

THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ CHÂU ÂU QUA 20 NĂM ĐỔI MỚI

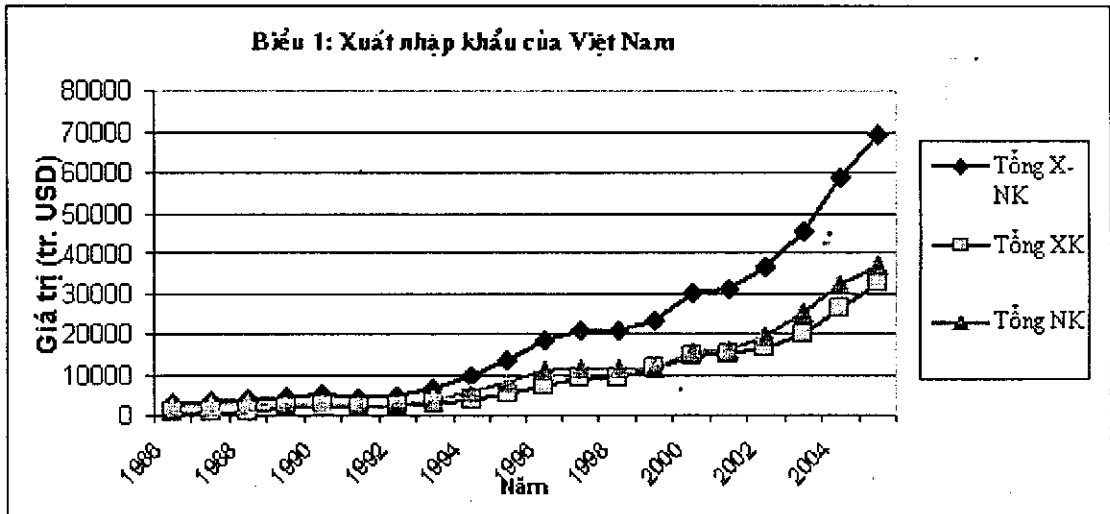
TS. Bùi Quang Bình
Trưởng Đại học Kinh tế Đà Nẵng

Từ năm 1986 đến nay chúng ta đã có nhiều chiến lược cải cách kinh tế, Đại hội VI của Đảng (12/1986) đánh dấu một bước ngoặt rất cơ bản của nền kinh tế Việt Nam, với việc đưa ra đường lối đổi mới toàn diện đất nước. Từ đó đến nay, Việt Nam đã đạt được những thành tựu đáng khích lệ trên nhiều phương diện như tăng trưởng GDP, ổn định kinh tế vĩ mô, tăng xuất khẩu, thu hút FDI, xóa đói giảm nghèo. Tốc độ tăng trưởng kinh tế ổn định khoảng 7,5%, GDP bình quân đầu người tăng bình quân 4,88% năm từ 1986-2005, tỷ lệ hộ nghèo giảm mạnh từ 70% năm 1986 còn 37% năm 1998 và 19% năm 2005. Những thành tựu trên do nhiều yếu tố đem lại, trong đó có xuất nhập khẩu. Đến năm 2005 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu so với GDP là 1,2 lần, tốc độ tăng xuất nhập khẩu bình quân 17,9% năm, xuất khẩu tăng 21,2% năm và nhập khẩu tăng 16,1% năm. Những thành công đó của kinh tế đối ngoại gắn liền với quá trình cải cách theo hướng mở cửa và

hội nhập mà sự kiện đáng chú ý là 1992 Việt Nam ký hiệp định thương mại với Liên minh Châu Âu, 1995 Việt Nam ra nhập ASEAN, năm 2000 Việt Nam ký hiệp định thương mại với song phương với Hoa Kỳ và 11/2006 ra nhập WTO.

