

QUAN HỆ THƯƠNG MẠI PHÁP - VIỆT (1993 - 2008)

Ths. Võ Thị Thu Hà
Trường Đại học Hải Phòng

Cùng với quan hệ chính trị song phương giữa Pháp và Việt Nam ngày càng rất gắn bó và tin cậy, quan hệ kinh tế Pháp - Việt cũng có những bước phát triển. Bước ngoặt trong quan hệ Pháp - Việt là năm 1993, Tổng thống Francois Mitterand đã có chuyến thăm chính thức Việt Nam. Đây là chuyến thăm đầu tiên của người đứng đầu nước Pháp đến Việt Nam kể từ khi kết thúc chiến tranh Đông Dương (1954). Chuyến thăm đã thực sự trở thành đòn bẩy phát triển quan hệ hợp tác kinh tế giữa hai nước. Hai nước đã ký nhiều nghị định thư, hiệp định, thoả thuận và hợp đồng quan trọng. Bên cạnh những kết quả cụ thể, chuyến thăm của Tổng thống F. Mitterand còn có ý nghĩa lớn lao đánh dấu bước khởi đầu của tiến trình Việt Nam hoà nhập vào cộng đồng kinh tế quốc tế, chấm dứt sự cô lập của Việt Nam trong một thời gian dài, xác nhận sự thay đổi nền kinh tế theo hướng thị trường.

I. QUAN HỆ THƯƠNG MẠI PHÁP - VIỆT TỪ 1993 ĐẾN 2008

Pháp là một trong những quốc gia có quan hệ thương mại từ rất sớm với Việt Nam. Ngay từ thế kỷ XVI, cùng với các thương nhân, giáo sỹ đến từ Hà Lan, Tây Ban Nha, Bồ Đào Nha... thuyền buôn của Pháp cũng xuất hiện ở Việt Nam. Đến đầu thế kỷ XX, hàng thủ công Việt Nam đã có mặt ở Đâu xảo Marseille, còn nhãn hiệu hàng Pháp trở nên quen thuộc ở Việt Nam.

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Pháp được thiết lập từ năm 1955, thông qua việc ký kết Hiệp định Thương mại và Hiệp định Thanh toán đầu tiên giữa hai Chính phủ Việt Nam và Pháp ngày 14 tháng 10 năm 1955. Tuy nhiên, từ những năm 50 đến những năm 80 của thế kỷ XX, kim ngạch thương mại giữa hai nước ở mức rất thấp. Kim ngạch xuất nhập khẩu dao động từ vài trăm ngàn đến vài triệu đôla mỗi năm, Việt Nam thường ở thế nhập siêu.

Khi Chiến tranh Lạnh kết thúc, khu vực có nhiều biến chuyển tích cực, Việt Nam đã kịp thời đề ra chính sách đổi mới tại Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI (12. 1986), trong đó nhấn mạnh: tranh thủ điều kiện quốc tế thuận lợi cho sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc, mở rộng hợp tác kinh tế, khoa học - kỹ thuật. Kể từ đó, quan hệ thương mại Pháp - Việt bắt đầu có những bước phát triển mới.

Khi Việt Nam mở cửa vào năm 1986, Pháp đã biết tận dụng quá trình này sớm hơn các cường quốc thương mại Âu - Mỹ khác, nên trao đổi thương mại song phương giữa hai nước đã bắt đầu gia tăng mạnh. Trong chuyến thăm Việt Nam của Bộ trưởng Ngoại giao Pháp Roland Dumas đầu năm 1991, Pháp đã ủng hộ Việt Nam thiết lập và tăng cường quan hệ với Cộng đồng Châu Âu. Trong buổi họp báo nhân dịp kết thúc chuyến đi này, ông Roland Dumas nói: "Pháp sẽ nâng Việt Nam lên thành bạn hàng

hàng đầu ở châu Á”¹. Kể từ đó, quan hệ thương mại giữa hai nước đã không ngừng phát triển. Trao đổi mậu dịch song phương tăng từ 800 triệu FF năm 1991 lên 1,6 tỷ FF năm 1992². Quan hệ thương mại Pháp - Việt càng được mở rộng và chắc chắn hơn khi Việt Nam ký Hiệp định May mặc với EU (mà Pháp là thành viên) năm 1992.

