

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Hoa và Hà Thị Tuyết Minh** - Tác động của thu ngân sách đến tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam: Bằng chứng từ hồi quy phân vị. **Mã số: 157.ISMET.11** 3
The Effect of Government Revenue on Economic Growth in Viet Nam: Empirical Evidence From Quantile Regression Approach
- 2. Nguyễn Thu Thủy và Nguyễn Văn Chiến** - Tác động của kinh tế Trung Quốc và Mỹ lên Việt Nam trong đại dịch COVID-19 - Phân tích từ thị trường chứng khoán. **Mã số: 157.IIEM.11** 10
Impact of China and the USA's economy on Vietnam's economy during the Covid-19 pandemic - An empirical analysis from the stock markets
- 3. Ngô Thị Mỹ, Phạm Minh Đạt và Đinh Sao Linh** - Tác động từ hiệp định thương mại tự do giữa liên minh Châu Âu và Việt Nam (EVFTA) đến xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. **Mã số: 157.IIEM.11** 20
Impact of the EU- Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) on exporting Vietnamese goods
- 4. Nguyễn Văn Phương và Bùi Thị Nga** - Phân tích ý định mở rộng quy mô kinh doanh gắn với chuỗi cung ứng ngắn thực phẩm của người nông dân Việt Nam. **Mã số: 157.ITrEM.11** 29
Analysis of the intention to scale-up short food supply chains of Vietnamese farmers

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 5. Đỗ Vũ Phương Anh và Tạ Huy Hùng** - Xây dựng thang đo thương hiệu nhà tuyển dụng trong lĩnh vực ngân hàng giai đoạn chuyển đổi số. **Mã số: 157. 2BMkt.21** 40
Employer brand scale development and validity for banking industry in digital transformation
- 6. Nguyễn Thành Hưng** - Công bố thông tin trách nhiệm xã hội tại các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 157. 2BAcc. 22** 51
Corporate Social Responsibility Information Disclosure at Listed Companies on the Vietnam Stock Market

- 7. Nguyễn Thị Phương Liên và Trần Đình Thắng** - Giải pháp phát triển dịch vụ thẩm định giá tại Việt Nam. *Mã số: 157. 2BAcc. 22* 64
Solutions for Developing Valuation Services in Vietnam
- 8. Nguyễn Thanh Hùng** - Các rào cản áp dụng công nghệ Blockchain tại các công ty giao nhận vận tải ở Thành phố Hồ Chí Minh. *Mã số: 157. 2BAdm. 21* 74
Barriers Affecting the Use of Blockchain by Freight Forwarders in Ho Chi Minh City
- 9. Phạm Ngọc Toàn, Phạm Ngọc Hưng và Lê Thị Thanh An** - Ảnh hưởng của công nghệ tới cầu lao động: dữ liệu từ doanh nghiệp Việt Nam. *Mã số: 157. 2HRMg. 21* 88
Impact of technology on labor demand
- 10. Phan Quốc Tấn và Bùi Thị Thanh** - Vốn tâm lý và kết quả công việc của nhân viên y tế: vai trò trung gian của chất lượng cuộc sống công việc và sự thỏa mãn công việc. *Mã số: 157. 2HRMg. 21* 97
Psychological capital and performance of medical staff: the mediating role of Quality of work life and job satisfaction

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 11. Trần Thị Hồng Liên** - Lược sử phát triển khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam và vai trò của chính sách nhà nước. *Mã số: 157. 3GEMg. 32* 107
A Summary History of Innovative Startups on Vietnam and the Role of Public Policies

TÁC ĐỘNG TỪ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO GIỮA LIÊN MINH CHÂU ÂU VÀ VIỆT NAM (EVFTA) ĐẾN XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM

Ngô Thị Mỹ

Trường ĐH Kinh tế và QTKD Thái Nguyên

Email: ngomy2008@gmail.com

Phạm Minh Đạt

Trường Đại học Thương mại

Email: minhdatt@tmu.edu.vn

Đinh Sao Linh

Trường Đại học Thương mại

Ngày nhận: 07/06/2021

Ngày nhận lại: 19/07/2021

Ngày duyệt đăng: 22/07/2021

Trong nhiều năm, Liên minh châu Âu (EU) luôn là đối tác nhập khẩu lớn, với sức mua đứng thứ hai thế giới và là thị trường trọng điểm của xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Kết quả cho thấy kim ngạch xuất khẩu hàng hóa nói chung và một số mặt hàng có lợi thế đã có sự tăng lên đáng kể sau 10 tháng kể từ khi EVFTA có hiệu lực. Bên cạnh những cơ hội từ việc ưu đãi thuế quan mang lại thì các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam cũng đang đứng trước không ít thách thức liên quan đến xuất xứ hàng hóa và các rào cản phi thuế quan. Một số giải pháp từ phía Nhà nước và doanh nghiệp như xây dựng hàng lang pháp lý, xác định chiến lược xuất khẩu, chủ động đầu tư khoa học kỹ thuật, nâng cao trình độ cho lao động, ... đã được đề xuất nhằm đưa hàng hóa Việt Nam thâm nhập sâu hơn, chiếm lĩnh được nhiều thị phần hơn tại EU trong thời gian tới.

Từ khóa: Xuất khẩu hàng hóa, tác động, EVFTA, Việt Nam.

JEL Classifications: F55, Q17

1. Đặt vấn đề

Thị trường EU với dân số 447,8 triệu người và GDP 15,2 triệu \$ hiện đang là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 bùng phát và diễn biến phức tạp đã ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động thương mại và đầu tư toàn cầu thì xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào EU vẫn đạt được một số kết quả đáng ghi nhận. Theo số liệu mới nhất từ Worldbank, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU năm 2020 đạt 40,05 tỷ \$ chiếm 14,2% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. So với năm 2010, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và EU đã gấp gần 3 lần, từ 11,39 tỷ \$ tăng lên 40,5 tỷ \$. EVFTA có hiệu lực từ tháng 8/2020 với cam kết trong 7 năm đầu sẽ xóa bỏ 85,6% số dòng thuế nhập khẩu với hàng hóa Việt Nam vào EU bước đầu đã tạo ra những tác động tích cực cho hoạt động xuất khẩu của Việt

Nam. Ngoài việc giúp đa dạng hóa thị trường và mặt hàng xuất khẩu thì EVFTA cũng tạo ra sức hấp dẫn cho Việt Nam trong thu hút đầu tư từ một đối tác đầu tư FDI hàng đầu thế giới, với nguồn vốn, công nghệ và giải pháp quản lý tiên tiến bậc nhất hiện nay.

Cho đến hiện tại, xuất khẩu vào EU đang được tập trung vào các mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế như thủy sản, cà phê, dệt may, giày dép, linh kiện điện tử, ... Tuy nhiên, thị phần của hàng hóa Việt Nam so với các đối thủ vẫn còn rất hạn chế. Mặc dù, kim ngạch xuất khẩu nói chung và kim ngạch xuất khẩu của một số mặt hàng có lợi thế đã có sự thay đổi theo hướng tích cực trong những tháng đầu năm 2021 song thách thức để thâm nhập sâu và ổn định tại thị trường này đang là vấn đề không nhỏ đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Với mục tiêu phân tích thực trạng và các tác động từ EVFTA mang lại cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sau gần 1 năm có

hiệu lực, bài viết sẽ đề xuất một số giải pháp nhằm tận dụng hiệu quả những cơ hội mà EVFTA mang lại trong thời gian tới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nguồn số liệu

Bài viết sử dụng các số liệu thứ cấp có liên quan đến hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường EU. Lấy thời điểm tháng 8/2020 là mốc thời gian so sánh giữa trước và sau khi EVFTA có hiệu lực. Tính đến thời điểm hiện tại, EVFTA đã có hiệu lực được 10 tháng, do đó số liệu phân tích được sử dụng trong giai đoạn từ tháng 10/2019 đến tháng 5/2021. Nguồn số liệu được thu thập từ các tổ chức có uy tín như Ngân hàng Thế giới (Worldbank), Tổng cục Hải quan và một số trang web chính thức liên quan đến việc thực hiện Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và liên minh châu Âu. Các mặt hàng có lợi thế trong xuất khẩu của Việt Nam sẽ được tập trung nghiên cứu bao gồm thủy sản, cà phê, hàng dệt may và giày dép.