Trong quan hệ thương mại, châu Âu luôn là đối tác quan trọng của Việt Nam. Năm 2005, tổng giá trị thương mại 2 chiều đạt 10,5 tỷ USD, trong đó xuất khẩu của Việt Nam vào châu Âu là 6.044 tỷ USD bằng 18,6% tổng xuất khẩu của Việt Nam. Mặc dù giá trị tuyệt đối về xuất nhập khẩu với châu Âu tăng liên tục, nhưng tỷ trọng trong xuất nhập khẩu của Việt Nam với châu Âu lại giảm liên tục. Nếu năm 1986 tỷ trọng là 73,1% thì năm 2005 chỉ còn 15%. Trong khi đó tỷ trọng của thị trường châu Á và Mỹ tăng đáng kể. Tình hình này đòi hỏi phải xem xét, đánh giá tình hình xuất nhập khẩu, các nhân tố ảnh hưởng tác động tới hoạt động này. Đó cũng là mục tiêu của bài viết.

1. Tình hình chung về thương mại giữa Việt Nam và châu Âu



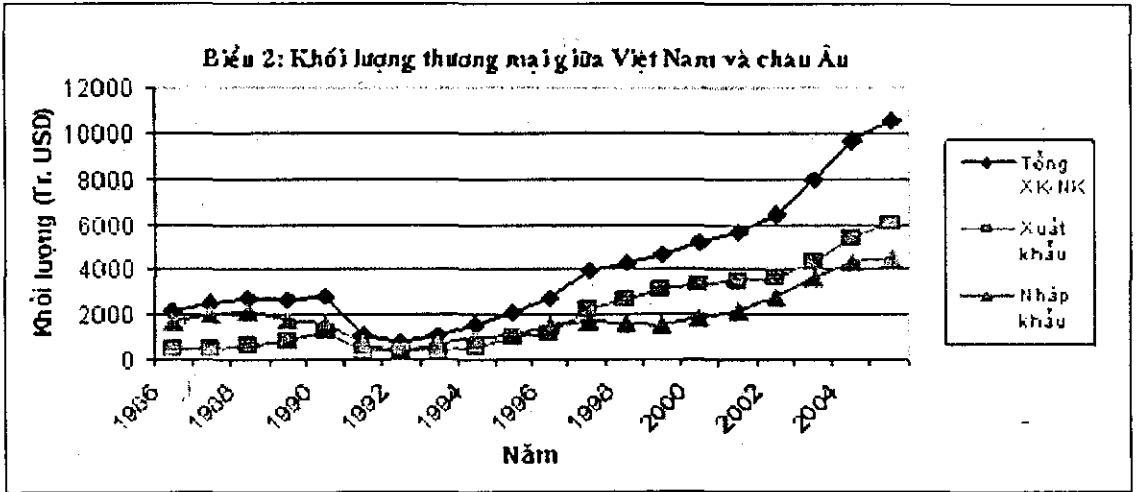
Nguồn: Số liệu nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 20 năm đổi mới- NXB Thống kê

Việt Nam có quan hệ thương mại với hơn 220 quốc gia và vùng lãnh thổ. Việc mở rộng quan hệ thương mại góp phần mở rộng thị trường và tăng nhanh kim ngạch xuất nhập khẩu. Nhưng hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam còn chịu ảnh hưởng của yếu tố tăng trưởng thương mại thế giới. Thời gian qua, thương mại thế giới tăng nhanh, từ 3% trong giai đoạn 1997-2000 đã tăng lên 13% trong giai đoạn 2001-2004. Sự thuận lợi của thị trường đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam cả về cấu và giá.

Biểu 1 cho thấy xuất nhập khẩu của Việt Nam tăng trưởng không phải ngay sau khi công cuộc đổi mới năm 1986, mà phải đến những năm 1990 khi mà cải cách thương mại được tiến hành, nhưng những cải cách này được tiến hành mạnh mẽ sau 1998 đi liền với những hiệp định song và đa phương và kết

quả là khối lượng xuất nhập khẩu tăng nhanh.

