

## HỢP TÁC THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - GCC

*Lê Quang Thắng\**

### 1. Động thái chung trong hợp tác thương mại Việt Nam với các nước GCC

Mở rộng hợp tác thương mại là một trong những nội dung quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam, một yếu tố góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của nền kinh tế, của ngành, doanh nghiệp, của các sản phẩm hàng hoá và dịch vụ trong tiến trình hội nhập. Đồng thời, mở rộng hợp tác thương mại còn là vấn đề quan trọng trong đường lối phát triển kinh tế theo định hướng xuất khẩu đối với Việt Nam hiện nay. Để mở rộng thị trường, Việt Nam cần phải từng bước nâng cao khả năng chiếm lĩnh đối với các thị trường truyền thống, thị trường đã có, mặt khác cần phải tìm cách thâm nhập vào các khu vực thị trường mới, thị trường tiềm năng. GCC là một thị trường mới và đầy tiềm năng đối với Việt Nam.

GCC là một khối hợp tác khu vực điển hình ở Trung Đông, gồm sáu nước thành viên là Baranh, Côoét, Cata, Arập Xêút, Ôman và Các tiểu Vương quốc Arập Thống nhất (UAEs). GCC là vùng đất giao

thoa giữa 3 châu lục Á- Âu- Phi, có diện tích khoảng 1 triệu km<sup>2</sup> và dân số tính đến năm 2006 là 37,5 triệu người, trong đó có 8,4 triệu là người nước ngoài. Tuy chỉ có 6 nước thành viên, nhưng tổng GDP của tổ chức này được xếp hạng khá cao trên thế giới, đạt 536,223 triệu USD (năm 2005). Khu vực này có mức thu nhập bình quân đầu người thuộc mức cao của thế giới là khoảng 16.000 USD/năm (năm 2005). Ngành nông nghiệp của GCC chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong GDP và xuất khẩu nông sản chỉ chiếm 0,4% GDP. Khu vực này lấy dầu mỏ và các chất khoáng thiên nhiên làm điều kiện chủ yếu để phát triển kinh tế. Thị trường các nước GCC là thị trường đầy tiềm năng cho các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam.

Theo như cuộc họp tháng 6 năm 2007 tại Arập Xêút, GCC quyết định thành lập một thị trường chung giữa các nước thành viên, miễn thuế cho tất cả hàng hoá của các nước thành viên và áp đặt mức thuế hàng hóa nhập khẩu từ ngoài khối ở mức 5%. Ủy ban tối cao của khu vực này dự kiến thành lập một liên minh tiền tệ và một đồng tiền chung vào năm 2010<sup>1</sup>. Hiện nay, hầu hết các nước thuộc GCC đã trở thành thành viên chính thức của Tổ chức

\* Viện Nghiên cứu Châu Phi và Trung Đông

Thương mại Thế giới (WTO). Đây là những cơ hội thuận lợi để thúc đẩy quan hệ hợp tác thương mại giữa Việt Nam với các nước GCC.

Việt Nam có quan hệ ngoại giao với tất cả các nước GCC. Nhiều hiệp định, nghị định song phương đã được ký kết với các nước trong khu vực này, nhằm tạo khuôn khổ pháp lý cho các hoạt động hợp tác hai bên gồm các Hiệp định về thương mại, Hiệp định hợp tác khoa học, Hiệp định vận tải hàng hải... Kể từ khi thiết lập quan hệ ngoại giao, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và các nước GCC đã phát triển rất nhanh chóng. Việt Nam có quan hệ thương mại chủ yếu với 3 thị trường: UAEs, Arập Xêút và CôOét. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam với Cata, Ôman, Baranh còn ít và hầu hết hàng hoá của chúng ta chưa xuất khẩu trực tiếp đến thị trường này và quan hệ chủ yếu vẫn là hợp tác lao động.

Việt Nam và CôOét thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 10 tháng 1 năm 1976. Tháng 10 năm 2003, Việt Nam chính thức mở đại sứ quán tại CôOét. CôOét đã mở đại sứ quán ở Hà Nội và lãnh sự quán ở Thành phố Hồ Chí Minh. CôOét là quốc gia có diện tích lớn thứ tư GCC, với diện tích là 17.818 km<sup>2</sup> (năm 2006) và dân số gần 3,1 triệu người. Thời gian qua, hai bên đã trao đổi nhiều đoàn đại biểu, ngoại giao, góp phần củng cố và thúc đẩy quan hệ hữu nghị hợp tác giữa hai nước. Trong các buổi toạ đàm giữa phái đoàn cấp cao giữa Việt Nam với các nước trong khu vực đều đặt phát triển thương mại giữa hai khu vực là ưu tiên hàng đầu.

