

## Quan hệ thương mại Việt Nam - Liên minh châu Âu thực trạng và giải pháp\*

**PHÙNG THỊ VÂN KIỀU**

**V**iệt Nam bình thường hóa quan hệ ngoại giao với Cộng đồng châu Âu (EC) ngày 22-10-1990, ký Hiệp định buôn bán hàng dệt may với Liên minh châu Âu (EU) ngày 15-12-1992 và ký Hiệp định Hợp tác với EU ngày 17-7-1995. Các sự kiện quan trọng này chính là nhân tố thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế Việt Nam-EU phát triển mạnh trên cả ba lĩnh vực (thương mại, đầu tư, viện trợ), đặc biệt là lĩnh vực thương mại.

Quan hệ thương mại Việt Nam-EU không ngừng phát triển cùng với tiến trình hợp tác của phía EU và đà lớn mạnh của nền kinh tế Việt Nam do chính sách “Đổi mới” mang lại. Cơ sở pháp lý điều chỉnh và đảm bảo cho sự phát triển ổn định của mối quan hệ này là Hiệp định hợp tác ký năm 1995. Theo đó, về thương mại hai bên dành cho nhau đãi ngộ tối huệ quốc, cam kết mở cửa thị trường cho hàng hóa của nhau tới mức tối đa, có tính đến điều kiện đặc thù của mỗi bên và EU cam kết dành cho hàng hóa xuất xứ từ Việt Nam ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP); và Hiệp định buôn bán hàng dệt may có giá trị hiệu lực từ năm 1993, đến nay đã hai lần gia hạn và điều chỉnh tăng hạn ngạch.

Chính cơ sở pháp lý trên đã tạo điều kiện thuận lợi cho Việt Nam khai thác được lợi thế so sánh tương đối trong hợp tác thương mại với EU.

Hiện nay EU là một trong những đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam, là khu vực thị trường xuất khẩu lớn nhất (theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan năm 2000: EU (20,0%), Nhật Bản (18,8%), ASEAN (18,7%), Trung Quốc (11%)...). Quy mô buôn bán giữa hai bên ngày càng được mở rộng. Kim ngạch xuất nhập khẩu sau thời gian dài ở mức độ khiêm nhường và nhập siêu luôn nghiêng về phía Việt Nam. Từ năm 1995 Việt Nam đã có xuất siêu và mức xuất siêu ngày càng lớn. Chúng ta đã đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu sang thị trường EU, vì vậy tình trạng thâm hụt triển miên trong cán cân thương mại Việt Nam-EU đã bị đẩy lùi. Kim ngạch xuất nhập khẩu hai chiều tăng lên hàng năm, tuy mức tăng trưởng chưa được ổn định. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU tăng liên tục từ năm 1993. Trong khi đó, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường này lại tăng giảm thất thường. Điều đó có thể thấy rõ qua các số liệu ở bảng sau:

**Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - EU 1990 - 2000**

*Đơn vị: Triệu USD*

| Năm  | Kim ngạch XK của Việt Nam sang EU |                 | Kim ngạch NK của Việt Nam từ EU |                 | Kim ngạch XNK |                 | Trị giá xuất siêu |
|------|-----------------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|-------------------|
|      | Trị giá                           | Tốc độ tăng (%) | Trị giá                         | Tốc độ tăng (%) | Trị giá       | Tốc độ tăng (%) |                   |
| 1990 | 141,6                             | -               | 153,6                           | -               | 295,2         | -               | -12               |
| 1991 | 112,2                             | - 20,8          | 274,5                           | 78,7            | 386,7         | 31,0            | -162,3            |
| 1992 | 227,9                             | 103,1           | 233,2                           | -15             | 461,1         | 19,2            | -5,3              |
| 1993 | 216,1                             | 5,2             | 419,5                           | 79,9            | 635,6         | 37,8            | -203,4            |
| 1994 | 383,8                             | 77,6            | 476,6                           | 13,6            | 860,4         | 35,4            | -92,8             |
| 1995 | 720,0                             | 87,6            | 688,3                           | 44,4            | 1.408,3       | 63,7            | 31,7              |
| 1996 | 900,5                             | 25,1            | 1.134,2                         | 64,8            | 2.034,7       | 44,5            | -233,7            |
| 1997 | 1.608,4                           | 78,6            | 1.324,4                         | 16,8            | 2.032,8       | 44,1            | 284,0             |
| 1998 | 2.125,8                           | 32,2            | 1.307,6                         | -1,3            | 3.433,4       | 17,1            | 818,2             |
| 1999 | 2.506,3                           | 17,9            | 1.052,8                         | -19,5           | 3.559,1       | 3,7             | 1.453,5           |
| 2000 | 2.636,9                           | 13,2            | 1.216,7                         | 15,6            | 4.053,6       | 13,9            | 1.620,2           |
| Tổng | 11.779,5                          | -               | 8.281,4                         | -               | 20.060,9      | -               | -                 |

