ngoài.

Trong xu hướng coi Việt Nam là căn cứ đầu tư thứ 2 sau Trung Quốc, các doanh nghiệp Hàn Quốc đang gia tăng đầu tư vào Việt Nam. Lý do các doanh nghiệp Hàn Quốc chọn Việt Nam, theo ông Ki-hwa Hong, Chủ tịch KOTRA, là do Việt Nam là thành viên của ASEAN, được hưởng ưu đãi thuế quan khi xuất khẩu hàng hóa sang các nước trong khu vực. Việt Nam là nước ổn định về chính trị, thị trường nội địa đang phát triển nhanh và đang nắm giữ nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú như dầu khí, thủy hải sản. Bên cạnh đó, cùng với việc thực hiện Hiệp định thương mại tự do (FTA) ASEAN – Hàn Quốc (bắt đầu có hiệu lực kể từ ngày 1/6/2007), thị trường Việt Nam sẽ ngày càng hấp dẫn các doanh nghiệp Hàn Quốc do thuế nhập khẩu nguyên liệu, thiết bị máy móc phục vụ quá trình sản xuất tại Việt Nam và thuế xuất khẩu hàng hóa sang Hàn Quốc giảm mạnh.

Đầu tư nước ngoài nói chung và của Hàn Quốc nói riêng đóng vai trò quan trọng trong việc đẩy nhanh xuất khẩu sản phẩm Việt Nam sang thị trường Hàn Quốc. Tháng 5/2007, Diễn đàn Hợp tác thương mại và đầu tư Hàn Quốc - Việt Nam, vừa diễn ra tại TP.HCM, đại diện Trung tâm Xúc tiến thương mại và đầu tư Hàn Quốc (KOTRA) cho biết, sở dĩ các doanh nghiệp Hàn Quốc mong muốn đẩy mạnh xuất khẩu từ Việt Nam sang Hàn Quốc vì tốc độ tăng tiền lương ở Hàn Quốc khiến một số mặt hàng giày dép, quần áo sản xuất trong nước không có khả năng cạnh tranh. **Nhiều doanh nghiệp Hàn Quốc đã chuyển sản xuất ra nước ngoài, mà Việt Nam là một điểm đến, sau đó tái xuất khẩu về Hàn Quốc. Xu hướng này có lợi cho cả doanh nghiệp hai nước.** Sự hợp tác đầu tư giúp khắc phục điểm yếu của doanh nghiệp Việt Nam hiện nay là thiếu vốn, thiếu hiểu biết về thị trường và mở rộng được thị trường xuất khẩu trong khi doanh nghiệp Hàn Quốc cần khai thác lợi thế về chi phí sản xuất tại Việt Nam.

Sau đây là tình hình hợp tác của Việt Nam và Hàn Quốc trong một số lĩnh vực lớn:

Hợp tác trong lĩnh vực Dầu khí và Năng lượng

Trong lĩnh vực Dầu khí

Dự án khí lô 11.2: Các mỏ khí Rồng Đồi, Rồng Đồi Tây đã được phát hiện với trữ lượng thương mại từ năm 1995-1996. Cho đến nay hệ thống đường ống vận chuyển và thị trường tiêu thụ khí tại Việt Nam đã được thiết lập. Ngày 15/5/2005 KNOC đã công bố phát hiện dầu khí tại giếng khoan Rồng Trẻ. Ngày 7/10/2005 Thỏa thuận bảo lãnh Chính phủ (GGU) đã được ký với các bên tham gia đề án. KNOC đã và đang tích cực đầu tư về tài chính, kỹ thuật, nhân lực để đưa các mỏ khí này vào phát triển.

Dự án khai thác dầu khí lô 15-1 ngoài khơi Việt Nam: Đây là mỏ dầu khí lớn và Hàn Quốc có 2 công ty KNOC và SK tham gia trong dự án với các đối

tác khác theo hợp đồng điều hành chung (JOC). Kể từ ngày cho dòng dầu đầu tiên 29/10/2003 đến 4/10/2006 đã khai thác được 73,16 triệu thùng dầu từ mỏ Sư Tử Đen. Trong thời gian tới sẽ tiếp tục đưa vào khai thác các mỏ Sư Tử Trắng và Sư Tử Vàng.

Các đề án hợp tác khác với KNOG: Petrovietnam cùng với KNOG và SK đang tham gia vào hợp đồng tìm kiếm thăm dò ở các lô Madura I và Madura II ngoài khơi Indonesia.

Các nhà thầu khác : Hyundai, Samsung, Daewoo, LG... cũng đã và đang tham gia cung cấp dịch vụ, nhân lực, thiết bị trong các lĩnh vực xây lắp, thiết kế các công trình, hạng mục lớn trong các dự án đường ống dẫn khí.

Trong lĩnh vực Năng lượng

Hợp tác giữa Việt Nam và Hàn Quốc trong lĩnh vực năng lượng những năm gần đây cũng được mở rộng và ngày càng phát triển.

Bên cạnh các đầu tư tư nhân trong lĩnh vực thiết bị điện đang hoạt động có hiệu quả (Liên doanh sản xuất cột thép giữa Công ty chế tạo thiết bị điện Đông Anh và Công ty Hyun Dai Công nghiệp nặng; Liên doanh sản xuất cáp điện lực giữa Nhà máy cơ khí Yên Viên và Công ty Daisung; Liên doanh đầu tư lắp ráp công tơ điện tử giữa Công ty Điện lực 1 và Hãng Omni System của Hàn Quốc), phía Hàn Quốc bắt đầu quan tâm đầu tư vào lĩnh vực nguồn, cụ thể tháng 9 năm 2005 Công ty Điện lực Hàn Quốc (KEPCO) đã gửi thư đến Thủ tướng Chính phủ và Bộ Công nghiệp (cũ) mong muốn được đầu tư dự án Nhiệt điện Nghi Sơn 2 theo hình thức BOT.

Bên cạnh đầu tư của giới doanh nghiệp, Chính phủ Hàn Quốc cũng đã cung cấp vốn vay ODA trị giá 45 triệu USD cho Dự án duôi hơi 306-2 Nhà máy điện Bà Rịa (56 MW);

Đặc biệt, nhằm thúc đẩy quan hệ hợp tác giữa 2 nước trong lĩnh vực năng lượng và tài nguyên khoáng sản; được sự chấp thuận của hai Chính phủ, bắt đầu từ năm 2001, Bộ Công nghiệp Việt Nam (MOI) và Bộ Công nghiệp Thương mại và Năng lượng Hàn Quốc (MOCIE) đã thành lập Ủy ban Hợp tác Việt Nam – Hàn Quốc về Năng lượng và Khoáng sản. Nội dung hoạt động chính của Ủy ban là duy trì đều đặn hàng năm việc chia sẻ thông tin về kế hoạch và chính sách phát triển của mỗi nước đối với các ngành điện, than, dầu khí, khoáng sản; tổ chức trao đổi, thảo luận để xác định các nội dung và biện pháp thúc đẩy các thoả thuận hợp tác ưu tiên. Trong thực tế, hoạt động của Ủy ban đã góp phần tích cực cho việc củng cố quan hệ hợp tác giữa hai Bộ và hai ngành công nghiệp thời gian qua. Đặc biệt, bắt đầu từ năm 2003, hai phía đã bắt đầu các nội dung trao đổi và các hoạt động khởi động liên quan đến việc phát triển điện hạt nhân tại Việt Nam, như: tham quan khảo sát, phối hợp nghiên cứu chung về chiến lược phát triển năng lượng nguyên tử tại Việt Nam và kế hoạch thực hiện nội địa hoá thiết bị nhà máy điện nguyên tử tại Việt Nam.

Tại cuộc họp lần thứ 4 của Ủy ban diễn ra tại Hà Nội tháng 11/2006, hai Bộ đã ký kết 02 văn bản quan trọng làm cơ sở chính thức cho việc hợp tác trong thời gian tới, đó là:

- *Thoả thuận về hợp tác trong phát triển điện hạt nhân tại Việt Nam*, trong đó xác lập cơ cấu hợp tác cụ thể (Tổ công tác hỗn hợp) với nhiệm vụ trọng tâm là thúc đẩy việc trao đổi chuyên gia; chia sẻ thông tin, tài liệu; nâng cao nhận thức của các bên liên quan; đào tạo phát triển nguồn nhân lực cho ngành điện hạt nhân của Việt Nam trong tương lai;

- *Bản ghi nhớ (MOU) hợp tác về nội địa hoá nhà máy điện hạt nhân ở Việt Nam*, với nhiệm vụ trọng tâm là xây dựng lộ trình nội địa hoá thiết bị nhà máy điện hạt nhân trên cơ sở phát huy năng lực và khả năng của ngành cơ khí Việt Nam kết hợp với sự hợp tác và hỗ trợ của các đối tác phía Hàn Quốc.

Bộ Công nghiệp (cũ) đánh giá cao sự hợp tác nói trên và đang phối hợp tích cực cùng MOCIE triển khai tốt các nội dung hợp tác đã thoả thuận.

Hợp tác trong lĩnh vực dệt may, da giày

Trong lĩnh vực dệt may

Hàn Quốc là một trong những đối tác lớn của Tập đoàn Dệt May Việt Nam (VINATEX) tại châu Á. Những năm qua, VINATEX đã xuất khẩu sang Hàn Quốc sợi, vải, áo jacket, sơ mi, quần áo các loại ... và nhập khẩu chủ yếu là nguyên, phụ liệu cho ngành dệt, sợi các loại, xơ PE, thiết bị, phụ tùng và một số mặt hàng vải, sợi cao cấp cho công nghiệp thời trang ...

Ngoài đầu tư trực tiếp dưới hình thức 100% vốn của nhiều công ty dệt may Hàn Quốc tại Việt Nam còn có liên doanh của Công ty Dệt Việt Thắng của VINATEX với Công ty Dệt Choong Nam đang hoạt động rất hiệu quả. VINATEX cũng đã ký thoả thuận với Công ty Tae Chang, Hàn Quốc về hợp tác sản xuất theo hình thức hợp đồng hợp tác kinh doanh tại Công ty nhuộm Yên Mỹ, đã bắt đầu đi vào hoạt động sản xuất từ tháng 1/2007 với sản lượng sản hiện tại là 2 triệu mét/tháng và dự kiến sẽ nâng lên 3 triệu mét/tháng vào năm 2008.

Ngoài ra, VINATEX đang cùng với Tập đoàn Dầu khí Việt Nam nghiên cứu dự án hợp tác với Hàn Quốc sản xuất xơ sợi tổng hợp tại Việt Nam; hợp tác với Kaitex trong lĩnh vực đào tạo các chuyên gia hóa nhuộm cho ngành dệt may Việt Nam.

Trong lĩnh vực da giày

Trong lĩnh vực da giày phần lớn được đầu tư với hình thức 100% vốn nước ngoài, đó là các nhà máy với những dây chuyền thiết bị máy móc và công nghệ hiện đại, chuyên sản xuất và xuất khẩu những loại giày có thương hiệu nổi tiếng Nike, Reebok, như Công ty Teakwang Vina, Vietnam Chang Sinh, Vietnam Sam Yang và gần đây nhất là Công ty TNHH Hwa Seung Vina đầu tư

nhà máy sản xuất giày thể thao Reebok tại Khu công nghiệp Nhơn Trạch 1, tỉnh Đồng Nai với tổng vốn đầu tư hơn 60 triệu USD.

Ngoài ra, có một số công ty Hàn Quốc đã vào Việt Nam hợp tác với các doanh nghiệp Việt Nam theo phương thức đối tác cung cấp máy móc thiết bị, thanh toán chậm trong 3-5 năm, đồng thời cung cấp mẫu mã, đơn hàng sản xuất (gia công trả tiền nguyên phụ liệu). Các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là giày dép, túi cặp các loại, thị trường chủ yếu là EU và một phần xuất khẩu sang Hàn Quốc.

Hợp tác trong lĩnh vực hoá chất

Tổng Công ty Hóa chất Việt Nam (VINACHEM) có 2 liên doanh với Hàn Quốc đang hoạt động ổn định và có hiệu quả, gồm:

- Công ty liên doanh Kosvida tại tỉnh Bình Dương, chuyên sản xuất các loại thuốc bảo vệ thực vật với công suất 2.000 tấn/năm, tổng đầu tư 8,1 triệu USD, vốn pháp định 2,43 triệu USD, phía Việt Nam góp 30% vốn.

- Công ty liên doanh LG Vina Chem sản xuất chất hóa dẻo DOP, công suất 30 nghìn tấn/năm, tổng vốn đầu tư 12,5 triệu USD, vốn pháp định 3,8 triệu USD, trong đó Việt Nam góp 50%, tại huyện Long Thành - Đồng Nai.

Công ty Samsung Engineering của Hàn Quốc đã cùng đối tác nước ngoài là Technip dự thầu và đóng góp tích cực vào thành công của Dự án Nhà máy Đạm Phú Mỹ.

Hiện tại VINACHEM vẫn duy trì tốt việc nhập khẩu nguyên liệu, vật tư hoá chất từ Hàn Quốc, như cao su tổng hợp, than đen, nhôm tấm, hạt nhựa các loại, khuôn lốp, đồng cuộn, thuốc trừ sâu, hóa chất ... và xuất khẩu một số sản phẩm như lá cựa ốc quy, ốc quy, săm lốp xe đẩy, xe đẩy công nghiệp, túi chườm, đế giày... sang Hàn Quốc.

Hầu hết các dự án đầu tư của Hàn Quốc đều hoạt động có hiệu quả. Bên cạnh hoạt động đầu tư trực tiếp, Chính phủ Hàn Quốc còn có nhiều hoạt động hỗ trợ cho phát triển công nghiệp của Việt Nam thông qua việc cung cấp vốn vay ODA cho ngành điện, hỗ trợ xây dựng năng lực cho hoạt động bảo vệ môi trường ngành công nghiệp, hỗ trợ xây dựng quy hoạch, chính sách và đào tạo phát triển nguồn nhân lực cho ngành... Điều khẳng định là hoạt động đầu tư và hợp tác công nghiệp cũng như trên các lĩnh vực khác như thương mại, du lịch giữa hai nước thời gian qua đã thực sự tạo ra sự bổ sung cần thiết mang lại lợi ích chung thiết thực cho cả hai phía.

3. VIỆT NAM XUẤT KHẨU VÀO HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006

Quan hệ thương mại Việt Nam và Hàn Quốc được bắt đầu từ năm 1983 và được phát triển rất mạnh sau năm 1992, khi hai nước chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao. Giai đoạn trước 1992, trao đổi thương mại giữa Việt Nam và Hàn Quốc chủ yếu là buôn bán dân gian, chưa có hành lang pháp lý đảm bảo. Mặc dù vậy, qua số liệu thống kê cho thấy hai đặc trưng cơ bản trong quan

hệ thương mại giữa hai nước thời gian này là: *quan hệ có xu hướng phát triển và nhập siêu của Việt Nam tương đối lớn*. Giai đoạn 1983-1992, kim ngạch trao đổi hai chiều đã tăng 21,6 lần, tốc độ tăng trưởng trung bình là 40,7%/năm, trong đó tốc độ tăng nhập khẩu của Việt Nam từ Hàn Quốc tăng nhanh hơn xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc (48,3% so với 21,0%). Từ năm 1991, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Hàn Quốc tăng đột biến, đạt 239 triệu USD, tăng 60,4% so với mức 149 triệu USD năm 1990. Năm 1991, Hàn Quốc chiếm tỷ trọng 5,4% trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu hai chiều trong giai đoạn 10 năm 1993-2003 đã tăng gấp 5,35 lần – từ 581,7 triệu USD lên trên 3,1 tỷ USD, với tốc độ tăng trưởng trung bình năm là 20,2%, và thực tế từ nhiều năm nay Hàn Quốc đã là một trong 10 bạn hàng lớn nhất của Việt Nam. Để đánh giá sâu hơn về thương mại Việt Nam – Hàn Quốc, đề án sẽ phân tích cụ thể xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam với Hàn Quốc trong giai đoạn 2001-2005 và năm 2006.

Năm 2001, xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này đã đạt 406 triệu USD, tăng gần 10 lần so với năm 1991 (thời điểm trước khi thiết lập quan hệ ngoại giao). Đến năm 2006, xuất khẩu sang Hàn Quốc đã đạt 843 triệu USD, gấp đôi năm 2001, tăng trưởng bình quân cả giai đoạn là 15,7%. Đây là mức tăng trưởng khá nhưng còn chưa tương xứng với quan hệ hợp tác kinh tế thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và Hàn Quốc, đặc biệt so sánh với mức tăng trưởng xuất khẩu nói chung của Việt Nam trong giai đoạn này thì vẫn còn thấp và chưa có dấu hiệu đột biến trong cơ cấu ngành hàng xuất khẩu. Với mức kim ngạch đạt được trong năm 2006, *xuất khẩu sang Hàn Quốc hiện chỉ chiếm 2,1% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và chiếm 0,27% so với nhập khẩu của Hàn Quốc*, tức là mặc dù nhu cầu nhập khẩu của Hàn Quốc rất lớn (hàng năm nhập trên 300 tỷ USD) và quan hệ hợp tác hai nước phát triển tốt nhưng *hàng hóa của Việt Nam vẫn chưa thâm nhập được vào thị trường này*. Cơ hội để Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này, mức tăng trưởng cao trong tương lai là hoàn toàn có khả năng.

Bảng số 21: Thương mại Việt Nam – Hàn Quốc giai đoạn 2001-2006

Đơn vị: Triệu USD %

Năm	2001	2002	2003	2004	2005	2006	BQ 01-05
Tổng ngoại thương Việt Nam - Hàn Quốc	2.300	2.752	3.116	3.931	4.232	4.714	15,4
Nhập khẩu từ HQ	1.894	2.286	2.624	3.328	3.601	3.871	15,4
Tổng NK của VN	16.162	19.750	25.227	31.954	36.978	44.890	22,4
- Nhấu khẩu của VN từ HQ/tổng nhập khẩu của VN (%)	11,7	11,6	10,4	10,4	9,7	8,7	-
Xuất khẩu sang HQ	406	466	492	603	631	843	15,7
Tổng XK của VN	15.029	16.706	20.149	26.503	32.442	39.826	21,4
- XK của VN sang HQ/tổng XK của VN (%)	2,7	2,8	2,4	2,3	1,9	2,1	-
- XK của VN sang HQ/tổng NK của HQ (%)	0,29	0,31	0,28	0,27	0,24	0,27	-
Cán cân thương mại(thặng dư +, thâm hụt -)	-1.488	-1.820	-2.132	-2.725	-2.970	-3.028	15,3

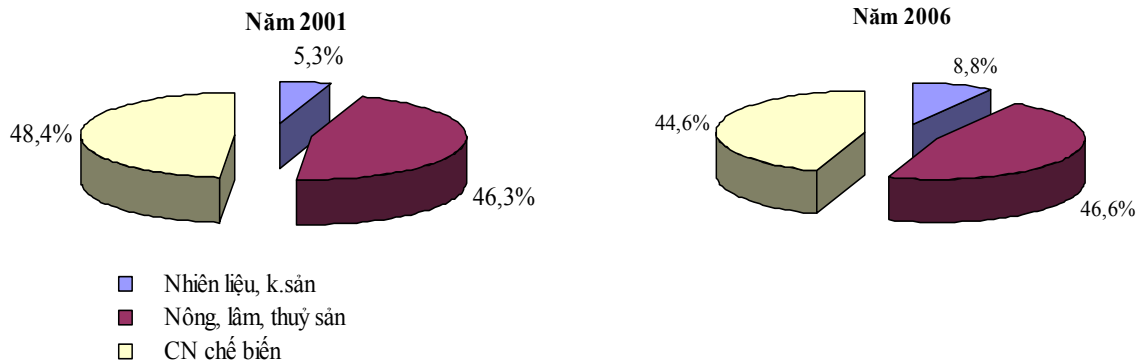
Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

Về cơ cấu sản phẩm xuất khẩu, hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc chủ yếu là *nông lâm, thủy sản, khoáng sản chưa qua chế biến hoặc mới sơ chế*, hoặc những hàng công nghiệp và tiêu thủ công có giá trị thấp. Trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc giai đoạn 2001-2006, các mặt hàng nông, lâm, thủy hải sản nói chung (gồm hải sản, cao su, cà phê, rau quả, hạt tiêu, quế...) là những mặt hàng đứng đầu danh sách, với tỷ trọng 46,6% (năm 2006). Trong đó hải sản luôn là mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất, mặc dù tốc độ tăng không nhanh, nhưng có xu hướng ổn định từ 110,0 triệu USD năm 2001 lên 211,7 triệu USD năm 2006, tỷ trọng thường chiếm khoảng 25-27%, tăng bình quân 14,0% trong giai đoạn 2001-2006. Tiêu dùng thủy sản tại Hàn Quốc ngày càng tăng nên nhu cầu nhập khẩu thủy sản tăng nhanh. Tuy nhiên người tiêu dùng Hàn Quốc yêu cầu cao về an toàn vệ sinh thực phẩm, nên việc xuất khẩu thủy sản sang Hàn Quốc phải được cơ quan chức năng của Hàn Quốc cho phép. Hiện tại Việt Nam có 342 doanh nghiệp được phép xuất khẩu thủy sản sang Hàn Quốc (số liệu tính đến tháng 11 năm 2007).