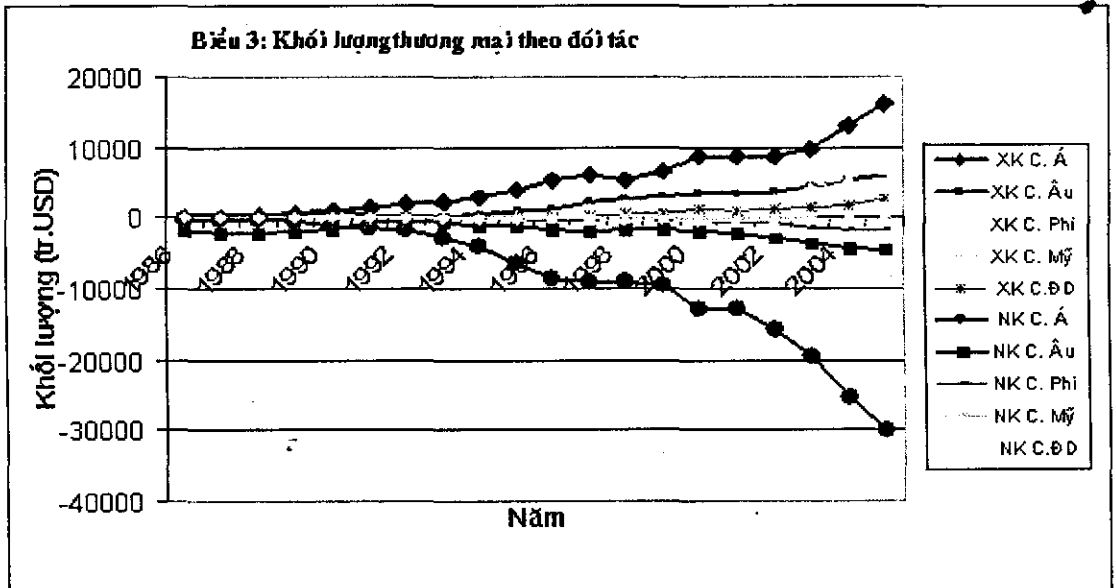
Công cuộc cải cách này cũng ảnh hưởng tích cực tới khối lượng thương mại giữa Việt Nam và châu Âu. Tổng giá trị hàng hóa xuất nhập khẩu cũng tăng mạnh, phù hợp với xu hướng tăng trưởng chung về thương mại của Việt Nam (Biểu 2). Tuy nhiên xu hướng có khác đôi chút, do khối lượng thương mại giữa Việt Nam và các nước Đông Âu được duy trì tới năm 1991, giai đoạn 1991-1995 giảm và tăng chậm do ảnh hưởng từ biến cố Đông Âu trong khi việc mở rộng quan hệ với các nước khác còn hạn chế. Nhưng nhìn chung trong thương mại với châu Âu thương mại Việt Nam xuất siêu. Điều này do chi phí vận chuyển xa cao hơn và Việt Nam có thể nhập khẩu những hàng hóa cần ngay từ thị trường châu Á, và còn do tỷ giá hối đoái trong những năm gần đây đồng EUR liên tục tăng giá.



