TÁC NHÂN EU TRONG THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

GS.TS. Bùi Huy Khoát
Viện Nghiên cứu Châu Âu

Cho đến khi trở thành thành viên chính thức của Tổ chức thương mại thế giới (WTO), nền kinh tế Việt Nam đã trải qua hơn 20 năm đổi mới, tạo dựng thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Kinh tế tăng trưởng liên tục đã tạo nền tảng vững chắc cho sự mở rộng các quan hệ kinh tế quốc tế, trong đó quan hệ thương mại quốc tế đã trở thành đầu kéo quan trọng của đoàn tầu kinh tế Việt Nam trên chặng đường đổi mới vừa qua[1]. Bài viết này xem xét khái quát vấn đề đặc điểm của "đầu kéo", trong đó chú trọng đến "lực đẩy" Liên minh Châu Âu (EU) trong tăng cường thúc đẩy xuất khẩu và xác định chính sách cho một lộ trình mới khi đoàn tầu rẽ vào đường cao tốc "hậu đổi mới".

1. Dễ dàng nhận thấy ngay đặc điểm và cũng là thành tựu nổi bật của ngoại thương Việt Nam trong thời kỳ đổi mới là tốc độ tăng trưởng cao và quy mô buôn bán ngày càng lớn của hoạt động xuất nhập khẩu.

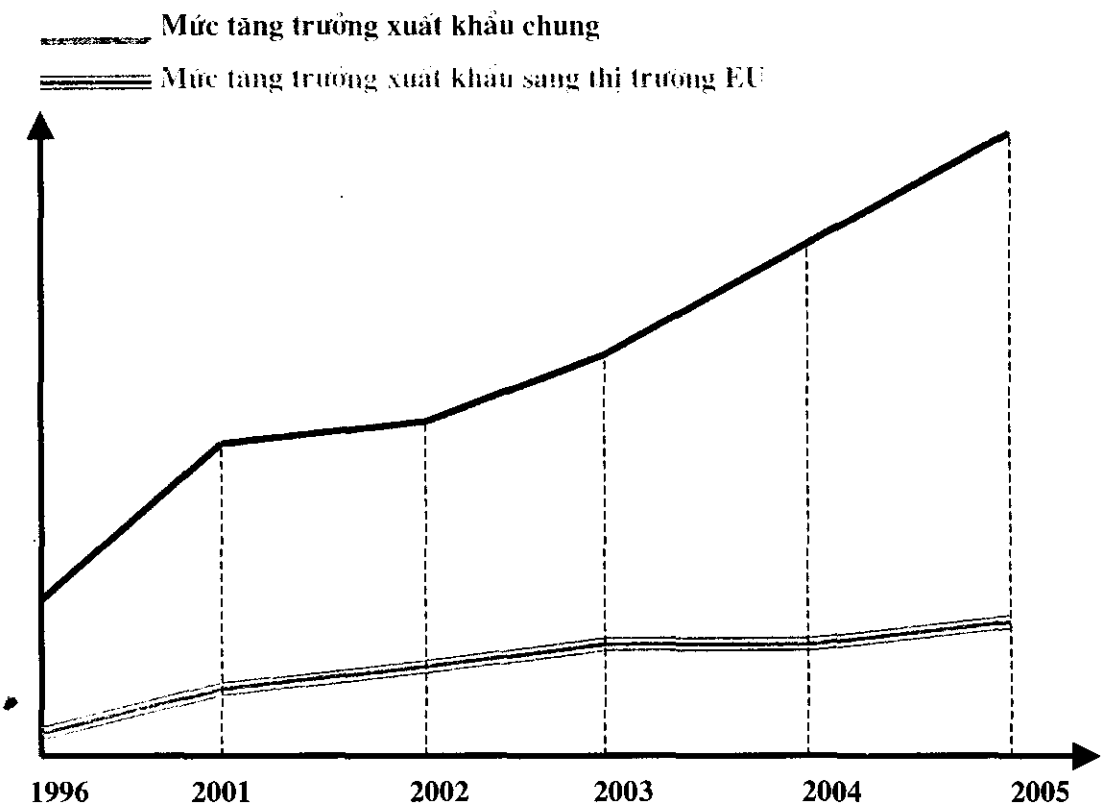
Kim ngạch xuất khẩu tăng nhanh cả về tốc độ và giá trị: Giai đoạn 2001-2005 tăng với tốc độ 17,5%/năm, đạt tổng kim ngạch 110,83 tỷ USD, gấp đôi kim ngạch của giai đoạn 1996-2000. Lần đầu tiên kim ngạch xuất khẩu vượt ngưỡng 1 tỷ USD vào năm 1988 và đến 1995 đạt mốc 5 tỷ để rồi tiếp đó cứ sau mỗi 4 năm kim ngạch lại xấp xỷ tăng gấp đôi: 1999 đạt 11,5 tỷ; 2003 đạt 20,1 và 2006 hơn 40 tỷ USD. Tăng trưởng xuất khẩu vào thị trường EU đã tham gia vào việc dẫn dắt tiến trình này: Tốc độ tăng trong 5 năm 2001-2005 đạt 14,5%/năm với tổng kim ngạch 20,5 tỷ cũng tăng hơn 2 lần so với 5 năm trước. Khi ký Hiệp định khung với EU năm 1995, kim ngạch xuất khẩu mới ở mức hơn 600 triệu USD, 5 năm sau đã vượt lên mức hơn 2,5 tỷ và 5 năm tiếp theo là 5 tỷ rưỡi USD[2] (xem biểu đồ 1).