Điểm mốc lịch sử trong quan hệ thương mại giữa hai nước được đánh dấu bằng việc Tổng thống Francois Mitterrand dẫn đầu một đoàn đại biểu cao cấp của Chính phủ Pháp cùng đông đảo các đại diện của các giới doanh nghiệp Pháp tới thăm chính thức và làm việc tại Việt Nam vào tháng 2 năm 1993. Hai bên đã ký Thỏa thuận Tránh đánh thuế hai lần (1993) và Việt Nam đã tham gia Câu lạc bộ Paris (1994). Đây có thể được coi là khoảng thời gian quan trọng và tốt đẹp cho mỗi quan hệ kinh tế song phương. Phía Pháp đã phối hợp cùng với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tổ chức nhiều cuộc hội thảo ở Pháp và Việt Nam cho các doanh nghiệp cả hai nước, cho phép họ hiểu rõ hơn cách thức làm việc của nhau để có thể thâm nhập vào thị trường của nhau.

Một trong những vấn đề mà Pháp muốn trao đổi với các doanh nghiệp Việt Nam là hỗ trợ xuất khẩu, vấn đề mà nước Pháp có rất nhiều kinh nghiệm. Do đó, Pháp đề cập đến bảo hiểm tín dụng, bảo hiểm hỗ trợ và thăm

dò thị trường... nhằm chia sẻ rủi ro giữa các công ty, bảo hiểm và các doanh nghiệp xuất khẩu. Bên cạnh đó, việc cơ quan Bảo hiểm Ngoại thương Pháp (COFACE), một công cụ đồng hành không thể thiếu của các nhà đầu tư và xuất khẩu Pháp, có mặt tại Việt Nam đã tạo điều kiện cho quan hệ buôn bán giữa hai nước phát triển. Tính hiệu quả của hoạt động thương mại giữa hai nước được chứng thực khi COFACE chuyển tỷ lệ đóng bảo hiểm đối với những hợp đồng thực hiện với Việt Nam từ loại 4 sang loại 3 (ưu tiên hơn).

Quan hệ buôn bán giữa hai nước có điều kiện phát triển sâu rộng hơn khi Việt Nam giành được những thành tựu quan trọng trong quan hệ đối ngoại như: bình thường hoá quan hệ với Mỹ năm 1995, ký Hiệp định khung về hợp tác với EU (1995), tham gia vào ASEAN (28.7.1995). Cụ thể kim ngạch buôn bán hai chiều đã tăng lên rõ rệt từ 3,1 tỷ FF năm 1995 lên 5,7 tỷ FF năm 1996³. Có thể thấy quan hệ chính trị, ngoại giao không ngừng phát triển giữa Pháp và Việt Nam trong những năm 1993 – 1995 đã tác động tích cực đến quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại. Pháp lúc này là nước có quan hệ kinh tế với Việt Nam lớn nhất châu Âu và Cộng đồng Pháp ngữ. Sự gia tăng trong quan hệ thương mại lúc này chủ yếu là do tỷ trọng xuất khẩu của Pháp, ngoài ra xuất khẩu của Việt Nam sang Pháp cũng bắt đầu tăng mạnh.

Từ năm 1997 đến năm 2000, mặc dù phải chịu nhiều tác động tiêu cực của cuộc khủng hoảng tài chính - tiền tệ châu Á,

¹ Phước Sang, “Tăng cường quan hệ “hữu nghị, truyền thống, hợp tác toàn diện, lâu dài và tin cậy trong thế kỷ XXI” giữa Việt Nam và Cộng hòa Pháp”, TTX Việt Nam, ngày 12.11.2009, tr.13.

² Trần Nguyễn Tuyên (2004). “Thực trạng và triển vọng phát triển quan hệ kinh tế giữa EU và Việt Nam”. Nghiên cứu Châu Âu, số 357, tr.49.