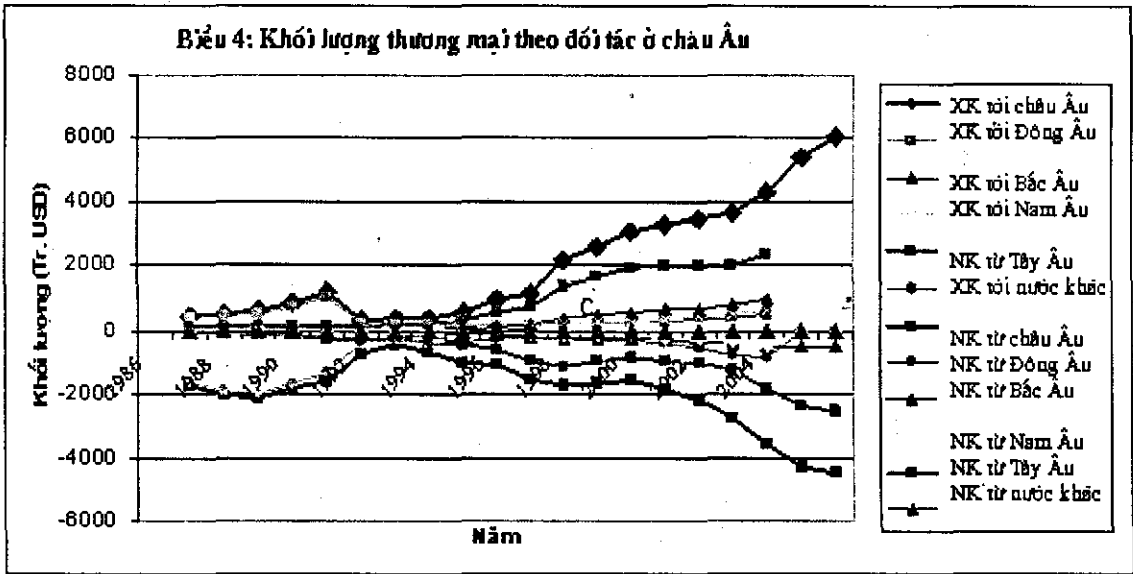
(Nguồn: Số liệu nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 20 năm đổi mới- Nxb Thống kê)

Nếu xét theo cơ cấu thị trường thì khối lượng và tỷ trọng thương mại giữa Việt Nam và châu Âu trong tổng khối lượng thương

mại giảm so với nhiều khu vực khác. Trong đó nổi bật là khu vực thị trường châu Á và châu Mỹ như số liệu biểu 3 cho thấy.



(Nguồn: Số liệu nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 20 năm đổi mới- Nxb Thống kê)



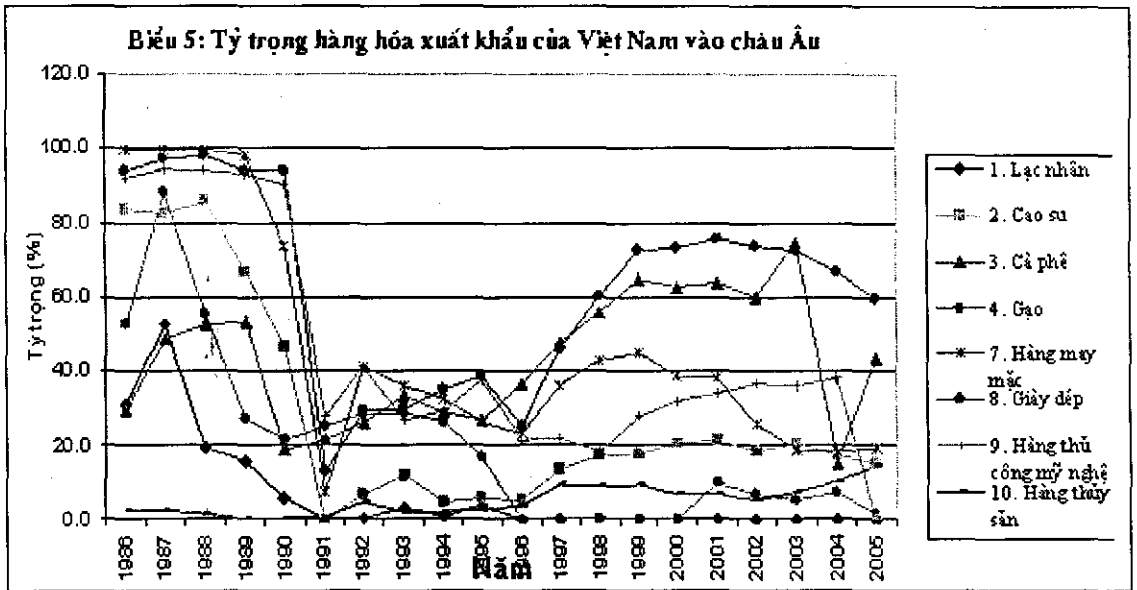
(Nguồn: Số liệu nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 20 năm đổi mới- Nxb Thống kê)