Biểu đồ 1 cho thấy "lực kéo" của EU chưa thực mạnh trong thúc đẩy tăng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Đó là do tuy kim ngạch xuất sang thị trường EU có tăng, nhưng thị phần lại có chiều hướng giảm: từ chỗ chiếm 11,7% năm 1996 sau khi ký Hiệp định khung tăng lên 20% vào năm 2001, nhưng rồi giảm dần xuống 19 rồi 18 và 17% ở các năm tiếp sau.

[1] Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong GDP của Việt Nam đã tăng nhanh từ 30,8% năm 1990 lên 46,5% năm 2000 rồi 61,3% năm 2005, và từ 65% năm 2006 tăng lên 67% năm 2007.

[2] Các số liệu trong báo cáo nếu không có chú thích riêng thì đều được lấy trực tiếp hoặc tính từ nguồn số liệu do trang web của Tổng cục Thống kê (www.gso.gov.vn) và Bộ Kế hoạch và Đầu tư (www.mpi.gov.vn) cung cấp.

Biểu đồ 1. **Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu**



2. Một thành tựu đáng kể khác của ngoại thương Việt Nam những năm qua là vừa mở thêm được các thị trường mới vừa tiếp tục thâm nhập và khai thác có hiệu quả các thị trường vốn có.

Tính đến hết năm 2005 hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã có mặt trên 200 thị trường nước ngoài trong đó có 8 thị trường đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD là Hoa Kỳ (5,92 tỷ), Nhật Bản (4,34 tỷ); Trung Quốc (3,22 tỷ); Australia (2,7 tỷ); Singapo (1,91 tỷ); Đức (1,08 tỷ); Malaisia (1,02 tỷ) và Anh (1,01 tỷ USD). Ngoài ra có 23 thị trường đạt kim ngạch từ 100 triệu đến dưới 1 tỷ USD, trong đó có 6 thị trường thuộc EU. Nhìn chung kim ngạch xuất khẩu sang các thị trường lớn đều tăng mạnh. Đáng lưu ý trong thời kỳ nay là thị trường châu Phi từ chỗ chỉ chiếm tỷ trọng 1,2% đã tăng lên 2,1% với kim ngạch tăng 4 lần...

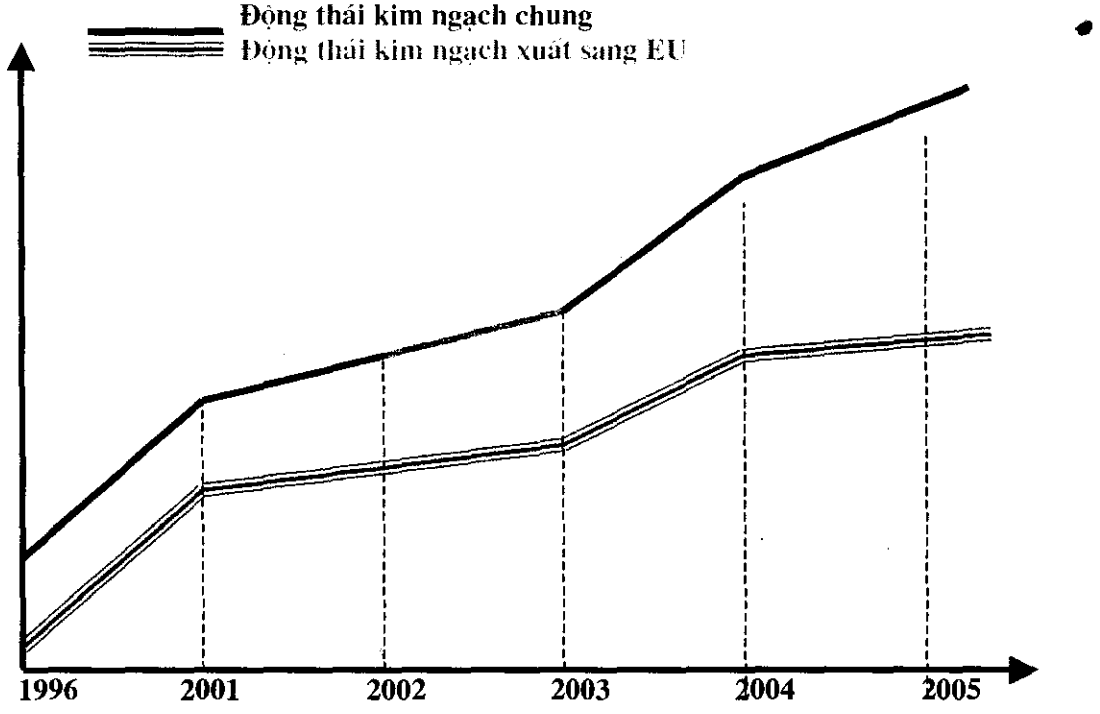
3. Sự chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu cũng là thành tựu đáng kể của ngoại thương Việt Nam trong những năm đổi mới.

Cơ cấu này biến đổi theo chiều hướng giảm xuất khẩu hàng thô, tăng tỷ trọng hàng

chế biến (từ 8% năm 1991 lên 50% năm 2003) mà trong đó sự gia tăng xuất khẩu sang EU với các sản phẩm như hàng dệt may, da giầy, đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ... có đóng góp quan trọng. Bên cạnh đó cũng cần thấy sự khởi sắc của thương mại dịch vụ với kim ngạch chiếm trên 10% tổng kim ngạch xuất khẩu những năm gần đây.

