

# MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA CHO PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA Việt Nam SANG THỊ TRƯỜNG EU KHI THAM GIA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO Việt Nam - EU

## SOME ISSUES IN DEVELOPING VIETNAM'S EXPORT TO EU MARKET AFTER THE EU-VIETNAM FREE TRADE AGREEMENT

Nguyễn Thị Phương

*Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp*

Đến Tòa soạn ngày 05/4/2019, chấp nhận đăng ngày 19/4/2019

**Tóm tắt:** Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU ( EVFTA) sẽ đem lại cho các doanh nghiệp Việt Nam nhiều cơ hội... Tuy nhiên, cũng gặp phải nhiều trở ngại vì đây là thị trường luôn đòi hỏi chất lượng sản phẩm xuất khẩu ổn định thì cần phải cần sẵn sàng chuẩn bị các điều kiện đáp ứng các rào cản khắt khe mà các

**Từ khóa:** Tác động EVFTA đến xuất khẩu hàng hóa, phát triển xuất khẩu hàng hóa.

**Abstract:** Vietnam - EU Free Trade Agreement (EVFTA) will give Vietnamese businesses many opportunities and market... However, there are many obstacles because this is a market that always requires product quality they need to be prepared to meet the conditions that these countries impose on quality barriers. products

**Keywords** Impacts of EVFTA on export, develop export goods.

:

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Liên minh châu Âu (EU) là một trong những trung tâm kinh tế thương mại hàng đầu thế giới. EU được xem là một thị trường hấp dẫn, tự do và nhiều tiềm năng. EU là hình thức hội nhập khu vực ở trình độ cao với nhiều triển vọng tốt đẹp cho các nước thành viên và cho toàn châu Âu, đang phát triển sâu rộng trên tất cả các lĩnh vực và phấn đấu trở thành khu vực phát triển nhất hành tinh. EU hiện được đánh giá là một mô hình liên kết khu vực thành công nhất thế giới về kinh tế, với việc xây dựng khá hoàn hảo một thị trường không biên giới về thương mại - dịch vụ và lao động trên cơ sở một đồng tiền chung cho các dân tộc và có một luật lệ thống nhất.

Thị trường EU với 28 nước thành viên, gồm hầu hết các nước châu Âu, GDP chiếm khoảng 27% GDP thế giới; tổng kim ngạch ngoại thương đạt gần 1.400 tỷ USD (chiếm

gần 20% thương mại toàn cầu). Nếu tính cả mậu dịch nội khối thì tổng kim ngạch mậu dịch là 3.092 tỷ USD (chiếm 41,4% thị phần thế giới). EU đứng đầu thế giới về xuất khẩu dịch vụ, chiếm 43,8% thị phần thế giới (gấp 2,5 lần Mỹ); đầu tư ra nước ngoài chiếm 47% FDI toàn cầu. Điều này cho thấy EU đã và đang là một thị trường rộng lớn đầy hứa hẹn đối với cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trên con đường phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế.

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã liên tục tham gia các cuộc đàm phán với các đối tác thương mại và đầu tư trong một loạt các hiệp định thương mại tự do (FTA). Mặc dù hiện nay mới chỉ có các FTA với khối ASEAN hay các đối tác tại khu vực Đông Nam Á đang có hiệu lực thi hành, nhưng Việt Nam vẫn chủ động tìm kiếm các cơ hội đàm phán các FTA với cả các đối tác thương mại

chiến lược ngoài khu vực - Đông Nam Á, như Hoa Kỳ, Chi Lê và cả EU. Trong đó, đàm phán FTA với EU là một trong những ưu tiên hàng đầu của Chính phủ. Hiệp định EVFTA được khởi động và kết thúc trong bối cảnh quan hệ song phương Việt Nam - EU ngày càng phát triển tốt đẹp, đặc biệt trong lĩnh vực kinh tế - thương mại. Đặc điểm nổi bật trong cơ cấu xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và EU là tính bổ sung mạnh mẽ, do đó Hiệp định EVFTA được dự đoán sẽ mang lại tác động rất tích cực cho cả Việt Nam và EU, trong đó nổi bật hơn cả là lợi ích kinh tế.