Phương pháp phân tích

Bài viết sử dụng phương pháp thống kê mô tả kết hợp với phương pháp so sánh thông qua các chỉ tiêu tuyệt đối, chỉ tiêu tương đối nhằm làm rõ bức tranh xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang EU - trong đó nhấn mạnh đến thời điểm EVFTA có hiệu lực từ tháng 8/2020.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. *Khái quát về EVFTA và chính sách ưu đãi của EVFTA với Việt Nam*

EU hiện đang là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam với tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa dao động từ 15-19% trong giai đoạn 2015-2020 (Tính toán từ số liệu của Worldbank, 2021). EVFTA là một Hiệp định toàn diện, chất lượng cao và đảm bảo cân bằng lợi ích cho cả Việt Nam và EU, đặc biệt là đã lưu ý đến chênh lệch về trình độ phát triển giữa hai bên. Bởi vậy, khi EVFTA có hiệu lực đã tạo ra cú hích rất lớn cho xuất khẩu của Việt Nam, giúp đa dạng hóa thị trường và mặt hàng xuất khẩu, đặc biệt là các mặt mà Việt Nam có nhiều lợi thế trong sản xuất như nông sản, thủy sản, hàng may mặc, giày dép,...

Ưu đãi lớn nhất mà EVFTA mang lại cho Việt Nam chính là thuế quan. Theo cam kết, ngay khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với khoảng 85,6% số dòng thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU.

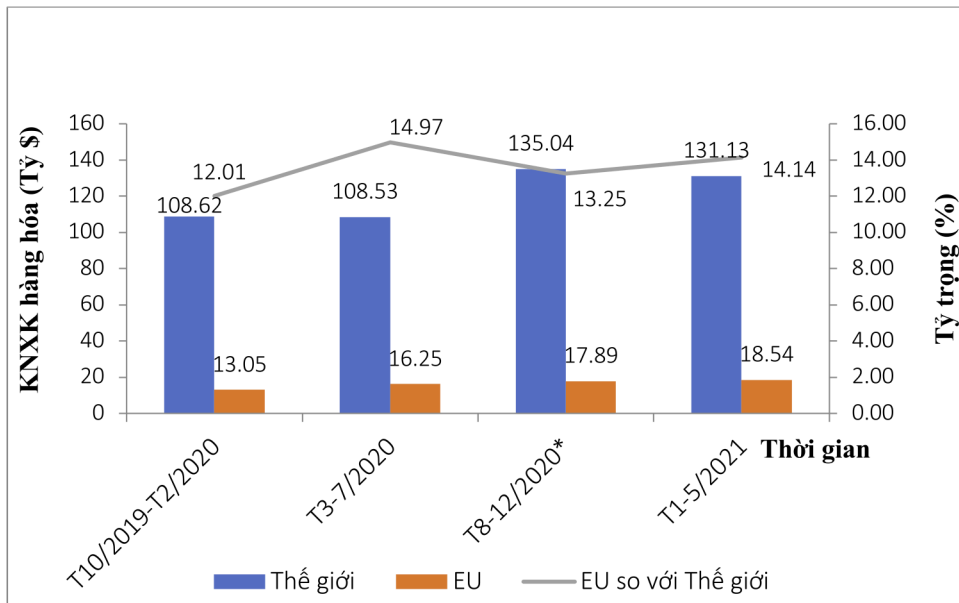
Sau 07 năm EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Đối với khoảng 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại, EU cam kết dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%. Ngoài ra, EVFTA cũng đưa ra một số chính sách ưu đãi về dịch vụ và đầu tư, mở ra nhiều cơ hội hơn cho hoạt động thương mại của Việt Nam.