Trong số những mặt hàng xuất khẩu đó 10 mặt hàng có kim ngạch trên 1 tỷ USD cũng theo chiều hướng gia tăng đều đặn qua các năm như gỗ và sản phẩm gỗ đạt kim ngạch 1,1 tỉ USD năm 2004 tiếp tục vươn lên trên 2 tỷ hai năm sau; hàng điện tử, máy tính và linh kiện cũng đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD năm 2004 rồi tiếp tục tăng lên 1,4 rồi 1,7 tỷ; cà phê đạt 1,3 tỷ USD năm 2006; cao su 1,27 tỷ... Các sản phẩm truyền thống như thủy sản, gạo, giầy dép, hàng dệt, may vẫn liên tục tăng trưởng và đạt kim ngạch 3-4 tỷ USD những năm gần đây v.v... Có thể ghi nhận sự đóng góp của thị trường EU trong việc gia tăng kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng này qua các biểu đồ 2, 3 và 4 dưới đây.

Biểu 2. **Tác nhân EU trong xuất khẩu hàng da-giầy**



Ngành da giầy thu hút khoảng 500 nghìn công nhân, sản xuất tập trung ở thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương và Hải Phòng. Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là giầy thể thao (khoảng 73% năm 2006) nhưng phần lớn là làm gia công, theo đó các đối tác

nước ngoài (chủ yếu là Đài Loan và Hàn Quốc) cung cấp nguyên vật liệu và mẫu mã. Việt Nam là nhà xuất khẩu giầy dép lớn thứ 4 thế giới (đứng sau Trung Quốc, Hồng Công và Italia) có kim ngạch tăng đều đặn từ trên 1 tỷ USD năm 1998 đến 3,59 tỷ năm 2006.

Đối với sản phẩm này, EU đóng vai trò quan trọng trong tư cách thị trường lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt gần 2 tỷ USD năm 2006. Nhìn vào biểu đồ 2 có thể thấy chính EU đã dẫn dắt sự gia tăng kim ngạch xuất khẩu chung của sản phẩm giầy dép. Tuy nhiên từ năm 2004 tốc độ tăng bắt đầu suy giảm trong xu hướng suy giảm tỷ trọng của thị trường EU: từ 74,5% năm 2001 xuống 59% năm 2005 rồi 54,7% năm 2006. Nguyên nhân do việc EU áp thuế chống bán phá giá đối với giầy mũ da trong năm 2006 (và sẽ kéo dài đến năm 2008) đã làm chuyển hướng xuất khẩu sang các thị trường thay thế (xuất khẩu sang Mỹ tăng 31% và sang Nhật tăng 20% năm 2006 so với 18% của EU)[3]. Các nước Anh, Đức, Bỉ, Hà Lan, Pháp, Italia và Tây Ban Nha nằm trong tốp 10 thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam và Việt Nam là nhà cung cấp lớn thứ 2 của EU về sản phẩm này (đứng sau Trung Quốc).

Biểu đồ 3 cho thấy nhân tố EU trong xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam. Ba thị trường chủ yếu của hàng dệt may Việt Nam là Hoa Kỳ, EU và Nhật Bản (năm 2006 chiếm 85% kim ngạch xuất khẩu chung). Năm 2006 EU chiếm vị trí thứ hai sau Hoa Kỳ và đạt kim ngạch 1,2 tỷ USD. Sản phẩm xuất sang EU được coi là các sản phẩm thời trang chất lượng thấp gồm áo khoác (jacket), quần âu cho nam giới, váy cho phụ nữ và sản phẩm dệt kim...(sản phẩm cao cấp chỉ chiếm 1,2%). Động thái xuất khẩu được chỉ ra ở biểu 3 cho thấy sự gia tăng chậm trong suốt 5 năm qua của tác nhân EU trong thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam.

Biểu đồ 4 cho thấy vị trí của EU trên thị trường hàng thủy sản của Việt Nam. Thủy sản là ngành quan trọng ở Việt Nam hiện đóng góp 4% GDP và 8% kim ngạch xuất khẩu. Năm 2006 có kim ngạch 3,36 tỷ USD và đứng thứ 4 về kim ngạch xuất khẩu sau dầu thô, dệt may và da giầy.