Mặt hàng cao su cũng tăng cả về lượng, kim ngạch và tỷ trọng, từ 9,9 triệu USD, chiếm 2,4% năm 2001 lên 50,7 triệu USD, chiếm 6,0%, tăng bình quân 38,6% trong giai đoạn 2001-2006. Một số mặt hàng nông sản khác xuất khẩu sang Hàn Quốc lại biến động khá thất thường, chưa ổn định. Hàng rau quả xuất khẩu sang Hàn Quốc năm 2001 đã đạt 20,2 triệu USD, chiếm 5,0% (là mặt

hàng xuất khẩu lớn thứ ba), nhưng đến năm 2006 chỉ đạt 6,7 triệu USD, chiếm 0,8%, giảm 19,8% trong giai đoạn 2001-2006. Những mặt hàng nông, lâm, thủy sản khác mặc dù kim ngạch còn nhỏ nhưng tăng trưởng tương đối nhanh: cà phê tăng 42,7%; hạt tiêu tăng 21,4%...

Biểu đồ 22: Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc 2001-2006



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam

Trong giai đoạn 2001-2006, cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc đã có những biến chuyển tích cực, tuy nhiên những biến chuyển này là bất thường và không ổn định. Đặc biệt do kim ngạch nhiều mặt hàng còn nhỏ lẻ nên việc thay đổi kim ngạch một mặt hàng lớn cũng làm thay đổi cơ cấu của cả nhóm ngành. Nhóm ngành công nghiệp chế biến chiếm tỷ trọng tương đối trong giai đoạn này (trên 40,0%) nhưng tăng trưởng không nhanh và thiếu tính ổn định. Năm 2001 tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến trên tổng kim ngạch xuất khẩu là 48,4%, năm 2003 giảm xuống còn 41,9%, năm 2005 tăng lên 49,4% và lại giảm xuống còn 44,6% năm 2006. Trong cơ cấu sản phẩm của nhóm này, mặt hàng dệt may luôn chiếm tỷ trọng lớn thứ nhất (lớn thứ 2 trong tổng kim ngạch xuất khẩu, đứng sau hải sản). Dệt may cũng là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam (năm 2006 chỉ đứng sau dầu thô). Trong giai đoạn năm 2001-2006, hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam tăng mạnh, với giá trị là 1,97 tỷ USD năm 2001; 3,68 tỷ USD năm 2003; 4,83 tỷ USD năm 2005 và 5,8 tỷ USD năm 2006, tăng bình quân trên 20%/năm. *Nhưng trong cùng thời gian này, xuất khẩu mặt hàng này sang Hàn Quốc lại có xu hướng giảm xuống cả về giá trị tuyệt đối và tỷ trọng*, năm 2001 đạt 104,1 triệu USD, chiếm 25,6%; đến năm 2006 còn 82,9 triệu USD, chiếm 9,8%, bình quân 2001-2006 giảm 4,5%. Lý do hàng dệt may giảm trong giai đoạn này là do việc nghiên cứu thị trường chưa tốt, sản phẩm không đáp ứng được nhu cầu người tiêu dùng dẫn đến đơn hàng bị giảm, bên cạnh đó, ngành thời trang và dệt may Hàn Quốc rất phát triển, chủng loại đa dạng, mẫu mã phong phú và chất lượng cao hơn hẳn.

Các mặt hàng công nghiệp chế biến khác, kể cả những mặt hàng mới xuất hiện mặc dù có kim ngạch còn nhỏ nhưng tăng trưởng tương đối nhanh trong giai đoạn này. *Gỗ và sản phẩm gỗ có kim ngạch đứng thứ 3 sau hải sản và dệt may*, năm 2001 xuất khẩu sản phẩm này mới đạt 17,9 triệu USD, chiếm 4,4%,

sau năm năm tăng lên 65,7 triệu USD, chiếm 7,8%, bình quân giai đoạn 2001-2006 tăng 29,7%/năm; máy vi tính, sản phẩm điện tử tăng bình quân 299,1%/năm, hiện chiếm tỷ trọng 4,8%; giấy dếp các loại tăng 32,7%/năm, chiếm 4,4%; sản phẩm chất dẻo tăng 36,3%/năm, chiếm 1,5%. Nhiều mặt hàng xuất khẩu mới xuất hiện trong những năm gần đây như: túi xách, va li, mũ, ô, dù; sản phẩm gốm, sứ; mỳ ăn liền...

Nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc nhiều năm qua là than và dầu thô... Trong 5 năm gần đây, xuất khẩu than tăng từ 857,9 nghìn USD, chiếm tỷ trọng 0,2% năm 2001 lên 33,7 triệu USD năm 2006, chiếm tỷ trọng 4,0%, tăng bình quân 111,3%/năm. Năm 2001 xuất khẩu dầu thô là 12,5 triệu USD, chiếm tỷ trọng 3,1%; đến năm 2006 tăng lên là 32,0 triệu USD, chiếm 3,8%, đặc biệt có năm lại không xuất khẩu dầu thô vào thị trường này như năm 2003, 2005. Trong khi đó, dầu thô đang là mặt hàng xuất khẩu số 1 của Việt Nam, năm 2006 xuất khẩu dầu thô cả nước đạt 8,3 tỷ USD. Trong thời gian tới xuất khẩu dầu thô (cũng như than đá) sẽ giảm do một số nhà máy lọc dầu đi vào hoạt động, tuy nhiên với nhu cầu nhập khẩu dầu và các nguyên liệu rất lớn của Hàn Quốc, Việt Nam chỉ có thể xuất khẩu mặt hàng này sau khi đáp ứng các nhu cầu sử dụng trong nước.

Bảng số 23: Kim ngạch xuất khẩu sang Hàn Quốc 2001-2006

Đơn vị: Triệu USD

		2001		2003		2005		2006		Tăng trưởng bình quân
		KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	
A	TỔNG KNXK	406	100	492	100	631	100	843	100	15,7
	<i>Trong đó:</i>									
	- Nhiên liệu, k.sản	21,6	5,3	32,4	6,6	35,0	5,5	74,7	8,8	28,2
	- Nông, lâm, thủy sản	187,8	46,3	253,5	51,5	283,9	45,0	392,7	46,6	15,9
	- CN chế biến	196,7	48,4	206,1	41,9	311,6	49,4	375,6	44,6	13,8
B	MẶT HÀNG CHỦ YẾU	301,5	74,2	303,3	61,7	461,5	73,1	667,9	79,2	17,2
I.	Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	13,30	3,3	17,5	3,6	21,6	3,4	65,70	7,8	37,6
1	Than đá	0,8	0,2	17,5	3,6	21,6	3,4	33,7	4,0	111,3
2	Dầu thô	12,5	3,1	-	-	-	-	32,0	3,8	20,7
II.	Nông, lâm, thủy sản	149,1	36,7	183,7	37,3	221,4	35,1	312,2	37,0	15,9
3	Hàng hải sản	110,0	27,1	127,9	26,0	162,1	25,7	211,7	25,1	14,0
4	Cao su	9,9	2,4	21,3	4,3	32,1	5,1	50,7	6,0	38,6
5	Cà phê	6,5	1,6	23,2	4,7	18,2	2,9	38,5	4,6	42,7
6	Hàng rau quả	20,2	5,0	9,6	2,0	6,1	1,0	6,7	0,8	-19,8
7	Hạt tiêu	1,1	0,3	1,2	0,2	1,7	0,3	2,9	0,3	21,4
8	Quế	1,4	0,3	0,5	0,1	1,2	0,2	1,7	0,2	4,0
III.	Hàng chế biến	139,1	34,2	102,1	20,8	218,5	34,6	290,0	34,4	15,8
9	Hàng dệt may	104,1	25,6	67,5	13,7	49,5	7,8	82,9	9,8	-4,5
10	Gỗ và sản phẩm gỗ	17,9	4,4	-	-	49,6	7,9	65,7	7,8	29,7
11	Máy vi tính, sản phẩm điện tử	0,04	0,0	0,3	0,1	37,6	6,0	40,5	4,8	299,1
12	Giấy dếp các loại	9,0	2,2	20,5	4,2	28,6	4,5	37,1	4,4	32,7
13	Sản phẩm chất dẻo	2,7	0,7	8,2	1,7	12,3	1,9	12,7	1,5	36,3

		2001		2003		2005		2006		Tăng trưởng bình quân
		KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	
A	TỔNG KNXK	406	100	492	100	631	100	843	100	15,7
14	Túi xách, va li, mũ, ô, dù	-	-	-	-	14,0	2,2	12,6	1,5	-
15	Sản phẩm gốm, sứ	-	-	-	-	10,0	1,6	11,0	1,3	-
16	Dây điện và cáp điện	4,0	1,0	3,3	0,7	2,1	0,3	8,6	1,0	16,5
17	Đá quý và kim loại quý					8,1	1,3	7,8	0,9	-
18	Đồ chơi trẻ em	1,1	0,3	2,3	0,5	2,6	0,4	5,1	0,6	35,9
19	Sản phẩm mây tre cói	-	-	-	-	4,1	0,6	4,6	0,5	-
20	Mỹ ăn liền	0,2	0,05	-	-	-	-	0,8	0,1	32,0
21	Sữa và sản phẩm từ sữa	0,02	-	-	-	-	-	0,6	0,1	97,4
C	Hàng hoá khác	104,6	25,8	188,7	38,4	169,0	26,8	175,1	20,8	10,9
	<i>Trong đó:</i>									
	- Nhiên liệu, k.sản	8,3	2,0	14,9	3,0	13,4	2,1	9,0	1,1	-
	- Nông, lâm, thủy sản	38,7	9,5	69,8	14,2	62,5	9,9	80,5	9,6	-
	- CN chế biến	57,6	14,2	104,0	21,1	93,1	14,8	85,6	10,2	-

Nguồn: Tổng cục Hải quan, Tổng cục Thống kê Việt Nam

4. VIỆT NAM NHẬP KHẨU TỪ HÀN QUỐC GIAI ĐOẠN 2001-2005 VÀ NĂM 2006

Năm 1998 nhập khẩu từ Hàn Quốc bị giảm 11,9% do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính tiền tệ khu vực, nhưng đến năm 1999, 2000 kim ngạch nhập khẩu từ thị trường này đã tăng trở lại với tốc độ cao. Nhập khẩu của Việt Nam từ Hàn Quốc tăng lên rất nhanh và gần như liên tục trong suốt thời gian qua (ngoại trừ năm 1998). Từ năm 2001, nhập khẩu từ Hàn Quốc tiếp tục được duy trì ở mức cao, năm 2001 Việt Nam nhập khẩu 1,8 tỷ USD, đến năm 2006 tăng lên gấp đôi 3,8 tỷ USD, tăng bình quân 15,4%. Trong giai đoạn này, kim ngạch nhập khẩu từ Hàn Quốc luôn chiếm tỷ trọng cao trong tổng nhập khẩu cả nước. Năm 2001 nhập khẩu từ Hàn Quốc so với nhập khẩu cả nước chiếm 11,7%, đến năm 2006 thì giảm xuống, nhưng vẫn chiếm khoảng 8,7%. Hàn Quốc cùng với Singapore, Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc là năm quốc gia và lãnh thổ có kim ngạch nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam.

Hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Hàn Quốc chủ yếu là các sản phẩm nguyên phụ liệu cho ngành dệt may, da, sắt thép, máy móc, thiết bị vận tải, sản phẩm hóa chất, sản phẩm điện và điện tử... Mặt hàng luôn đứng đầu nhiều năm nay trong danh sách hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Hàn Quốc là nguyên phụ liệu cho ngành dệt may, da giấy. Năm 2006 tính riêng nhập khẩu vải các loại đã là 620,7 triệu USD, chiếm 16,0%, đứng thứ nhất trong danh mục hàng nhập khẩu từ Hàn Quốc; nhập khẩu những nguyên phụ liệu khác cho ngành là 384,9 triệu USD, chiếm 9,9%. Đứng thứ hai là xăng dầu, nhập khẩu mặt hàng này mới tăng mạnh từ năm 2005 và giữ ở mức cao trong năm 2006, ước đạt 456,6 triệu USD, chiếm 11,8%, bình quân tăng 13,6%/năm trong giai đoạn 2001-2006. Những mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu tăng mạnh nhất là chất dẻo nguyên liệu, sắt thép các loại, kim loại thường khác, máy vi tính và sản phẩm điện tử, hóa chất và các sản phẩm hóa chất... Mặt hàng ô tô nguyên chiếc và

linh kiện ô tô có kim ngạch rất lớn trong những năm gần đây nhưng lại giảm mạnh trong năm 2006, năm 2001 nhập khẩu 2 mặt hàng này tương ứng là 121,9 triệu USD và 61,2 triệu USD, tăng mạnh qua các năm 2002, 2003, 2004, đạt 142,1 triệu USD và 127,9 triệu USD năm 2005, năm 2006 giảm mạnh xuống còn 62,7 triệu USD và 43,4 triệu USD. Bình quân giai đoạn 2001-2006 nhập khẩu ô tô nguyên chiếc giảm 12,5%, linh kiện ô tô giảm 6,6%. Nguyên nhân chính của hiện tượng này là năm 2006 Việt Nam có sự điều chỉnh trong chính sách sản xuất và nhập khẩu ô tô, Chính phủ cho phép nhập khẩu ô tô đã qua sử dụng, đồng thời chỉ đạo tiếp tục nghiên cứu giảm thuế nhập khẩu ô tô mới và ô tô đã qua sử dụng theo cam kết với WTO từ năm 2007 nên người tiêu dùng và doanh nghiệp trong nước có cơ hội đa dạng hơn trong việc chọn lựa chủng loại ô tô có mức giá phù hợp. Đồng thời, Việt Nam hội nhập sâu hơn trong nội khối ASEAN nên một mặt trong nước tăng cường sản xuất đáp ứng nhu cầu, mặt khác tăng nhập khẩu từ các nước khác.

Mặc dù nhập khẩu ô tô giảm mạnh trong năm 2006, nhưng theo dõi trong cả giai đoạn 2001-2006 có thể thấy rằng tác nhân chính làm cho kim ngạch nhập khẩu từ Hàn Quốc tăng nhanh trong những năm qua là do Việt Nam nhập khẩu nguyên phụ liệu và máy móc thiết bị cho đầu tư từ Hàn Quốc, điều này cũng tương ứng với lượng vốn đầu tư của Hàn Quốc vào Việt Nam ngày càng nhiều (hiện đứng thứ nhất). Các doanh nghiệp có vốn đầu tư của Hàn Quốc ở Việt Nam và các doanh nghiệp khác tiếp tục tăng nhập khẩu các loại vật liệu từ Hàn Quốc để sản xuất hàng dệt may, lắp ráp hàng điện tử, lắp ráp ô tô, xe máy để xuất khẩu cũng như hàng tiêu dùng nội địa, làm cho kim ngạch nhập khẩu nhóm mặt hàng này tăng. Bên cạnh đó là do nhu cầu mua ô tô Hàn Quốc của người Việt Nam tăng lên. Ô tô Hàn Quốc phù hợp với khả năng thanh toán của người tiêu dùng Việt Nam hiện nay.

Bảng số 24: Kim ngạch nhập khẩu từ Hàn Quốc 2001-2006

Đơn vị: Triệu USD

		2001		2003		2005		2006		Tăng trưởng bình quân
		KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	
I.	Tổng nhập khẩu	1.894	100	2.624	100	3.600	100	3.870	100	15,4
II.	Các mặt hàng chủ yếu	1.271	67,1	1.621	61,8	3.121	86,7	3.277	84,7	20,9
1	Vải các loại	-	-	-	-	521,0	14,5	620,7	16,0	-
2	Xăng dầu các loại	99,5	5,3	80,5	3,1	443,3	12,3	487,2	12,6	37,4
3	Máy móc, thiết bị, phụ tùng	240,9	12,7	367,8	14,0	416,2	11,6	456,6	11,8	13,6
4	NPL dệt may, da giày	421,1	22,2	495,5	18,9	445,6	12,4	384,9	9,9	-1,8
5	Chất dẻo nguyên liệu	89,30	4,7	115,1	4,4	213,6	5,9	254,1	6,6	23,3
6	Kim loại thường khác	-	-	-	-	125,4	3,5	239,9	6,2	-
7	Sắt thép các loại	116,4	6,1	136,9	5,2	231,0	6,4	213,7	5,5	12,9
8	Máy vi tính và SP điện tử	53,6	2,8	74,8	2,9	113,2	3,1	103,8	2,7	14,1
9	Các sản phẩm hóa chất	-	-	-	-	70,1	1,9	94,5	2,4	-
10	Hóa chất	-	-	-	-	57,3	1,6	70,2	1,8	-

		2001		2003		2005		2006		Tăng trưởng bình quân
		KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	
I.	Tổng nhập khẩu	1.894	100	2.624	100	3.600	100	3.870	100	15,4
11	Tân dược	34,0	1,8	44,7	1,7	58,2	1,6	65,2	1,7	13,9
12	Ô tô nguyên chiếc	121,9	6,4	137,4	5,2	142,1	3,9	62,7	1,6	-12,5
13	Sợi các loại	-	-	-	-	39,7	1,1	54,3	1,4	-
14	Linh kiện ô tô	61,2	3,2	157,0	6,0	127,9	3,6	43,4	1,1	-6,6
15	Giấy các loại	-	-	-	-	49,5	1,4	42,6	1,1	-
16	Phân bón các loại	33,5	1,8	11,5	0,4	26,6	0,7	31,6	0,8	-1,2
17	Cao su	-	-	-	-	18,7	0,5	26,1	0,7	-
18	Thuốc trừ sâu	-	-	-	-	5,4	0,2	9,1	0,2	-
19	Thức ăn gia súc	-	-	-	-	5,2	0,1	6,2	0,2	-
20	Gỗ và sản phẩm từ gỗ	-	-	-	-	2,7	0,1	4,1	0,1	-
21	NPL dược phẩm	-	-	-	-	2,3	0,1	3,3	0,1	-
22	Bông các loại	-	-	-	-	4,1	0,1	1,6	-	-
23	Dầu mỡ động vật	-	-	-	-	1,4	-	1,5	-	-
III.	Hàng hóa khác	589,3	31,1	1.000,0	38,1	472,2	13,1	591,7	15,3	-

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

5. TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC NĂM 2007

Năm 2007, Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), hoạt động xuất khẩu nói chung có nhiều thuận lợi, là điều kiện để trong nước phát triển sản xuất, thâm nhập thị trường. Tám tháng đầu năm, xuất khẩu các mặt hàng sang thị trường Hàn Quốc ước đạt 806,3 triệu USD, gần bằng kim ngạch cả năm 2006, dự kiến năm 2007 đạt 1,2 tỷ USD. Năm 2007 là năm đầu tiên xuất khẩu sang Hàn Quốc đạt trên 1 tỷ USD. Những mặt hàng chủ yếu vẫn là các mặt hàng truyền thống trước đây như hải sản, dệt may, gỗ và các sản phẩm gỗ, cao su, cà phê, máy vi tính và sản phẩm điện tử, giày dép các loại...

Trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu sang Hàn Quốc năm 2007, hàng công nghiệp chế biến chiếm tỷ trọng lớn nhất với 53,2%, trong đó nổi bật là sản phẩm gỗ tăng 26,5%; giày dép tăng 40,0%; túi xách, va li, mũ, ô dù tăng 29,4%; dây điện và cáp điện tăng 316,3%. Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản ước đạt 355,5 triệu USD, chiếm 29,6%, tỷ trọng này thấp hơn so với năm 2006. Do đặc điểm của thị trường Hàn Quốc, kim ngạch còn thấp, nên việc thay đổi kim ngạch 1 mặt hàng nào đó có tác động rất lớn đến cơ cấu nhóm hàng. Năm 2007 dầu thô xuất khẩu đạt mức cao (167,0 triệu USD) làm tăng tỷ trọng nhóm hàng nguyên nhiên liệu, ước đạt 206,7 triệu USD, chiếm 17,2%.

Nhập khẩu từ Hàn Quốc tiếp tục tăng mạnh trong 8 tháng đầu năm 2007, ước nhập 3,3 tỷ USD. Cơ cấu sản phẩm chủ yếu không có sự thay đổi lớn, vẫn là những mặt hàng máy móc thiết bị, phụ tùng; nguyên nhiên liệu đầu vào cho sản xuất: xăng dầu các loại 477,4 triệu USD; chất dẻo nguyên liệu 203,5 triệu

USD; vải các loại 514,5 triệu USD; nguyên phụ liệu dệt may, da giày 256,0 triệu USD; sắt thép các loại 178,1 triệu USD; máy móc, thiết bị phụ tùng 514,1 triệu USD. Dự kiến cả năm 2007 nhập khẩu 4,9 tỷ USD, nhập siêu 3,7 tỷ USD, gấp hơn 3 lần kim ngạch xuất khẩu sang Hàn Quốc.

6. TÌNH HÌNH NHẬP SIÊU TRONG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM-HÀN QUỐC

Về cán cân thương mại giữa hai nước trong suốt thời gian qua, Việt Nam luôn luôn trong tình trạng nhập siêu. Tốc độ nhập siêu tăng mạnh và luôn ở mức cao. Năm 1991 Việt Nam nhập siêu 157 triệu USD, đến năm 2001 tăng lên là 1,48 tỷ USD, gấp 3,7 lần kim ngạch xuất khẩu. Trong giai đoạn 2001-2006 mức nhập siêu từ Hàn Quốc tăng gấp đôi lên 3,0 tỷ USD, gấp 3,6 lần kim ngạch xuất khẩu, bình quân tăng 15,3%/năm. So sánh tốc độ tăng xuất khẩu, nhập khẩu và nhập siêu có thể thấy tương đương nhau và không có đột biến trong xuất khẩu. Trong khi kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc còn rất nhỏ, lại không có những tăng trưởng đột biến, nhập siêu từ thị trường này sẽ còn tăng mạnh nếu không có định hướng chiến lược và giải pháp hiệu quả.

Phân tích cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu giữa Hàn Quốc và Việt Nam có thể thấy **nguyên nhân chủ yếu khiến Việt Nam nhập siêu lớn từ Hàn Quốc là do có sự khác biệt rõ rệt giữa cơ cấu hàng trao đổi giữa hai nước.** Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc chủ yếu là nông, lâm, thủy sản và nguyên liệu thô có giá trị thấp, trong khi mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Hàn Quốc chủ yếu lại là máy móc thiết bị, ô tô, sắt thép, nguyên phụ liệu có giá trị cao hơn nhiều. Bên cạnh đó, nguồn vốn ĐTNN của Hàn Quốc vào Việt Nam tăng rất nhanh, trong khi ngành công nghiệp phụ trợ của Việt Nam chưa phát triển, nên các dự án đầu tư này luôn kèm theo việc nhập khẩu máy móc, thiết bị, phụ tùng phục vụ sản xuất. Mặt khác, các hoạt động xúc tiến thương mại của Việt Nam đối với thị trường Hàn Quốc còn nhiều hạn chế nên chưa có những đột phá trong hoạt động xuất khẩu sang thị trường này.

7. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC

7.1 Tác động tích cực

Thương mại Việt Nam – Hàn Quốc tăng nhanh góp phần quan trọng vào thành tựu chung của ngoại thương và kinh tế Việt Nam.

Trong điều kiện còn là một nước nông nghiệp, cơ sở vật chất kỹ thuật còn yếu kém, Việt Nam đã coi mở cửa nền kinh tế, đẩy mạnh kinh tế đối ngoại là chiến lược cơ bản để thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, tăng cường xuất khẩu để chiếm lĩnh thị trường thế giới, đồng thời đẩy mạnh nhập khẩu máy móc kỹ thuật hiện đại thay thế kỹ thuật lạc hậu hiện còn đang được

sử dụng phổ biến trong nhiều ngành kinh tế ở Việt Nam. Trong khi đó, Hàn Quốc là một nước công nghiệp, thông qua quan hệ hợp tác với Hàn Quốc, Việt Nam có thể **tiếp thu những công nghệ tiên tiến, nhất là trong các ngành công nghiệp nặng như thép, hóa chất... và học tập phương thức quản lý mới của Hàn Quốc.**

Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam nói chung cũng như sang Hàn Quốc nói riêng, hiện nay chủ yếu là nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp dệt may, da giày. Đó là những mặt hàng chứa đựng hàm lượng lao động cao. Trong khi lực lượng lao động ở Việt Nam còn dồi dào và phần lớn ở khu vực nông nghiệp nông thôn thì **đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng này là cách tốt nhất để Việt Nam giải quyết việc làm, tăng thu nhập cho người lao động.**

Trong cán cân thương mại với Hàn Quốc, Việt Nam luôn luôn là nước nhập siêu, nhưng ở một số khía cạnh nhất định, việc nhập khẩu từ Hàn Quốc mang tính tích cực, nó **phản ánh sự phân công lao động hợp tác quốc tế trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh, nâng cao hiệu quả kinh tế của mỗi nước.** Việt Nam hiện vẫn là một nước nông nghiệp, cơ sở vật chất kỹ thuật còn yếu và thiếu, đang trong quá trình đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa nên thiếu vốn và công nghệ tiên tiến, trong khi đó Hàn Quốc hiện là một trong những cường quốc về kinh tế và khoa học kỹ thuật mới nổi lên, mà trong cơ cấu hàng nhập khẩu từ Hàn Quốc chủ yếu là những máy móc thiết bị với kỹ thuật tiên tiến rất cần cho Việt Nam hiện nay. Những mặt hàng nhập khẩu khác là các nguyên phụ kiện cần thiết cho phát triển mạnh các ngành sản xuất phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng trong nước cũng như sản xuất hàng xuất khẩu. Quan hệ thương mại có tính chất mở đường, thúc đẩy và phát triển như là một phần tất yếu trong sự phát triển các quan hệ kinh tế khác giữa Việt Nam với Hàn Quốc. Trong lĩnh vực hợp tác đầu tư, Hàn Quốc đã vọt lên là đối tác hàng đầu của Việt Nam, tính đến tháng 8 năm 2007 tổng vốn đầu tư vào Việt Nam là 7,9 tỷ USD (chỉ tính các dự án còn hiệu lực), với số dự án là 1.461, vượt lên trên cả Đài Loan, Nhật Bản, Singapore, Hồng Kông. Theo đánh giá của nhiều Đề tài, Đề án nghiên cứu, nhìn chung các dự án đầu tư của Hàn Quốc triển khai nhanh và hiệu quả, tạo ra doanh thu đáng kể và việc làm cho người lao động Việt Nam, đặc biệt góp phần phát triển các ngành, các lĩnh vực công nghiệp ở Việt Nam. Trong đó đầu tư vào công nghiệp và xây dựng chiếm tỷ trọng lớn nhất, chiếm trên 70% về số dự án, trên 60% về vốn, tập trung vào các ngành sản xuất ô tô, điện tử, thép, cơ khí chế tạo, dệt may, da giày, giấy. Vì vậy, nhập khẩu từ Hàn Quốc tăng lên nhanh, nhập siêu với Hàn Quốc lớn, và cơ cấu hàng nhập khẩu phản ánh khá rõ mối quan hệ này. **Các doanh nghiệp có vốn đầu tư của Hàn Quốc nhập khẩu vật tư từ Hàn Quốc để phát triển sản xuất ở Việt Nam những mặt hàng không chỉ tiêu thụ tại Việt Nam, mà còn để xuất khẩu trở lại Hàn Quốc hoặc xuất khẩu sang các nước khác.** Một điều tra cho thấy rằng trong các công ty có vốn đầu tư của Hàn Quốc, khoảng 57,9% sản phẩm của công ty được tiêu thụ tại Việt Nam, 21,6%

tiêu thụ tại Hàn Quốc và 20,1% tiêu thụ tại các nước thứ ba¹. Hiện nay, hầu hết các công ty hàng đầu của công nghiệp Hàn Quốc đã có mặt tại Việt Nam như LG, Daewoo, Samsung, Hyundai, Posco,... Qua các công ty này, Việt Nam có thể tiếp thu kinh nghiệm quản lý, tiếp cận thị trường Hàn Quốc và các thị trường khác thuận lợi hơn...

7.2 Hạn chế

- Kim ngạch ngoại thương của Việt Nam trong tổng kim ngạch ngoại thương của Hàn Quốc vẫn còn quá nhỏ bé

Hàn Quốc là đối tác quan trọng trong quan hệ thương mại của Việt Nam nhưng chưa đúng với chiều ngược lại. Theo phân tích ở các phần trên cho thấy, các đối tác truyền thống hiện nay của Hàn Quốc vẫn là Mỹ, Nhật, Bản, Hồng Kông và gần đây là Trung Quốc. Xuất khẩu từ Việt Nam sang Hàn Quốc mới đạt 843 triệu USD. Ngay cả dầu thô là mặt hàng xuất khẩu chủ lực số một của Việt Nam nhưng xuất khẩu sang Hàn Quốc rất hạn chế, thậm chí có năm còn không xuất được, trong khi dầu cũng là mặt hàng nhập khẩu chính của Hàn Quốc, năm 2006 nhập khẩu dầu thô và các sản phẩm liên quan của Hàn Quốc lên đến 66,6 tỷ USD. Thị trường xuất khẩu chính của Hàn Quốc trong năm 2006 là Trung Quốc 64,4 tỷ USD, Mỹ 43,1 tỷ USD, Nhật Bản 26,5 tỷ USD, Hồng Kông 18,9 tỷ USD, trong khi xuất khẩu sang Việt Nam cả năm 2006 đạt 3,8 tỷ USD, nhưng đã xuất siêu quá lớn sang Việt Nam. Tính chung kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam chỉ chiếm trong tổng kim ngạch ngoại thương Hàn Quốc năm 2006 là 0,74%, còn xuất khẩu của Việt Nam chỉ chiếm 0,27% trong tổng nhập khẩu của Hàn Quốc.

- Sự chênh lệch lớn về trình độ phát triển kinh tế giữa hai nước

Hàn Quốc là một nước phát triển, có trình độ kỹ thuật và quản lý tiên tiến, với một nền kinh tế thị trường phát triển, thu nhập bình quân đầu người ở mức cao (năm 2006 là 18.000 USD/người), trong khi Việt Nam mới chuyển sang kinh tế thị trường, cơ sở vật chất kỹ thuật, trình độ quản lý yếu kém. Sự khác biệt này có thể gây ra những trở ngại nhất định trong quan hệ ngoại thương giữa hai nước. Tình trạng nhập siêu nặng nề về phía Việt Nam như đã phân tích ở trên chính là một trong những hạn chế do sự chênh lệch này.

Mặc dù sự chênh lệch về trình độ phát triển có thể giúp hai nước dễ tìm thấy lợi thế so sánh và phát huy lợi thế của mình trong quan hệ thương mại để hai bên cùng có lợi, song trên thực tế vẫn xảy ra khó khăn lớn thường ở phía Việt Nam. Hàng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là những hàng thô, hàng nông lâm hải sản tươi sống chưa qua chế biến hoặc mới sơ chế, khó bảo quản, và đặc biệt yêu cầu kiểm dịch đối với hàng thực phẩm của Hàn Quốc rất cao. Thậm chí có nhiều mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam có chất lượng hàng đảm bảo, giá hàng

¹ Trích nghiên cứu của Viện Khoa học xã hội Việt Nam năm 2005

cạnh tranh nhưng do trình độ kỹ thuật thấp, chỉ khâu bao bì đóng gói không đủ đẹp, chưa đủ hấp dẫn theo nhu cầu thị trường Hàn Quốc.

Ngoài ra, các nhà xuất khẩu Việt Nam còn thiếu kinh nghiệm trong việc xúc tiến thương mại ở nước ngoài nói chung cũng như trên thị trường Hàn Quốc nói riêng. Thêm vào nữa, do còn là một nước nghèo nên Việt Nam chưa đủ khả năng tài chính đầu tư nhiều vào các dịch vụ quảng cáo, xây dựng các trang web để giới thiệu hàng Việt Nam hoặc đầu tư vào dịch vụ hậu mãi, nên khó cạnh tranh trên thị trường Hàn Quốc, nơi mà người dân có mức thu nhập cao, họ thường đòi hỏi các dịch vụ thương mại phải rất thuận tiện. Cũng có khi do khoảng cách về trình độ phát triển nên Hàn Quốc chưa thực sự hiểu Việt Nam, dẫn đến hiện tượng kiện Việt Nam bán phá giá (như trường hợp bột lửa ga) đã gây ảnh hưởng tiêu cực đến sản xuất và xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam.

CHƯƠNG III: ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM SANG HÀN QUỐC – PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP

1. SO SÁNH TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA TRUNG QUỐC VÀ HÀN QUỐC VỚI VIỆT NAM

1.1 So sánh chính sách tiền tệ và ngoại thương giữa Hàn Quốc và Trung Quốc:

Về chính sách ngoại thương, Trung Quốc và Hàn Quốc đều có *định hướng chiến lược ngoại thương rõ ràng* và giúp cho hai nước đạt được những thành tựu phát triển to lớn, đó là chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu, thực hiện công nghiệp hoá theo hướng xuất khẩu. Trên cơ sở đó, cả hai nước đều có xu hướng thực hiện các chính sách có lợi cho xuất khẩu hàng hoá như trợ cấp xuất khẩu, giảm hoặc hoàn thuế xuất khẩu, áp dụng chế độ tín dụng ưu đãi cho các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu, áp dụng các rào cản kỹ thuật nhằm hạn chế việc nhập khẩu, tăng cường sản xuất các mặt hàng thay thế nhập khẩu trong nước, áp dụng các biện pháp để điều tiết giá của đồng nội tệ có lợi cho hoạt động xuất khẩu. Đây là xu hướng chung của các nước đang phát triển. Tuy nhiên, dưới áp lực của việc gia nhập WTO, thực hiện các cam kết khi tham gia vào các tổ chức kinh tế thế giới, các nước này đều phải hạn chế dần các hỗ trợ trực tiếp và chuyển sang sử dụng các biện pháp hỗ trợ gián tiếp để tiếp tục thực hiện chính sách xuất khẩu của mình.

Trung Quốc và Hàn Quốc *đều đang tích cực thực hiện chính sách thương mại đa biên*, xây dựng mối quan hệ thương mại với nhiều đối tác để mở rộng hơn nữa hoạt động xuất nhập khẩu cũng như hợp tác đầu tư. Đây cũng là xu hướng chung của các nước trong bối cảnh toàn cầu hoá.

Về chính sách tiền tệ, để tạo điều kiện cho hoạt động xuất khẩu, các nước này đều có xu hướng kiểm soát giá đồng nội tệ theo hướng có lợi cho hoạt động xuất khẩu. Tuy nhiên, Hàn Quốc đã sử dụng chế độ tỷ giá hối đoái thả nổi từ năm 1997, trong khi Trung Quốc vẫn thực hiện chế độ tỷ giá hối đoái cố định với đồng đô la Mỹ cho đến năm 2005, và hiện nay thực hiện thả nổi nhưng có kiểm soát

Cả hai nước đều sử dụng một cách linh hoạt các công cụ như lãi suất, tỷ giá, in tiền... để điều tiết hoạt động cung cầu tiền có lợi cho hoạt động của nền kinh tế nói chung và hoạt động xuất khẩu nói riêng. Tuy nhiên, do thực hiện cơ chế thị trường sau Hàn Quốc nên việc thực hiện, triển khai các chính sách tiền tệ như một công cụ để thực hiện chiến lược sản xuất hướng ra xuất khẩu ở Trung Quốc cũng diễn ra muộn hơn. Nhưng nhìn chung nhờ chính sách tiền tệ đúng đắn, phù hợp với điều kiện kinh tế của đất nước, hiện nay cả hai nước đều đã và đang đạt được những thành công lớn trong phát triển kinh tế và được cả thế giới ghi nhận.

1.2 So sánh tình hình xuất nhập khẩu của Trung Quốc và Hàn Quốc với Việt Nam

Cả Hàn Quốc và Trung Quốc đều là những đối tác, *những bạn hàng lớn và nhà đầu tư lớn của Việt Nam*. Tuy nhiên, do điều kiện về địa lý thuận lợi và mối quan hệ buôn bán có từ lâu đời nên kim ngạch xuất nhập khẩu của Trung Quốc với Việt Nam cao hơn hẳn so với Hàn Quốc, số liệu năm 2006 là 10,4 tỷ USD đối với Trung Quốc và 4,7 tỷ USD đối với Hàn Quốc. Về cán cân thương mại, Việt Nam *đều nhập siêu từ hai quốc gia này*, mức nhập siêu từ Trung Quốc lớn hơn với 4,3 tỷ USD so với 3,0 tỷ USD của Hàn Quốc. Tuy nhiên, nếu tính tỷ trọng nhập siêu trên kim ngạch xuất khẩu thì Trung Quốc thấp hơn Hàn Quốc do kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc còn rất nhỏ (843 triệu USD so với 3,0 tỷ USD). Hiện tại, xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc chiếm 2,1% trên tổng kim ngạch xuất khẩu, trong khi đó xuất sang Trung Quốc chiếm 7,6%.

