

# QUAN HỆ KINH TẾ VIỆT NAM – EU: THỰC TRẠNG NĂM 2009, TRIỂN VỌNG NĂM 2010

**Đình Công Hoàng**  
*Viện Nghiên cứu Châu Âu*

## 1. Thực trạng năm 2009

### 1.1. Bối cảnh

Năm 2009, quan hệ kinh tế Việt Nam – Liên minh Châu Âu (EU) diễn ra trong bối cảnh có nhiều khó khăn, thách thức hơn các năm trước. Cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu bắt đầu từ quý III năm 2008, kéo dài trong cả năm 2009 đã đẩy nền kinh tế các nước EU vào quá trình suy giảm nghiêm trọng cả về đầu tư, thương mại và du lịch. Nếu những năm trước đây, EU là thị trường xuất nhập khẩu lớn của Việt Nam, thì bắt đầu từ cuối năm 2008 và cả năm 2009, quy mô và phạm vi của thị trường này bị thu hẹp rất lớn. Hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam sang EU chủ yếu là dệt may, giày dép, hàng thủ công, đồ gỗ, rau quả, thủ công mỹ nghệ, nhưng do tác động của khủng hoảng kinh tế, thất nghiệp tại 27 nước thành viên EU tăng cao, nhu cầu tiêu dùng và sức mua của dân cư giảm, kéo theo thị trường thu hẹp. Hàng nhập khẩu của Việt Nam từ EU chủ yếu là nguyên liệu, phụ liệu dệt may, da giày, máy móc thiết bị, sắt thép, sữa bột, bột mì và thực phẩm cao cấp... cũng chịu

chung số phận. Suy thoái kinh tế toàn cầu, trong đó các nước EU là khu vực chịu tác động mạnh nhất sau Hoa Kỳ. Thu nhập của người dân giảm so với các năm trước nên chi tiêu cũng giảm mạnh, không chỉ giảm mua sắm hàng hoá mà giảm cả chi tiêu về các hoạt động văn hoá, du lịch, đầu tư ra nước ngoài.

Bên cạnh các yếu tố khách quan do suy thoái kinh tế, tác động của một số yếu tố chủ quan cũng ảnh hưởng đến quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và EU trên cả 2 mặt khó khăn và thuận lợi. Riêng yếu tố khó khăn là: một số nước EU khôi phục xu hướng bảo hộ bằng các rào cản kỹ thuật đối với hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam, áp thuế bán phá giá mặt hàng giấy da, đòi hỏi nguồn gốc mặt hàng thủy sản, thu hẹp thị trường nhập khẩu hàng dệt may... gây nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp và các cơ sở sản xuất, chế biến, xuất khẩu của Việt Nam. Trong bối cảnh suy giảm sản xuất, tiêu dùng nói riêng và sự suy thoái của nền kinh tế EU nói chung, một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang EU như thủy sản, đồ gỗ, rau quả,

thực phẩm đã gặp khó khăn khi EU ban hành các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng và bảo vệ môi trường.

Về mặt chính sách, qui trình hoạch định và ban hành các quyết định liên quan đến thương mại của EU khá phức tạp. Trên phương diện pháp lý, các nước thành viên EU đã trao quyền hoạch định chính sách thương mại cho Ủy ban Châu Âu, nhưng tất cả các nước này đều cử đại diện và chuyên gia tới Brussels làm việc tại các cơ quan quyền lực của EU. Với qui mô EU ngày càng mở rộng, việc thiết kế và quyết định chính sách thương mại chung cho cả Khối sẽ trở nên ngày càng khó khăn và chậm chạp. Việc vận động hành lang đối với các chính sách này cũng trở nên vô cùng nan giải và tốn kém, nhất là đối với các nước đang phát triển như Việt Nam.

Đối với Việt Nam, tuy mức độ tác động tiêu cực của suy thoái kinh tế toàn cầu không gay gắt như các nước EU, nhưng sản xuất kinh doanh của nhiều doanh nghiệp, cơ sở kinh tế, nhất là các doanh nghiệp sản xuất các mặt hàng xuất khẩu sang thị trường EU hoặc phụ thuộc vào nguyên nhiên vật liệu nhập khẩu từ EU như dệt may, giày da, thủy sản... cũng bị suy giảm mạnh. Hoạt động thu hút vốn đầu tư nước ngoài từ các doanh nghiệp EU cũng chịu ảnh hưởng lớn và giảm sút nghiêm trọng.