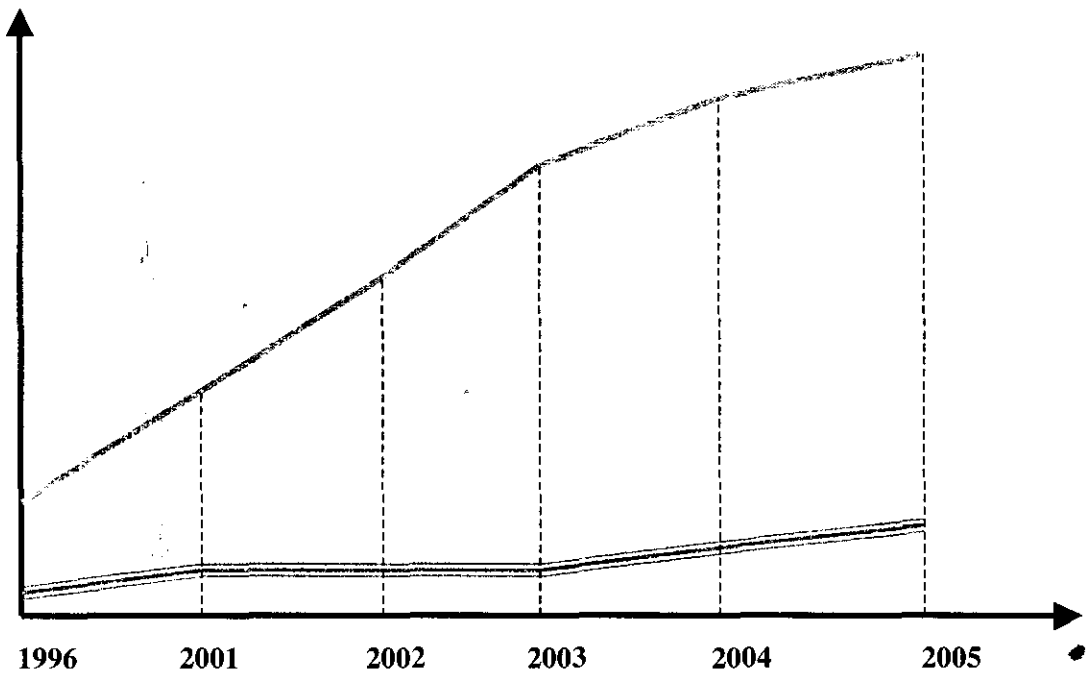
Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của ngành thủy sản Việt Nam là cá da trơn (catfish) và tôm hùm. Nói chung thị trường EU có vai trò quan trọng đối với hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam và mấy năm gần đây thị trường EU là tác nhân quan trọng thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng này khi nó bị gây khó khăn trong việc áp thuế chống bán phá giá trên thị trường một số nước khác[4].

[3] Năm 2005, EC bắt đầu tiến hành thủ tục áp thuế chống bán phá giá đối với giầy mũi da. Thuế chống bán phá giá đã được áp tạm thời 4,2% từ tháng 4 đến 16,8% vào tháng 9-2006; từ tháng 10 mức thuế chung là 10% kéo dài trong 2 năm. Tình hình đó đã làm giảm 4,8% kim ngạch xuất khẩu giầy dép sang EU trong năm 2006.

[4] Năm 2003 Mỹ áp thuế chống bán phá giá cá tra, ba sa 36-64% làm cơ cấu thị trường thay đổi cơ bản vào năm 2007: Mỹ từ 90% giảm còn 6,9% và EU tăng tới 48% chiếm thị phần lớn nhất tiếp sau là Nga (9,2%), ASEAN (7,9%), Trung Quốc (4% kể cả Hồng Công), Australia (3,9%) và các thị trường khác 20,1% (cá da trơn Việt Nam có mặt trên 144 thị trường nước ngoài). Theo báo Sài Gòn giải phóng 22-1-2008.

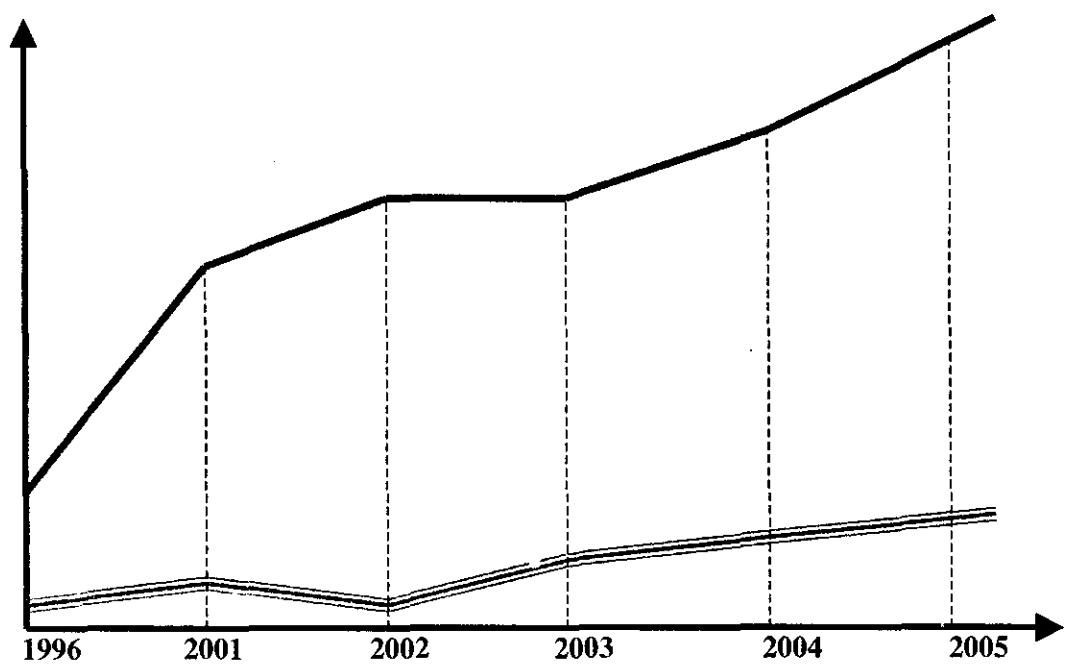
Biểu 3. **Tác nhân EU trong xuất khẩu hàng dệt may**

Động thái kim ngạch chung; Động thái kim ngạch sang EU



Biểu 4. **Tác nhân EU trong xuất khẩu hàng thủy sản**

Động thái kim ngạch chung; Động thái kim ngạch xuất sang EU



Biểu đồ 4 cho thấy xu hướng chung gia tăng (riêng năm 2002 giảm 17%) của thị trường này những năm qua. Năm 2006 thị trường EU đứng thứ 2 sau Nhật Bản về thị phần xuất khẩu (21,6% so với 25,2%) đặc biệt sau khi Hoa Kỳ dựng hàng rào thuế đối với sản phẩm tôm và cá tra, cá basa.