**Nguồn:** Số liệu thống kê của Trung tâm Tin học & Thống kê - Tổng cục Hải quan

Phùng Thị Vân Kiều, Viện Nghiên cứu thương mại

\* (Thương mại Việt Nam - Liên minh châu Âu trong bối cảnh Trung Quốc gia nhập WTO và Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ có giá trị hiệu lực)

Rõ ràng là quy mô buôn bán không ngừng gia tăng: trong vòng 11 năm (1990-2000) tăng 13,7 lần. Tốc độ tăng trưởng thương mại bình quân giữa Việt Nam và EU là 29,95%/năm, tăng trưởng xuất khẩu là 34,95%/năm và tăng trưởng nhập khẩu là 23,0%/năm. Thời kỳ 1997-2000, Việt Nam đã xuất siêu sang EU 4175,9 triệu USD, chiếm 46,0% kim ngạch xuất khẩu và 29,9% kim ngạch xuất nhập khẩu song phương. Thực tế cho thấy thị trường EU đã chấp nhận hàng hóa của Việt Nam và triển vọng sẽ còn tăng nhanh hơn nữa.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang EU là giày dép, hàng dệt may, cà phê, sản phẩm bằng da thuộc, đồ gỗ gia dụng, đồ chơi trẻ em và các dụng cụ thể thao, đồ gốm sứ, máy móc thiết bị điện và thủy hải sản. 09 mặt hàng này thường chiếm khoảng 75% kim ngạch xuất khẩu Việt Nam-EU. Nhưng vài năm trở lại đây đã xuất hiện mặt hàng chế biến sâu (điện tử, điện máy). Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng này không ngừng tăng lên.

Trong khi đó, hàng nhập khẩu của Việt Nam từ EU lại có đặc điểm khác, chủ yếu là các mặt hàng chế tạo có hàm lượng công nghệ cao - sản phẩm của các ngành công nghiệp nặng. Các mặt hàng nhập khẩu chính là máy móc thiết bị (lò nguyên tử, nồi chưng hơi, máy cơ khí; máy móc và thiết bị điện, máy đo lường,...), nguyên phụ liệu thiết yếu và hóa dược phẩm. Trong những năm gần đây, tỷ trọng hàng tiêu dùng có chiều hướng tăng (mức tăng còn nhỏ và trị giá thấp), phần lớn là hóa mỹ phẩm và các loại rượu bia.

Bạn hàng thương mại lớn nhất của Việt Nam trong khối EU là Đức, chiếm tỷ trọng 28,5% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam-EU; tiếp đến là Pháp (20,7%), Anh (12,7%), Italia (9,6%), Bỉ + Lúc Xăm Bua (8,1%), Hà Lan (7,6%), Tây Ban Nha (4,2%), Thụy Điển (2,8%), Đan Mạch (2,2%), Áo (1,4%), Phần Lan (0,9%), Ai Len (0,4%), Hy Lạp (0,4%) và Bồ Đào Nha (0,4%).

Nhìn vào bức tranh buôn bán giữa Việt Nam và EU trong những năm gần đây, ta nhận thấy còn một số nhược điểm và tồn tại sau đây:

- Quy mô buôn bán còn cách xa giới hạn tiềm năng kinh tế của hai bên: tỷ trọng thương mại Việt Nam-EU trong tổng kim ngạch ngoại thương của EU là không đáng kể, chừng 0,12% và cũng chỉ chiếm 13,84% tổng kim ngạch XNK của Việt Nam. Sở dĩ xảy ra tình trạng này trong khi cơ sở cho việc mở rộng qui mô buôn bán còn rất lớn là do cho đến nay, vẫn tồn tại những trở ngại nhất định như: chưa có Hiệp định Thương mại song phương, chính sách của phía EU chưa thực sự khuyến khích thương mại giữa hai bên phát triển.... Nếu do mức độ phụ thuộc lẫn nhau trong quan hệ thương mại thì Việt Nam phụ thuộc đáng kể vào EU, còn EU không phụ thuộc vào Việt Nam. Với tình thế này, nếu không có thiện chí hợp tác và tương trợ lẫn nhau thì bất kỳ một sự thay đổi nào trong chính sách ngoại thương của EU hoặc thị trường EU như: sự trừng phạt buôn bán, các lệnh cấm nhập khẩu một số mặt hàng từ Việt Nam vì lý do nào đó, áp đặt hạn ngạch hoặc loại bỏ một mặt hàng ra khỏi danh sách được hưởng GSP, áp dụng thuế chống bán phá giá đối với hàng xuất khẩu Việt Nam, điều chỉnh GSP... đều gây tác hại đối với nền kinh tế Việt Nam.

- Hàng xuất khẩu Việt Nam còn nghèo nàn về chủng loại và chất lượng chưa đạt độ đồng đều. Hàng của ta xuất sang EU nghèo về chủng loại, thường tập trung cao độ vào một số ít mặt hàng, chiếm 3/4 kim ngạch xuất khẩu Việt Nam-EU. Sự tập trung cao độ này dễ gây ra hai nguy cơ tiềm tàng cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam: *thứ nhất* là khả năng dễ bị tổn thương đáng kể do những thay đổi không dự tính được trong điều kiện cung cấp cho khách hàng EU (chính sách thương mại của EU đột ngột thay đổi, gây bất lợi cho xuất khẩu của Việt Nam), *thứ hai* là dễ vấp phải lời kháng nghị từ phía người tiêu dùng châu Âu tăng lên và

những áp lực “ổn định hóa” trong việc thâm nhập thị trường này.

- Mặc dù EU là một trong ba trung tâm công nghệ nguồn của thế giới, nhưng chúng ta vẫn chưa nhập khẩu được nhiều dây chuyền công nghệ hiện đại từ thị trường này, mà mới chủ yếu nhập các máy móc, thiết bị lẻ. Quy mô nhập khẩu còn quá nhỏ bé (xem bảng) và cơ cấu hàng chưa thật phù hợp, nên hoạt động nhập khẩu của Việt Nam từ EU chưa đóng được vai trò tích cực là đòn bẩy đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này. Nhập khẩu chưa thật gắn liền với xuất khẩu, chưa tạo được tiền đề để thay đổi cơ cấu hàng xuất khẩu và nâng cao hiệu quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU.

- Các doanh nghiệp Việt Nam còn non nớt trong kinh nghiệm thương trường, thậm chí còn bỡ ngỡ với thị trường châu Âu. Không biết nắm bắt cơ hội, kém hiểu biết luật lệ của thị trường EU, thiếu thông tin, chưa biết tiếp cận thị trường, làm ăn tùy tiện, manh mún với một phong cách chưa phù hợp với truyền thống và tập quán kinh doanh của châu Âu. Ngay việc khai thác GSP mà EU dành cho Việt Nam cũng chưa biết tận dụng và chưa hiệu quả. Hiện nay vẫn còn xảy ra hiện tượng hàng giao không đúng thời hạn và không đảm bảo chất lượng qui định trong hợp đồng, giá cao; và xuất nhập khẩu qua trung gian còn chiếm tỷ trọng lớn: 40%-50% khối lượng hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam với châu á là đi châu Âu, hoặc có xuất xứ từ châu Âu. Việc buôn bán qua trung gian đã gây thiệt hại không nhỏ cho các doanh nghiệp Việt Nam cũng như doanh nghiệp EU.