Việt Nam thiết lập quan hệ ngoại giao với Ôman từ ngày 9 tháng 6 năm 1992. Ôman là quốc gia có diện tích nhỏ nhất trong GCC, chỉ chiếm vón vẹn 1.374 km<sup>2</sup>

và dân số là 3,2 triệu người (năm 2006). Hợp tác chủ yếu giữa Việt Nam- Ôman là lao động, tài chính- ngân hàng, dầu khí, than, bất động sản, xây dựng. Về hợp tác thương mại, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu trực tiếp tới thị trường này còn rất ít, vẫn chủ yếu thông qua thị trường Dubai.

Việt Nam và UAEs thiết lập quan hệ ngoại giao từ ngày 1 tháng 8 năm 1993, mở Lãnh sự quán tại Dubai vào tháng 10 năm 1997 và đang tiến hành nâng Lãnh sự quán thành Đại sứ quán ở Dubai. UAEs là quốc gia có diện tích lớn thứ ba trong khu vực Trung Đông với diện tích là 83.600 km<sup>2</sup> và dân số trên 5 triệu người (năm 2007). Theo dự báo của một số chuyên gia kinh tế Việt Nam, thị trường Dubai của UAEs là thị trường trung chuyển lớn nhất của Việt Nam trong GCC, đây là thị trường chiến lược của Việt Nam, là một thị trường mở, đầy tiềm năng đi vào các nước GCC, Trung Đông, châu Phi và châu Âu... Việc buôn bán trao đổi hàng hoá giữa Việt Nam và UAEs thực sự chỉ mới hình thành và phát triển nhanh từ năm 1995 trở lại đây.

Việt Nam và Cata lập quan hệ ngoại giao ngày 8 tháng 2 năm 1993. Đại sứ quán Việt Nam tại CôOét kiêm nhiệm Cata, Đại sứ quán Cata tại Thái Lan kiêm nhiệm Việt Nam. Việt Nam đang dự kiến cuối năm 2008 sẽ lập Đại sứ quán tại Cata. Cata là quốc gia có diện tích lớn thứ năm trong GCC với diện tích là 11.437 km<sup>2</sup>.

Việt Nam thiết lập quan hệ ngoại giao với Baranh từ ngày 31 tháng 3 năm 1995. Baranh là quốc gia có diện tích lớn thứ hai trong GCC với 694.000 km<sup>2</sup> và dân số ít nhất trong khu vực chỉ với khoảng 1,2 triệu người (2006). Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Baranh còn rất ít, Việt Nam chưa xuất khẩu trực tiếp đến thị trường



này. Hàng hóa Việt Nam vào thị trường Baranh chủ yếu thông qua thị trường trung chuyển Dubai (UAEs) và thị trường Arập Xêút. Quan hệ chủ yếu của Việt Nam với Baranh là xuất khẩu lao động.

Việt Nam và Arập Xêút thiết lập ngoại giao từ ngày 21 tháng 10 năm 1999. Cả hai nước đang trong tiến trình thành lập Đại sứ quán của mỗi bên. Arập Xêút là quốc gia lớn nhất trong GCC xét về cả diện tích, dân số lẫn quy mô nền kinh tế. Arập Xêút có diện tích 2.150.000 km<sup>2</sup>, với dân số là 27,6 triệu người (năm 2007). Tiềm năng kinh tế của quốc gia Hồi giáo này đứng đầu khu vực GCC nói riêng và cả Trung Đông nói chung. Đây là thị trường tiềm năng của Việt Nam ở khu vực Trung Đông và Việt Nam luôn phải nhập siêu từ thị trường này.

Từ khi thiết lập quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam với các nước thành viên GCC, quan hệ thương mại hai bên ngày càng phát triển mạnh về chiều rộng lẫn chiều sâu. Trong những cuộc viếng thăm này, hai bên đã ký kết một số hiệp ước thương mại quan trọng như: Hiệp định thương mại Việt Nam – CôOét được ký vào ngày 3 tháng 5 năm 1995; Hiệp định hợp tác kinh tế, thương mại giữa Việt Nam với UAEs vào tháng 10 năm 1999 và tháng 7 năm 2004, Trung tâm Thương mại Việt Nam được thành lập tại Dubai. Đây là trung tâm thương mại đầu tiên của Việt Nam trong GCC; Hiệp định thương mại giữa Việt Nam-Ôman đã được ký kết vào tháng 5 năm 2004; Hiệp định thương mại giữa Việt Nam với Arập Xêút ngày 25 tháng 5 năm 2006; Việt Nam chưa ký Hiệp định Hợp tác thương mại với Cata và Baranh.