## 2. TÁC ĐỘNG CỦA EVFTA TỚI HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ CỦA VIỆT NAM

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) là một FTA thế hệ mới giữa Việt Nam và 28 nước thành viên EU. EVFTA bắt đầu được đàm phán từ giữa năm 2012. Sau 14 cuộc họp chính thức, quá trình đàm phán EVFTA được hoàn tất vào ngày 02/12/2015. Tuy nhiên sau đó có thay đổi về quy trình phê chuẩn các hiệp định thương mại tự do của EU nên đến 25/6/2018 Việt Nam đã chính thức kết thúc toàn bộ quá trình rà soát pháp lý EVFTA và kỳ vọng EVFTA sẽ có hiệu lực vào năm 2019. Đây được đánh giá là một trong những hiệp định có phạm vi cam kết rộng và mức độ cam kết cao nhất của Việt Nam từ trước đến nay. Những lĩnh vực cơ bản trong EVFTA bao gồm: thương mại hàng hóa, quy tắc xuất xứ, hải quan và thuận lợi hóa thương mại, các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS), hàng rào kỹ thuật trong thương mại (TBT), phòng vệ thương mại (TR), thương mại dịch vụ, đầu tư, cạnh tranh, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm chính phủ, sở hữu trí tuệ, phát triển bền vững, các vấn đề pháp lý, hợp tác và xây dựng năng lực.

Khi EVFTA chính thức có hiệu lực sẽ tác động đến hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, cụ thể:

*Một là, EVFTA giúp cắt giảm mạnh các loại thuế quan.*

Việt Nam sẽ được hưởng rất nhiều ưu đãi đối với chính sách thuế từ những cam kết của EVFTA với các loại hàng hóa xuất khẩu sang thị trường EU:

- Ngay khi Hiệp định có hiệu lực, EU cam kết sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với khoảng 85,6% dòng thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Sau 07 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Đối với 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại (bao gồm một số sản phẩm gạo, ngô ngọt, tỏi, nấm, đường và các sản phẩm chứa hàm lượng đường cao, tinh bột sắn, cá ngừ đóng hộp), EU cam kết mở cửa cho Việt Nam theo hạn ngạch thuế quan (TRQs) với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%.

- Cam kết mở cửa thị trường hàng hóa của Việt Nam: Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan ngay sau khi EVFTA có hiệu lực cho hàng hóa của EU thuộc 65% số dòng thuế trong biểu thuế. Trong vòng 10 năm kể từ khi EVFTA có hiệu lực, Việt Nam cam kết sẽ xóa bỏ trên 99% số dòng thuế trong biểu thuế, số dòng thuế còn lại sẽ áp dụng hạn ngạch thuế quan với mức thuế trong hạn ngạch là 0%.

- Cam kết về thuế xuất khẩu Việt Nam: Cam kết xóa bỏ hầu hết các loại thuế xuất khẩu đối với hàng hóa xuất khẩu sang EU, và cam kết không tăng thuế đối với các sản phẩm còn lại (gồm dầu thô và than đá)

*Hai là, gia tăng sức cạnh tranh với mặt hàng cùng loại của các quốc gia khác.*

Hiện tại hàng hóa của Việt Nam được hưởng

hệ thống ưu đãi thuế quan phổ cập của EU (Generalized System of Preferences - GSP). Theo đó các nước đang phát triển được trả thuế thấp hơn đối với hàng hóa xuất khẩu sang EU, nhưng điều này được xem xét định kỳ. Đây là mức thuế thấp hơn so với biểu thuế xuất nhập khẩu ưu đãi (Most Favoured Nation - MFN) được áp dụng đối với Singapore, Malaysia, Brunei, giúp hàng hóa của Việt Nam cạnh tranh hơn so với hàng xuất khẩu từ các nước này. Tuy nhiên, tất cả các loại hàng hóa (trừ vũ khí và chất nổ) từ các nước kém phát triển hơn như Lào, Campuchia và Myanmar được miễn thuế khi hàng hóa vào EU nhờ Hiệp ước mọi thứ trừ vũ khí (Everything but Arms - EBA). Do vậy, khi EVFTA có hiệu lực, khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam sẽ tăng lên đáng kể so với các nước MFN và GSP, và giảm chênh lệch với các nước kém phát triển