Trong lĩnh vực đầu tư, Hàn Quốc là nước hơn hẳn về số vốn đầu tư và số dự án. Theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, tính từ năm 1988 đến ngày 22/9/2007, có 1.635 dự án (FDI) thông nhất số liệu lấy đến tháng 9/07 của Hàn Quốc vào Việt Nam so với 497 dự án của Trung Quốc. Vốn đầu tư của Hàn Quốc lên đến 11 tỷ USD, của Trung Quốc là 1,5 tỷ USD. Trong năm 2007, Hàn Quốc đã vươn lên là nhà đầu tư số 1 vào Việt Nam trong khi Trung Quốc đứng thứ 7. Sau đây là bảng một số chỉ tiêu thương mại, đầu tư của Trung Quốc và Hàn Quốc với Việt Nam:

Bảng số 25: Một số chỉ tiêu thương mại, đầu tư của Trung Quốc và Hàn Quốc với Việt Nam

Đơn vị: Triệu USD

STT		Trung Quốc	Hàn Quốc
I.	Thương mại (số liệu 2006)		
1	Tổng Kim ngạch XNK với Việt Nam	10.420	4.714
2	Việt Nam nhập khẩu	7.390	3.871
3	Tổng NK của VN		44.410
4	- Tỷ trọng trên tổng NK của Việt Nam (2/3)	16,6	8,7
5	Việt Nam xuất khẩu	3.200	843
6	Tổng XK của VN		39.826
7	- Tỷ trọng trên tổng XK của Việt Nam (5/6)	7,6	2,1
8	Cán cân thương mại(thặng dư +, thâm hụt -)	-4.360	-3.028
II.	Đầu tư (số liệu 2001-22.8.2007)		
1	Số dự án vào Việt Nam (dự án)	480	1.461
2	Tổng số vốn đầu tư (triệu USD)	1.390	7.902
3	Sếp thứ	9	1

Nguồn: Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư

2. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ, CÔNG NGHIỆP, THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

2.1 Định hướng phát triển công nghiệp Việt Nam đến 2010

Phát triển công nghiệp theo một cơ cấu mới trên cơ sở đa dạng hoá về quy mô và chế độ sở hữu và quy hoạch phát triển hợp lý các ngành nghề; nâng cao hàm lượng khoa học, công nghệ và tỷ trọng giá trị nội địa trong sản phẩm công nghiệp. Phát triển công nghiệp gắn với phát triển dịch vụ, phát triển đô thị và bảo vệ môi trường.

Phát triển công nghiệp tập trung 3 nhóm ngành: nhóm ngành công nghiệp đang có lợi thế cạnh tranh, nhóm ngành sản xuất tư liệu sản xuất và nhóm ngành công nghiệp tiềm năng. Trong giai đoạn 2006 - 2010, ***lấy xuất khẩu làm mục tiêu phát triển công nghiệp và là thước đo khả năng hội nhập chủ động vào khu vực và quốc tế***. Xây dựng chương trình phát triển công nghiệp phục vụ công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp nông thôn nhằm chuyển dịch cơ cấu lao động, cơ cấu ngành nghề, tạo sự phát triển bền vững các vùng, các địa phương.

Hoàn chỉnh quy hoạch phát triển các khu, cụm, điểm công nghiệp trên cả nước. Hình thành các vùng công nghiệp trọng điểm. Tăng cường hợp tác và phân công sản xuất công nghiệp với khu vực và quốc tế, từng bước đưa công nghiệp Việt Nam trở thành một mắt xích của hệ thống công nghiệp khu vực và quốc tế.

Mục tiêu phấn đấu đến 2010:

Căn cứ mục tiêu *Nghị quyết X của Đảng Cộng sản Việt Nam đã đề ra và định hướng kế hoạch kinh tế xã hội 2006-2010*, ngành công nghiệp đặt ra những mục tiêu như sau:

- Đạt tốc độ tăng trưởng sản xuất bình quân toàn ngành **15,2 - 15,5%/năm**. Tăng trưởng GDP công nghiệp và xây dựng bình quân **10 - 10,2%/năm**. Đến năm 2010, công nghiệp khai khoáng chiếm tỷ trọng 7,6% giá trị sản xuất công nghiệp, công nghiệp chế biến chiếm 88,6%, công nghiệp điện nước ga chiếm 3,8%. Phấn đấu đến năm 2010 tỷ trọng công nghiệp và xây dựng chiếm 43 - 44% trong GDP cả nước. Cơ cấu công nghiệp quốc doanh giảm từ 34,3% năm 2005 xuống khoảng 28% năm 2010, công nghiệp khu vực ngoài quốc doanh tăng từ 28,5% năm 2005 lên khoảng 31,8% và khu vực đầu tư nước ngoài tăng từ 37,2% lên 40,2%.

- Đảm bảo cân đối cung cầu của nền kinh tế về những sản phẩm công nghiệp chủ yếu như điện, than, thép xây dựng, phân lân chế biến, phân NPK, phân đạm urê, lắp ráp ô tô...; đáp ứng cơ bản những mặt hàng tiêu dùng với chất lượng ngày một nâng cao, có giá cả phù hợp sức mua của thị trường xã hội.

- Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm công nghiệp đạt bình quân 16,7%/năm; đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm đã qua chế biến, sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, đưa tỷ trọng xuất khẩu hàng công nghiệp chiếm 77 - 80% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước, trong đó tỷ trọng hàng công nghiệp xuất khẩu đã qua chế biến đạt 65 - 70% vào năm 2010.

2.2. Định hướng xuất khẩu sản phẩm công nghiệp

2.2.1 Quan điểm và mục tiêu phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2006-2010:

Quan điểm phát triển:

- Tích cực thực hiện chủ trương khuyến khích xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ góp phần tăng trưởng GDP, phát triển sản xuất, thu hút lao động phù hợp với các quy định của Tổ chức Thương mại thế giới và các cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên, lấy xuất khẩu là mục tiêu của sản xuất.

- Gắn kết thị trường trong nước với thị trường ngoài nước theo hướng: phát triển thị trường trong nước để tạo nguồn hàng xuất khẩu, đồng thời mở rộng thị trường xuất khẩu để kích thích sản xuất và thị trường trong nước; mở rộng và đa dạng hoá thị trường xuất khẩu đi đôi với việc mở rộng và đẩy mạnh khai thác thị trường trong nước để hỗ trợ, giảm rủi ro cho xuất khẩu khi thị trường thế giới biến động.

- Khuyến khích, huy động mọi nguồn lực của các thành phần kinh tế và đẩy mạnh thu hút đầu tư nước ngoài để phát triển sản xuất hàng xuất khẩu, từng bước tạo ra các sản phẩm có thương hiệu mạnh trên thị trường thế giới

- Cân đối nhập khẩu theo hướng tập trung cho phát triển đầu tư và sản xuất; kiểm chế mức nhập siêu hợp lý bằng các giải pháp tăng kim ngạch xuất khẩu, không để ảnh hưởng đến cán cân thanh toán và ổn định vĩ mô nền kinh tế.

Mục tiêu phát triển:

- *Mục tiêu tổng quát:* Phát triển xuất khẩu với tốc độ tăng trưởng cao và bền vững. Đẩy mạnh đầu tư sản xuất các mặt hàng xuất khẩu có lợi thế cạnh tranh, có khả năng chiếm lĩnh thị phần đáng kể trên thị trường thế giới. Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao; sản phẩm chế biến chế tác, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng xuất khẩu thô; củng cố và tạo dựng mới một số thương hiệu sản phẩm xuất khẩu có uy tín trên thị trường thế giới.

Mục tiêu cụ thể:

Phấn đấu đạt tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá bình quân 17,5%/năm và đến năm 2010 đạt khoảng 72,5 tỷ USD.

Đến năm 2010, xuất khẩu các mặt hàng nông – lâm - thủy sản chiếm khoảng 13–14%, xuất khẩu hàng công nghiệp chiếm 77-80%, trong đó: nhóm hàng nhiên liệu – khoáng sản chiếm khoảng 9-10%, nhóm hàng công nghiệp

chế biến, chế tác chiếm khoảng 65-70% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của cả nước. Về cơ cấu thị trường xuất khẩu, xuất khẩu hàng hoá sang thị trường châu Á chiếm khoảng 45,0%, thị trường châu Âu chiếm khoảng 23%, thị trường châu Mỹ chiếm khoảng 24%, thị trường châu Đại Dương chiếm khoảng 5,0% và thị trường khác chiếm khoảng 3% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá.

2.2.2 Định hướng xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp Việt Nam đến 2010

Với mục tiêu “chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao; tăng sản phẩm chế biến chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng thô. Theo đó, tỷ trọng của các nhóm hàng nông - lâm - thủy sản và nhiên liệu - khoáng sản sẽ có xu hướng giảm dần và nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tác sẽ có xu hướng tăng dần”, Đề án xây dựng cơ cấu cụ thể cho từng nhóm hàng xuất khẩu như sau:

Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản giảm dần tỷ trọng trong cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam từ 24,6% năm 2006 xuống còn 20,0% năm 2010. Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản với hai mặt hàng chủ yếu là dầu thô và than đá giảm mạnh từ 23,0% năm 2006 xuống còn 10,0% năm 2010. Nhóm hàng công nghiệp chế biến và chế tác tăng khá mạnh từ 52,4% hiện nay lên khoảng 68-70% năm 2010. Trong đó, nhóm hàng hoá khác luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu (khoảng 15-20%) nhưng do gồm nhiều mặt hàng khác nhau và kim ngạch không lớn nên chưa bóc tách ra thành những mặt hàng riêng. Dự kiến nhiều sản phẩm trong nhóm hàng này sẽ có tăng trưởng đột biến trong giai đoạn từ nay đến 2010, đến năm 2010 tỷ trọng của nhóm hàng này chiếm khoảng 20-23% tổng kim ngạch xuất khẩu, trong đó các sản phẩm công nghiệp chế biến chế tác chiếm trên 50%.

**Bảng số 26: Cơ cấu nhóm hàng xuất khẩu của Việt Nam
Giai đoạn đến 2010**

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2006		Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Giai đoạn 2006-2010	
	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng
Tổng XK hàng hoá	39.826	100	48.000	100	58.500	100	68.700	100	80.000	100	295.026	100
1. Nhóm nông, lâm, thủy sản	9.802	24,6	11.433	23,8	13.220	22,6	14.500	21,1	16.000	20,0	64.955	22,0
2. Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	9.178	23,0	9.180	19,1	9.030	15,4	8.900	13,0	8.000	10,0	44.288	16,2
3. Nhóm hàng công nghiệp CBCT	20.846	52,4	27.387	57,1	36.250	62,0	45.300	65,9	56.000	70,0	185.783	63,0

Nguồn: Bộ Công Thương Việt Nam

Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản:

Hiện nay, nhóm nguyên nhiên liệu (gồm hai sản phẩm chủ yếu là dầu thô và than đá) chiếm tỷ trọng khoảng 23-26% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá. Tuy nhiên sau khi các nhà máy lọc hoá dầu trong nước đi vào hoạt động sẽ giảm dần xuất khẩu dầu thô và để sử dụng cho sản xuất trong nước (tỷ lệ 50/50). Dự kiến tỷ trọng của nhóm này sẽ giảm chỉ còn khoảng 9-10% trong 5 - 7 năm tới:

Dầu thô: Căn cứ vào Chiến lược phát triển ngành dầu khí, việc xuất khẩu dầu thô trong những năm tới chỉ có thể bằng hoặc thấp hơn năm 2006 về số lượng, về kim ngạch có thể tăng lên do tác động của tăng giá. Dự kiến, đến năm 2010, đáp ứng đủ nhu cầu của nhà máy lọc dầu Dung Quất (khoảng 6-6,5 triệu tấn), còn lại để xuất khẩu (khoảng 11-13 triệu tấn).

Xuất khẩu than: Đến năm 2010, giảm xuất khẩu than xuống còn 12 triệu tấn; đến năm 2015 giảm xuất khẩu xuống còn 5,0 triệu tấn; sau 2015 cân đối hiệu quả giữa xuất khẩu và nhập khẩu than để bảo đảm an ninh năng lượng.

Các sản phẩm khai khoáng:

Tăng cường xuất khẩu sản phẩm khoáng sản đã qua chế biến sâu bảo đảm có hiệu quả, nhằm thay thế dần việc xuất khẩu những mặt hàng nguyên nhiên liệu như dầu thô, than đá. Đẩy nhanh tiến độ các dự án chế biến khoáng sản như: đồng Sin Quyên; tổ hợp bôxít nhôm Lâm Đồng công suất 600 nghìn tấn/năm để xuất khẩu; triển khai hợp tác đầu tư khai thác bôxít và sản xuất alumin xuất khẩu tại khu vực Đắk Nông với công suất vào vận hành trước năm 2010 là 300 nghìn tấn/năm và sẽ tăng lên 2-3 triệu tấn/năm sau 2010.

Từ năm 2008 tinh quặng đồng không xuất khẩu mà sử dụng để chế biến thành đồng tiêu thụ trong nước.

Bảng số 27: Kim ngạch xuất khẩu một số sản phẩm khoáng sản

Đơn vị: Triệu USD

Khoáng sản	2006	2007	2008	2009	2010
Thiếc (thỏi)	5,4	5,5	5,8	6,1	6,4
Kẽm (thỏi)	6	6,3	6,6	6,9	7,2
Tinh quặng đồng 25%	14	14	-	-	-
Tinh quặng ilemit	2,4	2,5	2,8	3,2	3,9

Nguồn: Tập đoàn Công nghiệp than-khoáng sản Việt Nam

Nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tác:

Phân đầu vào năm 2010 xuất khẩu hàng công nghiệp chế biến, chế tác đạt khoảng 68-70% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá cả nước.

Hạt nhân của nhóm, là hai mặt hàng dệt may và giày dép. Ngoài ra, cần phát triển những ngành hàng xuất khẩu chủ lực mới, nhiều tiềm năng như sản phẩm gỗ, điện tử linh kiện máy tính, dây điện và cáp điện, đóng tàu, thủ công mỹ nghệ và một số sản phẩm cơ khí chế tạo, thực phẩm chế biến, sản phẩm nhựa...

Bảng số 28: Kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp chế biến chế tác (CBCT) - Giai đoạn 2007-2010²

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2006		Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Giai đoạn 2006-2010	
	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng
1. Tổng cộng nhóm hàng CN CBCT	20.846	-	27.387	-	36.250	-	45.300	-	56.000	-	185.783	-
<i>Tỷ trọng trong tổng KNXX</i>	52,4		57,1		62,0		65,9		70,0		63,0	
- Dệt may	5.834	19,9	7.500	28,6	9.100	21,3	10.900	20,0	12.900	18,5	46.234	21,9
- Giày dép	3.591	16,9	4.200	17,0	4.900	16,7	5.700	16,5	6.650	16,8	25.041	16,7
- Điện tử, linh kiện máy tính	1.708	24,0	2.200	28,8	3.100	40,9	3.950	27,6	5.000	27,0	15.958	30,8
- Thủ công mỹ nghệ	627	10,3	750	19,6	1.000	33,3	1.200	21,7	1.500	24,5	5.077	24,4
- Sản phẩm gỗ	1.932	21,8	2.500	29,4	3.100	24,0	3.900	26,1	4.840	24,1	16.272	25,8
- Sản phẩm nhựa	480	36,6	700	45,8	1.050	50,0	1.360	30,0	1.600	18,3	5.190	35,1
- Xe đạp và phụ tùng	116	-26,2	90	-22,4	110	22,2	140	25,3	170	21,2	626	10,0
- Dây điện, cáp điện	704	34,0	1.000	42,0	1.400	40,0	1.860	32,7	2.500	34,0	7.464	37,3
- Thép và các sản phẩm từ gang thép	500	25,0	620	24	770	24,2	950	24,0	1.200	27,7	4.040	24,5
- Máy biến thế và động cơ điện	350	25,0	435	24,3	545	25,3	680	24,8	850	25,0	2.860	24,8
- Giấy bia và sản phẩm từ giấy bia	150	30,4	200	33,3	266	33,0	332	24,8	415	25	1.363	29,3
- Túi xách, vali, mũ, ô dù	490	4,0	640	30,6	675	14,4	770	14,1	880	14,3	3.435	13,6
- Hoá mỹ phẩm và chất tẩy rửa	300	36,4	390	30	485	24,4	570	17,5	680	19,3	2.425	25,3
- Săm lốp ôtô xe máy	310	21,6	380	22,6	460	21,1	550	19,6	650	18,2	2.350	20,6
- Dụng cụ cầm tay	100	42,9	140	40,0	195	39,3	250	28,2	320	28	1.005	35,5
- Vật liệu xây dựng	60	33,3	80	33,3	110	37,5	150	36,4	210	40	610	36,1
- Đóng tàu	250	66,7	400	60	750	87,5	1.300	73,3	1.700	30,8	4.400	62,5

Nguồn: Bộ Công Thương Việt Nam

² Dựa trên: Kế hoạch sản xuất và thương mại năm 2008 (Bộ Công Thương), Quyết định 156/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Quyết định 2671/QĐ-BCN về việc phê duyệt Đề án Đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp Việt Nam giai đoạn 2006-2010.

2.3 Năng lực cạnh tranh của một số ngành, sản phẩm công nghiệp

Phân tích năng lực cạnh tranh và tình hình hiện tại của một số ngành công nghiệp là cơ sở để đưa ra những định hướng phát triển công nghiệp và định hướng đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp sang thị trường Hàn Quốc:

Ngành Dệt may

Tính đến năm 2006 ngành dệt may có khoảng 2.000 doanh nghiệp, trong đó, các doanh nghiệp quốc doanh và công ty cổ phần có vốn góp của nhà nước chiếm 0,5%; doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài chiếm 25%, còn lại là doanh nghiệp tư nhân và công ty cổ phần chiếm 74,5%.

Về năng lực sản xuất:

Sản xuất nguyên liệu:

- Xơ bông 10.000 tấn, chỉ đáp ứng 5-10 % nhu cầu sản xuất.
- Xơ sợi tổng hợp: 50.000 tấn, đáp ứng 30% nhu cầu sản xuất.
- sợi chi số thấp : 260.000 tấn, đáp ứng 60% nhu cầu sản xuất.

Sản xuất dệt nhuộm:

- Vải dệt kim 150.000 tấn, đáp ứng 60% nhu cầu sản xuất.
- Vải dệt thoi 680 triệu m², chỉ đáp ứng 30% nhu cầu sản xuất

Sản xuất hàng may mặc: 1,8 tỷ sản phẩm, trong đó 65% xuất khẩu.