Còn các yếu tố thuận lợi tuy có, nhưng không nhiều. Quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam và 27 nước thành viên EU trong năm

2009 được củng cố và tăng cường thông qua các hình thức phong phú, đa dạng, trong đó đáng quan tâm là các cuộc thăm cấp Nhà nước giữa Việt Nam và EU được duy trì thường xuyên với sự tham gia của nhiều tập đoàn kinh tế và doanh nghiệp của cả hai bên. Uy tín và vai trò của Việt Nam trên thế giới và đối với các nước EU được nâng lên cả về chính trị, kinh tế và ngoại giao sau 3 năm Việt Nam gia nhập WTO. Tình hình chính trị, xã hội ổn định, quan hệ chính trị, ngoại giao giữa Việt Nam và EU nói chung tốt đẹp. Cơ sở pháp lý cho quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và EU đã được xây dựng từ năm 1990 và liên tục được hoàn thiện sau 19 năm qua đang phát huy tác dụng trong năm 2009. Năm 2009, Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EU) kỷ niệm 19 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao (28/11/1990 - 28/11/2009) và 14 năm ngày ký Hiệp định Khung về hợp tác Việt Nam - EU (17-7-1995 - 17-7-2009). Quan hệ hữu nghị và hợp tác nhiều mặt giữa Việt Nam và EU đã đạt được những kết quả lớn, tạo tiền đề cho những bước phát triển tiếp theo. Để tăng cường quan hệ kinh tế năm 2009, trong những tháng cuối năm 2008, giữa Việt Nam và EU đã tiến hành các vòng đàm phán và ký kết một số hiệp định quan trọng làm cơ sở pháp lý cho các hoạt động thương mại, đầu tư và du lịch. Vòng đàm phán đầu tiên về Hiệp định Hợp tác và Đối tác toàn diện (PCA) giữa Việt Nam - EU từ ngày 17 - 18/6/2008 tại Brussels, nhằm tạo khuôn khổ pháp lý mới cho sự hợp tác trong thế kỷ 21 giữa EU và Việt Nam.

Vòng đàm phán thứ 5 Hiệp định Đối tác và Hợp tác toàn diện (PCA) giữa Việt Nam và EU đạt được bước tiến mới, hai bên hy vọng tiến tới hoàn tất đàm phán và ký kết PCA trong thời gian sớm nhất có thể. Vòng 5 cuộc đàm phán về Hiệp định PCA giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu đã kết thúc ngày 6/11/2009 sau 3 ngày làm việc tại Brussels (Bi). Đoàn đàm phán Việt Nam do Trợ lý Bộ trưởng Ngoại giao Bùi Thanh Sơn dẫn đầu với sự tham gia của đại diện các bộ, ngành liên quan. Đoàn EU do ông James Moran, Cục trưởng Cục Châu Á, Tổng vụ Quan hệ Đối ngoại, làm trưởng đoàn. Hai bên đã thu hẹp được khác biệt trên nhiều điều khoản và đạt được thỏa thuận về một số điều khoản cụ thể, đặc biệt trong lĩnh vực hợp tác chuyên ngành, đặt cơ sở tốt để duy trì và phát triển quan hệ thương mại, đầu tư, du lịch... Kết thúc đàm phán, hai bên ra thông cáo báo chí nêu rõ: *"Vòng đàm phán thứ 5 diễn ra trên tinh thần thẳng thắn và xây dựng, Việt Nam và EU đã trao đổi các điều khoản còn lại của PCA, bao gồm điều khoản về các nguyên tắc chung, các điều khoản về hợp tác chính trị, kinh tế, thương mại, đầu tư và các lĩnh vực hợp tác chuyên ngành khác. Hai bên hài lòng về những tiến triển mới của vòng đàm phán, đồng thời bày tỏ hy vọng tiến tới hoàn tất đàm phán và ký kết Hiệp định PCA trong thời gian sớm nhất có thể"*.

Cụ thể hoá các kết quả đàm phán và Hiệp định PCA, ngày 19/11/2009, tại cuộc họp Ủy ban về Chống bán phá giá của Liên minh Châu Âu, 15 nước thành viên EU đã bỏ phiếu không thông qua đề xuất của Ủy ban

Châu Âu (EC) về việc gia hạn thuế chống bán phá giá đối với giày mũ da của Việt Nam thêm 15 tháng<sup>1</sup>.

Để mở rộng quan hệ kinh tế, năm 2009, Việt Nam và EU còn triển khai nhiều hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư cấp quốc gia theo các hình thức thích hợp. Hình thức phổ biến nhất là tổ chức các đoàn doanh nghiệp Việt Nam và nước đối tác trong EU khảo sát thị trường của nhau, từ đó ký kết các hợp đồng buôn bán và đầu tư. Trong năm 2009, Việt Nam đã có hàng chục đoàn doanh nghiệp thuộc nhiều ngành và lĩnh vực đến các nước EU để nghiên cứu thị trường và ký kết nhiều hợp đồng kinh tế có giá trị. Ngược lại, phía EU cũng có nhiều đoàn cấp cao thuộc một số nước đến thăm Việt Nam, trong đó có hàng trăm doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế lớn. Ví dụ, một đoàn 25 doanh nghiệp Phần Lan tháp tùng Thủ tướng Phần Lan Matti Vanhanen trong chuyến thăm Việt Nam từ ngày 15 đến 17 tháng 11 năm 2009, với mục đích tăng cường vị thế của nước này tại Việt Nam và thúc đẩy quan hệ thương