3.2. *Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang các nước EU*

Tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào EU Xuất khẩu hàng hóa đóng vai trò quan trọng trong GDP của cả nước. Việc đẩy mạnh xuất khẩu vào các khu vực và các nước có Hiệp định thương mại tự do (FTA) với Việt Nam không chỉ làm tăng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa mà còn tạo nên vị thế cho hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Liên minh châu Âu với 27 thành viên là các quốc gia trong khu vực. Trong nhiều năm liền kim ngạch xuất khẩu hàng hóa vào khu vực này chiếm một tỷ lệ đáng kể trong tổng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Biểu đồ 01 cho thấy, xuất khẩu hàng hóa vào EU có sự tăng lên về giá trị theo các giai đoạn nghiên cứu. Đây từng là khu vực chịu ảnh hưởng nặng nề của Covid-19 tuy nhiên lượng hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam tại đây vẫn khá ổn định. Tháng 8/2020 có thể coi là dấu mốc lớn cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam khi EVFTA chính thức có hiệu lực. Với nhiều dòng thuế được xóa bỏ đã tạo điều kiện tốt cho nhiều mặt hàng đã, đang và sẽ xuất khẩu vào EU. Chỉ trong 5 tháng đầu năm 2021, tỷ trọng hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào EU đã chiếm 14,14% trong tổng kim ngạch xuất khẩu, tăng 3,61% so với 5 tháng cuối năm 2020 khi Hiệp định vừa có hiệu lực. Đây là tín hiệu tốt cho thấy sự nhanh nhạy và thích ứng của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam trong thời gian qua.

Hiện tại, Việt Nam có quan hệ thương mại với cả 27 quốc gia thuộc EU, trong đó tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt cao nhất khoảng 18% (Hà Lan) và thấp nhất đạt 0,1% (Hy Lạp). Theo số liệu tính toán của tác giả trong giai đoạn từ tháng 10/2019 đến tháng 5/2021 thì 10 quốc gia có quan hệ thương mại thường xuyên với Việt Nam và có tỷ trọng xuất khẩu lớn bao gồm Hà Lan, Đức, Anh, Ý, Pháp, Áo, Bỉ, Tây Ban Nha, Ba Lan và Slo-va-ki-a (Biểu đồ 02). Trên thực tế, tiềm năng để xuất khẩu



Ghi chú: Tháng 8/2020 EVFTA bắt đầu có hiệu lực
(Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan, 2021)

Biểu đồ 01: Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào EU so với Thế giới

hàng hóa của Việt Nam vào khu vực này vẫn còn rất lớn, đặc biệt là khi có tới 85,6% dòng thuế nhập khẩu hàng hóa vào EU được xóa bỏ. Bởi vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam cần nắm bắt và khai thác tốt lợi thế này để đẩy mạnh số lượng cũng như chủng loại hàng hóa nhằm tăng tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại EU trong những năm tới.

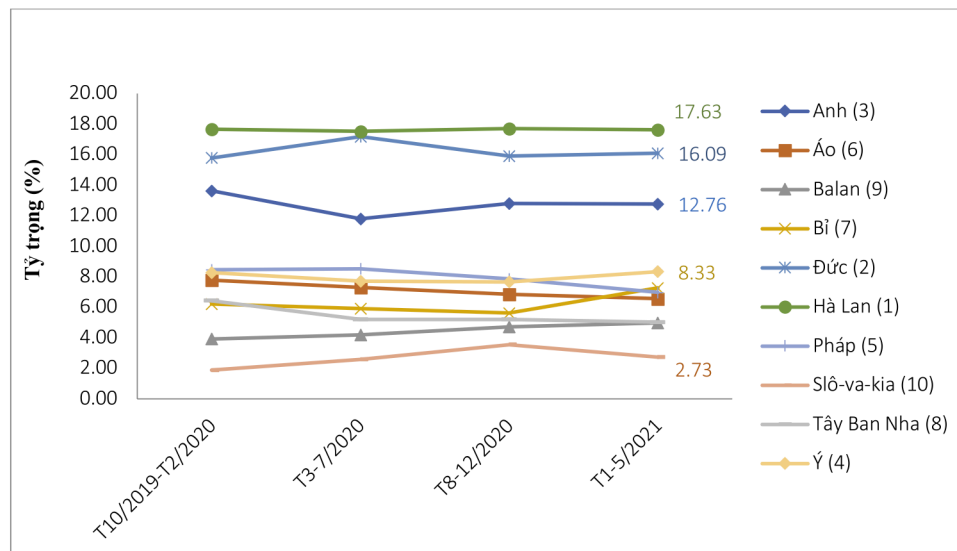
Tình hình xuất khẩu một số nhóm hàng chính