Trong những năm qua, ngành dệt may Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh, đặc biệt trong lĩnh vực xuất khẩu. Sản phẩm dệt may đã và đang thâm nhập vào thị trường thế giới với tốc độ ngày càng lớn. Ngành dệt may là một trong những ngành có giá trị kim ngạch xuất khẩu cao trong số các sản phẩm xuất khẩu của toàn ngành công nghiệp. Tổng kim ngạch xuất khẩu của ngành dệt may giai đoạn 2001 - 2005 đạt 17,6 tỷ USD, chiếm 16% tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu của cả nước, tốc độ tăng trưởng trung bình đạt 20,5%/năm. Năm 2006, giá trị xuất khẩu hàng dệt may đạt 5,8 tỷ USD, tăng 19,9% so với năm 2005.

Hiện ngành dệt may đang có sức cạnh tranh lớn trên thị trường thế giới, chỉ đứng sau Trung Quốc và Ấn Độ. Tăng trưởng liên tục vào các thị trường phi hạn ngạch đã chứng minh hàng dệt may có khả năng cạnh tranh và phát triển mạnh trong thời gian tới. Ước tính đến cuối năm 2007, giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may đạt 7,3 tỷ USD, tăng 28,5% so với năm 2006. Tuy giá trị kim ngạch xuất khẩu lớn nhưng tỷ trọng xuất khẩu theo giá FOB trong kim ngạch xuất khẩu những năm qua tương đối thấp, tỷ lệ giá trị nguyên phụ liệu nội địa trong giá trị của sản phẩm dệt may xuất khẩu chỉ đạt khoảng 32%.

Trong 5-10 năm tới, ngành dệt may ở Việt Nam được dự báo vẫn tiếp tục phát triển và là ngành mang lại giá trị kim ngạch xuất khẩu lớn cho nền

kinh tế, vượt lên đứng đầu thay thế mặt hàng dầu thô. Thế mạnh của ngành vẫn là lực lượng lao động đông, dễ đào tạo, chi phí còn thấp so với nhiều nước khác, có tay nghề tốt và có khả năng may sản phẩm có độ phức tạp cao. Bên cạnh đó, ngành may hiện đã khá phát triển, thiết bị được đổi mới và hiện đại hoá tới 90%. Nhiều doanh nghiệp đã xây dựng được mối quan hệ gắn bó, chặt chẽ với nhiều nhà nhập khẩu, bán lẻ lớn trên thế giới.

Tuy nhiên, ngành dệt may của Việt Nam cũng phải chịu không ít thách thức trong quá trình hội nhập. Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan, Bangladesh... là những cường quốc sản xuất, thương mại dệt may, đang tăng cường đầu tư phát triển và có tham vọng tăng gấp đôi xuất khẩu của mình vào năm 2010. Bên cạnh đó là những rào cản thương mại, kỹ thuật quốc tế, trước mắt là cơ chế Giám sát chống bán phá giá tại thị trường Hoa Kỳ, thị trường chiếm đến 55% kim ngạch xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam.

Sản phẩm gỗ

Hiện nay cả nước có khoảng 2000 doanh nghiệp chế biến gỗ, trong đó có nhiều doanh nghiệp mạnh, có tiềm lực về vốn đã hình thành nên các tập đoàn chế biến gỗ xuất khẩu lớn như Công ty TNHH Khải Vy, Công ty cổ phần Savimex, Công ty TNHH Trường Thành... Theo đánh giá của Hiệp hội Gỗ và lâm sản Việt Nam, khác với tình trạng hoạt động manh mún rời rạc trước đây, các doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ trong nước đã có xu hướng hợp tác với nhau để giữ vững thị trường, đáp ứng những đơn hàng lớn từ phía bạn hàng quốc tế. Về đầu tư nước ngoài, tính đến hết năm 2006, gần 420 nhà sản xuất nước ngoài đã đầu tư hoạt động tại Việt Nam trong lĩnh vực lâm sản, với khoảng 330 triệu USD được thực hiện. Nhà đầu tư này chủ yếu đến từ châu Á (Đài Loan, Singapore, Malaysia, Trung Quốc) và một số nước châu Âu khác. Đến nay, hầu hết các dự án đầu tư nước ngoài đều tập trung vào chế biến sản phẩm gỗ từ nguyên liệu nhập khẩu.

Xuất khẩu sản phẩm gỗ trong những năm gần đây tăng mạnh, đặc biệt từ năm 2004 đạt hơn 1 tỷ USD. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân của mặt hàng này giai đoạn 2002-2006 đạt hơn 41,6%/năm. Năm 2007, ước giá trị kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này đạt 2,5 tỷ USD, tăng 29,4% so với năm 2006.

Các doanh nghiệp chế biến gỗ Việt Nam hiện nay đang hiện đại hóa nhà máy và sản xuất. Từ việc làm bằng tay là chính đến nay đã đưa máy móc vào sử dụng, từ chỗ sản phẩm đạt tiêu chuẩn tối thiểu đến nay sản phẩm có chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn của Anh, Mỹ, Nhật... Khả năng tiếp thị của mặt hàng gỗ Việt Nam ra nước ngoài cũng có nhiều cơ hội do xu hướng các nhà nhập khẩu nước ngoài mua sản phẩm trực tiếp từ các doanh nghiệp mà không qua các nhà thương mại trung gian.

Sản phẩm gỗ của Việt Nam là mặt hàng có thị trường lớn, khả năng cạnh tranh và chất lượng sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của nhà nhập khẩu song khó khăn cơ bản vẫn là nguồn nguyên liệu nhập khẩu và khả năng đáp ứng

những đơn hàng lớn còn hạn chế. Hiện 80% nguyên liệu cho sản xuất, chế biến gỗ dựa vào nguồn nhập khẩu. Do vậy, nếu có thể khắc phục những hạn chế này thì mặt hàng gỗ còn có thể gia tăng quy mô xuất khẩu mạnh trong thời gian tới.

Ngành Da giày

Ngành da giày Việt Nam là một trong những ngành hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn. Hiện nay, năng lực sản xuất theo sản phẩm của ngành đạt khoảng 598,0 triệu đôi giày dép các loại (trong đó giày thể thao là 334,07 triệu đôi, giày vải là 51,75 triệu đôi, giày nữ là 115,23 triệu đôi, các giày dép khác là 96,95 triệu đôi), 55,0 triệu chiếc cặp túi xách các loại; 50,0 triệu sqft da thuộc thành phẩm. Tỷ lệ nội địa hoá của ngành hiện nay đạt khoảng 40%.

Tính đến hết năm 2005, toàn ngành da giày có 410 doanh nghiệp, trong đó: số doanh nghiệp sản xuất giày, dép, cặp, túi xách... là 375 (chủ yếu là các doanh nghiệp ngoài quốc doanh và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài), số doanh nghiệp và các cơ sở thuộc da là 35, ngoài ra còn hàng nghìn hộ gia đình và cơ sở sản xuất nhỏ. Năm 2006, toàn ngành sản xuất được 503,0 triệu đôi giày dép các loại, và 52,7 triệu chiếc cặp túi xách các loại, da thuộc đạt 51 triệu Sqft. Kim ngạch xuất khẩu đạt 3,5 tỷ USD, tăng 16,9% so với năm 2005. Năm 2007 ngành da giày dự kiến xuất khẩu 4,2 tỷ USD.

Ngành da giày Việt Nam trong thời gian qua chủ yếu sản xuất và xuất khẩu theo phương thức gia công do không chủ động được nguồn nguyên liệu, còn hạn chế về nguồn vốn và công nghệ. Do vậy, sau khi gia nhập WTO, dù hàng xuất xứ Việt Nam được áp mức thuế bình thường, thì các đối thủ mạnh như Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia, Thái Lan... cũng chịu thuế suất như Việt Nam nhưng lại có ưu thế về vốn, công nghệ, đặc biệt là nguồn nguyên liệu. Vì vậy, đây là những đối thủ cạnh tranh lớn đối với ngành da giày.

Theo số liệu thống kê của Hiệp hội Da giày Việt Nam, hiện nay Việt Nam đang xếp thứ 4 trong 10 nước đứng đầu thế giới về sản xuất và xuất khẩu giày dép.

Do hàm lượng gia công lớn, nên ngành da giày Việt Nam phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu nguyên vật liệu (đầu vào) và thị trường xuất khẩu (đầu ra). Hiện nay, Việt Nam vẫn phải nhập khẩu 60% nguyên phụ liệu, hoá chất từ nước ngoài. Đối với thị trường nội địa, sản phẩm giày dép do các doanh nghiệp trong nước sản xuất đang phải cạnh tranh với giày dép nhập lậu từ Trung Quốc với giá rẻ (do trốn thuế). Tuy nhiên, do giày dép của Trung Quốc có chất lượng thấp nên giày dép của Việt Nam đã bắt đầu có uy tín trên thị trường nội địa. Một số doanh nghiệp đã xây dựng được mạng lưới phân phối rộng khắp cả nước như Công ty Biti's, giày Thượng Đình, Vina giày... Đây là những thương hiệu giày được khách hàng trong nước ưa chuộng. Nếu sản xuất giày dép phục vụ nhu cầu tiêu dùng nội địa được các doanh nghiệp trong ngành quan tâm hơn nữa, như cải tiến mẫu mã, nguyên vật liệu... chắc chắn sẽ chiếm lĩnh được thị trường nội địa.

Sản phẩm điện tử, linh kiện máy tính

Trong những năm gần đây, làn sóng đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực điện, điện tử và sản xuất linh kiện máy tính ở Việt Nam đã tăng khá mạnh với nhiều dự án đầu tư rất lớn như dự án đầu tư sản xuất máy in của Tập đoàn Canon, dự án đầu tư sản xuất chip điện tử, linh kiện máy tính của Tập đoàn Intel và nhiều dự án đầu tư khác của các công ty vệ tinh của những tập đoàn lớn đã có mặt ở Việt Nam. Với sự có mặt của các công ty có vốn đầu tư nước ngoài, các sản phẩm điện tử, linh kiện máy tính trở thành một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu mới nổi của ta trong những năm gần đây. Xuất khẩu các sản phẩm điện tử, linh kiện máy tính bắt đầu tăng mạnh từ năm 2003. Trước đó, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này đã liên tục giảm 23,9% năm 2001 và 17,3% năm 2002. Giai đoạn 2003-2005 xuất khẩu mặt hàng này tăng rất nhanh qua các năm, lần lượt là: 36,6% năm 2003, 60% năm 2004, 32,7% năm 2005. Cộng chung 5 năm kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng điện tử, linh kiện máy tính đạt 4,2 tỷ USD, tăng 13% so với giai đoạn trước. Năm 2006, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này đạt 1,7 tỷ USD, tăng 24% so với năm 2005; dự kiến năm 2007, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này đạt 2,2 tỷ USD.

Về thị trường xuất khẩu, hiện nay ta đang xuất khẩu mặt hàng này chủ yếu sang các nước ASEAN, Nhật Bản, Hàn Quốc và Hoa Kỳ. Khả năng cạnh tranh của sản phẩm điện tử xuất khẩu của Việt Nam đang ngày càng được cải thiện, tuy nhiên có tới trên 90% sản phẩm xuất khẩu do các công ty 100% vốn nước ngoài sản xuất nên các công ty này đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu. Sản phẩm xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam chỉ chiếm chưa tới 10% kim ngạch xuất khẩu và đều là các sản phẩm đơn giản, giá trị gia tăng không cao do năng lực công nghệ và tài chính hạn chế. Hiện nay, đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam về sản xuất sản phẩm máy tính và linh kiện điện tử là Malaysia, Thái Lan và Trung Quốc. Tuy nhiên, lợi thế về nhân công đã và đang có sự dịch chuyển từ Malaysia và Thái Lan sang Việt Nam. Đặc biệt, khi Việt Nam vào WTO, vốn đầu tư nước ngoài vào ngành điện tử ngày càng nhiều (sau khi VN gia nhập WTO, Tập đoàn Intel đã tăng vốn đầu tư lên 1 tỉ USD, Tập đoàn Foxconn (Đài Loan) dự định đầu tư tới 5 tỉ USD vào các dự án công nghệ cao và sản xuất phụ tùng linh kiện điện tử xuất khẩu) nên kim ngạch xuất khẩu của ngành trong những năm tới có khả năng tăng đột biến.

Sản phẩm dây và cáp điện

Hiện tại ở Việt Nam có khoảng hơn 100 doanh nghiệp tham gia sản xuất và xuất khẩu dây điện và cáp điện, trong đó có nhiều công ty 100% vốn đầu tư nước ngoài hoặc liên doanh với nước ngoài để đầu tư sản xuất và xuất khẩu mặt hàng này với quy mô lớn và dây chuyền công nghệ hiện đại như Công ty cổ phần Dây và cáp điện Taya Việt Nam, công ty TNHH Furukawa Automotive Parts Việt Nam (công ty 100% vốn Nhật Bản); công ty TNHH Yazaki EDS Việt Nam (công ty vốn Nhật Bản); công ty TNHH Hệ thống dây Sumi-Hanel

(công ty liên doanh Việt Nam-Nhật Bản, trong đó Nhật Bản nắm 70% vốn đầu tư); công ty TNHH Nissei Electric Việt Nam (công ty 100% vốn của Nhật Bản)... Khối các doanh nghiệp trong nước cũng xuất hiện nhiều doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu với quy mô lớn, đặc biệt là Công ty dây và cáp điện Việt Nam (Cadivi).

Các sản phẩm dây cáp điện xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam là: nhóm sản phẩm cuộn dây điện bằng đồng (HS.854411); nhóm sản phẩm dây điện bằng nhôm (HS.854419); nhóm sản phẩm Cáp đồng trục và các loại dây điện đồng trục khác (HS.854420); nhóm sản phẩm Bộ dây đánh lửa và các bộ dây khác thuộc loại sử dụng cho xe cộ, máy bay hoặc tàu thủy (HS.854430); nhóm sản phẩm Các loại dây dẫn điện dùng cho điện áp không quá 80V có gắn đầu nối (HS.854441); nhóm sản phẩm Các loại dây dẫn điện dùng cho điện áp không quá 80V chưa gắn đầu nối (HS.854449); nhóm sản phẩm Các loại dây dẫn điện dùng cho điện áp lớn hơn 80V nhưng không quá 1000V có gắn đầu nối (HS.854451); nhóm sản phẩm Các loại dây dẫn điện dùng cho điện áp lớn hơn 80V nhưng không quá 1000V chưa gắn đầu nối (HS.854459); nhóm sản phẩm Các loại dây dẫn điện dùng cho điện áp trên 1000V (HS.854460); nhóm sản phẩm Các loại cáp quang (HS.854470).

Mặt hàng dây điện, cáp điện trong vài ba năm trở lại đây đã có sự tăng trưởng đáng kể về kim ngạch xuất khẩu. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng năm vào khoảng 40%/năm. Hiện nay, mặt hàng dây điện, cáp điện xuất khẩu đứng trong danh mục không nhiều các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam có mức kim ngạch trên 300 triệu USD/năm. Thị trường nhập khẩu của Việt Nam tương đối ổn định, trong đó 04 thị trường trọng điểm là Nhật Bản, Hàn Quốc, Úc và Hồng Kông đã chiếm tới hơn 90% tổng kim ngạch xuất khẩu.

3. ĐỊNH HƯỚNG XUẤT KHẨU VÀO THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC

3.1 Quan điểm và những định hướng lớn hợp tác kinh tế, thương mại Việt Nam-Hàn Quốc trong giai đoạn tới:

Quan hệ hợp tác thương mại Việt Nam – Hàn Quốc tăng nhanh trong thời gian qua cho thấy cả hai phía đã phát huy được lợi thế so sánh của mình. Hoạt động thương mại đã có tác động tích cực đến sự phát triển kinh tế của cả hai nước.

Các yếu tố có tác động đến sự phát triển quan hệ Việt Nam – Hàn Quốc bao gồm:

Tiềm năng phát triển kinh tế của Hàn Quốc với tư cách là một NIE Châu Á tiếp tục làm cho nước này có lợi thế về vốn và công nghệ, còn Việt Nam tiếp tục có lợi thế về lao động và tài nguyên. Đây là nền tảng cho sự gặp nhau giữa nhu cầu và lợi ích của hai nước.

Định hướng phát triển hợp tác kinh tế giữa Việt Nam và Hàn Quốc được xác định như sau:

Đẩy mạnh quan hệ hợp tác giữa hai nước trên các lĩnh vực công nghiệp, thương mại, dịch vụ, du lịch, nâng cao hơn nữa tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Hàn Quốc để giảm dần tỷ lệ nhập siêu của Việt Nam đối với Hàn Quốc.

Hợp tác với Hàn Quốc trên lĩnh vực đầu tư bằng cách tiếp tục đẩy mạnh thu hút đầu tư trực tiếp vào các lĩnh vực đã có lợi thế như: dầu khí, hoá chất, hoá dầu, công nghiệp tiêu dùng (dệt may, da giày), điện tử tin học, bưu chính viễn thông, cơ khí luyện kim ... đồng thời mở rộng đầu tư sang các lĩnh vực mới như: năng lượng (phát triển nguồn, đường dây và trạm), công nghiệp ứng dụng công nghệ sinh học, khai thác và chế biến khoáng sản, bảo vệ môi trường công nghiệp ... Tiếp tục đàm phán đề nghị phía bạn tăng cường cung cấp vốn hỗ trợ phát triển (ODA) cho phát triển kinh tế ở Việt Nam; Hỗ trợ Việt Nam trong việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực điện hạt nhân; Hỗ trợ Việt Nam xây dựng định hướng, chính sách và giải pháp phát triển công nghiệp.

Cùng với Hàn Quốc tăng cường hợp tác chuyên giao công nghệ sản xuất tiên tiến; công nghệ cao và thân thiện môi trường nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng cường khả năng cạnh tranh của các sản phẩm công nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

3.2 Định hướng xuất khẩu vào thị trường Hàn Quốc

Có một mối liên kết giữa đầu tư và xuất khẩu của Hàn Quốc, như những phân tích ở trên, đầu tư của Hàn Quốc vào Việt Nam đang tăng rất nhanh, và xu hướng xuất khẩu trở lại Hàn Quốc của những doanh nghiệp này sẽ là cơ sở để đưa ra định hướng xuất khẩu sang thị trường này giai đoạn đến 2010, 2015.

Căn cứ vào tiềm năng của Việt Nam, trên cơ sở nghiên cứu nhu cầu thị trường Hàn Quốc, quy mô, xu hướng phát triển và quan hệ hợp tác giữa hai quốc gia, và dựa trên những phân tích thương mại thời gian qua (tốc độ tăng bình quân của xuất khẩu từ Việt Nam sang Hàn Quốc giai đoạn 2001-2006 là 15,7%; nhập khẩu là 15,4%), Đề án đưa ra hai Phương án tăng trưởng:

- Phương án 1: Là Phương án tăng trưởng cao với kim ngạch dự kiến năm 2010 đạt 2,1 tỷ USD, tăng trưởng bình quân trên 25,0%/năm giai đoạn 2007-2010; đến năm 2015 ước đạt 5,2 tỷ USD, tăng bình quân 20,0%/năm giai đoạn 2010-2015.