4. Kim ngạch nhập khẩu của thương mại Việt Nam cũng biến động theo chiều hướng gia tăng mạnh cả về nhịp độ lẫn quy mô do đó tạo ra cán cân thương mại thâm hụt liên tục nhưng tỷ trọng nhập siêu trong xuất khẩu có chiều hướng giảm.

Từ 33% giai đoạn 1991-1995 xuống còn 18% ở 5 năm tiếp sau và 17% ở giai đoạn 2001-2005. Tuy nhiên đối với thị trường EU, trong nhiều năm phía Việt Nam luôn có cán cân thương mại thặng dư. Nếu dùng số thặng dư từ thị trường EU bù đắp cho số thâm hụt chung thì tỷ lệ bù biến động theo chiều hướng tăng như được chỉ ra ở biểu 5.

Biểu 5. **Cán cân thương mại thời kỳ 2001-2005**

Chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005
Chung (tỷ USD	-1,2	-3,0	-5,1	-5,5	-4,3
Với EU (tỷ USD)	+1,5	+1,36	+1,45	+2,36	+3,0
Mức bù (%)	125	45,3	28,4	42,9	69,7

Nguồn: *Tổng cục Thống kê. Xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 20 năm đổi mới (1986-2005). Hà Nội, 2006.*

Tuy nhiên nhìn chung nhập siêu đang là vấn đề gây lo ngại, cần được theo dõi chặt chẽ. Như đã nói ở trên, tỷ trọng nhập siêu tuy đã giảm xuống mức trung bình 17,7% của giai đoạn 2001 - 2005, 12,13% ở năm 2006 và ở các thời điểm đó tỷ trọng nhập siêu vẫn ở mức dưới "van an toàn" 20%[5], nhưng đến năm 2007 tình hình đã khác đi khi tỷ trọng này đã tăng lên tới 25,7%[6]. Ngoài việc thấy rõ nó đã vượt ngưỡng an toàn và dường như có chiều hướng tiếp tục gia tăng, điều quan trọng nhất là phải thấy hàng loạt vấn đề kinh tế vĩ mô và vi mô cần sớm được xử lý đằng sau đó dù rằng nhập siêu gia tăng trong năm 2007 có những lý do đặc biệt của nó[7].

Trước hết đơn giản đối chiếu so sánh các mặt hàng xuất khẩu và nhập khẩu sẽ thấy ngay tình trạng xuất hàng thô ở các mức độ khác nhau (dầu thô, gạo, thủy sản...), trong khi nhập chủ yếu là hàng tinh chế (xăng và

[5] Kim ngạch nhập siêu chiếm 20% kim ngạch xuất khẩu cùng kỳ được xem là mức tới hạn của an toàn.

[6] Báo Sài Gòn giải phóng 10-1-2008.

[7] Nhập siêu năm 2007 tăng trên 70% so 2006 do kinh tế tăng trưởng cao và đầu tư nước ngoài tăng mạnh cùng với việc gia tăng nhập khẩu máy móc thiết bị, nguyên nhiên vật liệu phục vụ sản xuất cho các công trình trọng điểm quốc gia (khoảng 90% giá trị nhập khẩu dùng phục vụ sản xuất). Bên cạnh đó là sự tăng giá một số hàng nguyên nhiên vật liệu nhập khẩu (phôi thép, phân bón, chất dẻo, sợi...) v..v.. Có thể thấy trong thực chất nhập siêu năm 2007 vẫn nằm trong tầm kiểm soát và sẽ được bù đắp từ kiều hối và ngoại tệ do những người đi làm việc ở nước ngoài gửi về...

các chế phẩm, máy móc thiết bị, phân bón, nguyên phụ liệu...). Nhìn vào các mặt hàng nhập khẩu trong suốt thời gian qua cũng dễ dàng nhận ra tình trạng phụ thuộc của các ngành sản xuất vào nguyên vật liệu nhập khẩu: thép và phôi thép, sữa và nguyên liệu sữa, thiết bị và nguyên phụ liệu dệt may, lắp ráp xe máy v.v... Xét theo địa bàn thì rất đáng chú ý là việc nhập siêu từ các nước ASEAN có xu hướng tăng cao trong khi nhập siêu từ thị trường Trung Quốc cũng không giảm[8]. Tất nhiên vấn đề nhập siêu cần được xem xét trên bình diện toàn nền kinh tế, thương mại. Sẽ chưa có gì đáng lo ngại nhiều nếu mối quan hệ giữa tăng xuất khẩu và tăng nhập khẩu cho thấy không có sự tụt hậu quá xa của xuất khẩu như chiều hướng được thể hiện trong suốt những năm đổi mới vừa qua. Về cơ cấu hàng nhập khẩu cũng thấy chiều hướng thiên về hàng máy móc thiết bị, phụ tùng, vật liệu... dùng cho phát triển sản xuất và xuất khẩu. Mặt khác cũng cần thấy là cán cân thương mại với các đối tác quan trọng nhất không bị mất cân đối một cách khác thường. Các số liệu thống kê thương mại cho thấy hiện Việt Nam nhập siêu từ 47 nước và vùng lãnh thổ, trong đó nhiều nhất là từ Đài Loan, Hàn Quốc, Trung Quốc, Singapore, Thái Lan, Hồng Công... trong khi đó lại xuất siêu đối với 159 nước và vùng lãnh thổ trong đó lớn nhất là Hoa Kỳ, Australia, EU (trước hết là Anh, Đức, Bỉ...).