Việt Nam đã ký Hiệp định thương mại với 4 nước và đã có cơ quan thương vụ ở 3 nước thuộc khu vực thị trường này là UAE, Côoét và Arập Xêút. Các doanh nghiệp của

Việt Nam cũng như doanh nghiệp các nước GCC đã có quá trình thâm nhập, tìm hiểu lẫn nhau thông qua các cuộc nghiên cứu thị trường, hội chợ triển lãm và các hình thức khác. Qua quá trình đó đã hình thành nên những quan hệ bạn hàng cụ thể và kết quả là đã thực hiện được nhiều hợp đồng xuất nhập khẩu hàng hoá giữa các bên. GCC là thị trường nhập khẩu lớn các mặt hàng nông sản và tiêu dùng. Đây cũng là các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam tại GCC là UAE, Arập Xêút và CôOét.

Quan hệ thương mại sẽ phát triển song song với quan hệ ngoại giao, quan hệ đầu tư và quan hệ lao động. Các quan hệ này sẽ là yếu tố thúc đẩy quan hệ thương mại phát triển hơn nữa. Đặc biệt là khu vực mới mẻ như thị trường các nước GCC thì quan hệ ngoại giao, quan hệ đầu tư và lao động sẽ có vai trò quyết định trong quá trình phát triển quan hệ thương mại giữa hai bên.

Trong chuyến thăm Việt Nam từ ngày 15 đến 19 tháng 4 năm 2008, ngài Ahmed Macki, Bộ trưởng Kinh tế Ôman, cùng các thành viên trong đoàn đã tiếp kiến Phó Thủ tướng thường trực Nguyễn Sinh Hùng, làm việc với Bộ trưởng Tài chính Vũ Văn Ninh, Bộ trưởng Bộ Công thương Vũ Huy Hoàng, Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư Võ Hồng Phúc, lãnh đạo Tổng Công ty Đầu tư và kinh doanh vốn nhà nước, Tập đoàn Dầu khí Việt Nam, Công ty Cổ phần Đầu tư và phát triển du lịch Vinaconex, Tập đoàn Công nghiệp tàu thủy Việt Nam. Nhân dịp này, hai bên đã nhất trí lập ủy ban hỗn hợp Việt Nam-GCC. Hai bên đã ký Hiệp định Tránh đánh thuế hai lần<sup>2</sup>. Vào ngày 13 tháng 12 năm 2007, tại Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam - GCC trong chuyến thăm 3 nước GCC Phó Thủ tướng



thường trực Nguyễn Sinh Hùng đã khẳng định “Các doanh nghiệp Việt Nam- GCC sẽ là động lực để phát triển toàn diện mối quan hệ thương mại song phương Việt Nam- GCC”. Hai bên nhất trí tạo các hành lang pháp lý quan trọng để doanh nghiệp hai nước tìm hiểu thị trường của nhau. Thông qua diễn đàn này, các doanh nghiệp Việt Nam và các nước GCC có điều kiện tìm hiểu thị trường lẫn nhau, khai thác năng lực của mỗi bên, từ đó thúc đẩy quan hệ thương mại với tinh thần hai bên cùng có lợi, sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp hai bên trong hợp tác kinh tế thương mại, đặc biệt trong những lĩnh vực doanh nghiệp<sup>3</sup>.

Trong lĩnh vực xuất khẩu lao động, Việt Nam đã xuất khẩu lao động sang các nước GCC từ rất sớm, bắt đầu từ khi có sự hợp tác về chuyên gia của Việt Nam sang CôOét từ những năm 1960. Từ sau cuộc chiến tranh vùng Vịnh từ năm 1991, quan hệ xuất khẩu lao động của Việt Nam tới các nước GCC có chiều hướng giảm sút. Nhưng cho đến nay tình hình xuất khẩu lao động giữa ta với các nước trong khu vực GCC đã dần khôi phục trở lại. Điều này tạo đà cho hợp tác thương mại tiềm

năng giữa Việt Nam với các nước GCC. Ba thị trường xuất khẩu lao động lớn nhất của Việt Nam trong GCC là Ả-rập Xê-út, UAEs và Cata. Cho đến nay Việt Nam đã xuất khẩu được gần 100.000 lao động sang các nước vùng Vịnh. Trong đó thị trường UAEs là 6000 lao động; Cata là 3000; Ả-rập Xê-út là 5000; các nước CôOét, Baranh, Ôman là 1000 lao động. Sự gia tăng trong xuất khẩu lao động của Việt Nam sẽ là yếu tố thúc đẩy quan hệ thương mại giữa Việt Nam với các nước GCC.