- Phương án 2: Là Phương án thấp hơn và phù hợp hơn với những phân tích cũng như dự báo hiện tại. Dự kiến xuất khẩu sang Hàn Quốc đạt 1,8 tỷ USD, tăng bình quân trên 21,0%/năm giai đoạn 2007-2010, chiếm tỷ trọng 3,0-3,5% trên tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước (tỷ lệ này năm 2006 là 2,0%); định hướng xa hơn đến 2015 xuất khẩu sang Hàn Quốc sẽ đạt 4,3-4,7 tỷ USD, tăng bình quân trên 19,0% trong giai đoạn 2011-2015. Định hướng đến năm 2010 cơ cấu xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc sẽ chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng nhóm hàng công nghiệp chế biến, duy trì và giảm dần tỷ trọng

nhóm hàng nông, lâm, thủy sản, giảm tỷ trọng nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản theo định hướng xuất khẩu chung của cả nước, cụ thể đến năm 2010 nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản chiếm 10,7%; nhóm hàng nông, lâm, thủy sản chiếm 42,5%; hàng công nghiệp chế biến chiếm 46,8%. Đến năm 2015 nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản chiếm 5,0%; nhóm hàng nông, lâm, thủy sản chiếm 38,4%; hàng công nghiệp chế biến chiếm 56,6%.

Những định hướng cụ thể về kim ngạch và sản phẩm sau đây sẽ dựa trên cơ sở Phương án 1.

Bảng số 29: Cơ cấu hàng xuất khẩu sang Hàn Quốc đến 2010, 2015

Đơn vị: %

	Năm 2001	Năm 2006	Ước 2007	Năm 2010	Năm 2015
Tổng xuất khẩu	100	100	100	100	100
Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản	5,3	8,9	21,4	10,7	5,0
Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản	46,3	46,6	39,6	42,5	38,4
Nhóm hàng công nghiệp chế biến	48,4	44,6	39,0	46,8	56,6

Nguồn: Tính toán của nhóm thực hiện

Dự kiến đến năm 2010 thâm hụt thương mại giữa Việt Nam và Hàn Quốc còn 4,2 tỷ USD, gấp 2,3 lần kim ngạch xuất khẩu (năm 2006 nhập siêu từ Hàn Quốc là 3 tỷ USD, gấp 3,6 lần kim ngạch xuất khẩu; ước năm 2007 gấp 3,1 lần); đến 2015 nhập siêu từ Hàn Quốc là 3,4 tỷ USD, gấp 0,8 lần kim ngạch xuất khẩu.

Bảng số 30: Xuất nhập khẩu Việt Nam-Hàn Quốc đến 2010, 2015³

Đơn vị: Triệu USD, %

	2001	2006	Ước 2007	2010	2015
Xuất khẩu sang Hàn Quốc	406	843	1.200	1.800	4.300
Nhập khẩu từ Hàn Quốc	1.894	3.871	4.900	6.000	7.700
Cán cân thương mại (thặng dư +; thâm hụt -)	-1.488	-3.028	-3.700	-4.200	-3.400

Nguồn: Tính toán của Bộ Công thương và nhóm thực hiện đề tài

³ Dự kiến 2007 dựa trên kết quả xuất nhập khẩu 8 tháng đầu năm với Hàn Quốc

Định hướng 2010, 2015 dựa trên Định hướng xuất khẩu chung của Việt Nam, định hướng xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp, mục tiêu thương mại giữa 2 nước, tình hình thực hiện và các dự báo phát triển...

Bảng số 31: Định hướng mặt hàng xuất khẩu sang Hàn Quốc đến 2010, 2015⁴

Đơn vị: Triệu USD, %

	2006		Ước 2007		2010		2015		Tăng trưởng BQ 2007-2010	Tăng trưởng BQ 2011-2015	
	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng			
A	TỔNG KNXK	843	100	1.200	100	1.800	100	4.300	100	20,9	19,0
	<i>Trong đó:</i>										
	- Nhiên liệu, k.sản	74,7	8,8	256,7	21,4	193,0	10,7	215,0	5,0	26,8	2,2
	- Nông, lâm, thủy sản	392,7	46,6	475,6	39,6	765,0	42,5	1.650,0	38,4	18,1	16,6
	- CN chế biến	375,6	44,6	467,7	39,0	842,0	46,8	2.435,0	56,6	22,4	23,7
B	MẶT HÀNG CHỦ YẾU	667,9	79,2	899,7	75,0	1.705,0	94,7	4.035,0	93,8	26,4	18,8
I.	Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	65,70	7,8	206,7	17,2	170,5	9,5	195,5	4,5	26,9	2,8
1	Than đá	33,7	4,0	39,7	3,3	60,5	3,4	95,5	2,2	15,8	10,0
2	Dầu thô	32,0	3,8	167,0	13,9	110,0	6,1	100,0	2,3	36,2	9,3
II.	Nông, lâm, thủy sản										
3	Hàng hải sản	211,7	25,1	236,5	19,7	450,0	25,0	900,0	20,9	20,7	14,9
4	Cao su	50,7	6,0	55,1	4,6	130,5	7,3	350,0	8,1	26,7	21,8
5	Cà phê	38,5	4,6	46,8	3,9	105,0	5,8	240,0	5,6	28,5	18,0
6	Hàng rau quả	6,7	0,8	12,2	1,0	11,0	0,6	22,0	0,5	13,2	14,9
7	Hạt tiêu	2,9	0,3	3,8	0,3	5,5	0,3	12,0	0,3	17,4	16,9
8	Quế	1,7	0,2	1,1	0,1	4,0	0,2	9,5	0,2	23,9	18,9
9	Ngô hạt	-	-	-	-	4,0	0,2	7,0	0,2	-	11,8
10	Chè, hạt điều, hoa hồi, thịt chế biến	-	-	-	-	1,0	0,1	3,0	0,1	-	24,6
III.	Hàng chế biến	290,0	34,4	337,45	28,1	823,5	45,8	2.296,0	53,4	29,8	22,8
11	Hàng dệt may	82,9	9,8	75,3	6,3	250,0	13,9	650,0	15,1	31,8	21,1
12	Gỗ và sản phẩm gỗ	65,7	7,8	83,1	6,9	170,5	9,5	475,0	11,0	26,9	22,7
13	Máy vi tính, sản phẩm điện tử	40,5	4,8	41,8	3,5	110,0	6,1	300,0	7,0	28,4	22,2
14	Giày dép các loại	37,1	4,4	52,0	4,3	105,0	5,8	350,0	8,1	29,7	27,2
15	Sản phẩm chất dẻo	12,7	1,5	12,6	1,1	40,0	2,2	120,0	2,8	33,2	24,6

⁴ Tính toán trên cơ sở dự báo và kế hoạch của Bộ KHĐT, Bộ Công Thương, Tổng cục Hải quan

		2006		Ước 2007		2010		2015		Tăng trưởng BQ 2007-2010	Tăng trưởng BQ 2011-2015
		KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng		
16	Túi xách, va li, mũ, ô, dù	12,6	1,5	16,3	1,4	25,0	1,4	70,0	1,6	18,7	22,9
17	Sản phẩm gốm, sứ	11,0	1,3	11,1	0,9	25,0	1,4	60,0	1,4	22,8	19,1
18	Dây điện và cáp điện	8,6	1,0	35,8	3,0	20,0	1,1	57,0	1,3	23,5	23,3
19	Đá quý và kim loại quý	7,8	0,9		0,0	18,5	1,0	55,0	1,3	24,1	24,3
20	Đồ chơi trẻ em	5,1	0,6	2,7	0,2	15,0	0,8	40,0	0,9	31,0	21,7
21	Sản phẩm mây tre cói	4,6	0,5	5,9	0,5	12,0	0,7	36,0	0,8	27,1	24,6
22	Hàng thủ công mỹ nghệ	-	-	-	-	10,0	0,6	23,0	0,5	-	18,1
23	Động cơ điện, máy phát điện...	-	-	-	-	7,0	0,4	15,0	0,3	-	16,5
24	Mỹ ăn liền	0,8	0,1	0,85	0,1	5,0	0,3	15,0	0,3	58,1	24,6
25	Sữa và sản phẩm từ sữa	0,6	0,1	-	-	4,0	0,2	13,0	0,3	60,7	26,6
26	Thiết bị điện dùng cho điện thoại hữu tuyến hoặc điện báo hữu tuyến	-	-	-	-	3,5	0,2	10,0	0,2	-	23,4
27	Cấu kiện và các bộ phận bằng sắt hoặc thép	-	-	-	-	2,0	0,1	4,0	0,1	-	14,9
28	Các loại ống bằng sắt thép	-	-	-	-	1,0	0,1	3,0	0,1	-	24,6

4. GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC :

Với mục tiêu tăng cường hợp tác kinh tế giữa hai nước với phương châm: “Vẹn cả đôi đường”. Nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp trọng tâm:

- Tăng cường khả năng xuất khẩu, Chú trọng đến thị trường xuất khẩu châu Á, trong đó có Hàn Quốc để từng bước giảm nhập siêu trên cơ sở nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của từng loại sản phẩm xuất khẩu.

- Đẩy mạnh thu hút vốn đầu tư nước ngoài (FDI) để sử dụng có hiệu quả nguồn tài nguyên của đất nước, khắc phục điểm yếu của nền kinh tế là thiếu nguồn lực tài chính, từng bước nâng cao khả năng cạnh tranh và dần thay thế hàng nhập khẩu. Tiến tới xuất khẩu nguyên liệu, sản phẩm về các công ty mẹ của các nước có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) vào Việt nam.

Để đạt được hai mục tiêu cơ bản nêu trên, chúng ta cần tập trung vào một số biện pháp sau đây:

4.1. Đối với doanh nghiệp

4.1.1 Các giải pháp về quản lý đầu tư:

- Tập trung nguồn lực cho đầu tư mới nâng cao năng lực sản xuất và đổi mới công nghệ - trang thiết bị. Các doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược đầu tư đúng đắn, phù hợp khả năng tài chính và quản lý của mình, chú trọng đổi mới trang bị công nghệ hiện đại nhất có thể ở các khâu sản xuất then chốt quyết định chất lượng của sản phẩm.

- Đảm bảo tiến độ thực hiện các dự án đầu tư lớn, có vai trò thúc đẩy sản xuất nói chung và tạo tiền đề cho việc xuất khẩu đối với các dự án các ngành như: điện, than, dầu khí, hoá chất, thép, cơ khí chế tạo, xi măng....

- Thường xuyên củng cố và nâng cao năng lực của chủ đầu tư và các Ban quản lý dự án để thực hiện theo đúng các quy định của pháp luật về đầu tư. Các doanh nghiệp cần chủ động thực hiện các giải pháp xúc tiến đầu tư cho các dự án của mình. Tiếp tục mở rộng phân cấp, xác định rõ quyền và trách nhiệm của các chủ thể tham gia xây dựng để bảo đảm tiến độ, chất lượng và hiệu quả.

4.1.2 Giải pháp về sản xuất, kinh doanh

- Các doanh nghiệp cần chủ động xây dựng chiến lược sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu của mình từ nay đến năm 2010. Đề xuất các chương trình, dự án xuất khẩu có mục tiêu, trong đó xác định cụ thể sản phẩm xuất khẩu có sức cạnh tranh, tạo dựng cho sản phẩm mình có thương hiệu vào thị trường Hàn Quốc.

- Các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu lớn, có giá trị gia tăng cao như cơ khí chế tạo (ôtô, xe máy, xe đạp, máy động lực, máy nông nghiệp, đóng và sửa chữa tàu thuyền...), thiết bị điện, điện tử – máy vi tính, sản phẩm nhựa, thực phẩm chế biến... sớm hình thành các sản phẩm xuất khẩu chủ lực, mũi nhọn trên cơ sở Danh mục các ngành hàng công nghiệp ưu tiên, mũi nhọn giai

đoạn 2006-2010 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 55/QĐ-TTg ngày 23 tháng 4 năm 2007.

- Xây dựng chương trình cắt giảm chi phí sản xuất, tăng năng suất lao động, hạ giá thành sản phẩm một cách có hiệu quả, phấn đấu đến 2010 giá thành sản phẩm bằng hoặc thấp hơn các sản phẩm cùng loại trong khu vực để nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm mới xâm nhập vào thị trường Hàn Quốc.

- Có các biện pháp cụ thể để khai thác tối đa năng lực sản xuất và xuất khẩu của những sản phẩm đang có lợi thế cạnh tranh như hàng may mặc, giày - dép. Bên cạnh đó, cần quan tâm khai thác các mặt hàng sử dụng nguyên vật liệu tại chỗ, sử dụng nhiều lao động như chế biến nông - lâm - thủy sản, thủ công mỹ nghệ, sản phẩm gỗ... là những ngành có nhiều tiềm năng xuất khẩu, đặc biệt là các nước khu vực Đông Bắc Á như Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc.

- Đẩy mạnh áp dụng tiến bộ khoa học công nghệ và các hệ thống quản lý như hệ thống quản lý chất lượng (ISO 9000), hệ thống quản lý môi trường (ISO 14000), hệ thống tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội (SA 8000) để nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo dựng uy tín, thương hiệu.

- Thực hiện nghiêm túc các quy định của luật pháp về bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp; áp dụng chế độ đăng ký và kiểm tra chất lượng bắt buộc đối với một số mặt hàng xuất khẩu để thúc đẩy các doanh nghiệp quan tâm hơn nữa đến vấn đề công nghệ, đặc biệt là công nghệ sạch.

4.1.3 Giải pháp về thị trường

- Duy trì và nâng cao uy tín sản phẩm của từng doanh nghiệp; tạo dựng, bảo vệ và khuếch trương thương hiệu riêng, nâng cao vị thế của doanh nghiệp; tiếp tục cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm; đổi mới phương thức bán hàng bằng cách hình thành nhiều mạng lưới bán buôn, bán lẻ, tham gia vào các kênh phân phối của các tập đoàn xuyên quốc gia, phát triển hình thức thương mại điện tử để chiếm lĩnh thị phần lớn hơn tại thị trường Hàn Quốc được nhiều hơn.

- Đặc biệt chú ý tới tiêu chuẩn hàng hoá, bao gói, tiến độ giao hàng, dịch vụ hậu mãi, phong tục tập quán của từng nước v.v... để làm cơ sở mở rộng thị trường và thâm nhập sâu vào thị trường mới. Coi trọng các biện pháp như hỗ trợ bán hàng truyền thống như quảng cáo, hội chợ, triển lãm, các hình thức khuyến mại v.v...

4.1.4 Giải pháp về nguồn nhân lực

Công tác đào tạo nguồn nhân lực là một trong những nhân tố quyết định thành công đối với sự phát triển của doanh nghiệp và của đất nước, đặc biệt trong bối cảnh nền kinh tế tri thức đang hình thành và ảnh hưởng sâu rộng tới tư duy quản lý, tư duy kinh tế và phương thức sản xuất, kinh doanh. Do vậy phải tạo dựng được một đội ngũ cán bộ, doanh nhân có năng lực và một đội ngũ công nhân lành nghề trong hoạt động sản xuất kinh doanh và công tác xuất nhập khẩu.

Hàn Quốc là một trong số các nước có nhiều kinh nghiệm về đào tạo như Nhật Bản, Singapore, Trung Quốc... vì vậy ngay trong giai đoạn từ nay đến 2010,

các doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch và tìm kiếm cơ hội đào tạo tại Hàn Quốc lực lượng CBCNV các ngành nghề cần thiết cho doanh nghiệp.

4.1.5 Giải pháp về huy động nguồn vốn đầu tư,

- Tiếp tục đẩy mạnh thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) từ các doanh nghiệp của Hàn Quốc, chú ý thu hút vốn đầu tư vào các ngành Việt nam có lợi thế chi phí sản xuất thấp, giá nhân công rẻ, có khả năng cạnh tranh so với thị trường chính quốc như dệt, may, giày dép, chế biến thủy hải sản ... và các ngành sản xuất nguyên liệu để nhập về chính quốc tiếp tục gia công, chế biến... Hiện tại, do tốc độ tăng tiền lương ở Hàn Quốc khiến một số mặt hàng giày dép, quần áo sản xuất trong nước không có khả năng cạnh tranh. Nhiều doanh nghiệp Hàn Quốc đã chuyển sản xuất ra nước ngoài, mà Việt Nam là một điểm đến, sau đó tái xuất khẩu về Hàn Quốc. Xu hướng này có lợi cho cả doanh nghiệp hai nước. Sự hợp tác đầu tư giúp khắc phục điểm yếu của doanh nghiệp Việt Nam hiện nay là thiếu vốn, thiếu hiểu biết về thị trường, trong khi doanh nghiệp Hàn Quốc cần khai thác lợi thế về chi phí sản xuất tại Việt Nam. Đứng ở góc độ vĩ mô, xu hướng này từng bước sẽ giảm nhập siêu giữa Việt Nam và Hàn Quốc.

- Thành lập một số khu công nghiệp tập trung giành cho các doanh nghiệp Hàn Quốc để gia tăng đầu tư vốn từ Hàn Quốc vào Việt nam. Tại buổi thảo luận giữa Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam và Bộ trưởng Bộ Công nghiệp, Thương mại và Năng lượng Hàn Quốc (ngày 18/11/2006), phía Hàn Quốc đã đề xuất thành lập một khu công nghiệp Hàn Quốc tại Việt Nam để Hàn Quốc có thể gia tăng đầu tư, và cải thiện vị trí đầu tư của Việt Nam. Đại diện Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam đã ủng hộ đề xuất này và sẽ nghiên cứu để có thể thành lập khu công nghiệp vào trước năm 2010.

4.1.6 Về chủ động hội nhập kinh tế quốc tế một cách sâu rộng và hiệu quả:

- Tiếp tục nghiên cứu để hiểu sâu hơn về những thách thức và cơ hội khi Việt Nam là thành viên WTO để tận dụng có hiệu quả những cơ hội và hạn chế bớt những khó khăn trong quá trình hội nhập, nâng cao năng lực tiếp thị để chiếm lĩnh thị trường bằng chính chất lượng và uy tín của doanh nghiệp mình.

- Tiếp tục tìm hiểu và nắm vững các quy định của WTO, luật pháp của các nước là bạn hàng xuất khẩu, luật pháp quốc tế, trong đó có Hàn Quốc để phòng ngừa các vụ kiện bán phá giá, các vi phạm tầm quốc gia

- Tìm kiếm những điều kiện, cơ hội đối với các thành viên của WTO, nhất là với những thị trường lớn như Trung Quốc, Hàn Quốc, Ấn Độ để đề xuất những biện pháp phòng vệ chính đáng cho sản phẩm hàng hoá của mình bằng hàng rào kỹ thuật phù hợp với quy định của WTO.

4.2 Các giải pháp về cơ chế, chính sách

4.2.1 Giải pháp về đầu tư

Tập trung phát triển cơ sở hạ tầng

Trên thực tế, sự phát triển của hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông là yếu tố cạnh tranh mang tính chiến lược khi Việt Nam đã gia nhập WTO. Tình trạng đầu tư dàn trải, lãng phí và thất thoát vốn đầu tư chậm được khắc phục một cách thiếu tính cơ bản. Để khắc phục tình trạng này, cần xác định rõ trọng điểm đầu tư và kiên quyết thực hiện theo các trọng điểm đã xác định, đồng thời phải rà soát và điều chỉnh lại quy hoạch mạng lưới giao thông, chủ yếu là hệ thống đường xá, cảng biển, sân bay, phải được xác định trên cơ sở có luận cứ khoa học các vùng có dung lượng lưu thông hàng hoá lớn, những vùng có tác động lan toả mạnh tới các vùng khác.

Điều chỉnh chiến lược và chính sách đầu tư phát triển các ngành (nhóm sản phẩm) công nghiệp trên cơ sở phân loại khả năng cạnh tranh.