Trong nhiều năm, Việt Nam được biết đến tại thị trường EU với một số mặt hàng chính và có tiềm năng lớn như hàng thủy sản, cà phê, hàng dệt may, hàng giày dép.

người. Trong số 160 thị trường xuất khẩu thì EU là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn thứ 3 của Việt Nam sau Mỹ và Nhật Bản. Các quốc gia EU thường xuyên nhập khẩu thủy sản của Việt Nam là 14/27 quốc gia, trong đó Anh, Hà Lan, Đức, Bỉ là những

Đây chính là những mặt hàng luôn chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại EU.

+ Hàng thủy sản
Theo Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam, ngành thủy sản đang được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn của quốc gia với giá trị đóng góp vào tổng kim ngạch xuất khẩu khoảng 9-10% và là ngành đang sử dụng lượng lao động rất lớn với hơn 4 triệu



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan, 2021

Biểu đồ 02: Tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại 10 nước thuộc EU

thị trường chủ đạo chiếm gần 70% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản tại EU (Bảng 01). Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, thủy sản là ngành hàng được lợi lớn với mức thuế giảm sâu ngay khi EVFTA có hiệu lực. Cụ thể, có khoảng 50% số dòng thuế đang có thuế suất cơ sở 0-22% (trong đó phần lớn thuế cao từ 6-22%) được giảm ngay về 0% và 50% số dòng thuế còn lại có thuế suất cơ sở 5,5-26% sẽ được giảm về 0% sau từ 3 đến 7 năm. Mặc dù lợi thế từ EVFTA mang lại nhìn thấy rõ song do ảnh hưởng của Covid-19 đến hoạt động nhập khẩu hàng hóa tại các quốc gia kết hợp với sự cạnh tranh từ các đối thủ lớn như Nauy, Trung Quốc, Iceland làm cho khả năng tăng trưởng mặt hàng này tại EU còn thấp trong những tháng đầu năm 2021. Tuy nhiên, khi EU có thể kiểm soát tốt được dịch bệnh, các doanh nghiệp trong nước đảm bảo đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn về sức khỏe, vệ sinh an toàn thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ sản phẩm,... thì đây sẽ là thị trường đầy tiềm năng cho xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

+ Cà phê

Việt Nam được biết đến là quốc gia có năng suất và quy mô xuất khẩu cà phê lớn trên thế giới. Với diện tích trên 664 nghìn ha, sản lượng bình quân đạt 1,5 triệu tấn/năm cho thấy tiềm năng để xuất khẩu cà phê của Việt Nam là rất lớn. Trong nhiều năm, Đức vẫn là thị trường xuất khẩu cà phê lớn nhất với tỷ trọng chiếm trên 14% tổng sản lượng xuất khẩu cà phê xuất khẩu của Việt Nam. Tại khu vực EU, đứng sau Đức là Ý, Tây Ban Nha và Bỉ cũng đang và sẽ là những thị trường xuất khẩu cà phê lớn của Việt Nam (Bảng 02). Do nắm bắt được nhu cầu thị trường nên chỉ tính trong 5 tháng đầu năm 2021 kim ngạch xuất khẩu cà phê tăng 67,1% tại Đức và tăng 44,2% tại EU so với 5 tháng cuối năm 2020. Đã có một số quốc gia mới trở thành đối tác xuất khẩu cà phê của Việt Nam như Thụy Điển và Hungary. Mặc dù EVFTA có hiệu lực nhưng chỉ có cà phê chế biến là được lợi từ việc giảm thuế suất, còn cà phê nhân xanh hoặc vỏ quả, vỏ lụa cà phê thì không được hưởng lợi vì thuế suất thuế nhập khẩu của các sản

Bảng 01: Tình hình xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang các nước EU