Quan hệ đầu tư giữa Việt Nam và các nước GCC hiện nay đang trong giai đoạn tiềm năng. Việt Nam đang tăng cường kêu gọi nguồn vốn đầu tư nước ngoài từ các nước vùng Vịnh có nguồn vốn nhân rỗi lớn. Trong những năm gần đây, với sự tăng cường hợp tác trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam với các nước bạn, một số dự án tiếp nhận đầu tư của Việt Nam đã được triển khai với quy mô lớn trong các lĩnh vực du lịch, cơ sở hạ tầng, dầu khí... Điều này đồng nghĩa với sự gia tăng hơn nữa trong kim ngạch buôn bán thương mại giữa hai bên khi Việt Nam và các nước GCC tăng cường quan hệ đầu tư.

**Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu giữa Việt Nam và GCC**

*Đơn vị: Triệu USD*

	2002	2003	2004	2005	2006
Việt Nam – Baranh	2,7	4,8	6,3	9,6	12,5
Việt Nam – UAE	62,9	116,2	157,9	190,7	250,0
Việt Nam -Ả-rậpXê-út	80,0	72,8	91,0	106,0	138,0
Việt Nam – Ôman	3,6	5,2	7,4	8,6	9,9
Việt Nam – Côoét	153,7	179,4	260,2	370,5	172,5
Việt Nam – Cata	6,5	13,2	19,8	26,7	29,7
Việt Nam – GCC	309,4	391,6	542,6	712,1	612,6

*Nguồn : Tổng hợp nguồn dữ liệu của Cục Hải quan các nước GCC, 2007*



Theo bảng 1, kim ngạch thương mại giữa Việt Nam - GCC đã gia tăng khá nhanh trong giai đoạn 2002 - 2006, từ 309,4 triệu USD (năm 2002) lên đến 612,6 triệu USD (năm 2006), tăng gần 2 lần so với năm 2002. Tổng kim ngạch buôn bán CôOét là bạn hàng thương mại lớn nhất của Việt Nam trong số 6 nước GCC, đạt 1136,3 triệu USD trong giai đoạn 2002-2006; tiếp theo là UAEs đạt 777,84 triệu USD; Arập Xêút đạt 487,8 triệu USD; Cata đạt 95,5 triệu USD, Baranh đạt 35,9 triệu USD và cuối cùng là thị trường Ôman đạt 34,7 triệu USD. Nhìn chung,

kim ngạch thương mại giữa Việt Nam với các thị trường Cata, Baranh, Ôman vẫn còn rất ít, hiện nay Việt Nam vẫn chưa xuất khẩu trực tiếp nhiều sang ba thị trường này. Hình thức xuất khẩu sang các thị trường này vẫn qua trung gian. Việt Nam đang tăng cường phát triển quan hệ lao động với ba thị trường trên, đặc biệt là xuất khẩu lao động ở thị trường Cata. Đây sẽ là tiền đề để phát quan hệ thương mại tới thị trường các nước GCC nói chung và thị trường ba nước Cata, Baranh và Ôman nói riêng.

**Bảng 2. Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với các khu vực thế giới (giai đoạn 2002-2006)**

Đơn vị : triệu USD

	2002	2003	2004	2005	2006	Tổng
ASEAN	7.204,1	8.902,6	11.824,6	15.069,8	12.056,4	55.057,5
OPEC	1.490,1	1.637,3	1.935,5	2.178,5	1.425	8.666,4
APEC	28.263,7	35.392,1	45.888,3	54.856,5	32.895,9	197.296,5
EU	5.003,1	6.330,3	7.650,2	8.098,2	2.742,6	29.824,4
GCC	309,4	391,6	542,6	712,1	612,6	2.568,30
Trung Đông	665,1	464,2	669,3	942,6	1.205,5	3.946,7
Thế giới	36.451,7	45.405,1	58.453,8	69.208,2	84.717,3	294.236,1