³ Tạp chí Nghiên cứu quốc tế, số 7, tháng 9/1997, tr.34.

nhưng quan hệ thương mại hai chiều vẫn phát triển tốt. Việt Nam bắt đầu xuất siêu sang Pháp, năm 1997 với trị giá 260 triệu USD và năm 1998 là 300 triệu USD⁴, lần lượt đứng thứ 29 và 15 trong số các nước xuất siêu sang Pháp. Năm 1998, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Pháp đạt 280 triệu USD. Năm 1999, trị giá buôn bán hai chiều giữa hai nước ước đạt 656 triệu USD và Pháp đứng hàng thứ 10 trong danh sách những nước dẫn đầu trong buôn bán với Việt Nam, trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào khoảng 355 triệu USD⁵, tăng 12% so với năm 1998. Nét nổi bật trong thương mại Pháp - Việt lúc này là lần đầu tiên sau hàng chục năm, Việt Nam đã xuất siêu được khoảng 54 triệu USD⁶. Và nếu như tổng giá trị năm 1999 đưa Pháp trở thành một trong những bạn hàng lớn nhất của Việt Nam ở Tây Âu thì đến năm 2000, buôn bán hai chiều giữa hai nước vẫn tăng mạnh, đạt 708 triệu USD (Việt Nam nhập khẩu 328 triệu USD, xuất khẩu 379,7 triệu USD). Năm 2001, kim ngạch buôn bán hai chiều đạt khoảng 970 triệu USD⁷.

Nhằm mục đích nâng cao khả năng thích ứng của các nước đang phát triển với những quy định thương mại trên thế giới cũng như đề cao lợi ích của họ trong quá trình đàm phán thương mại, tháng 2 năm 2002, cơ quan Phát triển Pháp có nhiệm vụ phối hợp chặt chẽ với Cơ quan đại diện Kinh tế Đại sứ quán Pháp tại Việt Nam thực hiện

một chương trình song phương kéo dài ba năm. Trong khuôn khổ của chương trình đó, bốn dự án đã được triển khai tại Việt Nam: Thành lập một hệ thống thông tin về ngoại thương; Tăng cường đào tạo các tham tán thương mại, đặc biệt là về những quy định căn bản của quản lý doanh nghiệp và các vấn đề quốc tế; Đào tạo các chuyên gia đàm phán trong trao đổi, mua bán các sản phẩm cơ bản đặc biệt là gạo, hồ tiêu, chè, cà phê; Xác định cơ chế cấp kinh phí cho xuất khẩu (bảo hiểm, tín dụng...) phù hợp với bối cảnh của Việt Nam. Chương trình này dựa trên tinh thần đẩy mạnh năng lực xuất khẩu của các nước đang phát triển nhằm bảo đảm thành công trong quá trình toàn cầu hoá. Ngoài ra chương trình còn có các hoạt động đa phương và khuyến khích phát huy sáng kiến trong khuôn khổ chương trình hỗ trợ chung.

Nhờ sự nỗ lực của các chính sách khuyến khích phát triển của hai nước, năm 2002 nhập khẩu của Pháp từ Việt Nam đạt 884 triệu Euro. Các mặt hàng Pháp nhập của Việt Nam là hàng tiêu dùng, chủ yếu là hàng dệt may và hàng làm từ da (chiếm 63% số hàng nhập khẩu của Pháp) đạt 596,1 triệu Euro, hàng nông sản thực phẩm đạt 86,1 triệu Euro, hàng thủy sản đạt 27 triệu Euro (theo số liệu của Hải quan Pháp)... Riêng trong năm 2002, xuất khẩu của Pháp sang Việt Nam đạt 356 triệu Euro, nâng con số tổng kim ngạch buôn bán hai chiều đạt gần 1 tỷ 240 triệu Euro⁸.

⁴ Tập san Quan hệ Việt - Pháp. Quốc tế. 9/2000, tr.38.

⁵ Tập san Quan hệ Việt - Pháp. Quốc tế. 9/2000, tr.25.

⁶ Tập san Quan hệ Việt - Pháp. Quốc tế. 9/2000, tr.25.

⁷ Xúc tiến thương mại (2001) - Bộ Thương mại, tr.50.

⁸ Cục Xúc tiến thương mại Hồ chí Minh (2004). *Quan hệ Việt Nam - Pháp*.