TT	Quốc gia	T10/2019- T2/2020		T10/2019- T2/2020		T8/2020- T12/2020		T1/2021- T5/2021	
		KNXK (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXK (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXK (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXK (Tr.\$)	Cơ cấu (%)
1	Anh	104,66	23,57	147,083	28,45	163,288	26,82	117,103	24,08
2	Balan	18,01	4,05	10,247	1,98	15,809	2,60	12,657	2,60
3	Bỉ	41,45	9,33	52,615	10,18	65,472	10,76	45,827	9,42
4	Bồ Đào Nha	16,17	3,64	17,407	3,37	16,797	2,76	17,829	3,67
5	Đan Mạch	12,45	2,80	19,077	3,69	20,226	3,32	19,825	4,08
6	Đức	66,63	15,00	71,87	13,90	86,955	14,28	74,268	15,27
7	Hà Lan	72,26	16,27	95,268	18,43	111,743	18,36	80,493	16,55
8	Hy Lạp	2,47	0,56	2,071	0,40	1,823	0,30	2,061	0,42
9	Pháp	35,04	7,89	32,382	6,26	37,288	6,13	28,894	5,94
10	Rum-ma-ny	3,40	0,76	2,984	0,58	4,441	0,73	4,027	0,83
11	Séc	1,48	0,33	0,729	0,14	0,713	0,12	0,947	0,19
12	Tây Ban Nha	27,47	6,19	25,184	4,87	30,885	5,07	22,863	4,70
13	Thụy Điển	5,88	1,32	5,138	0,99	7,361	1,21	7,59	1,56
14	Ý	33,82	7,61	34,9	6,75	45,916	7,54	52,001	10,69
15	Tổng (27 quốc gia)	444,13	100,00	516,955	100,00	608,717	100,00	486,385	100,00

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan, 2021

phẩm này vào thị trường EU hiện tại là 0%. Trên thực tế nhu cầu tiêu thụ cả phê tại EU còn rất lớn và ngành hàng cà phê Việt Nam cần nỗ lực trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm tận dụng thật tốt các lợi thế sẵn có cũng như lợi thế do EVFTA mang lại để thâm nhập ngày càng sâu hơn tại thị trường này.

đến hàng dệt may của Việt Nam. Chỉ tính trong 5 tháng đầu năm 2021 kim ngạch xuất khẩu ngành hàng này đã giảm 15,2% tương ứng với 250,29 triệu \$ so với 5 tháng cuối năm 2020 (Bảng 03). Ngoài nguyên nhân chính do ảnh hưởng từ Covid-19 thì ưu đãi từ việc giảm thuế suất về 0% của EVFTA với hàng dệt may của Việt Nam trong những năm đầu là

Bảng 02: Tình hình xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang các nước EU

TT	Quốc gia	T10/2019- T2/2020		T10/2019- T2/2020		T8/2020- T12/2020		T1/2021- T5/2021	
		KNXX (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXX (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXX (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXX (Tr.\$)	Cơ cấu (%)
1	Anh	29,54	6,04	26,36	5,56	10,80	3,40	28,04	6,12
2	Balan	15,51	3,17	18,17	3,83	12,96	4,08	17,35	3,79
3	Bỉ	46,14	9,43	59,66	12,58	30,26	9,52	39,73	8,67
4	Bồ Đào Nha	7,46	1,52	7,84	1,65	3,93	1,24	6,37	1,39
5	Đan Mạch	0,65	0,13	0,82	0,17	1,57	0,50	0,66	0,14
6	Đức	160,71	32,84	160,12	33,77	106,89	33,62	178,56	38,96
7	Hà Lan	9,49	1,94	9,27	1,95	6,92	2,18	8,68	1,89
8	Hy Lạp	7,25	1,48	7,38	1,56	6,14	1,93	7,84	1,71
9	Hungary	2,27	0,46	0,48	0,10	0,00	0,00	1,64	0,36
10	Phần Lan	1,41	0,29	1,55	0,33	0,94	0,29	1,46	0,32
11	Pháp	21,54	4,40	12,01	2,53	6,06	1,91	15,68	3,42
12	Rum-ma-ny	2,24	0,46	2,26	0,48	1,73	0,54	2,30	0,50
13	Tây Ban Nha	83,01	16,96	78,10	16,47	45,27	14,24	54,96	11,99
14	Ý	102,17	20,88	90,17	19,02	84,47	26,57	41,81	9,12
15	Tổng (27 quốc gia)	489,38	100,00	474,19	100,00	317,94	100,00	458,31	100,00