Về tác nhân EU, như biểu 5 cho thấy, mức bù đắp cho nhập siêu chung biến động theo chiều hướng gia tăng. Tuy nhiên nếu nhìn vào danh mục các hàng hóa chủ yếu được nhập từ EU trong 5 năm qua (2001-2005) thì thấy số dư có được là do Việt Nam chưa tăng cường nhập các trang thiết bị và kỹ thuật của nơi được coi là có công nghệ nguồn, có kỹ thuật hiện đại. Tuy máy móc thiết bị là hạng mục nhập khẩu có doanh số lớn nhất (từ 900 triệu cho đến trên 1 tỷ USD trong mấy năm qua, nhưng tốc độ tăng chưa vượt trội so với các mặt hàng khác như tân dược, sữa và sản phẩm sữa, sắt thép, nguyên phụ liệu dệt may da giầy... Như vậy sự bù đắp nhờ xuất siêu sang thị trường EU là yếu tố không vững chắc và hoàn toàn có tính ngắn hạn.

Có thể kết luận về "lực kéo" chưa đủ mạnh của EU trong thúc đẩy xuất khẩu, dù trong suốt những năm đổi mới đến nay 7 thành viên EU là Đức, Anh, Pháp, Bỉ, Italia, Tây Ban Nha và Hà Lan thường xuyên nằm trong tốp 10 và 20 thị trường lớn nhất của xuất khẩu Việt Nam, ở thứ hạng thấp hơn một chút là các thị trường Hungary, Ba Lan, Séc... Nếu trong những năm tới không nắm bắt được cơ hội tạo sự bứt phá trong thâm nhập thị trường thống nhất gồm 27 thành viên này thì tốc độ tăng xuất khẩu chung khó có sự vượt trội.

5. Nền kinh tế Việt Nam đang tiếp tục phát triển khởi sắc và trở thành điểm đến được ưa thích của nhiều nhà kinh doanh từ các nền kinh tế hàng đầu thế giới, trong

8 Nhập siêu từ ASEAN tăng từ 1,61 tỷ lên 3,58 tỷ USD trong thời gian 2001- 2005 trong khi nhập siêu từ Trung Quốc tăng vọt từ 188,8 triệu USD năm 2001 lên 640 triệu năm 2002 tiếp đó lần lượt lên 1,2 rồi 1,69 và 2,67 tỷ USD năm 2005 (www.gso.gov.vn).

đó phải kể đến sự chuyển động nhanh hơn của EU.

Nếu sau năm 2008 Việt Nam chuyển hạng lên nhóm các nền kinh tế có thu nhập trung bình thấp theo phân loại của Ngân hàng Thế giới[9] thì có thể thấy thành quả chủ yếu của hai năm đầu gia nhập WTO là việc tạo đà cho nền kinh tế và xã hội Việt Nam có bước chuyển vào giai đoạn mới tạm gọi là thời kỳ "hậu đổi mới".

Việc tiếp tục mở rộng quan hệ thương mại quốc tế và tăng tốc xuất khẩu trong thời kỳ mới này trước hết được quyết định bởi việc tập trung đầu tư cho các ngành có lợi thế cạnh tranh và có cơ chế hỗ trợ cho các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh. Có các ngành hàng chủ lực với lợi thế cạnh tranh vượt trội được cung cấp bởi các doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh cao đó chính là phương thức quan trọng hàng đầu bảo đảm việc mở rộng với hiệu quả cao quan hệ thương mại quốc tế. Bên cạnh đó là việc điều chỉnh thể chế cho phù hợp với tình thế mới tham gia ngày càng sâu rộng vào hội nhập quốc tế của Việt Nam mà trong lĩnh vực thương mại cần chú trọng đến việc điều chỉnh hoàn thiện các cơ chế cần thiết cho nền kinh tế mở và đáp ứng được những yêu cầu của WTO.

Tăng cường xuất khẩu là nội dung quan trọng của chính sách thương mại quốc tế của một quốc gia với hai giải pháp chủ yếu là khuyến khích xuất khẩu và bảo hộ sản xuất trong nước, mà ở cả hai chủ đề này chúng ta đều phải có những điều chỉnh thích hợp một khi đã trở thành thành viên chính thức của WTO. Về khuyến khích xuất khẩu khi gia nhập WTO, Việt Nam đã cam kết loại bỏ ngay trợ cấp xuất khẩu với nông sản và loại bỏ sau 5 năm với trợ cấp công nghiệp. Tuy nhiên việc hỗ trợ vẫn có thể theo hướng hoàn thiện chính sách tài chính tín dụng hỗ trợ xuất khẩu với việc tuân thủ nguyên tắc minh bạch hóa chính sách mà WTO yêu cầu. Tức là cần có một chính sách với những nội dung cụ thể rõ ràng về điều kiện được vay, phương thức cho vay, cách thức tính lãi, thời hạn vay...và bảo đảm bình đẳng giữa các thành phần kinh tế trong thụ hưởng chính sách. Còn việc bảo hộ vẫn có thể sử dụng các biện pháp không bị cấm. Chẳng hạn sử dụng công cụ hạn ngạch một cách hợp pháp như áp hạn ngạch cho mặt hàng nhập khẩu khi xuất hiện nguy cơ bùng nổ nhập khẩu, đe dọa lợi ích của sản xuất trong nước (Được xem là trường hợp tự vệ chính đáng như trường hợp mặt hàng đường ăn)[10]. Hoặc cũng có thể áp dụng