Nhìn chung, khi mà khối lượng thương mại của Việt Nam ngày càng tăng nhanh thì khối lượng thương mại giữa Việt Nam và châu Âu có tăng nhưng tăng chậm hơn. Chính vì vậy nếu xếp theo thứ tự thì châu Âu từ vị trí thứ nhất (1986) chỉ còn vị trí thứ 3 về xuất khẩu và thứ 2 về nhập khẩu. Rõ ràng là việc làm rõ nguyên nhân của tình hình là hết sức quan trọng để thúc đẩy quan hệ hai phía.

2. Cơ cấu hàng hóa trong quan hệ thương mại Việt Nam và châu Âu

Nhìn vào các đối tác thương mại của Việt Nam tại châu Âu như biểu 4, chúng ta thấy đối tác Đông Âu có vai trò lớn những

năm trước 1991, còn từ 1991 trở về sau khu vực Tây Âu là đối tác chủ yếu. Trong khối Tây Âu, nếu chỉ riêng 4 nước Đức, Anh, Pháp, Hà Lan và Bỉ mua 16,1% khối lượng hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam cho châu Âu và cung cấp 5,7% khối lượng hàng hóa cho Việt Nam từ châu Âu năm 1986, thì đến 2005 các nước này đã mua 65,5% khối lượng hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam cho châu Âu và cung cấp 39,7% khối lượng hàng hóa cho Việt Nam từ châu Âu. Như vậy khu vực này đang là đối tác chủ yếu trong thương mại của Việt Nam và là những thay đổi lớn trong hoạt động thương mại của Việt Nam.



(Nguồn: Số liệu nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 20 năm đổi mới- Nxb Thống kê)

Hàng hóa xuất khẩu giữa Việt Nam và châu Âu là hàng nông sản và hàng may mặc, giày dép và thủ công mỹ nghệ. Những hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam phần lớn có giá trị gia tăng thấp, phản ánh trình độ công nghệ thấp của Việt Nam. Xuất khẩu sang khu vực thị trường châu Âu chiếm 60% giá trị xuất khẩu giày dép của Việt Nam năm 2005, tương tự cà phê là 43%, hàng thủ công mỹ nghệ là 38%, cao su và may mặc là 20%. Các loại hàng hóa này cũng thuộc nhóm hàng hóa xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam và có tác động lớn tới kinh tế xã hội của Việt Nam. Tuy những mặt hàng xuất khẩu từ Việt Nam là những hàng chúng ta có lợi thế cạnh tranh, nhưng khu vực thị trường này cũng có những đòi hỏi khá khắt khe về tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa và có mức độ bảo hộ khá cao cho