<http://www.trade.hochiminhcity.gov.vn>

Bảng 1: Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Pháp - Việt từ 1995 – 2001

Đơn vị: triệu USD

Năm	1995	1996	1998	1999	2000	2001
Tổng kim ngạch	413	760	580	656	708	970

Nguồn: Tổng hợp từ Tài liệu tham khảo.

Ghi chú: Bảng được lập theo tỷ giá ước lượng: 1USD ~7,50 FF

Bảng 2: Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Pháp - Việt từ 2001 đến 2008

Đơn vị: tỷ Euro

Năm	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tổng kim ngạch	1.145	1.240	1.230	1.300	1.400	1.470	1.904	1.56

Nguồn: Tổng hợp từ Tài liệu tham khảo.

Năm 2003, buôn bán hai chiều đạt khoảng 1,23 tỷ Euro, trong đó Việt Nam xuất khẩu sang Pháp đạt 845 triệu Euro chủ yếu nhờ vào việc bán trang thiết bị lớn. Xuất khẩu của Pháp sang Việt Nam đạt 384 triệu Euro, tăng 10,1% so với năm 2002⁹, đi kèm với yêu cầu lớn về trang thiết bị của các doanh nghiệp Việt Nam nhưng vẫn thấp so với sự gia tăng nhập khẩu của Việt Nam trong năm này. Chính việc ký kết các hợp đồng giao hàng thiết bị lớn năm 2003 như mua máy bay ATR, các thiết bị cho các nhà máy nhiệt điện, máy phát điện và truyền điện, các lò đốt và máy trộn chất đốt nhằm mở rộng nhà máy điện đã góp phần quan trọng vào việc cải thiện cân bằng thương mại, cho phép đảo ngược lại xu hướng ngày

càng thâm hụt cán cân thương mại của Pháp đối với Việt Nam. Tính đến năm 2003, theo các số liệu thống kê của Cục Xúc tiến thương mại Việt Nam, Pháp chiếm 1,9% thị phần Việt Nam, đứng sau các nước châu Á như: Trung Quốc, Singapore, Đài Loan, Hàn Quốc... Các nước này chiếm tới 75% (trong đó Trung Quốc đã chiếm 13%) hàng nhập khẩu của Việt Nam. Trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam – EU, Pháp chiếm 20,7 %, đứng thứ hai sau Đức - chiếm tỷ trọng 28,5%¹⁰ và là thị trường xuất khẩu lớn thứ 9 của Việt Nam.

Các chuyến thăm cấp cao giữa Pháp và Việt Nam diễn ra thường xuyên hơn trong những năm gần đây với quyết tâm chung muốn đưa hợp tác kinh tế lên ngang tầm với

⁹ Công Hùng (2007). *Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Pháp sẽ vượt ngưỡng 1 tỷ Euro*. <http://songlam.sara.vn>

¹⁰ Phùng Thị Vân Kiều (2002). *Quan hệ thương mại Việt Nam - Liên minh Châu Âu trên đà phát triển*. Tạp chí Nghiên cứu Châu Âu, số 1/2002, tr.84.

quan hệ chính trị thực sự đã thúc đẩy sự phát triển buôn bán giữa hai nước. Theo số liệu thống kê của Cục Xúc tiến thương mại Việt Nam, năm 2004 tổng kim ngạch đạt khoảng 1,3 tỷ Euro, Việt Nam xuất sang Pháp tiếp tục tăng khoảng 10%, đạt hơn 924 triệu Euro. Trong khi đó, nhập khẩu từ Pháp có xu hướng giảm đạt hơn 315 triệu Euro, giảm gần 18% so với năm 2003. Điều quan trọng là cơ cấu hàng xuất khẩu đã có những thay đổi tích cực. Mặc dù bốn nhóm hàng giày dép, hàng may mặc, đồ gia dụng và đồ da vẫn chiếm tỷ trọng lớn, nhưng xuất khẩu một số mặt hàng mới như xe đạp và phụ tùng, đồ gỗ, đồ nhựa, sản phẩm điện - điện tử đang tăng trưởng nhanh trên 20%/năm.