*Ba là, thương mại song phương được đẩy mạnh.*

Trong năm 2017, EU là thị trường xuất khẩu đứng thứ 2 của Việt Nam (38,3 tỷ USD), chỉ sau Hoa Kỳ (41,5 tỷ USD). Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang thị trường EU bao gồm: điện thoại các loại và linh kiện (11,96 tỷ USD); dệt may, da giày (8,44 tỷ USD); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (4,61 tỷ USD); máy móc thiết bị (1,87 tỷ USD); hàng thủy sản (1,46 tỷ USD) và hạt điều (~1 tỷ USD). Trong khu vực ASEAN, Việt Nam hiện là đối tác quan trọng thứ 2 của EU (sau Singapore), song không cạnh tranh trực tiếp cùng một nhóm hàng tại thị trường này. Vì vậy, với EVFTA, xuất khẩu của Việt Nam tiếp tục được hưởng lợi, trong đó nhóm ngành được hưởng lợi trực tiếp nhiều nhất gồm: dệt may, da giày; thủy hải sản (không tính cá ngừ đóng hộp và cá viên) và một số mặt hàng nông sản (cà phê, hạt tiêu)... Bên cạnh đó, các lĩnh vực

được hưởng lợi gián tiếp nhờ thương mại như logistics, cảng biển.

### **3. NHỮNG KHÓ KHĂN KHI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM XUẤT KHẨU HÀNG HÓA SANG EU DƯỚI TÁC ĐỘNG CỦA EVFTA**

Với EVFTA, cơ hội mở ra rất lớn nhưng các doanh nghiệp Việt Nam cũng sẽ gặp phải không ít khó khăn bởi:

*Thứ nhất, sức ép cạnh tranh trên thị trường nội địa:*

- Nhu cầu sử dụng các sản phẩm ngoại nhập đặc biệt là những sản phẩm có xuất xứ từ châu Âu đang ngày một gia tăng trong thời gian gần đây. Khi rào cản thuế quan được gỡ bỏ, hàng châu Âu sẽ dễ dàng thâm nhập thị trường Việt Nam, lúc này các doanh nghiệp Việt Nam sẽ gặp sức ép lớn từ phía các doanh nghiệp châu Âu. Sức ép ở đây thể hiện dưới cả hai lĩnh vực thương mại hàng hóa và thương mại dịch vụ.

- Mở cửa thị trường Việt Nam cho hàng hóa, dịch vụ từ EU đồng nghĩa với việc doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải cạnh tranh khó khăn hơn ngay tại thị trường nội địa. Trên thực tế, đây là một thách thức rất lớn, bởi các doanh nghiệp EU có lợi thế hơn hẳn các doanh nghiệp Việt Nam về năng lực cạnh tranh, kinh nghiệm thị trường cũng như khả năng tận dụng các FTA. Tuy nhiên, cam kết mở cửa của Việt Nam là có lộ trình, đặc biệt đối với những nhóm sản phẩm nhạy cảm, do đó EVFTA cũng là cơ hội, sức ép hợp lý để các doanh nghiệp Việt Nam điều chỉnh, thay đổi phương thức kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

*Thứ hai, sức ép cạnh tranh trên thị trường các nước EU:*

- Việc tự do hoá về thương mại, đầu tư thế giới khiến cho Việt Nam phải đương đầu với nhiều thách thức như sự cạnh tranh về giá cả, mẫu mã, chất lượng. Vì thế buộc các doanh

nghiệp Việt Nam phải phát huy được những lợi thế so sánh của mặt hàng xuất khẩu để nâng cao chất lượng, hạ giá thành, cải tiến mẫu mã, thương hiệu để được thị trường này chấp nhận. Hiện nay ta chưa có nhiều thương hiệu hàng hóa nổi tiếng, do đó cạnh tranh trên thị trường EU đòi hỏi ta phải cạnh tranh được với các nước xuất khẩu khác đối với cùng một mặt hàng vào thị trường này...