Nguồn: <http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=433&idmid=3>

Bảng 2 so sánh quan hệ thương mại giữa Việt Nam với một số khu vực trên thế giới từ năm 2002 đến năm 2006. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam với APEC đạt tổng giá trị cao nhất là 28.263,7 triệu USD trong năm 2002 và tăng lên 32.895,9 triệu USD trong năm 2006, chiếm tỷ trọng trung bình 50,47%; lớn thứ hai là khu vực ASEAN, chiếm tỷ trọng trung bình là 18%, lớn thứ ba là khu vực EU, thứ tư là khu vực OPEC và cuối cùng là Trung Đông. Quan hệ thương mại giữa Việt nam với GCC trong năm 2002 đạt 309,46 triệu USD chỉ bằng 0,85% so với tổng kim ngạch thương mại Việt Nam với thế giới. Năm 2006, thương mại Việt Nam với các

nước GCC đạt 612,6 triệu USD, chiếm 51% so với kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và Trung Đông, chiếm xấp xỉ 0,75% so với tổng kim ngạch thương mại Việt Nam với thế giới. Điều đó cho thấy, kim ngạch buôn bán giữa Việt Nam với các nước GCC còn rất nhỏ bé so với tổng kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và trên thế giới. Quan hệ này chưa phát huy được quan hệ ngoại giao – kinh tế tiềm năng giữa Việt Nam với các nước GCC.

## 2. Cơ cấu hàng hóa

Trong những năm qua, Việt Nam xuất khẩu sang thị trường GCC các mặt hàng nông sản, thủy hải sản, hàng nông nghiệp



tiêu dùng như gạo, hạt tiêu, rau quả, hải sản, sản phẩm gỗ, mây tre đan, dệt may, giấy dếp, linh kiện điện tử, gốm sứ, vật liệu xây dựng, xuất khẩu lao động... và nhập từ GCC các sản phẩm chủ yếu là máy móc, dầu lửa, sản phẩm hoá dầu, thiết bị, phụ tùng, chất dẻo nguyên liệu, nguyên phụ liệu dệt và da, phân bón các loại, trong đó nhập khẩu xăng dầu chiếm tỷ trọng khá cao, chiếm 72% tổng giá trị hàng nhập khẩu của các nước GCC.

Doanh nghiệp các nước GCC đã biết nhiều đến Việt Nam. Thời gian gần đây một số nước đã cử phái đoàn đến Việt Nam và mong muốn thúc đẩy hợp tác kinh tế - thương mại với Việt Nam trên các lĩnh vực, nhất là các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam như lương thực, chế biến, trang trí nội thất, nông sản.... Các doanh nghiệp GCC đặc biệt quan tâm đến lĩnh vực đồ gỗ, trang trí nội thất của Việt Nam. Vì thế, đây là cơ hội tốt để các doanh nghiệp trong lĩnh vực này mở mang cơ hội làm ăn. Ngoài ra, đây cũng là thị trường tiềm năng của các ngành sản xuất hàng tiêu dùng, thực phẩm như: dệt may, giày dếp, cao su, chè, rau quả, bột gia vị, đồ chơi trẻ em, các sản phẩm sữa... Tuy nhiên, do thiếu thông tin thị trường, thông tin về đối tác nên đã hạn chế rất lớn việc gia tăng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng trên vào thị trường các nước GCC.

Theo đánh giá của Bộ Công nghiệp và Thương mại Việt Nam, trong thời gian tới Việt Nam có thể tập trung đẩy mạnh xuất khẩu hai nhóm mặt hàng mà các nước Cata, Ôman, Baranh có nhu cầu rất lớn là vật liệu xây dựng và nông sản thực phẩm, đặc biệt là hàng tươi sống. Bên cạnh đó, nhu cầu sử dụng lao động nước ngoài tại ba thị trường này là rất lớn. Vì thế, đây sẽ là triển vọng cho các doanh nghiệp xuất khẩu lao động Việt Nam<sup>4</sup>.

Các mặt hàng thủy sản của Việt Nam được ưa chuộng và được chấp nhận trên thị trường GCC, đặc biệt là 2 mặt hàng cá tra và basa đông lạnh. Theo thống kê, hiện có khoảng trên 42 doanh nghiệp Việt Nam tham gia xuất khẩu thủy sản tại thị trường GCC, trong đó dẫn đầu là Công ty TNHH Xuất nhập khẩu thủy sản Cửu Long An Giang; Công ty TNHH Xuất nhập khẩu thủy sản Thiên Mã; Công ty Cổ phần Nam Việt... Có 6 mặt hàng đạt mức xuất khẩu cao nhất đó là cá tra, tôm đông lạnh, cá basa đông lạnh và cá ngừ đóng hộp... Xuất khẩu thủy sản sang GCC năm 2007 tăng trưởng vượt bậc so với năm 2006, trong đó xuất khẩu cá tra đông lạnh tăng 159% về lượng và kim ngạch. Đáng chú ý là bạch tuộc đông lạnh tăng mạnh đạt gần 30 tấn, kim ngạch 88.000 USD (năm 2006 chỉ xuất 0,2 tấn). Cùng về cuối năm, nhu cầu thủy sản của GCC càng lớn nên các doanh nghiệp xuất khẩu được nhiều. Tuy nhiên, trở ngại lớn nhất của thủy sản Việt Nam khi tiếp cận thị trường GCC là việc chưa có đường bay trực tiếp nên xuất khẩu thủy sản tươi sống gặp nhiều khó khăn.

