

QUAN HỆ KINH TẾ VIỆT NAM - EU NĂM 2006

PGS.TS. Đinh Công Tuấn
Viện Nghiên cứu Châu Âu

Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EU) ký hiệp định khung hợp tác năm 1995. Trải qua hơn 11 năm (1995-2006), quan hệ kinh tế Việt Nam - EU đã không ngừng phát triển trên nhiều lĩnh vực: thương mại, đầu tư, tín dụng ODA,... Trong những năm gần đây, cùng với tiến trình hội nhập của Việt Nam với nền kinh tế thế giới, quan hệ đó ngày càng tăng cường cả chiều rộng và chiều sâu. Tuy nhiên, hạn chế và bất cập vẫn còn nhiều.

1. Những kết quả và tiến bộ đáng ghi nhận

Kết thúc năm 2006, EU trở thành thị trường xuất, nhập khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam sau Hoa Kỳ và là đối tác đầu tư quan trọng của Việt Nam.

Về thương mại, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU đạt 7,1 tỉ USD, tăng 20,7% so năm 2005 (5,45 tỷ USD), chiếm 88% kim ngạch xuất khẩu sang châu Âu năm 2006 (7,62 tỉ USD). Các nước có kim ngạch nhập khẩu hàng hoá Việt Nam nhiều nhất của EU là Vương quốc Anh: 1194,7 triệu USD, tăng 8,8%; CHLB Đức 1431,0 triệu USD, tăng 38%; Cộng hoà Pháp 808,2 triệu USD, giảm 6,2%; Hà Lan 867,4 triệu USD tăng 17,6%; Bỉ 692 triệu USD tăng 36,6% so với năm 2005. Tình hình xuất nhập khẩu 2 chiều giữa Việt Nam - và của EU như sau (bảng 1).

Bảng 1: Kim ngạch xuất, nhập khẩu Việt Nam - EU năm 2006

	Kim ngạch năm 2006 (triệu USD)		So sánh năm 2006/2005 (%)	
	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Xuất khẩu	Nhập khẩu
Cộng toàn EU	7.109,5	3.124,3	28,8	20,7
<i>Trong đó:</i>				
Anh	1194,7	170,7	19,2	32,0
Áo	101,4	55,4	14,1	8,7
Bỉ	692,0	235,6	27,1	36,6
Đan Mạch	108,6	121,4	23,1	72,1
CH LB Đức	1431,0	914,2	31,7	38,0
Hà Lan	867,4	368,5	31,5	17,6
Italia	639,3	330,2	36,1	14,6
Phân Lan	69,4	82,3	21,6	92,9
Pháp	809,2	420,2	24,0	-6,2
Tây Ban Nha	549,8	97,2	34,0	26,7
Thụy Điển	173,4	135,0	29,8	-3,2

Nguồn : Báo cáo của Bộ Thương mại năm 2006.

Kết quả này đã đưa EU trở thành thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam sau Mỹ (8 tỷ USD), vượt cả Nhật 5,2 tỷ USD, các nước ASEAN (6,56 tỉ USD); Ôxtrâyliia 3,48 tỷ USD và gấp hơn 2,3 lần Trung Quốc (3,08 tỉ USD). Hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU chủ yếu là nông sản, khoáng sản và hàng tiêu dùng sử dụng nhiều lao động như may mặc, giày dép, thủy sản, đồ gỗ, hàng thủ công mỹ nghệ cao cấp... với chất lượng, mẫu mã và tiêu chuẩn phù hợp với người tiêu dùng châu Âu. Năm 2006, bên cạnh các mặt hàng truyền thống, hàng xuất khẩu sang EU có thêm một số mặt hàng tiêu dùng chất lượng cao, thông qua liên doanh, gia công cho các doanh nghiệp EU và từng bước xây dựng thương hiệu Việt Nam. Số lượng sản phẩm xuất khẩu sang thị trường EU chiếm tỷ trọng lớn nhất là dệt may, thủy sản, sản phẩm gỗ và thủ công mỹ nghệ. Năm