Năm 2005, hai chính phủ quyết định thành lập Hội đồng cấp cao Vì sự phát triển hợp tác kinh tế Pháp - Việt với chức năng định hướng, thúc đẩy và huy động các nguồn lực để thực hiện các dự án hợp tác cụ thể, nhằm gia tăng đầu tư cũng như gia tăng trao đổi thương mại. Nhờ vậy, năm 2005 là năm đầu tiên Việt Nam xuất sang Pháp trên 1 tỷ Euro trong kim ngạch xuất nhập khẩu 1,4 tỷ Euro và với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trên 10%¹¹. Nhập khẩu cũng tăng trở lại, đạt khoảng hơn 400 triệu Euro. Đặc biệt, việc EU bỏ quota dệt may cho Việt nam kể từ 2005 tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu mặt hàng này sang Pháp, nhưng cũng đặt cho

các doanh nghiệp trong nước sức ép cạnh tranh rất lớn trong việc chủ động về nguồn nguyên phụ liệu, mẫu mã, thương hiệu và uy tín trên thị trường thế giới.

Năm 2006, tổng kim ngạch thương mại trao đổi Pháp - Việt đạt khoảng 1,470 tỷ USD, đưa Pháp trở thành một trong những bạn hàng quan trọng thứ hai của Việt Nam. Các mặt hàng chính của Việt Nam sang Pháp là giày dép, dệt may, đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ, thủy sản, hàng nông sản; Nhập khẩu chính là máy móc thiết bị, máy bay dân dụng, thuốc tân dược, hoá chất và sản phẩm sữa.

Năm 2007, Thủ tướng Việt Nam Nguyễn Tấn Dũng đã có chuyến thăm Pháp. Tại chuyến thăm này, Thủ tướng đã tham dự khai mạc Diễn đàn doanh nghiệp Việt - Pháp tại Paris. Thủ tướng kêu gọi các nhà đầu tư Pháp: "Các bạn Pháp không nên chậm chân đến Việt Nam". Để Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng với tốc độ tăng trưởng cao, Chính phủ Việt Nam đang rất quan tâm đến vấn đề cải cách thể chế, luật pháp theo cơ chế thị trường, thông thoáng, minh bạch; đẩy mạnh cải cách hành chính, chống quan liêu, tham nhũng, lãng phí, tạo điều kiện cho các nhà đầu tư đến Việt Nam. Do vậy, năm 2007 tỷ lệ trao đổi thương mại đã tăng lên đáng kể: Tổng kim ngạch hai chiều Pháp - Việt tăng 17,68% so với năm 2006, trong đó, xuất khẩu sang Pháp tăng 14,4%; Tổng kim ngạch

¹¹ Xúc tiến thương mại (2001) - Bộ Thương mại.

nhập khẩu hàng của Pháp vào Việt Nam năm 2007 đạt hơn 556 triệu Euro, tăng 37,1% so với 2006, chủ yếu là các mặt hàng điện, điện tử, cơ khí chính xác, thực phẩm, mỹ phẩm, đá quý... Trong khi đó, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng của Việt Nam vào Pháp năm 2007 đạt 1,249 tỷ Euro, tăng 8% so với năm 2006, chủ yếu là hàng dệt may, giày dép, thủy sản... Đáng chú ý, năm 2007 Việt Nam xuất siêu vào Pháp 910 triệu Euro¹². Dù kim ngạch xuất khẩu tương đối lớn, đa phần các mặt hàng chủ lực của Việt Nam xuất sang Pháp vẫn là hàng gia công giày dép, dệt may. Ngoài ra, các doanh nghiệp Việt Nam chưa định vị được thương hiệu tại Pháp. Một khó khăn khác là các điều kiện về hàng rào kỹ thuật khắt khe khiến nhiều doanh nghiệp Việt Nam đang nỗ lực đẩy mạnh thêm việc xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp nhẹ, tiểu thủ công nghiệp, nông lâm thủy sản... phù hợp với sức mua của mỗi tầng lớp dân cư Pháp, qua đó tạo nguồn ngoại tệ nhập khẩu các loại máy móc thiết bị, dây chuyền sản xuất, dược phẩm... phục vụ nhu cầu sản xuất và đời sống nhân dân.