### 3. Thuận lợi, khó khăn và triển vọng thâm nhập thị trường các nước GCC

#### a. Thuận lợi

Đối với việc thâm nhập vào thị trường GCC, thuận lợi cơ bản của Việt Nam trong việc phát triển quan hệ kinh tế - thương mại là cả hai phía đã hình thành được mối quan hệ ngoại giao từ lâu. Trong thời gian qua, quan hệ Việt Nam- GCC có nhiều bước phát triển tích cực, nhiều phái đoàn cấp cao giữa Việt Nam với các nước GCC đã thăm viếng lẫn nhau, mở đường cho việc tiếp xúc giữa doanh nghiệp hai bên. Riêng trong năm 2007, Việt Nam đã đón đoàn Thủ tướng các nước Cata, CôOét,



UAEs, Bộ trưởng Kinh tế quốc gia Ôman, Cố vấn Thủ tướng Baranh. Tháng 10/2007, Phó Thủ tướng thường trực Nguyễn Sinh Hùng đó thăm ba nước Cata, Ôman và Baranh vv... Đây là mối quan hệ được xây dựng trên cơ sở hữu nghị, hợp tác và giúp đỡ lẫn nhau. Cùng với sự phát triển của quan hệ chính trị, các doanh nghiệp các nước GCC đã và đang đẩy mạnh đầu tư vào Việt Nam với nhiều dự án quy mô lớn. Một số hãng hàng không khu vực đã và đang có kế hoạch mở đường bay trực tiếp đến Việt Nam.

Từ các quan hệ ngoại giao đã có trong thời gian gần đây, các bên đã cố gắng nỗ lực để xúc tiến các quan hệ hợp tác trong các lĩnh vực khác như văn hoá, kinh tế và thương mại. Hiện nay, hầu hết các nước GCC đều thực hiện chính sách mở cửa hội nhập và tự do hoá thương mại. Việt Nam đã có mối quan hệ ngoại giao với tất cả các nước trong khu vực này. Chúng ta đã ký Hiệp định thương mại song phương với 4 nước thuộc thị trường GCC như: Hiệp định thương mại Việt Nam – CôOét ký vào ngày 3 tháng 5 năm 1995; Hiệp định hợp tác thương mại giữa Việt Nam với UAEs vào tháng 10 năm 1999; Hiệp định thương mại giữa Việt Nam – Ôman ký kết vào tháng 5 năm 2004; Hiệp định thương mại giữa Việt Nam với Arập Xêút ký ngày 25 tháng 5 năm 2006.

Về cơ cấu mặt hàng, căn cứ vào những đặc điểm cơ cấu kinh tế các nước thị trường này, có thể thấy GCC là thị trường dầu lửa lớn nhất thế giới và là thị trường nhập khẩu hàng nông sản, hàng tiêu dùng lớn và lâu dài. Đây cũng chính là các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như: gạo, cà phê, chè, cao su, hàng điện tử, hàng may mặc, hàng thủ công mỹ nghệ và một số mặt hàng khác đều là những mặt hàng mà bạn đang có nhu cầu nhập khẩu

cao. Hơn nữa, so với thị trường thuộc các nước phát triển thì yêu cầu về các tiêu chuẩn chất lượng đối với hàng hoá nhập khẩu vào GCC nhìn chung dễ đáp ứng hơn. Đây là một lợi thế rất lớn, phù hợp với khả năng và trình độ sản xuất của Việt Nam.

### **b. Khó khăn**

Tuy có một số thuận lợi nhất định, song việc phát triển quan hệ kinh tế - thương mại giữa Việt Nam với thị trường các nước GCC còn nhiều hạn chế.

*Thứ nhất*, khu vực Trung Đông luôn tiềm ẩn những bất ổn, rủi ro về chính trị. Sự cạnh tranh về kinh tế cùng với các mâu thuẫn về vấn đề tôn giáo và sắc tộc nên chiến tranh và xung đột liên tiếp xảy ra giữa các quốc gia và trong nội bộ của các quốc gia trên thị trường Trung Đông. Chiến tranh và xung đột đã làm hạn chế rất lớn đến khả năng phát triển kinh tế và ngoại thương, khả năng thâm nhập của doanh nghiệp của Việt Nam vào thị trường các nước GCC.