2006 các sản phẩm này đều có tốc độ tăng trưởng khá do chất lượng sản phẩm đã được nâng cao, riêng hàng thủy sản chế biến, dù yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm vào thị trường EU được kiểm soát nghiêm ngặt, nhưng số lượng doanh nghiệp thủy sản đạt tiêu chuẩn vào EU vẫn tăng. Điều đáng mừng là cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU năm 2006 đã chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng hàng hoá chất lượng cao, thực phẩm sạch, giảm tỷ trọng hàng chất lượng trung bình, hàng gia công để phù hợp với thị trường vốn rất khó tính này. Tuy nhiên mặt hàng giày dép xuất khẩu sang EU bị chững lại do ảnh hưởng của rào cản kỹ thuật "thuế bán phá giá" ở một số nước trong khu vực này.

Hàng nhập khẩu từ thị trường EU năm 2006 ước đạt trên 3,124 tỉ USD, tăng 20,7% so năm 2005 (2,65 tỷ USD). Như vậy xuất

siêu của Việt Nam sang thị trường này cả năm lên tới 4,0 tỉ USD. Kim ngạch nhập khẩu từ EU năm 2006 vào Việt Nam chỉ chiếm 7% tổng kim ngạch nhập khẩu cả nước và bằng 25% của khối ASEAN, bằng 64,5% của Đài Loan, bằng 79% của Hàn Quốc, bằng 67,4% của Nhật Bản, bằng 30% của Trung Quốc, nhưng gấp 3,1 lần của Hoa Kỳ trong năm... Các mặt hàng nhập khẩu từ EU chủ yếu là máy móc thiết bị công nghệ hiện đại, kỹ thuật tiên tiến gắn với việc chuyển giao công nghệ, đặc biệt về công nghệ thông tin và công nghệ sinh học. Ngoài ra, hàng nhập khẩu từ EU năm 2006 còn có một số hoá chất, nguyên liệu như bột mì, sữa bột, phụ liệu dệt may... cần thiết cho công nghiệp hoá chất, công nghiệp dệt may, chế biến thực phẩm chất lượng cao của Việt Nam.

Tổng quát, quy mô kim ngạch trao đổi thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và EU năm 2006 đã lên tới trên 10,2 tỷ USD, tăng trên 2,1 tỷ USD (+25,9%) so năm 2005 (8,1 tỷ USD). Kết quả đó đạt được trong bối cảnh hàng hoá nhiều nước châu Á có sức cạnh tranh cao vào thị trường EU như hàng dệt may của Trung Quốc, Thái Lan, Hồng Kông... ngày càng tăng, là tiến bộ đáng ghi nhận.

Về đầu tư: Năm 2006 đánh dấu bước phát triển mới trong hoạt động đầu tư của EU vào Việt Nam. Tổng số vốn đăng ký mới của EU đạt trên 1,6 tỷ USD, đứng vị trí thứ 2 sau Hàn Quốc 2,4 tỷ USD và cao hơn Hồng Kông 1,14 tỷ USD, Nhật Bản 938 triệu USD và Hoa Kỳ 638,5 triệu USD. Các quốc gia và

vùng lãnh thổ trên thế giới có dự án lớn là British Virgin Islands 576 triệu USD; Cayman Islands 638,5 triệu USD; Hà Lan 100,9 triệu USD; Samoa 78,5 triệu USD; Ba Lan 65,6 triệu USD; Thụy Sĩ 51 triệu USD; Vương quốc Anh 47,7 triệu USD; Pháp 36,1 triệu USD... Tính đến hết năm 2006, EU có trên 500 dự án đầu tư trực tiếp vào Việt Nam với số vốn đăng ký khoảng trên 7 tỉ USD. Kết quả này tuy còn nhỏ so với tiềm năng của 25 nước EU chiếm gần 28% GDP của toàn thế giới nhưng lại là lớn so với Việt Nam. Các dự án của EU không nhiều, vốn không lớn như các dự án của Hàn Quốc, Mỹ và Hồng Kông nhưng lại tập trung vào các lĩnh vực công nghiệp dầu khí, điện nước, xây dựng kết cấu hạ tầng, chế biến nông sản thực phẩm công nghệ cao như sữa, đồ uống, viên thông... Đó là những ngành thuộc công nghệ cao, sản phẩm sạch, tận dụng ưu thế về khoa học kỹ thuật, hàm lượng chất xám lớn, có sức cạnh tranh cao trên thị trường thế giới rất cần cho kinh tế Việt Nam.