Năm 2008, do kinh tế thế giới khủng hoảng, quan hệ thương mại giữa hai nước vẫn được duy trì, song có phần chững lại so với các nước Tây Âu khác và đang có nguy cơ tụt xuống sau Đức, Anh. Trong sáu tháng

đầu năm 2008, xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Pháp đạt khoảng 621 triệu Euro, tăng 2,64% so với cùng kỳ năm 2007; nhập khẩu đạt khoảng 183 triệu Euro, giảm 14,47%¹³. Năm 2008, tổng kim ngạch hai chiều là 1,56 tỷ Euro, trong đó giá trị hàng Việt Nam xuất khẩu sang Pháp đạt khoảng 971 triệu USD, chủ yếu là giày dép, hàng hải sản, sản phẩm đá quý và kim loại quý. Tổng trị giá hàng hoá nhập khẩu từ Pháp đạt khoảng 829 triệu USD¹⁴, chủ yếu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng; tân dược; các sản phẩm hoá chất; nguyên phụ liệu may, da giày; sữa và các sản phẩm sữa.

Về cơ cấu hàng xuất nhập khẩu, hàng năm Pháp nhập khẩu từ Việt Nam chủ yếu các sản phẩm sơ chế hoặc qua chế biến nhất là: hàng giày dép, dệt – may, nông sản thực phẩm, thủy hải sản, đồ nội thất, đồ gỗ... Pháp xuất khẩu sang Việt Nam những máy móc thiết bị (nồi chưng hơi, máy cơ khí, máy móc, thiết bị điện, máy đo lường), máy bay, dược phẩm, nguyên phụ liệu may, thực phẩm, thực phẩm chế biến và các tư liệu sản xuất khác. Đây chủ yếu là các mặt hàng chế tạo công nghệ cao - sản phẩm của các ngành công nghiệp nặng. Đặc biệt, dược phẩm là lĩnh vực

¹³ Lê Kinh Tài. "Quan hệ Việt Nam - Pháp không ngừng củng cố và phát triển". Báo Thế giới và Việt Nam, tháng 6 năm 2008, tr. 20.

¹⁴ Phước Sang. "Tăng cường quan hệ 'hữu nghị, truyền thống, hợp tác toàn diện, lâu dài và tin cậy trong thế kỷ XXI" giữa Việt Nam và Cộng hòa Pháp". TTX Việt Nam ngày 12.11.2009, tr.19.

¹² Xuân Nguyên. *Hợp tác kinh tế Pháp - Việt truyền thống và tin cậy*. Đặc san về quan hệ kinh tế Việt - Pháp. Báo Thế giới và Việt Nam, năm 2007.

xuất khẩu hàng đầu của Pháp. Vị trí, ưu thế của các sản phẩm được phẩm trong cơ cấu trao đổi ngành hàng xuất khẩu song phương giữa Pháp và Việt Nam có được một phần là nhờ các nỗ lực đào tạo mà Pháp tiến hành trong giới y khoa và sự có mặt của các phòng thí nghiệm của Pháp ở Việt Nam.

Với những chính sách ưu đãi, hiện Pháp đang trở thành một thị trường quan trọng của Việt Nam. Ngoài chế độ đãi ngộ Tối huệ quốc (MFN), Pháp đã cam kết dành cho hàng hoá xuất xứ từ Việt Nam chế độ ưu đãi phổ cập (GSP). Đồng thời cùng với việc EU đồng ý gia hạn ngạch và điều chỉnh tăng hạn ngạch nhập hàng dệt may Việt Nam, công nhận các doanh nghiệp chế biến thủy sản Việt Nam đạt tiêu chuẩn chất lượng và vệ sinh của EU, một số doanh nghiệp và nhiều hàng hoá Việt Nam đã được chấp nhận và từng bước có chỗ đứng ổn định tại thị trường Pháp. Các nhà lãnh đạo Pháp hứa sẽ tích cực xem xét các đề nghị của Việt Nam nhằm mở rộng hơn nữa thị trường Pháp cho các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam. Đồng thời, Pháp cũng đề nghị Việt Nam tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho các công ty Pháp kinh doanh, buôn bán ở Việt Nam để tiến tới cân bằng cán cân mậu dịch hai nước do gần đây Việt Nam đã thay đổi cán cân thương mại, chuyển từ thế nhập siêu thành xuất siêu sang thị trường Pháp.