*Thứ hai*, do thiếu thông tin chính xác về thị trường các nước GCC cho nên các doanh nghiệp Việt Nam không có chiến lược kinh doanh phù hợp với thị trường này. Sự hạn chế trong việc nắm bắt thông tin dẫn đến hạn chế trong việc đáp ứng các nhu cầu của thị trường vốn thường xuyên thay đổi nên đã hạn chế rất lớn việc gia tăng kim ngạch thương mại, đặc biệt trong gia tăng kim ngạch xuất khẩu.

*Thứ ba*, trong thời gian qua, kim ngạch thương mại giữa Việt Nam với các nước GCC còn ở mức nhỏ bé, chỉ chiếm vốn vụn khoảng 0,8% trên tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam. Tỷ trọng này là quá nhỏ bé, chưa tương xứng với tiềm năng vốn có của hai bên.



*Thứ tư*, GCC là một thị trường cạnh tranh khốc liệt về giá. Hiện nay giá hàng của Việt Nam cao hơn hàng của một số trong khu vực như: Ấn Độ, Thái Lan, Trung Quốc, Malaixia, Indônêxia... Thêm vào đó, giá cước vận tải cao làm giảm khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam trên thị trường GCC. Các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay chưa chú trọng nhiều vào khâu xâm nhập thị trường và chưa thấy hết đặc trưng và tập tục buôn bán tại khu vực.

*Thứ năm*, tuy các mặt hàng nông sản của Việt Nam đã có mặt và đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng và thị hiếu tiêu dùng của bạn, song số lượng không đáng kể lại chưa đáp ứng được một cách ổn định thường xuyên nên chưa tạo ra được chỗ đứng trên thị trường.

*Thứ sáu*, một số mặt hàng của Việt Nam không có khả năng cạnh tranh với các mặt hàng cùng loại được sản xuất trong nước cũng như được nhập khẩu từ các nước khác. Giá hàng hóa của Việt Nam thường có giá cao và mẫu mã chậm thay đổi theo thị hiếu và quy cách của thị trường khu vực và chưa được nhiều người biết đến... Trong khi đó, hàng hóa từ Trung Quốc, Ấn Độ có chủng loại, mẫu mã phong phú, được thay đổi thường xuyên theo thị hiếu thị trường, lại có giá rẻ. Bên cạnh đó, hàng từ Anh, Mỹ và các nước phương Tây có thương hiệu nổi tiếng, chất lượng cao cũng coi Dubai là nơi tiếp thị bán hàng vào khu vực.

*Thứ bảy*, do điều kiện tự nhiên tương đối giống nhau nên lợi thế so sánh của các nước giống nhau về xuất khẩu dầu mỏ và nhập khẩu chung các mặt hàng nông sản và hàng tiêu dùng giống nhau. Điều này phần nào làm hạn chế quan hệ thương mại đồng đều giữa Việt Nam với các nước GCC.

*Thứ tám*, quan hệ bạn hàng giữa các doanh nghiệp Việt Nam và các nước bạn chưa nhiều và vững chắc. Phong tục, tập quán buôn bán có nhiều điểm khác biệt so với chúng ta và các nước khác.

*Thứ chín*, hầu hết các hàng hóa của Việt Nam khi đến thị trường này đều phải thông qua một nước thứ ba là các đối tác trung gian đã có chỗ đứng và kinh nghiệm làm ăn tại thị trường GCC. Hơn nữa, đối tác trung gian có khi là hai hoặc ba công ty khác nhau. Điều này làm giảm mạnh khả năng cạnh tranh sản phẩm hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam, làm cho giá cả cao hơn rất nhiều, ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả kinh tế của hoạt động xuất khẩu, cũng như khả năng thâm nhập thị trường của các doanh nghiệp Việt Nam.

### *c. Triển vọng hợp tác thương mại giữa Việt Nam và các nước GCC*

Các nước khu vực vùng Vịnh đang thực hiện chính sách hướng Đông, trong đó Việt Nam là một trong những tiêu điểm quan trọng. Mặt khác, Việt Nam đang là một điểm sáng của khu vực về mặt chính trị ổn định, thành tựu phát triển kinh tế ấn tượng, chính sách đầu tư thông thoáng hơn... Trong khi đó, các nước vùng Vịnh lại muốn đầu tư vào thị trường ổn định, ít rủi ro. Họ cũng không muốn bị lệ thuộc vào các nước đầu tư truyền thống.