Về hợp tác kinh tế: Năm 2006 nhiều doanh nghiệp lớn của EU đã mở rộng quan hệ hợp tác kinh tế với các doanh nghiệp Việt Nam. Điển hình là công nghiệp đóng tàu của xí nghiệp công nghiệp đóng tàu Hạ Long thực hiện hợp đồng đóng mới 18 tàu thủy trị giá 260 triệu USD với công ty vận tải biển Greid của Vương quốc Anh, được khách hàng tín nhiệm do chất lượng cao, giá thành hạ so với các công ty của Trung Quốc. Các công ty của Đan Mạch hợp đồng với Tổng Công ty VinaShin đóng mới hàng chục tàu vận tải biển công suất trọng tải từ 30-40

ngành tăn, trong đó một số tàu đã hạ thủy an toàn cuối năm 2006, được khách hàng đánh giá cao. Hình thức liên kết kinh tế khác như gia công hàng dệt may, sản xuất chế biến sữa, đồ uống, thực phẩm cao cấp giữa các doanh nghiệp EU với các doanh nghiệp Việt Nam cũng không ngừng mở rộng nhằm tận dụng lợi thế về nguyên liệu và nhân công rẻ của các doanh nghiệp Việt Nam với máy móc, thiết bị và công nghệ hiện đại của các doanh nghiệp EU. Hình thức hợp tác kinh tế tuy chưa nhiều, nhưng ngành nghề và sản phẩm khá đa dạng đang mở ra triển vọng mới cho các doanh nghiệp của cả 2 phía Việt Nam và EU.

Cùng với mở rộng quan hệ thương mại, đầu tư và hợp tác kinh tế, EU cũng là một trong những nhà tài trợ ODA lớn và viện trợ không hoàn lại thông qua nhiều dự án xoá đói giảm nghèo, nước sạch nông thôn, trồng rừng nguyên liệu, phủ xanh đất trống đồi núi trọc, bảo vệ môi trường sinh thái, nâng cấp cơ sở hạ tầng nông thôn, miền núi, giáo dục, y tế và nhiều chương trình phát triển xã hội khác.

Kết quả của hoạt động các lĩnh vực trên đã nâng tầm quan hệ kinh tế Việt Nam - EU năm 2006 lên tầm cao mới, góp phần quan trọng vào tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam đồng thời biến EU trở thành đối tác chiến lược của Việt Nam trong giai đoạn mới.

Những chuyển biến tích cực trong quan hệ kinh tế Việt Nam - EU trong năm 2006 là

kết quả phấn đấu không mệt mỏi của cả 2 phía.