II. QUAN HỆ THƯƠNG MẠI PHÁP - VIỆT: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Đánh giá về quan hệ thương mại Pháp - Việt, có thể thấy Pháp hiện đang có một vị trí tương đối thuận lợi ở Việt Nam và quan hệ thương mại giữa hai nước đã đạt những bước tiến nhất định. Tuy nhiên có thể thấy triển vọng hợp tác kinh tế còn rất lớn, song quy mô buôn bán giữa Pháp và Việt Nam còn cách xa giới hạn tiềm năng kinh tế của hai bên. Tỷ trọng thương mại Pháp - Việt trong tổng kim ngạch ngoại thương của Pháp không đáng kể, kim ngạch buôn bán giữa Việt Nam và Pháp chỉ chiếm 1/600 kim ngạch buôn bán của Pháp với các nước. Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu của Pháp chưa nhiều, chi dùng lại ở máy móc, thiết bị, tân dược. Việt Nam còn có nhu cầu lớn về các mặt hàng mà Pháp có thể mạnh như hoá dược, chế biến thực phẩm, chế tạo ô tô, máy bay và các loại hàng hoá tiêu dùng chất lượng cao... Hàng hoá của Việt Nam bán tại thị trường Pháp đã được mở rộng về chủng loại, nhưng về số lượng chưa lớn, do đó, cần đẩy mạnh hơn nữa khả năng thâm nhập thị trường để nâng kim ngạch xuất khẩu. Sở dĩ có tình trạng này trong khi cơ sở cho việc mở rộng quy mô buôn bán còn rất lớn là do đến nay vẫn tồn tại những trở ngại nhất định.

Một là, Nếu đo mức độ phụ thuộc lẫn nhau trong quan hệ thương mại thì Việt Nam phụ thuộc đáng kể vào Pháp, còn Pháp

không phụ thuộc vào Việt Nam. Với tình hình đó, nếu không có thiện chí hợp tác song phương thì bất kỳ một sự thay đổi nào trong chính sách ngoại thương của Pháp hoặc thị trường Pháp cũng đều gây tổn hại đến nền kinh tế của Việt Nam.

Hai là, Hàng xuất khẩu của Việt Nam còn nghèo nàn về chủng loại và chất lượng chưa đạt độ đồng đều, thường tập trung cao độ vào một số ít mặt hàng. Sự tập trung cao độ này dễ gây ra nguy cơ tiềm tàng cho xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam. Thứ nhất, khả năng dễ bị tổn thương do những thay đổi không dự tính được trong điều kiện cung cấp cho khách hàng Pháp. Thứ hai, dễ vấp phải lời kháng nghị từ phía người tiêu dùng châu Âu và những áp lực "ổn định hoá" trong việc thâm nhập thị trường này. Mặt khác, mặc dù Pháp là một trong ba trung tâm công nghệ nguồn của thế giới, nhưng Việt Nam vẫn chưa nhập khẩu được nhiều dây chuyền công nghệ hiện đại từ thị trường này, mà mới chỉ chủ yếu nhập các máy móc, thiết bị lẻ. Các mặt hàng mà Pháp có thể mạnh như thiết bị điện tử, máy móc chuyên ngành, hàng nông sản thực phẩm... ngày càng bị cạnh tranh gay gắt bởi các nước khác như Nhật Bản, Trung Quốc, các nước NICs, Mỹ... Quy mô nhập khẩu do vậy còn quá nhỏ bé và cơ cấu ngành hàng chưa thật phù hợp nên hoạt động nhập khẩu của Việt Nam từ Pháp chưa đóng vai trò tích cực là đòn bẩy đối với hoạt động

xuất nhập khẩu của Việt Nam sang thị trường Pháp. Nhập khẩu chưa thật gắn với xuất khẩu, chưa tạo được tiền đề thay đổi cơ cấu hàng xuất khẩu và nâng cao hiệu quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Pháp. Nhìn chung, Pháp chưa dành nhiều ưu đãi cho hàng xuất khẩu của Việt Nam cũng như Việt Nam chưa nhập khẩu được công nghệ nguồn từ Pháp.