Quan hệ đối ngoại giữa Việt Nam - GCC trong năm 2007 có nhiều khởi sắc và sôi động. Nhiều đoàn ngoại giao cấp cao giữa Việt Nam - GCC đã thăm viếng lẫn nhau. Đã có những hợp tác thương mại, lao động, đầu tư được ký kết giữa các doanh nghiệp trong các cuộc viếng thăm giữa các nhà lãnh đạo cấp cao hai bên. Đây là triển vọng lớn để tăng cường hơn





nữa quan hệ thương mại giữa Việt Nam với các nước GCC, đặc biệt là tăng cường xuất khẩu sang thị trường các nước vùng Vịnh giàu có này. Việt Nam cần tiếp tục củng cố và tăng cường quan hệ hữu nghị truyền thống với GCC khi đã có quan hệ chính trị truyền thống tốt đẹp và nhu cầu hợp tác.

Trong một thời gian dài, doanh nghiệp Việt Nam đã quá chú trọng vào các thị trường truyền thống nên bỏ quên thị trường GCC. Giai đoạn hiện nay, việc mở rộng xuất nhập khẩu đối các nền kinh tế lớn truyền thống đang gặp phải nhiều khó khăn về sự bão hòa của thị trường, về tiêu chuẩn chất lượng. Điều này ảnh hưởng đến chỉ tiêu xuất khẩu. Vì thế các doanh nghiệp Việt Nam đang chuyển hướng tiếp cận các thị trường mới, đầy tiềm năng như GCC, mở ra hướng mới cho xuất khẩu Việt Nam. Việt Nam đã chọn năm 2008 là "Năm Trung Đông", bởi các thị trường truyền thống của doanh nghiệp Việt Nam từ trước đến nay như: EU, Hoa Kỳ, châu Á - Thái Bình Dương... đều trong tình trạng bão hòa. Nhu cầu tại các thị trường này không có sự đột biến, nhất là giai đoạn khó khăn về kinh tế đang diễn ra trên toàn cầu. Hơn nữa, hàng hóa xuất khẩu lại chịu quá nhiều rào cản kỹ thuật, trong khi không phải doanh nghiệp nào của Việt Nam cũng đáp ứng được các yêu cầu đó. Hiện nay, để tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu vào các thị trường truyền thống mỗi năm thêm 1% cũng đã khó. Theo đại diện Doanh nghiệp xuất khẩu hàng dệt may Cao Lâm Hà Nội cho biết "hơn một năm nay, công ty này hầu như không tìm được thêm đối tác mới. Việc tìm thêm thị trường mới là vấn đề cần thiết trong bối cảnh các thị trường truyền thống không gia tăng nhu cầu"<sup>5</sup>. Điều này không chỉ đúng với riêng doanh nghiệp này mà với

hầu hết các doanh nghiệp khác. Vì thế, nếu chỉ duy trì các thị trường cũ, không đẩy mạnh mở rộng quan hệ làm ăn với các thị trường mới nhiều tiềm năng hơn, chúng ta sẽ khó bảo đảm được mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu 20%/năm mà chính phủ đề ra.

### Chú thích:

<sup>1</sup><http://www.globalsecurity.org/military/world/gulf/gcc.htm>

<sup>2</sup>Việt Nam - thị trường tiềm năng của các nước vùng Vịnh 21/04/2008 theo <http://beta.baomoi.com/>

<sup>3</sup> Báo điện tử tổ quốc ngày 19/12/2007 [www.toquoc.vn](http://www.toquoc.vn)

<sup>4</sup><http://www.vinanet.com.vn/EconomicDetail.aspx?NewsID=147190>

<sup>5</sup>Báo Hà Nội mới ngày 16/1/2007 theo <http://www.hanoimoi.com.vn/>

### Tài liệu tham khảo

1. Cục Xúc Tiến Thương mại (2005), *Giới thiệu thị trường DUBAI – UAE*, NXB Hà Nội, Hà Nội.
2. Lê Quang Thắng (2007), *Quan hệ kinh tế quốc tế của Ảrập Xêút*, Đề tài cấp Viện Nghiên cứu Châu Phi và Trung Đông, Hà Nội.
3. Bộ ngoại giao Việt Nam (2007), *Kỷ yếu Hội nghị toàn quốc về Hợp tác Việt Nam – Châu Phi – Trung Đông*, NXB Thống kê, Hà Nội.
4. Cục xúc tiến thương mại theo <http://www.vietrade.gov.vn/>
5. Tin tức Việt Nam theo <http://vietnamnet.vn>
6. Quỹ tiền tệ quốc tế theo <http://www.imf.org/external/index.htm>
7. Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh theo [www.GCC.org](http://www.GCC.org)
8. Thông tấn xã Việt Nam theo <http://www.vnanet.vn/>
9. Bộ Ngoại giao Việt Nam theo <http://www.mofa.gov.vn>