- Môi trường đầu tư (cơ sở hạ tầng và hệ thống pháp luật) và môi trường thương mại (cơ chế, chính sách và thủ tục xuất nhập khẩu, v.v...) ở Việt Nam vẫn chưa thực sự thu hút và hấp dẫn mạnh mẽ các doanh nghiệp EU vào đầu tư và kinh doanh tại Việt Nam. Để đảm bảo cho sự phát triển của các ngành công nghiệp non trẻ trong tiến

trình hội nhập quốc tế, Việt Nam đã có một số qui định về nhập khẩu đối với một số nhóm hàng (trong đó có những nhóm EU rất có khả năng xuất khẩu) chưa thật phù hợp với các nguyên tắc và thông lệ trong buôn bán quốc tế, tạm thời hạn chế xuất khẩu của EU vào Việt Nam. Vì thế mà EU chưa dành nhiều ưu đãi cho hàng xuất khẩu của ta, chúng ta vẫn chưa nhập khẩu được công nghệ nguồn từ EU để tạo tiền đề thay đổi cơ cấu và nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu sang thị trường này.

Bên cạnh những mặt hạn chế phát sinh từ nội tại, quan hệ thương mại Việt Nam - EU đang phải đối mặt với các khó khăn và thách thức sau:

- Mới đây, Ủy ban châu Âu đã thông qua chế độ ưu đãi thuế qua phổ cập mới (GSP), Quốc hội châu Âu phê duyệt để áp dụng từ ngày 1-1-2002 đến ngày 31-12-2004. Đây là giai đoạn 3 (cũng là giai đoạn cuối) của Chương trình dài hạn 10 năm (1995-2004) mà EU dành ưu đãi thuế quan cho các nước đang phát triển, nhằm tăng khả năng cạnh tranh đối với hàng hóa của các nước này khi xuất khẩu vào EU.

Theo dự thảo chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập mới, EU sẽ đơn giản hóa việc phân loại hàng hóa so với các giai đoạn trước. Cụ thể từ năm 2001, trừ các mặt hàng nhập khẩu không nhạy cảm vẫn giữ nguyên chế độ miễn thuế như cũ, còn lại 3 loại hàng nhập khẩu thuộc diện: bán nhạy cảm, nhạy cảm, rất nhạy cảm sẽ được gộp lại thành một loại gọi chung là hàng nhạy cảm. Đối với loại hàng này, EU sẽ áp dụng một nguyên tắc chung trong tính thuế nhập khẩu: giảm 3,5% thuế nhập khẩu đối với những mặt hàng tính thuế theo trị giá, và giảm 30% đối với hàng tính theo thuế đặc thù (theo trọng lượng, số lượng, dung tích, ...) so với mức thuế hải quan thông thường. Điều cần chú ý là việc xếp tất cả hàng chịu thuế vào một danh mục hàng nhạy cảm và việc định ra nguyên tắc tính thuế chung như trên dẫn tới tình trạng sẽ có

mức thuế nhập khẩu tăng hoặc giảm so với mức thuế GSP cũ tùy từng loại hàng.

Đối với Việt Nam, phần lớn các mặt hàng dệt may, giày dép, cà phê ... xuất khẩu vào EU sẽ được hưởng mức thuế ưu đãi hơn so với mức thuế cũ. Chẳng hạn, hàng dệt may từ Chương 60-63 mức thuế cũ là 10,71%, mức thuế ưu đãi mới là 9,1%; cà phê mức cũ là 5,25%-6,3%, mức mới: 4,0%-5,5%. Đây quả là thuận lợi để chúng ta đẩy mạnh việc xuất khẩu những mặt hàng đó sang thị trường EU. Ngược lại, nhiều mặt hàng thủy sản của Việt Nam lại “rơi” vào mức thuế cao hơn. Ví dụ, tôm đông lạnh mức thuế GSP cũ là 4,2%, mức mới: 8,5% ; tôm luộc bóc vỏ mức cũ: 7,0%, mức mới 16,5%; cá biển các loại (mã 03019990) mức cũ 5,6%, mức mới 12,5%... .

Thủy sản là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu khá lớn của Việt Nam sang thị trường EU (năm 2000 đạt 100,3 triệu USD), trong đó tôm đông lạnh là nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của ngành thủy sản nước ta (kim ngạch xuất khẩu tôm chiếm tới 46,4% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản, riêng thị trường EU chiếm gần 10% thị phần xuất khẩu tôm Việt Nam). Vì vậy, dù muốn hay không, việc áp dụng mức thuế GSP mới của EU như đã nêu trên sẽ ảnh hưởng lớn tới tiến độ xuất khẩu tôm vào thị trường này, nhất là trong khi thuế suất thuế nhập khẩu đối với sản phẩm tôm của một số nước vẫn được duy trì ở mức 0% khi vào thị trường EU. Điều này chắc chắn sẽ làm giảm khả năng cạnh tranh của tôm đông lạnh Việt Nam trong năm 2002 và những năm tiếp theo, nếu sắp tới chúng ta không có những chính sách thích hợp dành cho ngư dân cũng như các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu thủy sản. Về phía các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam cần phải có chiến lược và biện pháp cụ thể, để định hướng sản xuất và xuất khẩu sang thị trường này trong tình hình lợi thế xuất khẩu bị giảm xuống.

- Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ có hiệu lực từ ngày 10-12-2001, theo đó hàng xuất

khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ được hưởng thuế suất ưu đãi 0%-5% so với trước đây là 40%-45%, bởi vậy xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ sẽ tăng nhiều lần so với hiện nay. Chính do được hưởng ưu đãi về thuế, nên nhiều doanh nghiệp Việt Nam sẽ hướng sang thị trường Mỹ. Việc tập trung lực đẩy mạnh xuất khẩu sang EU bị phân tán, bị chia sẻ nên có ảnh hưởng ít nhiều đến xuất khẩu sang EU trong những năm đầu thực thi Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ.

- Trung Quốc đã chính thức gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) vào ngày 11-12-2001. Sự kiện này mang lại cơ hội và thuận lợi lớn cho hàng xuất khẩu của Trung Quốc tràn ngập thị trường EU, điều này cũng đồng nghĩa với việc tạo ra sức ép cạnh tranh lớn đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này.

Những năm gần đây, hàng của Trung Quốc và Việt Nam xuất khẩu vào thị trường EU đều được hưởng GSP và riêng hàng dệt may bị quản lý bằng hạn ngạch, nhưng hạn ngạch dành cho Trung Quốc lớn gấp nhiều lần so với Việt Nam. Kể từ ngày 9-5-2000, EU ký Hiệp định Thương mại song phương với Trung Quốc, hàng Trung Quốc vào thị trường này được hưởng nhiều ưu đãi hơn là do EU giảm thuế từ 8%-10% cho khoảng 100 mặt hàng xuất khẩu của Trung Quốc. Hàng Trung Quốc không những được hưởng ưu đãi hơn hàng của ta về thuế, mà khả năng cạnh tranh mạnh hơn (hàng đa dạng và phong phú về chủng loại, chất lượng tốt, giá lại rẻ, nguồn cung cấp lớn và rất ổn định, đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường EU). Do vậy, hàng của họ đã chiếm thị phần lớn trên thị trường này, và là đối thủ cạnh tranh “đáng gờm nhất” của hàng Việt Nam. Trở thành thành viên chính thức của WTO, hàng Trung Quốc vào EU được hưởng nhiều ưu đãi hơn so với hàng Việt Nam, vì phần lớn các mặt hàng không thuộc danh mục được hưởng GSP mà mức thuế do EU ấn định tùy thuộc vào thỏa thuận song phương và đa phương trong khuôn khổ WTO, hay

nói cách khác, hạn chế của EU đối với hàng Trung Quốc hiện giảm đi rất nhiều.

Hiện nay, vấn đề lớn đặt ra là sức ép cạnh tranh của hàng hóa Trung Quốc vốn đã có ưu thế hơn hẳn hàng Việt Nam tại thị trường EU lại càng thêm khốc liệt. Các mặt hàng xuất khẩu truyền thống của Việt Nam cũng là hàng xuất khẩu truyền thống của Trung Quốc (dệt may, giày dép, v.v...). Những mặt hàng này của Trung Quốc đã vào các thị trường EU từ rất lâu so với ta, giá lại hạ, Trung Quốc vào WTO thì một số hàng rào thuế quan và phi thuế được dỡ bỏ, do vậy giá lại càng hạ, làm cho thị phần hàng Việt Nam trên thị trường EU có thể dần bị thu hẹp.