Điều này có liên quan trực tiếp đến đổi mới công tác quy hoạch phát triển công nghiệp. Nhà nước tập trung nghiên cứu tầm nhìn dài hạn trên cơ sở những dự báo có luận cứ khoa học, làm rõ những cơ hội và thách thức, điểm mạnh điểm yếu của nền kinh tế và từng nhóm sản phẩm để đưa ra những khuyến nghị có tính chất định hướng cho các chủ thể đầu tư. Định hướng đầu tư phát triển sản xuất công nghiệp phải cụ thể hóa chủ trương “hướng mạnh về xuất khẩu, đồng thời thay thế nhập khẩu những sản phẩm trong nước sản xuất có hiệu quả”. Theo đó:

- Tập trung phát triển các sản phẩm trong nước có lợi thế cạnh tranh cả trên thị trường nội địa và thị trường quốc tế từ khai thác các lợi thế so sánh của đất nước và của từng vùng lãnh thổ về nhân lực, tài nguyên và truyền thống nghề nghiệp. Đẩy mạnh đầu tư những sản phẩm tiềm năng mà trong thời gian tới có khả năng thâm nhập các thị trường Trung Quốc, Hàn Quốc, Ấn Độ...

- Phát triển có chọn lọc một số sản phẩm có tiềm lực cải thiện lợi thế cạnh tranh, các ngành công nghệ cao. Tận dụng tối đa nguồn vốn đầu tư nước ngoài và quá trình chuyển giao công nghệ nhằm xây dựng những sản phẩm mới có hàm lượng khoa học công nghệ, có giá trị gia tăng cao để đẩy mạnh xuất khẩu vào những thị trường lớn nhưng khó thâm nhập, đặc biệt là những thị trường tiềm năng như Trung Quốc, Hàn Quốc, Ấn Độ...

- Tập trung đầu tư phát triển một số sản phẩm (bộ phận, chi tiết sản phẩm) để tham gia vào “chuỗi giá trị toàn cầu” trên cơ sở thiết lập quan hệ với các đối tác thích hợp, chủ yếu là các tập đoàn xuyên quốc gia (TNC) có mạng sản xuất và phân phối toàn cầu. Đặc biệt đối với những nước đầu tư lớn vào Việt Nam như Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản..., nhằm nâng cao tỷ lệ xuất khẩu trở lại quốc gia đầu tư và sang các thị trường tiềm năng khác.

4.2.2 Giải pháp về sản xuất, kinh doanh

Hoàn thiện các thị trường, phát triển các ngành công nghiệp và dịch vụ hỗ trợ hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm giảm chi phí sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm, đẩy mạnh xuất khẩu nói chung và xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc.

Song song với việc định hướng phát triển sản xuất kinh doanh, cần chú trọng đầu tư phát triển các hoạt động dịch vụ công nghiệp và dịch vụ hỗ trợ kinh doanh công nghiệp. Sự phát triển hợp lý các loại hình dịch vụ sẽ góp phần làm giảm chi phí sản xuất, giảm thiểu rủi ro kinh doanh cho các doanh nghiệp. Một số dịch vụ cần quan tâm phát triển là:

- Dịch vụ hậu cần kinh doanh (logistique), từ kho bãi, vận chuyển, đến các hoạt động kết nối giữa nơi sản xuất với nơi chế biến nguyên liệu, từ nơi sản xuất sản phẩm tới nơi phân phối hàng hóa...

- Dịch vụ tư vấn kinh doanh (phân tích môi trường kinh doanh, các cơ hội kinh doanh, xây dựng chiến lược kinh doanh và các phương án tổ chức kinh doanh) và tư vấn pháp luật.

- Dịch vụ tài chính, ngân hàng, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tiếp cận thuận lợi tới các nguồn vốn và thanh toán; dịch vụ kế toán và kiểm toán.

- Dịch vụ bảo hiểm trợ giúp các nhà sản xuất giảm thiểu những rủi ro do những nguyên nhân khách quan mang lại.

- Các dịch vụ xúc tiến thương mại; tổ chức hệ thống phân phối sản xuất trên thị trường nội địa.

- Dịch vụ đào tạo nhân lực theo yêu cầu của doanh nghiệp.

4.2.3 Giải pháp về thị trường

Hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện các biện pháp xúc tiến đầu tư và xúc tiến thương mại một cách hiệu quả. Thường xuyên cung cấp thông tin thị trường để giúp doanh nghiệp hoạch định chiến lược và chính sách kinh doanh thích hợp.

Cục Xúc tiến thương mại và các cơ quan liên quan cần đánh giá đúng hiệu quả của công tác xúc tiến thương mại đối với hoạt động xuất khẩu trong những năm qua, đồng thời thực hiện các giải pháp nhằm gắn kết hoạt động của Cục với các Thương vụ nhằm hỗ trợ tốt doanh nghiệp nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong việc tiếp cận thị trường thông qua việc cung cấp thông tin, tổ chức và tham dự các hội chợ quốc tế, thực hiện các chương trình xúc tiến trọng điểm quốc gia.

Các Thương vụ cần tích cực nghiên cứu chính sách và xu hướng phát triển của thị trường khu vực và thế giới; đề xuất các chính sách, giải pháp đối với từng thị trường, chủ động tham gia đàm phán ký kết các hiệp định và các thỏa thuận thương mại song và đa phương; theo dõi sát tình hình thực hiện các cam kết, kịp thời phát hiện các vấn đề có thể gây trở ngại cho hoạt động thương mại và đầu tư; kiến nghị hủy bỏ hoặc tạm đình chỉ các thỏa thuận thương mại không còn phù hợp. Đẩy mạnh cung cấp thông tin, nâng cao chất lượng nghiên cứu, thông tin, dự báo góp phần hỗ trợ doanh nghiệp khai thác hiệu quả cơ hội thị trường, và làm cơ sở xây dựng chính sách, giải pháp phát triển xuất khẩu cho các cơ quan quản lý nhà nước.

4.2.4 Giải pháp về khoa học – công nghệ - môi trường

Hàn Quốc là một quốc gia có những quy định rất chặt chẽ và phức tạp về kiểm dịch đối với các mặt hàng nông sản, thực phẩm như các yêu cầu về báo cáo quá trình nuôi trồng, bảo quản, kiểm tra tại chỗ, v.v. Hiện nay chỉ có mặt hàng thủy sản đã đạt được sự công nhận lẫn nhau trong việc cấp giấy chứng nhận kiểm dịch. Các mặt hàng thực vật, thịt gia súc, gia cầm, v.v. mới chỉ đạt được thỏa thuận hợp tác kỹ thuật và trao đổi thông tin giữa hai bên nên việc xuất khẩu các sản phẩm này vào thị trường Hàn Quốc còn nhiều khó khăn. Vì vậy, trong thời gian tới những giải pháp về khoa học – công nghệ - môi trường cần thực hiện là:

- Xây dựng và ban hành các tiêu chuẩn kỹ thuật với các loại hàng hóa xuất phát từ lợi ích của người tiêu dùng và phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế. Điều này không phải chỉ để bảo vệ người tiêu dùng, mà còn là hướng phấn đấu cho các doanh nghiệp trong nước, tạo điều kiện thâm nhập các thị trường khó tính.

- Trợ giúp các doanh nghiệp áp dụng các hệ thống quản trị chất lượng hiện đại; tăng cường kiểm soát các doanh nghiệp trong việc chấp hành các tiêu chuẩn chất lượng.

- Tham khảo các tiêu chuẩn tiên tiến về môi trường với sản xuất và tiêu dùng các sản phẩm công nghiệp, để xây dựng và ban hành tiêu chuẩn môi trường thích hợp với điều kiện Việt Nam, dần điều chỉnh theo các tiêu chuẩn của các nước công nghiệp phát triển. Có các biện pháp chế tài nghiêm khắc việc vi phạm các tiêu chuẩn ấy; nâng cao và gắn trách nhiệm của các cơ quan quản lý môi trường với hoạt động sản xuất và tiêu dùng sản phẩm công nghiệp.

4.3 Các giải pháp đối với từng sản phẩm cụ thể

Quan hệ hợp tác thương mại Việt Nam – Hàn Quốc tăng nhanh trong thời gian qua cho thấy cả hai phía đã phát huy được lợi thế so sánh của mình và thương mại đã có tác động tích cực đối với kinh tế cả hai nước. Tuy nhiên, những kết quả đạt được cũng chưa phản ánh đúng tiềm năng của hai nước, nhất là phía Việt Nam, và vấn đề nổi cộm hiện nay đối với Việt Nam là nhập siêu quá lớn. Để cải thiện tình trạng nhập siêu hiện nay, nhóm nghiên cứu cho rằng Việt Nam cần phải đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc chứ không phải bằng cách giảm nhập khẩu.

Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, trong 20 mặt hàng xuất khẩu chủ yếu có tới 14 mặt hàng đã có thị phần tại Hàn Quốc, trong đó có 10 mặt hàng là sản phẩm công nghiệp. Tuy nhiên, thị phần chiếm lĩnh còn rất nhỏ. Vì vậy, việc xây dựng các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu sang Hàn Quốc tập trung vào những mặt hàng công nghiệp với mục tiêu: đẩy nhanh xuất khẩu để nâng cao kim ngạch, điều chỉnh cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng tận dụng tối đa ưu đãi của Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN–Hàn Quốc (AKFTA). Sau đây là định hướng và giải pháp cụ thể cho một số sản phẩm xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc (*xem bảng....*):

4.3.1 Đối với hàng nông sản

Hiện nay Hàn Quốc phải nhập khẩu khoảng 12-15 tỷ USD/năm các mặt hàng thực phẩm. Với mức thu nhập bình quân đầu người 18.000 USD/năm, người

dân Hàn Quốc ngày càng có nhu cầu lớn về các loại thực phẩm có chất lượng cao, phong phú về chủng loại, hương vị và đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.

Đây là thị trường còn nhiều tiềm năng, nhưng hàng năm Việt Nam mới chỉ xuất khẩu được một lượng rất nhỏ các mặt hàng này vào thị trường Hàn Quốc (năm 2006 xuất được 312,2 triệu USD so với tổng 9,8 tỷ USD của cả nước). Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là hàng sơ chế, có giá trị thấp. Việt Nam phải chú ý nâng cao chất lượng, thông qua chế biến sao cho nổi rõ đặc trưng của hương vị thực phẩm và chất ẩm thực Việt Nam

- Về hải sản:

Nhu cầu nhập khẩu hải sản của Hàn Quốc rất lớn, khoảng 2,5-2,7 tỷ USD/năm. Hải sản Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc mấy năm nay tăng lên và luôn là mặt hàng chiếm **vị trí số một** trong danh mục hàng hóa chủ yếu. Tuy nhiên, hàng hải sản Việt Nam mới chiếm khoảng 5-7% *kim ngạch nhập khẩu* hàng năm của Hàn Quốc, trong khi đó 4 nước đứng trên Việt Nam là Trung Quốc khoảng 45-50%, Nga 13%, Mỹ 10% và Nhật Bản 8%.

Theo báo cáo của Bộ Nông Lâm Hàn Quốc, tiêu dùng thịt của người dân Hàn Quốc thời gian qua giảm xuống do lo ngại các dịch bệnh ở bò và gia cầm xảy ra ở nhiều nước mấy năm gần đây, và do vật họ có xu hướng chuyển sang tiêu dùng thủy hải sản nhiều hơn. Việt Nam cần nắm bắt tình hình này và tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản sang Hàn Quốc, đặc biệt là một số loại có ưu thế của Việt Nam như: tôm, mực khô, mực đông lạnh, chả cá, cá khô, cá đông lạnh, cá philê. Hiện nay Việt Nam đã có 6 phòng xét nghiệm của NAFIQACEN được công nhận trong việc cấp giấy chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm cho hàng thủy sản xuất khẩu sang Hàn Quốc cùng danh sách 342 doanh nghiệp Việt Nam được phép xuất khẩu sang Hàn Quốc, đó là những thuận lợi rất lớn cho hàng hải sản Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sang Hàn Quốc.

Năm 2007 dự kiến xuất khẩu hải sản sang Hàn Quốc đạt 236,5 triệu USD, chiếm 19,7% tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này. Dự kiến đến năm 2010, xuất khẩu hải sản sẽ có tỷ trọng 25% và đạt kim ngạch 450 triệu USD, đến năm 2015 đạt 900 triệu USD.

- Về cà phê

Những năm gần đây, Hàn Quốc nhập khẩu cà phê trị giá vào khoảng gần 100 triệu USD, trong đó nhập khẩu *nhiều nhất* từ Việt Nam chiếm từ 30-50%. Tuy nhiên, cà phê xuất khẩu của Việt Nam là cà phê nguyên liệu chưa qua chế biến, giá trị thấp. Nếu Việt Nam chú ý đến chế biến mặt hàng này để có hương vị đặc trưng riêng cùng với tăng cường xúc tiến thương mại, xây dựng hình ảnh về cà phê Việt Nam thì khả năng tăng trưởng xuất khẩu cà phê có giá trị cao hơn vào thị trường Hàn Quốc vẫn có nhiều cơ hội thuận lợi.

Năm 2006 kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang Hàn Quốc đạt 38,5 triệu USD, chiếm 4,6% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Định hướng đến năm 2010 đạt 105 triệu USD, chiếm tỷ trọng 5,8%. Để đạt được mục tiêu này, cần

thực hiện một số giải pháp phát triển ngành cà phê Việt Nam: (i) Để nâng cao giá trị xuất khẩu cần tập trung vào khâu công nghệ sau thu hoạch, như thực hiện phân loại và sấy khô cà phê theo đúng các tiêu chuẩn của nước nhập khẩu; (ii) Từng bước nâng cao năng lực chế biến, **tăng dần tỷ trọng xuất khẩu cà phê đã qua chế biến như cà phê bột, cà phê hoà tan với các thương hiệu đã thâm nhập vào được các thị trường khác như Cà phê Trung nguyên, Vinacafe, Cà phê Thăng Lợi ...**; (iii) 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; (iv) Nỗ lực xây dựng thương hiệu và xuất khẩu cà phê qua chế biến.

- *Cao su:*

Hàn Quốc nhập khẩu mỗi năm khoảng 1 tỷ USD cao su và sản phẩm cao su. Nhưng Việt Nam mới chỉ xuất khẩu chủ yếu dạng mủ cao su tự nhiên nên giá trị thấp. Năm 2006 xuất khẩu mủ cao su tự nhiên của Việt Nam sang Hàn Quốc đạt 50,7 triệu USD, mới chỉ chiếm 5-7% trị giá nhập khẩu mặt hàng này của Hàn Quốc. Dự kiến đến năm 2010 sẽ xuất khẩu được 130-150 triệu USD cao su và sản phẩm cao su, chiếm 7,3% tổng xuất khẩu của Việt Nam vào Hàn Quốc; đến năm 2015 sẽ đạt kim ngạch 240 triệu USD, chiếm 5,6%. Đặc biệt, cơ cấu sản phẩm cao su qua chế biến sẽ chiếm phần lớn so với cao su thiên nhiên và sơ chế.

Những năm gần đây, giá cao su tăng nhanh là điều kiện thuận lợi cho Việt Nam xuất khẩu mặt hàng này. Hiện nay cao su nằm trong 10 sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, năm 2006 đạt kim ngạch 1,27 tỷ USD, đứng thứ 8, trong đó xuất sang Hàn Quốc chiếm 4,0%. Việt Nam muốn đẩy mạnh hơn nữa xuất khẩu mặt hàng này vào Hàn Quốc thì phải nâng cao khả năng cạnh tranh đối với đối thủ hiện đang chiếm tỷ phần lớn về mặt hàng mủ cao su tự nhiên trên thị trường Hàn Quốc hiện nay là Thái Lan chiếm 51%, Indonesia 23%, Malaixia 19% tổng lượng mủ cao su tự nhiên.

Ngành công nghiệp ô tô Hàn Quốc phát triển rất mạnh, Việt Nam cần khuyến khích ĐTNN từ Hàn Quốc vào lĩnh vực này để thay thế việc xuất khẩu mủ cao su bằng những sản phẩm cao su chất lượng cao như săm lốp, dây cua roa. Đẩy mạnh xúc tiến đầu tư tìm đối tác sản xuất các sản phẩm chất lượng cao khác như các loại găng tay, găng tay cao su y tế vv...

- *Hàng rau quả:*

Nhu cầu tiêu dùng rau quả của người Hàn Quốc có xu hướng tăng lên theo thu nhập. Năm 1970 tiêu dùng bình quân đầu người của Hàn Quốc về rau là 66,5kg, quả là 12 kg. Năm 1980 đã tăng lên là 120,6 kg rau, 16,2 kg quả. Năm 1990 các con số tương ứng là 132,8 kg và 29 kg.

Hàn Quốc có thể tự cung ứng nhiều loại rau quả cho nhu cầu trong nước, nhưng do khí hậu khắc nghiệt trong mùa đông nên việc cung cấp rau quả cũng gặp nhiều khó khăn. Các nhà hàng và các nhà sản xuất chế biến rau quả thường tìm đến các nguồn cung cấp ổn định hơn. Hiện nay mỗi năm Hàn Quốc nhập khẩu vào khoảng hơn 150 triệu USD các loại rau và gần 270 triệu USD trái cây các loại.

Trong khi đó, Năm 2002 Việt Nam mới bắt đầu xâm nhập vào thị trường này, xuất khẩu được hơn 12 triệu USD rau (chủ yếu là sắn lát khô) và 169 nghìn USD trái cây, chủ yếu là dứa quả tươi; Năm 2006 xuất khẩu mặt hàng này lại giảm xuống chỉ còn 6,7 triệu USD, chiếm 1,6% nhập khẩu mặt hàng này của Hàn Quốc và chiếm 0,8% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc.

Loại trừ Trung Quốc có lợi thế về khoảng cách gần Hàn Quốc, giá cả cũng có phần cạnh tranh hơn, thì *nhiều loại rau củ quả mà Việt Nam vẫn còn nhiều tiềm năng nhưng chưa xuất khẩu được*. Hàn Quốc vẫn phải nhập khẩu các mặt hàng này từ các thị trường cách xa Việt Nam, thậm chí giá cả cũng có thể kém cạnh tranh hơn như cam, chanh, bưởi (chủ yếu từ Mỹ), nho (chủ yếu từ Chi Lê), chuối (chủ yếu từ Philippin) và dứa (toàn bộ từ Philippin).

Để đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng này, Việt Nam phải chú ý quảng cáo, giới thiệu mặt hàng và tổ chức cung ứng đảm bảo tính ổn định, đáp ứng nhu cầu thị trường Hàn Quốc. Dự kiến của nhóm nghiên cứu, năm 2010 xuất khẩu rau quả sang Hàn Quốc sẽ đạt ít nhất 11,0 triệu USD, đến năm 2015 đạt trên 22,0 triệu USD.