<sup>1</sup> Ngày 22/12/2009, Liên minh Châu Âu (EU) đã bỏ phiếu chính thức thông qua đề xuất của Ủy ban Châu Âu (EC) kéo dài thêm 15 tháng thời hạn áp thuế chống bán phá giá đối với giày mũ da nhập khẩu từ Việt Nam. Quyết định có hiệu lực từ ngày 01/01/2010. 10 nước bỏ phiếu ủng hộ áp thuế 10% cho Việt Nam là: Pháp, Tây Ban Nha, Italia, Bồ Đào Nha, Ba Lan, Bungary, Hy Lạp, Slovenia. 14 nước bỏ phiếu chống áp thuế là Anh, Ireland, Bỉ, Luxembourg, Hà Lan, Thụy Điển, Phần Lan, Đan Mạch, Thụy Sĩ, CII Czech, Slovakia, Litva và Estonia. 4 nước bỏ phiếu trắng cũng tính như là ủng hộ việc áp thuế chống bán phá giá cho Việt Nam gồm: Đức, Áo, Malta, Latvia. Như vậy, kết quả là 14 nước ủng hộ và 13 nước phủ quyết việc áp thuế chống bán phá giá.

mại và đầu tư giữa hai nước. Các công ty Phần Lan tham gia Đoàn hoạt động trong nhiều lĩnh vực, bao gồm: năng lượng sạch, môi trường, cơ khí và kim loại, khai khoáng, công nghệ thông tin và viễn thông, tài chính ngân hàng, giáo dục, y tế, hóa chất, lọc dầu, xây dựng, trồng rừng, bất động sản. Để tạo điều kiện cho các công ty Phần Lan thiết lập, củng cố mối quan hệ hợp tác kinh doanh với các đối tác Việt Nam cũng như tìm kiếm cơ hội thương mại và đầu tư, Finpro – Thương vụ Phần Lan, kết hợp với các hiệp hội doanh nghiệp trong nước, tổ chức Diễn đàn Doanh nghiệp tại khách sạn Caravelle, thành phố Hồ Chí Minh năm 2009. Tuy nhiên, do tác động của suy thoái kinh tế toàn cầu, năm 2009, kinh tế EU bị khủng hoảng nghiêm trọng. So với 2008, GDP của khu vực đồng Euro (16 nước EU) đã giảm 0,1%. Tính đến hết tháng 7/2009, khu vực đồng Euro thiếu phát 0,7%, trong khi toàn khối EU vẫn lạm phát 0,2% (so với cùng kỳ năm 2008). Các nước có mức thiếu phát cao nhất là Ireland (2,6%), Bỉ (1,7%) và Luxembourg (1,6%). Các nước có mức lạm phát cao nhất là Rumania (5%), Hungari (4,9%) và Ba Lan (4,5%).

Tỉ lệ thất nghiệp của khu vực đồng Euro trong tháng 6/2009 đã lên tới 9,4%. Tỉ lệ này trong tháng 5/2009 là 9,3% và tháng 6 năm 2009 là 7,5%. Các con số tương ứng của toàn khối EU là 8,9%; 8,8% và 6,9%. Trong quý I năm 2009, tại EU đã có 1,9 triệu người mất việc làm. Thất nghiệp tại khu vực đồng Euro cũng đạt mức cao nhất kể từ tháng

6/1999. Tính riêng từng nước EU, các nước có tỉ lệ thất nghiệp thấp nhất là Hà Lan (3,3%), Áo (4,4%); cao nhất là Tây Ban Nha (18,1%), Latvia (17,2%) và Estonia (17%). Trong tháng 6/2009, lượng đặt hàng công nghiệp trong khu vực đồng Euro đã tăng 3,1%, trong khi đối với toàn bộ EU vẫn giảm 0,4%. Mức tăng đặt hàng cao nhất theo tỷ lệ phần trăm là 14,8% đối với Ireland và ấn tượng nhất là 4,6% đối với Đức. Ngược lại, Tây Ban Nha có mức đặt hàng giảm 1,1% và Slovenia có mức giảm tới 3,9%.

Giá hàng tiêu dùng trong 12 tháng năm 2009 đều giảm. Do nhu cầu đối với hàng hóa và dịch vụ tại châu Âu cũng như tại các thị trường xuất khẩu của EU giảm, vì vậy, các công ty đã buộc phải cắt giảm nhân công, dẫn đến mức thất nghiệp cao nhất trong một thập kỷ vừa qua. Business Europe (Liên đoàn gồm hơn 20 triệu công ty của châu Âu) trong năm 2009 có 4,5 triệu người lao động mất việc làm.

Số liệu Cục thống kê Liên bang Đức công bố ngày 22/9 cho biết, kim ngạch xuất nhập khẩu của Đức năm 2009 đều giảm mạnh, đẩy nước này trước nguy cơ mất vị trí là nhà xuất khẩu hàng đầu thế giới. Theo số liệu của Eurostat, trong 7 tháng đầu năm 2009, EU tiếp tục nhập siêu với kim ngạch xuất khẩu đạt 620,8 tỉ Euro, giảm 20% so với cùng kỳ năm ngoái và kim ngạch nhập khẩu đạt 689,8 tỉ Euro, giảm 25%.