Về phía Việt Nam, Chính phủ Việt Nam luôn đánh giá cao vai trò của EU trong chiến lược phát triển kinh tế. Những năm gần đây, Chính phủ đã chủ động đề xuất và thực hiện các giải pháp đồng bộ để thúc đẩy quan hệ kinh tế với EU. Bằng chứng là tháng 12-2004, Hiệp định về Tiếp cận thị trường song phương Việt Nam-EU được ký kết. Theo hiệp định này, Việt Nam cam kết không phân biệt đối xử với các công ty của EU và thực hiện một số biện pháp mở cửa thị trường trong các lĩnh vực mà doanh nghiệp EU quan tâm. Tiếp theo Nghị định này, ngày 14-6-2005, Thủ tướng Chính phủ đã ra Quyết định số 143/2005/QĐ-TTg về Đề án Tổng thể quan hệ Việt Nam-EU và Chương trình hành động của Chính phủ về quan hệ Việt Nam-EU đến năm 2010. Theo đề án đó, việc mở rộng quan hệ kinh tế thương mại và đầu tư theo nguyên tắc bình đẳng 2 bên đều có lợi và cùng phát triển là nền tảng cho sự phát triển lâu dài. Việt Nam coi EU là thị trường quan trọng hàng đầu, vì vậy trong thời gian gần đây Chính phủ đã giao cho các ngành hữu quan, nhất là thương mại, kế hoạch và đầu tư, ngoại giao, các đại sứ và cơ quan đại diện ngoại giao tại EU tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư tại khu vực quan trọng này bằng nhiều hình thức khác nhau. Để thúc đẩy quan hệ kinh tế với EU, Chính phủ Việt Nam đã thành lập Phái đoàn đại diện Việt Nam tại EU. Những năm gần đây, Phái đoàn đã đưa ra nhiều kiến nghị

về sự cần thiết có chiến lược tổng thể lâu dài và phát triển quan hệ với EU. Đồng thời Phái đoàn đã tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại cụ thể như vận động EU chấp thuận mở rộng hạn ngạch dệt may cho Việt Nam từ năm 2004, xoá bỏ hạn ngạch năm 2005 để EU tiếp tục cho hàng hoá Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế quan (GSP) trong chính sách ưu đãi thuế quan mới. Ngoài ra Phái đoàn cũng tham gia các hoạt động đầu tư, vận động EU kết thúc đàm phán song phương, đa phương với Việt Nam về WTO. Mặt khác, Phái đoàn đã có nhiều hoạt động tăng cường tiếp xúc các đoàn cấp cao để nâng cấp mức đối thoại. Tháng 9-2006 Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng thăm EC và lần đầu tiên sau 10 năm, Ủy viên Đối ngoại EU đã thăm Việt Nam.

Về phía EU, ngay từ năm 2004 đã đồng ý ngừng áp dụng các hạn chế bằng hạn ngạch đối với hàng dệt may của Việt Nam qua Hiệp định "Thu hoạch sớm". EU là một trong các đối tác kết thúc đàm phán về Việt Nam gia nhập WTO vào tháng 1-2004. EU đã dành cho hàng hoá xuất khẩu Việt Nam một số ưu đãi ngay cả trước khi Việt Nam gia nhập WTO thông qua chế độ GSP (hệ thống ưu đãi thuế quan phổ cập) thấp hơn so với bình thường. GSP được EU đưa ra để hỗ trợ phát triển một ngành công nghiệp nào đó còn đang yếu kém của các nước nghèo, chưa hoặc đang phát triển, trong đó có Việt Nam, là ưu đãi cụ thể không phải nước nào cũng được hưởng. Một bằng chứng khác, EU là thị trường nhập khẩu thuỷ sản lớn của Việt Nam

và số lượng tăng nhanh trong năm 2006. Việc EU công nhận ngày càng nhiều doanh nghiệp xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam đủ tiêu chuẩn vào thị trường khó tính EU không chỉ đã làm tăng số lượng thuỷ sản xuất khẩu sang EU mà còn là thông điệp quý của mặt hàng này xuất khẩu sang các thị trường khó tính khác như Hoa Kỳ, Canada Nhật Bản, Hàn Quốc...

Một nguyên nhân quan trọng là hàng hoá Việt Nam những năm gần đây, nhất là năm 2006, đã có tiến bộ về chất lượng và mẫu mã, tăng sức cạnh tranh trên thị trường EU.