Qua đó, chúng ta nhận thấy khả năng mở rộng và phát triển quan hệ thương mại Việt Nam - EU là rất lớn, nhưng với thực trạng và bối cảnh như hiện nay, vấn đề đặt ra là Việt Nam phải nhanh chóng giải quyết những tồn tại và khắc phục các mặt hạn chế để thúc đẩy mối quan hệ này phát triển tương xứng với tiềm năng kinh tế của hai bên; hay nói cách khác là mở rộng, nâng cao hiệu quả của hoạt động thương mại song phương và đẩy mạnh sự hợp tác hơn nữa của EU trong lĩnh vực thương mại. Để làm được việc này, theo tôi, phía Việt Nam nên thực hiện một số giải pháp dưới đây:

1. *Hoàn thiện hành lang pháp lý tạo thuận lợi tối đa cho xuất khẩu.*

Rà soát lại hệ thống luật để điều chỉnh các quy định không còn phù hợp hoặc chưa được rõ, trước hết là Luật Thương mại, Luật Đầu tư nước ngoài và Luật Khuyến khích đầu tư trong nước. Tiếp tục đẩy mạnh cải cách hành chính trong lĩnh vực thương mại theo hướng xóa bỏ các thủ tục phiền hà, và phấn đấu ổn định môi trường pháp lý để tạo tâm lý tin tưởng cho các doanh nghiệp, khuyến khích họ chấp nhận bỏ vốn đầu tư lâu dài. Phấn đấu làm cho chính sách thuế, đặc biệt là cho chính sách thuế xuất nhập khẩu có định hướng nhất quán để không gây khó khăn cho doanh nghiệp trong tính toán

hiệu quả kinh doanh. Giảm dần, tiến tới ngừng áp dụng các lệnh cấm, lệnh ngừng nhập khẩu tạm thời. Tăng cường tính đồng bộ của cơ chế chính sách; áp dụng thí điểm mô hình liên kết 4 bên trong xây dựng các đề án phát triển sản xuất và xuất khẩu (Doanh nghiệp liên kết với các trường, viện nghiên cứu, các tổ chức tài chính và các cơ quan quản lý nhà nước).

Hiệp định Hợp tác Việt Nam-EU đã ký chỉ quy định chung về thương mại hàng hóa. Sau khi có Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ, cả hai bên thấy cần phải có một Hiệp định chi tiết hơn không những về lĩnh vực thương mại hàng hóa mà còn về sở hữu trí tuệ, thương mại dịch vụ và đầu tư. Có nghĩa là hai bên cần phải ký Hiệp định Thương mại Việt Nam-EU, tương tự như Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ. Việc thay đổi Hiệp định là cần thiết vì trong giai đoạn này chắc chắn chúng ta phải thương thảo với EU về việc gia nhập WTO, chính vì thế phải có một Hiệp định mới ngang tầm, trong đó những quy định chi tiết phải phù hợp với tiến trình gia nhập WTO của Việt Nam. Chúng ta có thể đồng thời đàm phán Hiệp định với việc đàm phán gia nhập WTO.

2. *Phát triển các ngành hàng xuất khẩu chủ lực sang thị trường EU.*

Nhà nước cần có chính sách cụ thể để phát triển các ngành hàng xuất khẩu chủ lực sang thị trường EU. Thông qua sự hỗ trợ về vốn, ưu đãi về thuế và tạo điều kiện thuận lợi trong sản xuất kinh doanh cho các doanh nghiệp, Việt Nam có thể phát triển được nền sản xuất nội địa (phát triển kinh tế ngành và kinh tế vùng), đồng thời nâng cao được khả năng cạnh tranh của hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường EU.

3. *Gắn nhập khẩu công nghệ nguồn với xuất khẩu.*

Bấy lâu nay chúng ta nhập khẩu máy móc thiết bị chủ yếu của châu Á, giá rẻ nhưng không lâu bền. Máy móc thiết bị tốt sẽ sản xuất ra hàng hóa chất lượng cao, cạnh tranh được trên thị trường. Trong buôn

bán với EU, chúng ta xuất siêu khá lớn, chiếm 25,7% kim ngạch hai chiều, trị giá xuất siêu năm 1999 tăng hơn 5 lần so với năm 1997. Nếu chúng ta tăng cường nhập khẩu công nghệ nguồn từ EU sẽ làm cân bằng cán cân thanh toán, phía EU sẽ không tìm cách cản trở hàng xuất khẩu của ta; đồng thời nhập khẩu được công nghệ hiện đại phục vụ cho sản xuất hàng xuất khẩu, giúp thay đổi cơ cấu hàng xuất khẩu, nâng cao khả năng cạnh tranh và hiệu quả xuất khẩu nói chung sang thị trường EU nói riêng, do đó mở rộng được thị trường xuất khẩu. Đây sẽ là một phương pháp hữu hiệu hỗ trợ và đẩy mạnh xuất khẩu sang EU.