Bối cảnh trên đây đã tác động trực tiếp đến thực trạng quan hệ kinh tế giữa Việt

Nam với EU trong năm 2009 về các mặt thương mại, du lịch, hợp tác phát triển, đầu tư.

## 2. Thực trạng

### *Hợp tác thương mại*

Theo Tổng cục Thống kê, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU năm 2009 đạt 9,3 tỷ USD, giảm 14,4% so năm 2008. Trong khi đó các thị trường khác tăng, giảm như sau: Thị trường Mỹ đạt 11,2 tỷ USD, giảm 5,5%; ASEAN 8,5 tỷ USD, giảm 16,4%; Nhật Bản 6,2 tỷ USD, giảm 27,7%; Trung Quốc 4,8 tỷ USD, tăng 4,9%; Hàn Quốc 2,5 tỷ USD, tăng 15%; Ôxtrâyliia 2,2 tỷ USD, giảm 48% (chủ yếu do giá dầu thô giảm). Đáng chú ý là thị trường châu Phi tuy kim ngạch chỉ đạt 1,1 tỷ USD, nhưng đã phát triển nhanh gấp 8 lần năm 2008. Trong năm 2009, Việt Nam xuất khẩu sang EU chủ yếu các mặt hàng thủy sản, giày dép, may mặc, đồ gỗ, thực phẩm chế biến, hàng thủ công mỹ nghệ, chè, cà phê, hạt tiêu.

Kim ngạch xuất khẩu hầu hết các mặt hàng chủ lực sang EU năm 2009 đều giảm: Hàng dệt may chỉ đạt 1,7 tỷ USD, giảm 31% so với năm 2008, trong khi sang Mỹ đạt 4,9 tỷ USD, giảm 3%; sang Nhật Bản 930 triệu USD, tăng 12%. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang EU đạt 1,1 tỷ USD, giảm 5,7% so với năm 2008; sang thị trường Mỹ là 710 triệu USD, giảm 3,9%; Nhật Bản 760 triệu USD, giảm 8,4%. Sản phẩm giày dép xuất

khẩu sang EU đạt 1,9 tỷ USD, giảm 23,2%; Mỹ 1 tỷ USD, giảm 2%; Nhật Bản 120 triệu USD, giảm 10,5%.

Trái ngược với xuất khẩu, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ EU năm 2009 không giảm mà còn tăng so với năm 2008. Cụ thể, kim ngạch nhập khẩu từ EU cả năm đạt 5,5 tỷ USD, tăng 2,2% so năm 2008. Trong khi đó, kim ngạch nhập khẩu từ Trung Quốc đạt 16,1 tỷ USD, tăng 2,7%; từ ASEAN 13,4 tỷ USD, giảm 31,3%; Nhật Bản 7,3 tỷ USD, giảm 11,3%; Hàn Quốc 6,7 tỷ USD, giảm 5,3%; Đài Loan 6,2 tỷ USD, giảm 25,9%; Mỹ 2,8 tỷ USD, tăng 9,1%; Ôxtrâyliia 1 tỷ USD, giảm 24%.

Năm 2009, Việt Nam nhập khẩu từ EU chủ yếu là: trang thiết bị, máy móc, vật tư chất lượng cao, chất dẻo; nguyên phụ liệu dệt may, giày dép... phục vụ sản xuất, hàng tiêu dùng, bột mì, sữa bột... Dù kim ngạch nhập khẩu từ EU năm 2009 tăng 2,2%, nhưng năm 2009 Việt Nam vẫn xuất siêu sang EU là 3,8 tỷ USD. Xu hướng này được cụ thể hoá ở một số nước. Theo số liệu của Hải quan Việt Nam, tính đến hết tháng 6/2009, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Luxembourg là 3,21 triệu USD và kim ngạch nhập khẩu từ nước này là 640.000 USD. Các mặt hàng chủ lực nhập khẩu từ Luxembourg là máy móc thiết bị chính xác, vật tư thiết bị ngành dệt may, hàng da giày. Nếu năm 2008, kim ngạch thương mại Việt - Đức đạt 3,5 tỷ USD, tăng 17%, trong đó xuất khẩu của Việt

Nam đạt 2,073 tỷ USD, tăng 16%, thì trong 6 tháng đầu năm 2009, thương mại hai chiều Việt Nam - Đức đạt mức 1,490 tỷ USD, trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Đức vẫn đạt con số khá quan là 900 triệu USD. Các mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam sang Đức là: may mặc (300 triệu USD), giày dép (370 triệu USD), cà phê (260 triệu USD), thủy sản (200 triệu USD), đồ gỗ (130 triệu USD). Các mặt hàng nhập khẩu từ Đức bao gồm: máy móc, thiết bị, nguyên liệu, sản phẩm cơ khí chính xác và quang học, dược phẩm, thiết bị văn phòng, sản phẩm cao su, ô tô, hoá chất... Đức là đối tác thương mại lớn nhất châu Âu của Việt Nam, chiếm 27% kim ngạch thương mại Việt Nam - EU.