4.3.2 Đối với hàng công nghiệp chế biến

Hiện tại nhóm hàng này chiếm tỷ trọng tương đối trong tổng xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc (tỷ trọng này năm 2006 là 44,6%), nhiều mặt hàng bắt đầu có thị phần nhưng còn lẻ tẻ chứ chưa xuất hiện những mặt hàng chủ lực có kim ngạch và tốc độ tăng trưởng cao, là yếu tố “đòn bẩy” đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc. Do đó, nhóm nghiên cứu đưa ra định hướng xuất khẩu cho nhóm ngành công nghiệp chế biến, chế tác với một số giải pháp thực hiện cho các sản phẩm như sau:

- Hàng dệt may, da giày:

Hiện nay mặt hàng dệt may của Việt Nam có kim ngạch xuất khẩu sang Hàn Quốc lớn thứ hai, chỉ sau hải sản, năm 2006 đạt 82,0 triệu USD, chiếm 9,8% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc. Tuy nhiên xuất khẩu của mặt hàng này chưa ổn định và có phần giảm sút so với những năm trước. Năm 2001, mặt hàng này đã tăng xuất khẩu vào Hàn Quốc đạt tới 104,1 triệu USD, nhưng sau đó liên tục giảm ở các năm tiếp theo, trong khi xuất khẩu hàng dệt may vào Hàn Quốc lại không cần có hạn ngạch như một số thị trường khác. Do vậy, đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng này là triển vọng lớn, chỉ cần các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm nhiều hơn đến thị trường này và chú ý đáp ứng với tính đa dạng về nhu cầu hàng may mặc của thị trường này.

Hàng giày dép là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu sang Hàn Quốc những năm gần đây tăng trưởng tương đối nhanh nhưng còn rất khiêm tốn. Năm 2006 xuất khẩu giày dép sang Hàn Quốc đứng thứ 7, với trị giá 37,1 triệu USD, chiếm tỷ trọng 4,4% trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc, tăng bình quân 32,7% trong giai đoạn 2001-2006. Mặt hàng này vào Hàn Quốc chủ yếu thông qua con đường Việt Nam làm gia công theo các đơn đặt hàng của các công ty Hàn Quốc.

Hàng dệt may, da giày xuất khẩu của Việt Nam nói chung hiện nay là mang nặng tính gia công, nhập khẩu nguyên phụ liệu nhiều, giá trị gia tăng rất thấp. Thông kê từ Quy hoạch phát triển ngành da giày cho thấy tổng chi phí nhập khẩu nguyên phụ liệu của ngành dệt may chiếm tới hơn 79% giá trị sản xuất, còn số này ở ngành da giày là hơn 73%. Vì vậy, cần đẩy mạnh đầu tư phát triển nguyên phụ liệu cho ngành dệt may, da giày nâng cao giá trị và chất lượng xuất khẩu của hai ngành hàng xuất khẩu này.

Trong thời gian tới, khi Hiệp định Thương mại hàng hoá ASEAN-Hàn Quốc (KAFTA) phát huy tác dụng, chắc chắn hai mặt hàng này sẽ có nhiều cơ hội hơn thâm nhập thị trường Hàn Quốc. Dự kiến đến năm 2010, xuất khẩu dệt may sẽ đạt 250 triệu USD, chiếm 13,9% so với 9,8% năm 2006, bình quân 2007-2010 tăng 31,8%; đến năm 2015 sẽ xuất khẩu được 650 triệu USD, chiếm tỷ trọng 15,1%, tăng bình quân 21,1% trong giai đoạn 2011-2015.

Đối với mặt hàng giày dép, những năm tới vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng như thời gian qua. Dự kiến đến năm 2010 xuất khẩu được 105 triệu USD, chiếm 5,8%, tăng bình quân 29,7% giai đoạn 2007-2010; đến năm 2015 xuất khẩu 350 triệu USD, chiếm 8,1%, tăng bình quân 27,2% trong năm năm 2011-2015.

- Gỗ và sản phẩm gỗ:

Đồ gỗ là mặt hàng xuất khẩu lớn thứ ba của Việt Nam vào Hàn Quốc. Năm 2006 Việt Nam xuất khẩu được 65,7 triệu USD sang thị trường Hàn Quốc, chiếm 7,8% tổng xuất khẩu sang thị trường này, tăng bình quân 29,7% trong giai đoạn 2001-2006. Đây là mặt hàng được đánh giá là còn nhiều tiềm năng, vì là mặt hàng mới trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc nhưng đã sớm được thị trường này chấp nhận, đặc biệt là các loại đồ gỗ nội thất.

Dự kiến đến năm 2010 xuất khẩu các sản phẩm gỗ vào Hàn Quốc đạt 170,5 triệu USD, chiếm 9,5% tổng xuất khẩu vào thị trường này, tăng bình quân 26,9% trong giai đoạn 2007-2010; đến năm 2015 kim ngạch đạt 475,0 triệu USD, tăng bình quân 22,7% trong giai đoạn 2011-2015. Để đạt được mục tiêu xuất khẩu sản phẩm gỗ, nguồn nguyên liệu cho sản xuất cần cung cấp ổn định, nâng cao khả năng sáng tạo mẫu mã, đa dạng hóa sản phẩm để tăng sức cạnh tranh cho ngành hàng. Đặc biệt đối với thị trường Hàn Quốc cần đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, giới thiệu sản phẩm gỗ của Việt Nam cho các doanh nghiệp và người tiêu dùng Hàn Quốc.

- Máy vi tính, sản phẩm điện tử:

Thực tế Hàn Quốc là nước có nhiều Tập đoàn lớn trong lĩnh vực này, tuy nhiên do quá trình chuyển đổi và phân bố lại lao động, các Tập đoàn điện tử của Hàn Quốc đã đầu tư ra nước ngoài để tận dụng những ưu thế về lao động, những ưu thế về nguyên vật liệu, ưu đãi đầu tư... sau đó xuất khẩu đi các thị trường khác và xuất khẩu trở lại Hàn Quốc. Hàng năm nhóm hàng này luôn nằm trong danh sách những sản phẩm nhập khẩu chủ yếu, năm 2006 Hàn Quốc nhập khẩu 1,6 tỷ USD thiết bị thu phát tín hiệu âm thanh và hình ảnh; 8,0 tỷ USD các loại máy móc văn phòng và các loại máy xử lý dữ liệu tự động; 7,5 tỷ USD thiết bị, dụng cụ ghi

âm, thiết bị viễn thông (điện báo, điện thoại, radio, tivi...). Trong khi đó, xuất khẩu các sản phẩm này của Việt Nam sang Hàn Quốc là rất nhỏ bé, kim ngạch năm 2006 chỉ đạt 40,5 triệu USD, chiếm 4,8% tổng xuất khẩu sang Hàn Quốc và 2,3% xuất khẩu sản phẩm này của cả nước; năm 2007 dự kiến đạt 41,8 triệu USD, tăng 1,3 triệu USD, nhưng tỷ trọng lại giảm chỉ còn 3,5%.

Trong định hướng xuất khẩu đến năm 2010 và xa hơn, nhóm sản phẩm điện tử tin học được xếp vào nhóm trọng tâm ưu tiên phát triển, và phấn đấu đạt kim ngạch xuất khẩu khoảng 5,0 tỷ USD vào năm 2010, tăng bình quân 26,7%/năm. Đối với thị trường Hàn Quốc, xuất khẩu nhóm hàng này có nhiều tiềm năng tăng trưởng cao trong những năm tới do dòng vốn FDI Hàn Quốc tiếp tục đổ vào Việt Nam và hiện đang đứng vị trí số 1. Trong số 1178 dự án đầu tư vào Việt Nam, có 8 dự án trong lĩnh vực thiết bị văn phòng với số vốn đăng ký là 4,2 triệu USD; 15 dự án trong lĩnh vực thiết bị truyền thông với số vốn đăng ký là 168,7 triệu USD. Trên cơ sở đó, dự kiến xuất khẩu nhóm hàng này sang Hàn Quốc sẽ đạt 110,0 triệu USD năm 2010, chiếm 6,1% tổng xuất khẩu sang Hàn Quốc, tăng bình quân 28,4%/năm; đến năm 2015 kim ngạch nhóm hàng này sẽ đạt 300 triệu USD, chiếm 7,0% và tăng bình quân 22,2% trong giai đoạn 2010-2015.

- Sản phẩm chất dẻo:

Chất dẻo là mặt hàng có nhiều cơ hội xuất khẩu vào thị trường Hàn Quốc, những năm qua mặc dù có kim ngạch không lớn nhưng mặt hàng này đã có thị phần tại Hàn Quốc và là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Trong giai đoạn 2001-2006 xuất khẩu mặt hàng này tăng bình quân 36,3%/năm, đây là mặt hàng có tốc độ tăng trưởng đứng thứ 3 trong số các sản phẩm công nghiệp chế biến (mặc dù kim ngạch xuất khẩu đứng thứ 4 sau sản phẩm điện tử), chiếm tỷ trọng 1,5% trong tổng xuất khẩu của Việt Nam. Đây cũng là mặt hàng nhập khẩu mạnh của Hàn Quốc hiện tại và cả trong tương lai. Theo số liệu thống kê của Hiệp hội thương mại quốc tế Hàn Quốc, hàng năm Hàn Quốc nhập khẩu khoảng 5 tỷ USD chất dẻo, nguyên liệu và các sản phẩm hóa chất. Bên cạnh đó đầu tư nước ngoài của Hàn Quốc vào Việt Nam trong lĩnh vực này tăng nhanh trong những năm gần đây. Theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, tính đến tháng 9 năm 2007 trong tổng số 1.178 dự án lĩnh vực công nghiệp Hàn Quốc đầu tư vào Việt Nam có 51 dự án đầu tư sản xuất các sản phẩm hóa chất, với số vốn đăng ký là 218 triệu USD; 104 dự án đầu tư sản xuất các sản phẩm cao su, nhựa, với số vốn đăng ký là 210 triệu USD.

Hiện tại mặt hàng chất dẻo và nhựa của Việt Nam đang được đánh giá là có khả năng cạnh tranh cao, tiếp cận được với công nghệ tiên tiến của thế giới và được thị trường chấp nhận. Vấn đề lớn nhất hiện nay của ngành là khả năng đáp ứng nhu cầu từ phía nhà nhập khẩu (chủ yếu về mặt số lượng và chủng loại sản phẩm) còn khá hạn chế. Do vậy, nếu có thể giải quyết được vấn đề nguyên liệu đầu vào, mẫu mã sản phẩm cũng như đáp ứng được những đơn hàng lớn, mặt hàng chất dẻo và nhựa của Việt Nam hoàn toàn có khả năng xuất khẩu với quy mô lớn hơn vào thị trường Hàn Quốc. Dự kiến đến năm 2010 xuất khẩu các sản phẩm chất dẻo đạt 40,0 triệu USD, chiếm 2,2% kim ngạch xuất sang Hàn Quốc, tăng bình quân

33,2%/năm; đến năm 2015 dự kiến đạt 120,0 triệu USD, chiếm 2,8%, tăng bình quân 24,6% trong giai đoạn 2011-2015.

4.3.3 Những mặt hàng khác

Như đã phân tích, kim ngạch xuất khẩu sang Hàn Quốc còn nhỏ nên việc xuất hiện một mặt hàng mới sẽ tác động rất lớn đến kết quả xuất khẩu, cán cân thương mại và cơ cấu hàng hóa xuất khẩu. Hiện tại đã có rất nhiều mặt hàng mới bước đầu thâm nhập thị trường Hàn Quốc nhưng do kim ngạch còn nhỏ nên được tính chung trong nhóm hàng hóa khác. Dự kiến trong những năm tới kim ngạch các mặt hàng này sẽ tăng nhanh chóng và xuất hiện trong Danh mục mặt hàng xuất khẩu chủ yếu: sản phẩm gốm sứ; đá quý và kim loại quý; đồ chơi trẻ em; sản phẩm mây tre cói; động cơ điện, máy phát điện; mỹ ăn liền; sữa và sản phẩm từ sữa; cấu kiện, ống sắt thép...

Muốn biến tiềm năng thành hiện thực, bên cạnh những nỗ lực của chính phủ hai nước trong lĩnh vực ngoại giao cấp cao, cần có sự vận động của các cơ quan hữu quan, sự năng động của các doanh nghiệp để tăng cường hơn nữa công tác xúc tiến thương mại. Việt Nam cần đẩy mạnh hơn nữa quan hệ hợp tác, phối hợp với các cơ quan hữu quan, các Hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp Hàn Quốc, và thông qua các phương tiện thông tin hiện đại như các trang Web, hoặc mở cửa hàng,... để có thể giới thiệu tiềm năng, quảng cáo hàng hoá Việt Nam trên thị trường Hàn Quốc. Mặt khác cũng cần tăng cường thông tin cho các doanh nghiệp Việt Nam về nhu cầu, tiêu chuẩn hàng hoá nhập khẩu vào thị trường Hàn Quốc. Việt Nam cần tranh thủ các nỗ lực từ phía Hàn Quốc, nhất là trong công tác xúc tiến thương mại.

Mặt khác, Việt Nam cần tiếp tục nâng cao trình độ quản lý, đảm bảo chất lượng hàng hoá, xây dựng thương hiệu hàng hoá Việt Nam sao cho nhận được sự chấp nhận và hàng Việt Nam trở thành quen thuộc trong cơ cấu tiêu dùng của người tiêu dùng Hàn Quốc.

5. KIẾN NGHỊ:

Để thâm nhập tốt vào thị trường Hàn Quốc, Bộ Công thương cần:

- Phối hợp với Tổng Cục Hải Quan - Bộ Tài Chính nghiên cứu nhóm hàng hoá xuất nhập khác tách 5 mặt hàng có kim ngạch khá và ổn định trong nhóm này nâng từ 20 mặt hàng xuất khẩu chủ yếu lên thành 25 mặt hàng tạo điều kiện về nắm bắt thông tin cũng như phân tích thị trường xuất khẩu được kịp thời.

- Sớm triển khai xây dựng Đề án phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá với Hàn Quốc giai đoạn 2008-2015 nhằm giải quyết cán cân chênh lệch giữa xuất và nhập khẩu như đang thực hiện Đề án phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá với Trung Quốc (Quyết định số 023/2007/QĐ-BTM ngày 2/8/2007)/.

KẾT LUẬN

Ngành công nghiệp chủ trương cải tiến, tái cơ cấu ngành để đưa tỷ trọng của công nghiệp trong cơ cấu GDP lên trên 45% vào năm 2020, đồng thời tiếp tục chuyên dịch cơ cấu công nghiệp theo hướng xuất khẩu và thay thế nhập khẩu có hiệu quả. Với mục tiêu đưa Việt Nam cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại hoá. Việt Nam sẽ tiếp tục thực hiện nhiều giải pháp nhằm thu hút thêm ngày càng nhiều các tập đoàn và công ty đa quốc gia trong đó có Hàn Quốc và đầu tư để thúc đẩy phát triển kinh tế giữa hai nước và cùng các doanh nghiệp Việt Nam làm ăn lâu dài và phát triển bền vững.

Với mong muốn để Hàn quốc có vị trí xứng đáng trong ngành công nghiệp Việt Nam, đồng thời giúp Việt Nam thực hiện tốt các định hướng và mục tiêu phát triển công nghiệp đã đề ra, Bộ Công nghiệp đã đề nghị phía Hàn Quốc với khả năng, tiềm lực và kinh nghiệm sẵn có của mình tăng cường hợp đầu tư hợp tác và hỗ trợ Việt Nam trong phát triển công nghiệp.

Định hướng đẩy mạnh hàng xuất khẩu sang Hàn Quốc trong thời gian tới là một trong những nhiệm vụ trọng tâm cần làm ngay. Nhóm nghiên cứu đã dành nhiều thời gian đi khảo sát các doanh nghiệp, thu thập tài liệu, sách tham khảo của các chuyên gia nghiên cứu về thị trường Hàn Quốc.

Sau một thời gian nghiên cứu khẩn trương và có lựa chọn, được sự giúp đỡ tận tình của các Bộ Kế hoạch đầu tư, Thương mại, Tài chính, Phòng thương mại Việt Nam, các sở công nghiệp, công ty tư vấn phát triển thương mại... và các doanh nghiệp có hàng xuất khẩu sang Hàn Quốc, nhóm nghiên cứu đã hoàn thành đề tài, đã cố gắng xây dựng được một định hướng tương đối rõ ràng với những chỉ tiêu cụ thể và một số giải pháp cơ bản cho từng đối tượng liên quan đến thực hiện nhiệm vụ đẩy mạnh xuất khẩu sang Hàn Quốc như các doanh nghiệp trực tiếp làm công tác xuất khẩu cũng như các cơ quan làm công tác nghiên cứu chính sách phát triển công nghiệp. Các kết quả của Đề tài đã đáp ứng yêu cầu của Hợp đồng nghiên cứu khoa học công nghệ.

Tuy nhiên, do kinh nghiệm còn hạn chế, thời gian nghiên cứu chưa được nhiều cũng như trong một phạm vi kinh phí quá hạn hẹp nên đề tài nghiên cứu nhất định còn có những thiếu sót không thể tránh khỏi và rất mong muốn nhận được sự góp ý của các đơn vị chức năng để nhóm nghiên cứu hoàn thiện nội dung.

Thay mặt nhóm nghiên cứu, xin được cảm ơn sự giúp đỡ tận tình của Đại sứ quán Hàn Quốc, các Vụ chức năng Bộ Công nghiệp; Bộ Thương Mại như Vụ Châu Á, Thái Bình Dương; Vụ xuất nhập khẩu, Vụ Kế hoạch và đầu tư; Tổng cục Hải quan; Cục đầu tư nước ngoài Bộ Kế hoạch và Đầu tư; các Sở Công nghiệp TP.Hồ Chí Minh, Bà Rịa- Vũng Tàu, Đồng Nai; các Hiệp Hội ngành hàng; các Tập đoàn Than-Khoáng sản Việt Nam, Dệt May; các Tổng Công ty Cao su, Tổng Công ty Hoá chất; các doanh nghiệp của các địa phương trên toàn quốc ./.

Chủ nhiệm Đề tài

Nguyễn Thu Ngân

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010 – Bộ Thương mại
2. Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006-2010 – Bộ Kế hoạch và Đầu tư
3. Kế hoạch 5 năm 2006-2010 ngành công nghiệp – Bộ Công nghiệp
4. Danh mục các ngành hàng công nghiệp ưu tiên, công nghiệp mũi nhọn giai đoạn 2006-2010.
5. Báo cáo đánh giá tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam – Bộ Thương mại (Dự án VIE/61/94).
6. Báo cáo Hội nghị thương mại toàn quốc – Bộ Thương mại
7. Niên giám thống kê 2005 – Nhà xuất bản Thống kê
8. Niên giám thống kê xuất nhập khẩu hàng hóa 2003, 2004 – NXB Thống kê.
9. Hợp tác kinh tế Việt Nam – Hàn Quốc trong bối cảnh hội nhập Đông Á – NXB Khoa học xã hội.
10. Kinh tế Hàn Quốc đang trỗi dậy – NXB Thống kê.
11. Biến động kinh tế Đông Á và con đường công nghiệp hóa Việt Nam – Trần Văn Thọ - NXB Chính trị Quốc gia.
12. Trung Quốc gia nhập WTO – Kinh nghiệm với Việt Nam – NXB Khoa học xã hội
13. Các văn kiện gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) của Việt Nam - Ủy ban Quốc gia về Hợp tác kinh tế quốc tế.
14. ASEAN in Figures 2003 – United Nations
15. ASEAN Regional Forum – Documents Series 1994-2004
16. ASEAN + 3 – Document Series 1999-2004
17. Improving Industrial Policy Formulation – Kenichi Ohno, Nguyen Van Thuong – The Publif House Of Political Theory.
18. KOREA – A World of Potential – KOTRA.