Ba là, Rất nhiều các doanh nghiệp Việt Nam còn non nớt trong thị trường, thiếu kinh nghiệm thương trường, thậm chí còn bỡ ngỡ với thị trường Pháp, chưa biết nắm bắt cơ hội, kém hiểu biết về luật lệ, văn hoá kinh doanh của thị trường EU nói chung và thị trường Pháp nói riêng. Các doanh nghiệp Việt Nam còn thiếu thông tin, chưa biết cách tiếp cận với thị trường Pháp, vẫn làm ăn theo phong cách sản xuất nhỏ, chưa phù hợp với truyền thống và tập quán kinh doanh của châu Âu. Do vậy, vẫn còn hiện tượng giao hàng không đúng thời hạn, không đảm bảo chất lượng quy định trong hợp đồng, giá còn cao... Có thể thấy, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn thụ động, chưa mạnh dạn khai thác các thế mạnh để tìm thế chủ động trong công việc chinh phục, chiếm lĩnh thị trường Pháp.

Bốn là, Tuy Nhà nước Việt Nam đã có những chính sách hỗ trợ, song chưa thực sự có hiệu quả trong việc giúp doanh nghiệp về thông tin kinh tế, xúc tiến thương mại, tìm

kiểm thị trường, tiến hành cải cách hành chính cần thiết để giảm chi phí kinh doanh cho các doanh nghiệp, chưa nghiên cứu giảm thuế các mặt hàng là nguyên liệu đầu vào để doanh nghiệp có thể hạ giá thành sản xuất, đồng thời chưa có nhiều những chính sách khuyến khích xuất khẩu. Chính sách thương mại của Việt Nam tuy có định hướng chung lâu dài là mở cửa, hội nhập, nhưng trong ngắn hạn lại thay đổi, có lúc quanh co (do phải đối phó với nhiều tình huống cụ thể) nên chưa tạo được lòng tin cho bạn hàng yên tâm làm ăn lâu dài. Hơn nữa, 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...) vẫn chưa thực sự thu hút và hấp dẫn mạnh mẽ các doanh nghiệp Pháp vào đầu tư và kinh doanh tại Việt Nam. Về lĩnh vực này, hiện nay Pháp đang tích cực giúp đỡ Việt Nam xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật để đảm bảo tăng cường sự phát triển của các ngành kinh tế (đặc biệt là công nghiệp) của Việt Nam trong tiến trình hội nhập.

Qua những phân tích trên có thể thấy khả năng mở rộng và phát triển quan hệ thương mại Pháp - Việt là rất lớn, nhưng với thực trạng hiện nay, vấn đề đặt ra cho Việt Nam là phải nhanh chóng giải quyết những

tồn tại và khắc phục những hạn chế để thúc đẩy mối quan hệ này phát triển tương xứng với tiềm năng kinh tế của hai bên. Xét về nhiều mặt, đối với thị trường Pháp, Việt Nam có những lợi thế nhất định. Thứ nhất, nền kinh tế Pháp phát triển tương đối ổn định. Thứ hai, thị trường Pháp cũng như EU với Việt Nam có nhiều điều kiện hỗ trợ cho nhau. Do trình độ phát triển còn khá cách biệt nhau nên nền kinh tế hai nước còn có thể đáp ứng, hỗ trợ cho nhau trong một thời gian khá dài. Để mở rộng thị phần hàng hoá, Việt Nam cần phải khai thác lợi thế về giá lao động thấp, hơn nữa cần thực hiện các biện pháp mở rộng hàng xuất khẩu, khuyến khích đầu tư vào hàng xuất khẩu vì thực tế cho thấy những mặt hàng được đầu tư mới hoặc đầu tư nước ngoài đang giữ vị trí quan trọng trong việc tăng kim ngạch xuất khẩu. Ngoài ra, phải tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hai bên chủ động hơn trong việc tìm kiếm thị trường, đối tác...

Với những nỗ lực và cải cách hợp lý, có thể trong tương lai không xa, cùng với sự phát triển ngày càng sâu rộng của các trao đổi kinh tế hai nước, quan hệ thương mại Pháp - Việt chắc chắn sẽ tìm được chỗ đứng trên thị trường rộng lớn và giàu tiềm năng của hai nước.