Về du lịch, khách du lịch từ EU đến Việt Nam năm 2009 giảm mạnh ở hầu hết các nước như Anh, Đức, Thụy Điển, Đan Mạch, Hà Lan, Tây Ban Nha. Ba nước có lượng khách du lịch nhiều nhất là Đức, Pháp và Anh đều giảm mạnh so với năm 2008: trong đó Pháp chỉ đạt 174 nghìn lượt khách, bằng 95,3% năm 2008; Đức bằng 94% và Anh bằng 93,5%. Nguyên nhân do suy thoái kinh tế nên chi tiêu của người dân các nước EU cho các hoạt động du lịch, giải trí giảm...

### **Hợp tác phát triển**

Năm 2009 các nước EU dành cho Việt Nam khoản viện trợ ODA cam kết 893,48 triệu USD, trong đó, Pháp là thành viên đưa ra mức cam kết viện trợ cho Việt Nam cao

nhất, đạt 280,96 triệu USD, tiếp sau là Đức với 186 triệu USD, 13 nước còn lại trong Liên minh này đưa ra các mức cam kết viện trợ dưới 100 triệu USD. Phần lớn viện trợ ODA của EU là không hoàn lại để thực hiện nhiều dự án quan trọng về công nghiệp, nông nghiệp, bảo vệ môi trường, cung cấp nước sạch, hỗ trợ cải cách hành chính... Ủy ban Châu Âu (EC) - cơ quan hành pháp cao nhất của EU, cũng dành cho Việt Nam sự giúp đỡ rất có ý nghĩa. Trong những năm 2009, viện trợ của EC chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực phát triển nông thôn, phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa. Ngoài ra, EC còn hỗ trợ các doanh nghiệp EU đầu tư vào Việt Nam... Từ năm 1990 đến 2009, EU nổi lên như một đối tác kinh tế quan trọng hàng đầu của Việt Nam. Đây cũng là mục tiêu chủ yếu trong chiến lược hợp tác với Việt Nam của EC nhằm góp phần giúp nền kinh tế Việt Nam phát triển ổn định và bền vững. Việt Nam và EU đều cho rằng việc triển khai thực hiện các chương trình hợp tác phát triển là có hiệu quả. Trong năm 2009, viện trợ của EC chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực phát triển nông thôn, phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa.

### **Đầu tư**

Theo Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), năm 2009 EU có 7 nước có dự án đầu tư đăng ký mới vào Việt Nam với 94 dự án và 355,3 triệu USD, bằng 11,62% năm 2008. (Bảng 01).

**Bảng 1. Đầu tư trực tiếp nước ngoài (được cấp phép từ 01/01- 15/12/2009)**

<b>Phân theo một số nước và vùng lãnh thổ</b>	<b>Số dự án</b>	<b>Vốn đăng ký (triệu USD)</b>
Hoa Kỳ	43	5948.2
Đảo Cayman	3	2016.5
Samoa	3	1700.6
Hàn Quốc	204	1597.7
Đài Loan	53	1355.7
Quần đảo Virgin thuộc Anh	33	1074.2
Hồng Kông	39	742.2
Singapore	98	469.1
Liên bang Nga	3	345.7
Trung Quốc	48	180.4
Malaisia	29	150.7
Nhật Bản	77	138.3
<b>CHLB Đức</b>	<b>15</b>	<b>110.8</b>
Ôxtrâylia	24	90.0
<b>Pháp</b>	<b>32</b>	<b>87.9</b>
Thái Lan	19	77.4
<b>Italia</b>	<b>5</b>	<b>49.4</b>
<b>Hà Lan</b>	<b>14</b>	<b>45.6</b>
<b>Vương quốc Anh</b>	<b>8</b>	<b>40.6</b>
Đảo Man	1	35.0
Đảo Man	14	31.8
Brunêy	16	18.4
<b>Đan Mạch</b>	<b>12</b>	<b>11.3</b>
<b>Tây Ban Nha</b>	<b>8</b>	<b>9.7</b>
Philippin	3	4.9
Indônêxia	1	2.1
Ma rốc	2	2.0
<b>Tổng số</b>	<b>839</b>	<b>16345,4</b>

*Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư).*

So với năm 2008, số vốn đầu tư của EU vào Việt Nam chỉ bằng 11,62% (355,3/3056 triệu USD) và chỉ chiếm 2,17% tổng số vốn FDI đăng ký mới vào Việt Nam năm 2009. Nguyên nhân chủ yếu là do tác động tiêu cực của suy thoái kinh tế toàn cầu nên hầu hết

các tập đoàn kinh tế lớn, các doanh nghiệp của các nước EU gặp khó khăn về nguồn vốn buộc phải thu hẹp đầu tư ra nước ngoài, trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, trọng xu hướng suy thoái chung của FDI từ EU, vẫn có một số quốc gia giữ được nhịp độ tăng

vốn tại Việt Nam như Đức, Pháp, Anh, Hà Lan. Vương quốc Anh năm 2009 có 8 dự án đăng ký mới với số vốn 40.6 triệu USD, hiện đứng thứ 14 trong tổng số 81 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư tại Việt Nam và đứng thứ 3 (sau Hà Lan và Pháp) trong số 22 nước EU có đầu tư tại Việt Nam đến năm 2009. Trong các dự án đầu tư của Vương quốc Anh tại Việt Nam, lĩnh vực công nghiệp chiếm 86% tổng vốn đầu tư đăng ký, trong đó đầu tư trong lĩnh vực dầu khí đã chiếm 55% vốn đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp; lĩnh vực dịch vụ tài chính, ngân hàng, bảo hiểm chiếm 11%, còn lại là lĩnh vực nông-lâm nghiệp. Các nhà đầu tư Vương quốc Anh có mặt tại 18 địa phương trong cả nước. Dẫn đầu về thu hút vốn đầu tư của Vương quốc Anh là Tp.HCM, chiếm 39% tổng vốn đầu tư và chiếm 36% về tổng số dự án đầu tư. Vốn đầu tư của các nhà đầu tư Anh tập trung nhiều nhất theo hình thức hợp đồng hợp tác kinh doanh với tổng vốn đầu tư là 688,1 triệu USD, chiếm 48% tổng vốn đầu tư đăng ký, tiếp theo là đầu tư theo hình thức 100% vốn nước ngoài với tổng vốn đăng ký là 601,2 triệu USD chiếm 42%. Ngân hàng Standard Chartered, HSBC và Công ty Prudential đều có mặt tại Việt Nam từ rất sớm và nhận thấy trước sự phát triển của thị trường trong các lĩnh vực niềm tin tài chính và bảo hiểm tiền gửi. Tài nguyên thiên nhiên to lớn với trữ lượng năng lượng dầu khí lớn ở vùng thềm lục địa biển Đông đã thu hút nhiều dự án lớn của các nhà đầu tư Anh. Các

tập đoàn Anh cũng đang để mắt đến các thị trường hàng hoá tiêu dùng đang phát triển của Việt Nam, đồng thời mở rộng các cơ sở sản xuất của họ tại đây. Nguyên nhân của những kết quả trên có nhiều, song chủ yếu là trong suy thoái kinh tế toàn cầu, nền kinh tế Việt Nam vẫn phát triển khá ổn định, nguồn lao động dồi dào, tài nguyên thiên nhiên phong phú, chính trị xã hội ổn định, đồng lòng đổi mới, hội nhập đúng đắn...

*Tóm lại:* Bên cạnh kết quả đã phân tích ở trên, quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và EU 2009 vẫn tồn tại nhiều khó khăn, bất cập. Đó là hàng rào thuế quan của EU đối với một số sản phẩm của Việt Nam như giày mũ da, xe đạp, chốt cài inox vẫn áp thuế cao trên thị trường EU. Mới đây, tháng 12/2009, Ủy ban Châu Âu quyết định kéo dài mức đánh thuế chống bán phá giá đối với mặt hàng giày mũ da Việt Nam nhằm bảo hộ ngành giày dép của một số nước thành viên EU, gây tổn hại cho ngành giày dép Việt Nam. Đây là điều rất đáng tiếc. Hàng rào kỹ thuật vẫn là công cụ phòng vệ thương mại được nhiều nước EU sử dụng khá phổ biến để hạn chế hàng nhập khẩu với mục đích tuyên bố là bảo vệ người tiêu dùng, nhưng cũng nhằm bảo hộ các ngành sản xuất trong nước đang bị mất dần lợi thế so sánh so với hàng nhập khẩu. Bên cạnh đó, các hàng rào thương mại phi thuế quan khác vẫn được sử dụng. Ví dụ, trong năm 2009, hàng thực phẩm của Việt Nam đã nhiều lần bị đưa vào Hệ thống Cảnh báo nhanh đối với hàng thực phẩm và thực

ăn gia sức của EU... là điều phi lý, trái với các cam kết của các nước WTO.

## 2. Triển vọng năm 2010

Căn cứ vào thực trạng năm 2009 và xu hướng phục hồi kinh tế thế giới và EU năm 2010, dự báo triển vọng quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và EU sẽ có bước phát triển mới, toàn diện, cao hơn năm 2009 cả về thương mại, đầu tư, du lịch, viện trợ phát triển. Mới đây, Chủ tịch Phòng Thương mại Châu Âu cho biết, những năm tới EU mong muốn thúc đẩy phát triển hợp tác đầu tư, thương mại giữa hai bên và xác định Việt Nam là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của EU. Trong bối cảnh suy thoái kinh tế toàn cầu, các doanh nghiệp EU hoạt động tại Việt Nam được khuyến cáo tăng cường xúc tiến thương mại nhằm gia tăng xuất khẩu sang thị trường Nam Mỹ, Trung Đông và châu Phi, chia sẻ chi phí sản xuất bằng cách chuyển đơn hàng từ cơ sở ở chính quốc hoặc từ nước khác sang Việt Nam để hạ giá thành, giảm chi phí vận chuyển. Doanh nghiệp cần tận dụng lợi thế về chính sách tài chính, tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam để phát triển sản xuất, xuất khẩu.