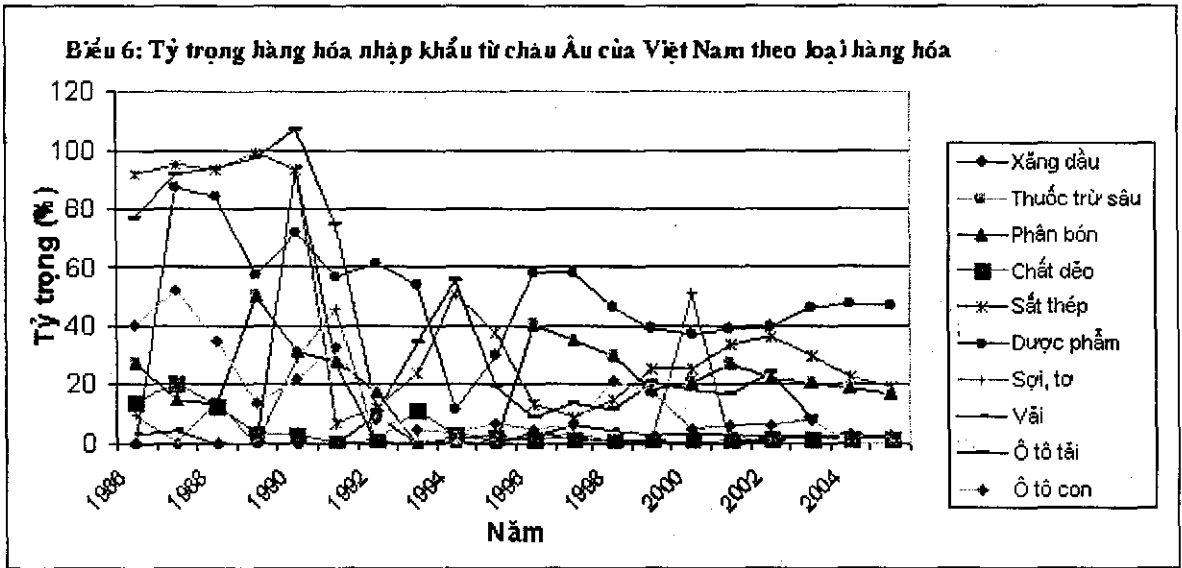
nông nghiệp, và chúng ta luôn ở thế yếu trong những tranh chấp thương mại

Nhận xét cụ thể về từng mặt hàng trong nhóm hàng hóa có đóng góp lớn vào doanh thu xuất khẩu của Việt Nam vào châu Âu trong những năm gần đây cho thấy hàng hóa của chúng ta còn nhiều vấn đề phải giải quyết. Với mặt hàng giày dép, các nhà sản xuất Việt Nam còn thiếu kinh nghiệm, yếu về trình độ tay nghề và quản lý, nguyên phụ liệu phải nhập khẩu và đang bị kiện bán phá giá. Những thiệt hại do vụ kiện này là không nhỏ khi hoạt động sản xuất của 50% doanh nghiệp bị ảnh hưởng, công suất hoạt động của họ chỉ còn 70%. Với dệt may thì ngành dệt chưa đáp ứng yêu cầu của ngành may khi mà chỉ bảo đảm 1/3 nhu cầu vải của ngành may và phần lớn thiết bị, nguyên liệu của ngành này phải nhập khẩu, do vậy giá trị gia

tăng ngành dệt may thấp. Hàng thủy sản của chúng ta do yếu kém trong quy hoạch, chất lượng môi trường nuôi trồng không đảm bảo dẫn tới sản phẩm không đạt được tiêu chuẩn vệ sinh an toàn. Hàng nông sản tuy có lợi thế nhưng chất lượng chưa cao, chủ yếu dạng thô, không có thương hiệu, còn manh mún.

So với hàng hóa xuất khẩu thì hàng hóa nhập khẩu của Việt Nam từ các đối tác này có điểm khác biệt lớn, phần lớn hàng hóa là

nguyên liệu đầu vào cho sản xuất nông nghiệp và công nghiệp. Chỉ duy nhất có được phẩm chiếm tỷ trọng lớn trong khối lượng hàng hóa nhập khẩu ở mức 50%, còn các loại hàng hóa khác chỉ chiếm dưới 20% cho đến năm 2005. Lý do là khoảng cách lớn làm chi phí tăng cao, mặt khác do đồng EUR lên giá cao so với đồng đôla Mỹ khiến hàng hóa châu Âu đắt, mặt khác hàng hóa cùng loại từ các nước châu Á rẻ hơn.



Nguồn: Số liệu nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 20 năm đổi mới- NXB Thống kê

Cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu trong thương mại giữa châu Âu và Việt Nam đã cho thấy cho dù cán cân nghiêng về Việt Nam, nhưng Việt Nam vẫn là nước nghèo, có trình độ thấp hơn và phụ thuộc vào thị trường này chứ không có vai trò chủ động. Để phát triển thương mại chúng ta phải có một chiến lược thích hợp với thị trường này. Một mặt phải mở rộng các mặt hàng xuất khẩu, mặt

khác phải giữ được thị trường với các loại hàng hóa đã có vị trí bằng việc nâng cao chất lượng, đảm bảo các quy định kỹ thuật của đối tác và giữ uy tín với khách hàng.