[9] Theo công bố của WB có giá trị từ 1/7/2007 đến 1/7/2008 thì nhóm có thu nhập thấp gồm các nền kinh tế có GNI/đầu người dưới mức 905 USD, nhóm thu nhập trung bình thấp ở mức 906-3595 USD/người.

[10] Về việc tự vệ trong thương mại quốc tế thì cả GATT trước kia và WTO ngày nay đều có những văn bản cho phép các thành viên thực hiện những biện pháp bảo vệ chính đáng các ngành sản xuất nội địa trước nguy cơ hàng nhập khẩu tràn vào. Về phía mình, Việt Nam cũng đã ban hành các pháp lệnh về tự vệ trong nhập khẩu hàng hóa, pháp lệnh chống bán phá giá, chống trợ cấp, luật cạnh tranh v.v... nhằm bảo vệ chính đáng cho các ngành sản xuất trong nước phù hợp với luật pháp quốc tế. Trường hợp phát hiện hàng hóa nhập khẩu quá mức đe dọa gây thiệt hại nghiêm trọng cho sản xuất trong nước chúng ta có thể thực hiện các biện pháp như: (i) tăng mức thuế nhập khẩu so với mức đang áp dụng; (ii) áp hạn ngạch nhập khẩu; (iii) áp hạn ngạch thuế quan; (iv) áp thuế tuyệt đối; (v) cấp phép nhập khẩu để kiểm soát; (vi) phụ thu đối với hàng hóa nhập khẩu v.v... Vấn đề hiện nay chỉ là hoàn thiện các văn bản pháp lý và xây dựng đưa ra những chỉ tiêu cụ thể định lượng cho hiện tượng được coi là đe dọa gây ra thiệt hại nghiêm trọng.

hạn ngạch xuất khẩu đối với một mặt hàng nào đó khi thấy khối lượng xuất tăng quá nhanh gây nguy cơ cho giá cả, khả năng cung ứng và sự ổn định thị trường trong nước của sản phẩm đó (như gạo xuất khẩu) v..v..

Tuy nhiên biện pháp bảo hộ cơ bản nằm ở chỗ biết sử dụng một cách có hiệu quả hàng rào kỹ thuật trong quản lý nhập khẩu. Trong thực chất đây là loại hàng rào giữ cho việc các hàng hóa được nhập khẩu đáp ứng đủ các tiêu chuẩn kỹ thuật đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng, nhưng cũng có thể xem đây còn là hàng rào bảo hộ sản xuất được sử dụng phổ biến trong quan hệ thương mại quốc tế. Là thành viên WTO chúng ta phải tuân thủ các hiệp định về hàng rào kỹ thuật (Hiệp định TBT), về vệ sinh, kiểm dịch động thực vật (Hiệp định SPS) để bảo vệ sức khoẻ cộng đồng, bảo vệ động thực vật, bảo vệ môi trường và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trên cơ sở không tạo ra sự phân biệt đối xử và hạn chế thương mại quốc tế. Vấn đề là ở chỗ làm sao vận dụng có hiệu quả các biện pháp này để vừa nhập được hàng hóa đúng chuẩn mực, vừa hạn chế, cản trở được luồng vào của hàng nước ngoài khi cần thiết mà vẫn không trái với các quy định của WTO. Hiện nay EU đang thực hiện dự án trợ giúp Việt Nam trong đánh giá nhu cầu hỗ trợ liên quan đến thương mại giai đoạn 2007-2012.

Đối tác EU tiếp tục giữ vai trò quan trọng trong chính sách thương mại quốc tế của Việt Nam. Việt Nam hiện chỉ chiếm 0,02% kim ngạch nhập khẩu của EU và theo dự báo của Ngân hàng Thế giới, trong những năm trước mắt, nhập khẩu của thế giới tăng bình quân 6,7%/năm trong đó thị trường EU duy trì mức tăng cao. Đây là cơ hội cho Việt Nam mở rộng quan hệ thương mại quốc tế tuy EU vẫn đang thực hiện chính sách kém ưu đãi với Việt Nam so với một số nước ASEAN khác, trong đó nổi bật là việc chưa công nhận nền kinh tế thị trường của Việt Nam dù tình trạng thị trường không có gì khác biệt với các nước này. Hoặc EU vẫn luôn gắn các điều kiện mở cửa thị trường với các điều kiện về lao động, môi trường, trách nhiệm xã hội một cách chưa hợp lý, chưa kể đến việc còn thực hiện các biện pháp bảo hộ khá tinh vi qua các tiêu chuẩn kỹ thuật khắt khe, phức tạp không tính đến trình độ phát triển của Việt Nam. Ngoài ra, mỗi khi hàng của Việt Nam tăng được xuất khẩu vào thị trường này thì đều gây lo ngại việc bị điều tra và áp thuế chống bán phá giá v..v..