Trong năm 2010, để thúc đẩy hơn nữa quan hệ đầu tư của EU, các chuyên gia cho rằng cần hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi cho các dự án của các nước EU đang hoạt động tại Việt Nam triển khai hiệu quả, thông qua đó giới thiệu, quảng bá môi trường đầu tư của Việt Nam. Theo các chuyên gia kinh tế của EU, giới doanh nghiệp EU cần quan tâm

nhiều hơn đến các lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm, kế toán, kiểm toán và các loại hình dịch vụ phục vụ cho hoạt động tài chính-ngân hàng. Nhiều nước EU như Anh, Pháp, Đức là trung tâm đứng đầu thế giới về thiết kế và kiến trúc, các công ty có thể hỗ trợ Việt Nam xây dựng các cơ sở hạ tầng, trong đó có việc phát triển cơ sở hạ tầng của ngành tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, công nghệ cao, công nghệ thông tin, giao thông, bưu điện.

Hiện nay, ngoài những lĩnh vực hợp tác lớn nói trên, quan hệ du lịch giữa Việt Nam và EU cũng có nhiều nét nổi bật thông qua những dự án hỗ trợ ngành du lịch Việt Nam, góp phần hấp dẫn một lượng khách châu Âu đáng kể vào du lịch và tìm hiểu thị trường đầu tư, kinh doanh và buôn bán ở Việt Nam. Đây cũng là một tiềm năng lớn, nếu biết khai thác sẽ đóng góp không nhỏ cho sự phát triển các mối quan hệ hợp tác khác, trước hết là về kinh tế, thương mại và đầu tư.

Triển vọng năm 2010 là rất lớn. Năm 2010 kinh tế Việt Nam và EU bước vào giai đoạn hồi phục và tăng trưởng sau suy thoái kinh tế. GDP của Việt Nam dự báo đạt mức tăng trưởng trên 6,5%, cao hơn mức 6,17% của năm 2008. Kinh tế EU năm 2010 cũng bắt đầu giai đoạn hồi phục sau khủng hoảng và tăng trưởng dương. Nhu cầu tăng cường quan hệ kinh tế giữa hai bên năm 2010 có nhiều thuận lợi khi Việt Nam đảm nhiệm cương vị Chủ tịch Hiệp hội các nước ASEAN và Tây Ban Nha là Chủ tịch EU.

Quan hệ chính trị - ngoại giao song phương cơ bản tốt, trong đó nhiều quan hệ đã đạt tới độ trưởng thành, có truyền thống hữu nghị, hợp tác tốt. Thị trường EU rộng lớn, đa dạng, có nhu cầu nhập khẩu nhiều loại hàng hoá do Việt Nam sản xuất, trong đó những sản phẩm như dệt may, giày dép, chè, cà phê, hạt tiêu, thủy sản và cao su tự nhiên đã chiếm giữ được thị phần đáng kể tại nhiều nước châu Âu cũng như tạo được uy tín khá vững chắc đối với người tiêu dùng ở tại; Sức mua của người tiêu dùng châu Âu lớn và tương đối bền vững, đặc biệt là người tiêu dùng tại các nước Đức, Pháp, Anh, Hà Lan, Italy, Thụy Điển và Ba Lan; Cơ cấu kinh tế Việt Nam và cơ cấu kinh tế nhiều nước châu Âu có tính bổ sung lẫn nhau nhiều hơn tính cạnh tranh xét trên tổng thể. Do có trình độ phát triển khoa học - kỹ thuật và công nghệ cao, những mặt hàng mà các nước EU có thể mạnh và có tính cạnh tranh cao hầu hết thuộc các ngành công nghiệp cơ khí, chế tạo, hoá chất, giao thông vận tải, hàng không, dược phẩm, mỹ phẩm cao cấp, thực phẩm, đồ uống và dịch vụ có hàm lượng chất xám và giá trị gia tăng lớn... Đây là những sản phẩm Việt Nam có nhu cầu ngày càng tăng nhưng khả năng sản xuất trong nước còn hạn chế. Trong khi đó, nhu cầu nhập khẩu của EU phần lớn là cao su nguyên nhiên liệu, hàng thủ công mỹ nghệ, giày dép, may mặc, thủy sản, cà phê, chè, hạt tiêu... là những mặt hàng Việt Nam có lợi thế so sánh

so với nhiều nước khác và có nguồn cung tương đối dồi dào.