3. Những cơ hội và thách thức với Việt Nam

Châu Âu là một trụ cột kinh tế lớn nhất thế giới, với GDP năm 2005 là khoảng 15,7 ngàn tỷ USD hơn cả Mỹ, chiếm khoảng 30%

GDP của thế giới (riêng Liên minh Châu Âu có GDP là 12,8 ngàn tỷ USD)⁽¹⁾. Trong giai đoạn 2006-2020 dự báo mức tăng trưởng kinh tế của khu vực này là hơn 2% năm. Ngoài ra tỷ trọng tiêu dùng so với GDP của các nước châu Âu vào loại cao của thế giới là từ 72-86%, hơn khu vực châu Á và chỉ kém Mỹ⁽²⁾.

Hoạt động thương mại của châu Âu chiếm hơn 35% của thế giới và tiếp tục tăng trưởng trong những năm tới. Rõ ràng, châu Âu là đối tác xuất khẩu lớn nhất và nhập khẩu thứ hai thế giới. Điều này cho thấy vai trò rất lớn của châu Âu trong nền thương mại thế giới và vai trò đặc biệt của Liên minh Châu Âu. Châu Âu đặc biệt là Liên minh Châu Âu đã và đang đóng vai trò lớn trong tiến trình tự do hóa thương mại và sự phát triển của thế giới, có vai trò lớn trong điều chỉnh quá trình toàn cầu hóa và các quy định đa phương theo hướng phát triển bền vững. Với những thế mạnh như vậy, cùng với quá trình tự do hóa thương mại và sự tăng trưởng kinh tế không ngừng, châu Âu đang trở thành khu vực kinh tế năng động và cạnh tranh của thế giới.

Châu Âu với tư cách là đối tác thương mại lớn nhất thế giới, với việc duy trì và nâng cao khả năng cạnh tranh quốc tế của mình, đồng thời là động lực thúc đẩy thương mại thế giới thông qua tự do hóa thương mại, đã mang tới nhiều cơ hội cho các nước đang phát triển nói chung và Việt Nam nói riêng. Chỉ riêng Liên minh Châu Âu đã mua 40%

trong tổng lượng hàng hóa xuất khẩu của các nước đang phát triển, và được coi là thị trường mở nhất đối với các nước nghèo.

Trước bối cảnh thế giới đang có nhiều thay đổi, các nước châu Âu đặc biệt là Liên minh Châu Âu tiếp tục có những điều chỉnh chính sách đối ngoại của mình. Họ chú ý tới củng cố và mở rộng các mối quan hệ đối tác, lồng ghép các vấn đề kinh tế, thương mại và chính trị vào đó. Chẳng hạn quan hệ đối tác của EU với ASEAN, hay giữa các nước châu Âu với các thành viên ASEAN.

Các nước châu Âu có những chính sách khác nhau với Việt Nam, nhưng nhìn chung là thuận lợi. Ngoài Liên minh Châu Âu thì CHLB Nga là đối tác lớn thứ 2 của Việt Nam ở châu Âu. CHLB Nga và Việt Nam vốn đã có quan hệ truyền thống và hiện đang cố gắng mở rộng quan hệ thương mại, tăng nhanh khối lượng thương mại giữa hai nước bằng việc hoàn thiện và bổ sung các hiệp định hợp tác và tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp hai nước. Chẳng hạn sự ra đời của Ngân hàng liên doanh Việt - Nga là thuận lợi cho hoạt động của doanh nghiệp và thương mại hai nước.