Trong những năm trước mắt, các sản phẩm có triển vọng mở rộng xuất khẩu sang thị trường này ngoài các mặt hàng chủ lực da-giầy, dệt-may, thủy sản còn có cà phê, đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ, đồ nhựa và cao su, các sản phẩm điện tử vi tính...Trong nhiều năm nay hàng da-giầy là sản phẩm đứng đầu bảng xuất khẩu sang thị trường EU với kim ngạch tăng gần gấp đôi từ năm 2001 đến 2006 (doanh số 1,1 tỷ và 1,9 tỷ USD). Có thể thấy xu hướng gia tăng xuất khẩu sang EU dù có những khó khăn do các biện pháp chống bán phá giá gây ra. Chỉ là nhà cung cấp số 2 trên thị trường này sau Trung Quốc, nhưng thực tế những năm qua cho thấy sự vượt hơn của sản phẩm Việt Nam về chất lượng. Để tiếp

tục đứng vững trên thị trường EU, vấn đề phải giải quyết đối với sản phẩm xuất khẩu hàng đầu này là: (i) Trình độ tay nghề thấp của cả công nhân và nhân viên quản lý; (ii) Sự yếu kém trong thiết kế và marketing; (iii) Phụ thuộc vào nhập khẩu phần lớn nguyên phụ liệu.

Đứng sau da-giầy là hàng dệt may với doanh số tăng đều đặn từ năm 2004 đến nay (trên 1,2 tỷ USD năm 2006). Hai mặt hàng này thường xuyên chiếm hơn một nửa tổng kim ngạch xuất khẩu vào EU và đây cũng là hai mặt hàng có lợi thế so sánh rõ rệt[11]. Các nhà nhập khẩu EU đánh giá rất tốt về triển vọng nhập khẩu sản phẩm này vào thị trường châu Âu trong những năm tới[12]. Tuy nhiên cần thấy là trước mắt, năm 2008, việc EU bỏ hạn ngạch đối với hàng dệt may của Trung Quốc sẽ tạo môi trường cạnh tranh khốc liệt cho sản phẩm của Việt Nam. Mặc dù hiện nay việc xây dựng hàng loạt cơ sở sản xuất sợi, dệt, may đang chuẩn bị hoàn tất ở các tỉnh Hưng Yên, Đà Nẵng, Hải Phòng và các tỉnh quanh thành phố Hồ Chí Minh, nhưng ngành này chưa thoát khỏi sự phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu và về cơ bản vẫn là ngành gia công có thu nhập thấp[13]. Tuy nhiên các vấn đề này cũng như vấn đề về năng suất lao động, trình độ tay nghề và năng lực thiết kế cũng đang được rốt ráo giải quyết.

Thủy sản là mặt hàng có tốc độ tăng nhanh nhất trong xuất khẩu sang thị trường EU từ năm 2003 đến nay với kim ngạch từ trên 100 triệu lên đến hơn 700 triệu USD năm 2006. Sản phẩm chủ yếu là cá da trơn và tôm được chờ đợi tăng mạnh trong những năm tới nếu đảm bảo được yêu cầu nghiêm ngặt của EU về dư lượng hóa chất và vấn đề nhiễm khuẩn. Bên cạnh đó, các nhà doanh nghiệp EU cũng trông chờ cơ hội cung cấp cho ngành thủy sản Việt Nam các bí quyết kỹ thuật và trang thiết bị cho đánh bắt xa bờ, nuôi trồng và chế biến.

Để thực hiện thắng lợi các nhiệm vụ phát triển kinh tế khá nặng đặt ra cho thời kỳ mới, vai trò của thương mại quốc tế như một đầu tầu tiếp tục được coi trọng. Đã đến lúc cần đẩy nhanh việc xây dựng và hoàn chỉnh chính sách thương mại cho thời kỳ đó để thực hiện tốt vai trò này. Đối với thị trường EU, việc mở rộng vững chắc xuất khẩu chỉ trở thành hiện thực khi các nhà xuất nhập khẩu Việt Nam hiểu và nắm vững các chính sách thương mại, các định chế, quy định và các yêu cầu của thị trường này trong bối cảnh tạm thời Việt Nam chưa được EU công nhận có nền kinh tế thị trường. Cũng cần thấy rằng việc vào được và mở rộng thâm nhập thị trường EU không phải chỉ để tăng kim ngạch mà điều có ý nghĩa quan trọng không kém là vào được thị trường hơn 500 triệu người tiêu dùng có đòi hỏi cao này đồng nghĩa với việc có được sự công nhận của thế giới về chất lượng hàng hóa./

[11] Theo Trung tâm Thương mại quốc tế (www.intracen.org) chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ (RCA) của các sản phẩm da của Việt Nam là 14.0, quần áo là 5.6 đều lớn hơn 1, trong khi của hàng dệt là 0.8 được coi là bất lợi thế so sánh bộc lộ.

[12] Xem www.delvnm.ec.europa.eu

[13] Năm 2007 kim ngạch xuất khẩu của ngành dệt may là 7,7 tỷ USD, tăng 32%, nhưng nhập khẩu nguyên phụ liệu cũng lên tới 5 tỷ USD.