2. Những hạn chế và bất cập

Kết quả xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU năm 2006 tuy tăng trưởng cao nhưng không đều. Toàn vùng chỉ có 9/25 nước đạt tốc độ tăng trưởng trên 20%, 16 nước còn lại tăng trưởng từ 20% trở xuống, trong đó Anh tăng 17,6%, Bỉ tăng 14,6%. Về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, giấy da tăng không đáng kể do một số nước áp dụng mức thuế bán phá giá vô lý đối với sản phẩm giấy da xuất khẩu từ Việt Nam từ 10%-16,8%. Đối với mặt hàng thuỷ sản, tuy số lượng hàng đạt tiêu chuẩn EU tăng lên, nhưng bên cạnh đó lại xuất hiện rào cản mới không minh bạch về các vụ kiện bán phá giá như vụ Bửu Huy, để lại hậu quả trực tiếp cho các đối tượng lao động nghèo ở nông thôn.

Về đầu tư, dù có tiến bộ so với các năm trước nhưng kết quả EU đạt được trong năm

2006 là quá khiêm tốn so với tiềm năng của một cộng đồng 25 quốc gia giàu có, công nghiệp phát triển, dịch vụ đạt trình độ cao của thế giới. Vốn đầu tư mới của EU cả năm 2006 chỉ nhỉnh hơn Hồng Kông chút ít và chưa bằng 70% của Hàn Quốc (2,42 tỉ USD) là quá ít. Cộng dồn 18 năm từ 1988-2006, vốn đầu tư đăng ký của EU cũng chỉ hơn 7 tỉ USD, chỉ bằng 9% tổng vốn FDI đăng ký đầu tư vào Việt Nam, thấp hơn Nhật Bản 8 tỷ và thấp xa Hàn Quốc 8,3 tỉ USD. EU là khu vực kinh tế phát triển, công nghiệp hiện đại nhưng các dự án đầu tư vào Việt Nam lại chủ yếu là qui mô vừa và nhỏ, không phải là các dự án công nghiệp lớn như Nhật Bản, Hàn Quốc, Hồng Kông, Singapore...

3. Triển vọng và giải pháp cho các năm tới

Triển vọng: Trong bối cảnh Việt Nam là thành viên chính thức của WTO và Hoa Kỳ thông qua Quy chế Thương mại bình thường vĩnh viễn với Việt Nam, vị thế Việt Nam trên thị trường thế giới đã được nâng lên rõ rệt. Từ năm 2007, thị trường xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam mở rộng, quan hệ thương mại bình đẳng với 149 quốc gia là thành viên của WTO. Những rào cản vô lý về hạn ngạch, thuế bán phá giá sẽ bị bãi bỏ hoặc hạn chế nhiều so với trước đây, kể cả thị trường EU. Về đầu tư, cơ hội thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài của Việt Nam từ năm 2007 sẽ nhiều hơn, mà dấu hiệu thực tế đã bắt đầu sau Hội nghị cấp cao APEC 14. Các chuyên gia kinh tế thế giới dự báo vốn FDI của Mỹ vào Việt Nam sẽ tăng gấp 2 lần năm

2006, của Hàn Quốc sẽ tăng gấp 3 lần, của Trung Quốc, Nhật Bản cũng tăng lên nhanh chóng sau các hiệp định kinh tế song phương vừa ký kết giữa các nhà lãnh đạo cấp cao của Chính phủ. Đối với EU, những yếu tố quan trọng cho tăng trưởng thương mại và đầu tư đã hình thành, xuất phát từ quan hệ tốt đẹp đã được Chính phủ Việt Nam và Đại diện EU nâng lên thành đối tác chiến lược lâu dài. Với vị thế đó, với tiềm năng to lớn của cả 2 phía, mục tiêu đến năm 2010 kim ngạch xuất khẩu Việt Nam sang EU lên 7,5- 8 tỉ USD, kim ngạch nhập khẩu 5 tỉ USD và vốn FDI lên 10 tỷ USD là hoàn toàn có thể đạt được trước năm 2010, dự báo là vào năm 2008, nếu cả 2 phía duy trì được tốc độ tăng trưởng như năm 2006.