Cộng đồng người Việt Nam tại EU tương đối đông, có nhu cầu hàng hóa sản xuất tại Việt Nam khá lớn. Hơn thế nữa, tại một số nước lớn như Đức, Pháp, Ba Lan có cộng đồng doanh nhân người Việt năng động, có khả năng phân phối hàng Việt Nam trên qui mô lớn. Tình hình an ninh, chính trị tại hầu hết các nước EU và Việt Nam cơ bản ổn định. Đây là nhân tố quan trọng tạo tâm lý an tâm cho các doanh nhân mở rộng quan hệ buôn bán, đầu tư, du lịch, hỗ trợ phát triển và góp phần giảm thiểu các chi phí phòng ngừa rủi ro trong kinh doanh.

### 3. Kết luận

Năm 2009, quan hệ kinh tế Việt Nam và EU chịu tác động tiêu cực của suy thoái kinh tế toàn cầu nên quy mô và tốc độ tăng trưởng thương mại, đầu tư, du lịch và viện trợ phát triển có chậm lại so với các năm trước. Song đó chỉ là tạm thời mà nguyên nhân chủ yếu từ bên ngoài, trước hết là khủng hoảng tài chính toàn cầu, bắt nguồn từ Mỹ, sau đó lan đến châu Âu và Việt Nam. Mặc dù vậy, đến nay EU vẫn nổi lên như một đối tác kinh tế quan trọng hàng đầu của Việt Nam, thể hiện qua các hoạt động liên doanh, hợp tác đầu tư, viện trợ phát triển và giao lưu thương mại giữa hai bên. Việt Nam ngày càng đẩy mạnh quan hệ hợp tác kinh tế, đầu tư với các nước EU, trong đó có những đối tác lớn như Anh, Đức, Pháp, Hà Lan, Bỉ, Italia với sự hiện diện của nhiều hãng nổi

tiếng như Total, BP, Morgan, Shell... Các dự án thuộc nhiều lĩnh vực quan trọng như khai thác dầu khí, xây dựng cơ sở hạ tầng, viễn thông, ngân hàng, điện, chế biến thực phẩm, công nghệ thông tin... nhìn chung đều đạt hiệu quả. Các doanh nghiệp EU đánh giá cao tiềm năng của Việt Nam và xác định đây là điểm hấp dẫn đầu tư và thương mại nhờ thị trường lớn, nguồn lao động trẻ, ở khu vực phát triển kinh tế năng động nhất thế giới trong khủng hoảng kinh tế, với sức mua liên tục được cải thiện, đồng thời có nhu cầu đổi mới công nghệ trong quá trình công nghiệp hoá.

Đối với Việt Nam, việc đạt được vị thế xuất siêu trong giao thương với EU năm 2009 cũng như các năm trước đây là thành công khá ấn tượng, bởi Việt Nam vẫn thường nhập siêu trong quan hệ thương mại với các đối tác khác. Việc giám kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU năm 2009 chỉ là tạm thời và sẽ được khắc phục trong năm 2010 cùng với quá trình hồi phục kinh tế hậu khủng hoảng.

Với kết quả đó của Việt Nam, Hội nghị Các nhà tài trợ cho Việt Nam họp 4/12/2009 đã cam kết viện trợ ODA cho Việt Nam hơn 8 tỷ USD, cao hơn mức 5,9 tỷ USD năm 2009. Trong số này, về phía các tổ chức phát triển, Ngân hàng Thế giới (WB) là nhà tài trợ lớn nhất cho Việt Nam với gần 2,5 tỷ USD; tiếp đến là Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) với gần 1,5 tỷ USD. 27 quốc gia thuộc Cộng đồng Châu Âu (EU) tài trợ 1,082 tỷ USD, tăng 21,2%, trong đó Pháp tiếp tục

là nhà tài trợ lớn nhất với 378,26 triệu USD. Nguyên nhân là do nền kinh tế Việt Nam cuối năm 2009 đã vượt qua giai đoạn phục hồi và bước vào giai đoạn thời kỳ tăng trưởng: GDP năm 2009 đạt 5,32% (kế hoạch 5%) và dự báo năm 2010 đạt 6,5%, cao hơn năm 2008 (6,18%). Nền kinh tế 27 nước EU cũng đã qua thời kỳ suy thoái và đang hồi phục. Đó là những tín hiệu vui mới, mở ra khả năng phát triển toàn diện và vững chắc mối quan hệ kinh tế Việt Nam – EU năm 2010 với triển vọng tốt đẹp.

#### Tài liệu tham khảo

1. Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2009. Tổng cục Thống kê.
2. Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư).
3. Tạp chí Cộng sản Điện tử, số 1, năm 2009.
4. Trung tâm Thông tin Thương mại (Bộ Công Thương).
5. Niên giám Thống kê năm 2007, 2008.
6. Bản tin: Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam – EU (VCCI), số 1, 2/2009.
7. Các nước thành viên Liên minh Châu Âu. Bách khoa toàn thư, Wikipedia (European Labelled Map – Brow).
8. Cổng thông tin điện tử. Chính phủ nước Cộng hoà XHVN Việt Nam.
9. Tạp chí Cộng sản, số 1/2010.
10. Ministry of Foreign Affairs - EU.