- EU là thị trường đòi hỏi yêu cầu chất lượng hàng hóa rất cao, điều kiện thương mại nghiêm ngặt và được bảo hộ đặc biệt. Các khách hàng EU nổi tiếng là khó tính về mẫu mã, thị hiếu. Khác với Việt Nam, nơi giá cả có vai trò quyết định trong việc mua hàng, đối với phần lớn người dân EU thì chất lượng là một trong những yếu tố quyết định. Chỉ khi các yếu tố chất lượng và giá cả hấp dẫn thì khi đó sản phẩm mới có cơ hội bán được trên thị trường EU.

*Thứ ba, rào cản phi thuế quan đối với hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu vào EU:*

- *Các yêu cầu về quy tắc xuất xứ có thể khó đáp ứng:*

Thông thường hàng hóa muốn được hưởng ưu đãi thuế quan theo FTA thì nguyên liệu phải đáp ứng được một tỷ lệ về hàm lượng nội khối nhất định (nguyên liệu có xuất xứ tại EU và/ hoặc Việt Nam). Đơn cử như dệt may gặp khó bởi quy tắc xuất xứ từ vải, thì những yêu cầu của EVFTA đối với da giày là cho phép các doanh nghiệp Việt Nam sử dụng nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất, chỉ yêu cầu từ khâu giặt, may, lắp ráp, đóng gói là phải thực hiện tại Việt Nam. Hiện nay, tỷ nội địa hóa của ngành da giày của Việt Nam đã lên tới 55%. Đây là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp Việt Nam bởi nguồn nguyên liệu cho sản xuất hàng xuất khẩu hiện nay chủ yếu được nhập khẩu từ Trung Quốc hoặc ASEAN. Doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa sang EU phải tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa mới được hưởng chế

độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP). Đây là yêu cầu bắt buộc của EU đối với một số nước; trong đó có Việt Nam. Theo cơ chế này, trách nhiệm chứng nhận nguồn gốc của hàng hóa sẽ chuyển từ các cơ quan chuyên trách sang doanh nghiệp (hoặc nhà nhập khẩu). Điều này đồng nghĩa với việc doanh nghiệp (hoặc nhà nhập khẩu) phải tự thực hiện các thủ tục, đáp ứng các tiêu chuẩn về nguồn gốc xuất xứ và tự chịu trách nhiệm về tính chính xác. Ngoài ra, các nhà xuất khẩu sẽ tự phát hành bằng chứng về xuất xứ mà cụ thể là khai thông tin về xuất xứ trong các chứng từ thương mại (chẳng hạn như hóa đơn) mà không có sự tham gia của các cơ quan quản lý trong quá trình phát hành

- *Các rào cản TBT, SPS và yêu cầu của khách hàng*

EU là một thị trường khó tính. Khách hàng có yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm. Các yêu cầu bắt buộc về vệ sinh an toàn thực phẩm, dán nhãn môi trường... của EU rất khắt khe và không dễ đáp ứng. Vì vậy, dù có được hưởng lợi về thuế quan thì hàng hóa của Việt Nam cũng phải hoàn thiện rất nhiều về chất lượng để có thể vượt qua được các rào cản này.

Bên cạnh đó EU còn là một thị trường có chính sách bảo vệ người tiêu dùng chặt chẽ, do đó đặt ra những rào cản về kỹ thuật rất lớn. Có thể nói đây là một thị trường rất khó tính vì thế để xuất khẩu thành công vào thị trường này doanh nghiệp xuất khẩu phải vượt qua các hàng rào về kỹ thuật. Điều này rất khó khăn cho các doanh nghiệp xuất khẩu vì năng lực tài chính còn nhỏ, điều kiện áp dụng khoa học kỹ thuật chưa nhiều. Do đó rất khó khăn trong việc thống nhất về chất lượng giá cả, cũng như các biện pháp bảo đảm an toàn vệ sinh cho sản phẩm hàng hóa xuất khẩu.