#### *4. Đẩy mạnh công tác xúc tiến xuất khẩu sang thị trường EU:*

(1) Nhà nước cần phải đẩy mạnh xây dựng chiến lược phát triển thị trường EU thông qua việc đàm phán, ký kết các hiệp định, thỏa thuận thương mại song phương và đa phương nhằm tạo ra các tiền đề, hành lang pháp lý thuận lợi để đẩy mạnh xuất khẩu;

(2) Thành lập một Trung tâm xúc tiến thương mại Việt Nam tại EU để hỗ trợ xuất khẩu cho các doanh nghiệp. Việc làm này có thể thu hút được các doanh nghiệp và cộng đồng người Việt thuê diện tích tại trung tâm để giới thiệu sản phẩm, bán hàng, giao dịch mua hàng của EU, tạo đầu mối, xúc tiến cho các doanh nghiệp trong nước triển khai quan hệ buôn bán với các bạn hàng EU.

#### *5. Lựa chọn phương thức thích hợp để chủ động thâm nhập vào các kênh phân phối trên thị trường EU.*

Có nhiều phương thức để các doanh nghiệp Việt Nam có thể thâm nhập vào thị trường EU, như: (1) Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, do tiềm lực kinh tế hạn chế, nên có thể liên kết với cộng đồng người Việt Nam ở châu Âu để đầu tư sản xuất và xuất khẩu vào EU những mặt hàng mà thị trường này đang có nhu cầu lớn như: hàng dệt may, giày dép, đồ gỗ gia dụng, thủ công mỹ nghệ, v.v... (2) Đối với các doanh nghiệp lớn (thường là doanh nghiệp nhà nước) có tiềm lực kinh tế mạnh hơn, có

thể liên doanh để trở thành công ty con của các công ty xuyên quốc gia EU. Bằng cách này các doanh nghiệp có thể thâm nhập trực tiếp vào các kênh phân phối chủ đạo trên thị trường EU vì các công ty xuyên quốc gia EU đóng vai trò chủ chốt trong các kênh phân phối này.

#### *6. Tăng cường đầu tư và hoàn thiện quản lý để tạo nguồn hàng thích hợp với thị trường EU.*

Nguồn hàng thích hợp với thị trường EU là nguồn hàng đa dạng, phong phú về chủng loại, khối lượng lớn, cung ổn định, thỏa mãn thị hiếu tiêu dùng và đáp ứng tốt nhất 5 tiêu chuẩn của sản phẩm (chất lượng, vệ sinh thực phẩm, an toàn cho người sử dụng, bảo vệ môi trường và lao động). Muốn tạo ra được một nguồn hàng thích hợp với thị trường EU thì các doanh nghiệp Việt Nam phải tăng cường đầu tư và hoàn thiện quản lý, vì đây là hai yếu tố quan trọng của quá trình sản xuất, có tính quyết định đối với việc cho ra đời một sản phẩm như thế nào. Nếu một doanh nghiệp đã chú trọng đầu tư vốn và công nghệ tiên tiến vào quá trình sản xuất, lại áp dụng hệ thống quản lý thích hợp, sẽ tạo ra sản phẩm xuất khẩu có chất lượng cao, đáp ứng tốt yêu cầu của người tiêu dùng và vượt được rào cản kỹ thuật của bất kỳ thị trường nào cho dù khó tính nhất. Tại thời điểm này, các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu của Việt Nam hướng vào thị trường EU thì không còn cách nào khác là phải tăng cường áp dụng các hệ thống quản lý: ISO 9000, ISO 14000 và HACCP (áp dụng những hệ thống quản lý nêu trên gần như là yêu cầu bắt buộc đối với các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu vào thị trường này)/.

#### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

- Đề tài: "Các giải pháp đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường EU giai đoạn 2000-2010" của Bộ Thương mại, mã số 99-78-161, chủ nhiệm đề tài: Cử nhân Phùng Thị Văn Kiều.
- Báo cáo tình hình thương mại năm 2000, 2001.
- Số liệu thống kê của Trung tâm Tin học & Thống kê, Tổng cục Hải quan.