Liên minh Châu Âu là đối tác lớn nhất của Việt Nam, khối lượng thương mại của Việt Nam chịu ảnh hưởng lớn từ các chính sách của đối tác này. Nói chung họ đối xử với Việt Nam cũng giống như với các nước đang phát triển khác, bằng một chế độ thương mại khá tự do. Nhìn chung hàng hóa vào EU không cần giấy phép nhập khẩu, trừ những hàng hóa nhạy cảm và cấm. EU cũng áp dụng hệ thống ưu đãi tổng quan cho các nước thuộc thế giới thứ ba từ 1971, trong đó

¹ Niên giám thống kê Việt Nam 2006, NXB Thống kê 2007.

² Niên giám thống kê Việt Nam 2006, NXB Thống kê 2007.

có ưu đãi thuế với hàng hóa nhập khẩu từ các nước này. Những thay đổi từ quy định của hệ thống ưu đãi này cho đến năm 2008 cho phép nhận được những ưu đãi: các sản phẩm không nhạy cảm thuế nhập khẩu được miễn hoàn toàn trừ nông sản; các sản phẩm nhạy cảm mức thuế nhập khẩu chung được giảm hơn 3,5% và mức này được giới hạn tới 20% cho hàng dệt may.

Thị trường Liên minh Châu Âu nhìn chung tương đối mở với hàng hóa phi nông nghiệp nhưng lại bảo hộ đối với nông sản. Thuế suất trung bình là 16,5% với nông nghiệp theo định nghĩa của WTO về sản phẩm nông nghiệp. Trong khi đó thuế nhập khẩu với hàng hóa công nghiệp chế biến trung bình chỉ 6,4%.

Nhưng với các nước châu Âu nói chung và Liên minh Châu Âu nói riêng thì hàng hóa nhập khẩu của Việt Nam phải đối mặt với những khó khăn từ hàng rào phi thuế quan. Một số nghiên cứu về chính sách thương mại của Liên minh Châu Âu trong mười năm qua cho rằng mức độ bảo hộ của Liên minh Châu Âu cao hơn cam kết trong WTO. Điều này cũng thể hiện với hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam. Hiện EU đang thực hiện một số biện pháp chống bán phá giá với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực như tôm, cá da trơn, hay giày dép. Hay một số quy định của họ về SPP hay tiêu chuẩn kỹ thuật cũng rất khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải nhanh chóng hoàn thiện công nghệ sản xuất nhằm đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng của châu Âu nói chung và EU nói riêng. Thỏa mãn được tiêu chuẩn của thị trường khó tính này thì

việc thỏa mãn với các đối tác khác là không khó và điều đó sẽ nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam.

Tóm lại, Việt Nam đã thu được những thành tựu rất đáng kể trong lĩnh vực thương mại đặc biệt là xuất khẩu, đưa xuất khẩu trở thành động lực giúp Việt Nam đạt được thành công trong phát triển kinh tế. Một trong những thành công đó có phần đóng góp từ hoạt động thương mại với châu Âu mà trong đó đặc biệt với Liên minh Châu Âu. Trong điều kiện Việt Nam đã ra nhập WTO thì những rào cản về thuế quan được giảm đáng kể, nhưng sự bảo hộ phi thuế quan là rất lớn với chúng ta. Chính điều này cho thấy ảnh hưởng từ nhu cầu hàng hóa nhập khẩu của thị trường thế giới tăng lên nhất định nhưng quan trọng nhất là tác động từ sức cạnh tranh của hàng hóa tới khối lượng thương mại. Với sự phát triển mạnh mẽ của Trung Quốc thì nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam giữ vai trò quyết định sự thành công của hoạt động thương mại của Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Messerlin, PA. 2002, *Mức độ và chi phí của chủ nghĩa bảo hộ ở EU*. Economie Internationale, số 89-90, 19-38, Paris.
2. *Niên giám thống kê Việt Nam 2006*, Nxb Thống kê, 2007.
3. *Số liệu nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 20 năm đổi mới* - Nxb Thống Kê, 2007.
4. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, *Xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU*. Nxb Thống kê, 2007.
5. WTO, 2004, *Rà soát chính sách thương mại: Cộng đồng Châu Âu* Geneva. (Tiếng Anh).