- *Nguy cơ về các biện pháp phòng vệ thương mại:*

Thông thường khi rào cản thuế quan không còn là công cụ hữu hiệu để bảo vệ nữa, doanh nghiệp ở thị trường nhập khẩu có xu hướng sử dụng nhiều hơn các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp hay tự vệ để bảo vệ ngành sản xuất nội địa. Và EU cũng là một trong những thị trường có truyền thống sử dụng các công cụ này. Vì vậy, đây cũng là một trong các trở ngại vô cùng lớn cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam nếu bị một trong các nước EU áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại. Đơn cử như ngành thủy sản của Việt Nam trong năm 2017, EU đã vượt qua Mỹ và trở thành thị trường nhập khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam với giá trị đạt gần 1,46 tỉ USD, tăng 22% so với năm 2016. Tuy nhiên do cuối tháng 10/2017, Ủy ban Châu Âu (EC) thông báo áp dụng biện pháp cảnh báo thẻ vàng đối với hải sản xuất khẩu của Việt Nam nên tính đến tháng 6/2018 tổng xuất khẩu thủy sản vào EU chỉ đạt 584 triệu USD đứng thứ 4 trong nhóm các thị trường tiêu thụ chính hàng thủy sản của Việt Nam.

#### **4. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CÁC DN VIỆT NAM TRONG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ SANG EU**

Để phát triển xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường EU dưới sự tác động của EVFTA các doanh nghiệp Việt Nam cần sẵn sàng chuẩn bị các điều kiện đáp ứng các rào cản khắt khe mà các quốc gia này đặt ra, cụ thể là:

- Các doanh nghiệp Việt Nam cần phải nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực đủ điều kiện để có thể đáp ứng khi thực hiện hoàn thiện hồ sơ xuất khẩu (hóa đơn thương mại) để chứng minh nguồn gốc xuất xứ hàng hoá theo yêu cầu của EVFTA để được

hưởng ưu đãi thuế quan phổ cập.

- Trong quá trình thực hiện hoạt động xuất khẩu, các doanh nghiệp cần thực hiện việc liên kết trong chuỗi cung ứng hàng hóa xuất khẩu nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo điều kiện để nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm của Việt Nam khi xuất khẩu sang EU.
- Các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu của Việt Nam phải minh bạch hóa các chi phí, nguồn gốc xuất xứ của các yếu tố đầu vào trong sản xuất, để có thể phòng vệ được đối với các rào cản mà EU đưa ra cho các sản phẩm xuất khẩu.
- Doanh nghiệp Việt Nam cần lựa chọn phương thức thích hợp để chủ động thâm nhập vào các kênh phân phối của thị trường EU. Cụ thể: (i) Thiết lập mối quan hệ mật thiết, chặt chẽ với các trung tâm phân phối, các siêu thị lớn trong thị trường EU thông qua các thương vụ Việt Nam tại EU, phái đoàn Liên minh châu Âu tại Việt Nam, các đại sứ quán của các nước EU tại Việt Nam để xuất khẩu trực tiếp, giảm thiểu tình trạng xuất khẩu qua trung gian. (ii) Tổ chức liên doanh dưới các hình thức như sử dụng giấy phép, nhãn hiệu hàng hoá của các nhãn hiệu nổi tiếng.

#### **5. KẾT LUẬN**

Các doanh nghiệp Việt Nam muốn phát triển xuất khẩu hàng hóa ổn định và tạo được lợi thế cạnh tranh dưới tác động của Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU, thì cần phải chuẩn bị để sẵn sàng đáp ứng được các rào cản khắt khe mà các quốc gia trong khối EU đặt ra về chất lượng sản phẩm, xuất xứ hàng hóa, vệ sinh an toàn thực phẩm, dán nhãn môi trường...

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- [1] Nguyễn Hữu Khải và Bùi Xuân Lưu (2007), *Giáo trình kinh tế ngoại thương*, NXB. Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- [2] Trang web Bộ Công Thương: *Kết quả đàm phán Hiệp định Thương mại Tự do giữa Việt Nam và EU*, ngày 7/8/2015;
- [3] Cổng thông tin rào cản thương mại của ITC: <http://www.macmap.org>
- [4] Tổng cục Hải quan Việt Nam: <http://www.customs.gov.vn>

---

*Thông tin liên hệ:*    **Nguyễn Thị Phụng**

Điện thoại: 0913503848 - Email: [Phuongnt@uneti.edu.vn](mailto:Phuongnt@uneti.edu.vn)

Khoa Quản trị kinh doanh - Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