Giải pháp: Để biến triển vọng thành hiện thực, về phía các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, kinh doanh xuất nhập khẩu với EU cần chủ động trong việc nâng cao năng lực sản xuất các sản phẩm phù hợp với nhu cầu tiêu dùng của thị trường EU từ chủng loại, mẫu mã, chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, giá cả. Vấn đề tìm kiếm thông tin thị trường, tìm hiểu luật lệ kinh doanh của các nước, các khu vực mà mình chọn làm đối tác cũng rất cần được quan tâm. EU hiện tại có 25 quốc gia thành viên, trong đó có những nước thuộc Đông Âu vốn là bạn hàng truyền thống của Việt Nam nhưng quan hệ thương mại và đầu tư với Việt Nam các năm gần đây giảm sút. Khi vào WTO, Việt Nam có nhiều cơ hội để

khôi phục và đẩy nhanh quan hệ thương mại và đầu tư với các nước này. Cùng với tăng cường các hoạt động thương mại, các doanh nghiệp Việt Nam cần chuẩn bị cho mình khả năng đàm phán kinh doanh, cần nghiên cứu kỹ từng thị trường để tìm hướng đi tốt nhất. EU là thị trường khó tính, nên để nhập khẩu vào thị trường này phải có giấy phép và các tài liệu liên quan đến xuất xứ nguồn hàng. Vì vậy các doanh nghiệp khi sản xuất hàng xuất khẩu cho EU phải chú ý ngay từ khâu thiết kế, nguyên liệu đầu vào... phải chứng minh được hàng hoá đảm bảo an toàn sức khoẻ cho người sử dụng. EU cũng rất coi trọng tiêu chuẩn môi trường của hàng hoá, nên các vấn đề thuốc trừ sâu không phân huỷ, phụ gia thực phẩm, dư lượng trong thuỷ sản tươi sống... đều có hạn chế nghiêm ngặt. Với chính sách bảo vệ môi trường của EU, các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam bắt buộc phải có chứng chỉ ISO 14000 và phải chứng minh được nguồn gốc hàng hoá. Cuối cùng, khi đã vào WTO, hàng hoá các nước nhập khẩu vào thị trường EU đều phải tuân thủ các qui định về chống phá giá, chống trợ cấp xuất khẩu và chống hàng giả. Do vậy các doanh nghiệp Việt Nam phải tìm hiểu kỹ hệ thống luật pháp, chính sách, các qui định nghiêm ngặt của mỗi nước về hàng nhập khẩu để tránh những sơ hở tương tự như các trường hợp đã xảy ra trước đây về may mặc, giấy da, thuỷ sản... Về đầu tư, các ngành chức năng như Kế hoạch-Đầu tư, Ngoại giao,

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các địa phương... cần mở rộng hoạt động xúc tiến đầu tư tại EU tương ứng với vị trí là đối tác chiến lược, là thị trường đầy tiềm năng về vốn, khoa học, công nghệ để thu hút vào phát triển công nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam.

Để hỗ trợ các ngành và các doanh nghiệp, Phái đoàn đại diện Việt Nam bên cạnh Ủy ban Châu Âu và các cơ quan ngoại giao ở các nước trong khu vực châu Âu cần tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư theo hướng coi công tác ngoại giao phục vụ kinh tế là ưu tiên số 1, là nhiệm vụ thường xuyên để đầu tư nhân lực, thời gian thoả đáng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo của Bộ Thương mại năm 2006.
2. Báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư năm 2006.
3. Báo cáo của Tổng cục Thống kê năm 2006.
4. Bản tin Kinh tế thế giới của TTXVN năm 2006.
5. Thời báo Kinh tế Việt Nam năm 2006.
6. Báo Đầu tư năm 2006.
7. Tạp chí Nghiên cứu Châu Âu năm 2005, 2006.
8. Niên giám thống kê năm 2004, 2005.