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan, 2021

+ Hàng dệt may

Dệt may là ngành sản xuất có lợi thế của Việt Nam với nguồn nhân công dồi dào, trình độ tay nghề ngày càng cao. Xuất khẩu hàng dệt may đã đóng góp một tỷ lệ không nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. EU là thị trường có quy mô xuất khẩu hàng dệt may lớn thứ hai của Việt Nam sau Mỹ với kim ngạch xuất khẩu năm 2020 đạt 3,63 tỷ \$ - tương ứng với 12,2% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của cả nước. Trong số 17/27 quốc gia nhập khẩu hàng dệt may của Việt Nam thì Hà Lan, Đức, Pháp và Anh luôn là các quốc gia dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu. Theo đánh giá từ Bộ Công Thương, hiện tại EVFTA chưa có tác động nhiều

chưa có bởi quá trình giảm thuế diễn ra theo lộ trình từ 5-7 năm. Hiện tại, thuế suất nhập khẩu đối với một số mặt hàng vẫn còn cao hơn so với thuế suất GSP (ưu đãi thuế quan phổ cập) 9,6% đang được hưởng. Tuy nhiên, xét đến tương lai thì đây sẽ là thị trường rất tiềm năng để các doanh nghiệp xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam khai thác và phát triển.

+ Hàng giày dép

Giày dép là mặt hàng Việt Nam có lợi thế trong sản xuất và xuất khẩu với quy mô lớn. Đây cũng là mặt hàng xuất khẩu chủ lực số một của Việt Nam sang thị trường EU, nhưng thuế suất nhập khẩu đối với mặt hàng này tương đối cao, từ 2 - 17%. EVFTA được ký kết với nhiều mức thuế được giảm trừ về

Bảng 03: Tình hình xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang các nước EU

TT	Quốc gia	T10/2019- T2/2020		T10/2019- T2/2020		T8/2020- T12/2020		T1/2021- T5/2021	
		KNXK (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXK (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXK (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXK (Tr.\$)	Cơ cấu (%)
1	Anh	292,59	17,68	207,75	14,55	245,21	14,89	207,42	14,86
2	Áo	14,05	0,85	14,19	0,99	5,03	0,31	3,08	0,22
3	Balan	29,60	1,79	29,62	2,07	28,50	1,73	33,11	2,37
4	Bỉ	147,56	8,92	147,16	10,31	156,99	9,54	155,92	11,17
5	Đan Mạch	29,75	1,80	27,39	1,92	17,81	1,08	16,02	1,15
6	Đức	330,23	19,96	322,19	22,57	328,97	19,98	283,33	20,30
7	Hà Lan	268,58	16,23	254,53	17,83	279,25	16,96	262,66	18,81
8	Hi Lạp	2,59	0,16	3,14	0,22	2,15	0,13	2,00	0,14
9	Hungary	0,22	0,01	0,68	0,05	0,90	0,05	0,40	0,03
10	Lucxambua	2,32	0,14	3,44	0,24	4,91	0,30	4,34	0,31
11	Phần Lan	3,33	0,20	5,65	0,40	3,56	0,22	3,79	0,27
12	Pháp	228,23	13,79	167,90	11,76	326,51	19,83	197,96	14,18
13	Séc	2,28	0,14	4,62	0,32	7,44	0,45	5,22	0,37
14	Slô-va-ki-a	0,33	0,02	0,10	0,01	0,31	0,02	0,34	0,02
15	Tây Ban Nha	170,57	10,31	97,04	6,80	122,31	7,43	88,15	6,31
16	Thụy Điển	23,01	1,39	29,83	2,09	23,80	1,45	27,14	1,94
17	Ý	109,52	6,62	112,15	7,86	92,65	5,63	105,14	7,53
18	Tổng (27 quốc gia)	1654,73	100,00	1427,36	100,00	1646,30	100,00	1396,01	100,00

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan, 2021.

mức 0% đã đưa lại nhiều cơ hội lớn cho xuất khẩu của Việt Nam. Có thể thấy, chỉ trong 5 tháng đầu năm 2021 kim ngạch xuất khẩu giày dép sang EU đạt gần 2,2 tỷ \$ tăng 17,9% so với 5 tháng cuối năm 2020. Các quốc gia đang là đối tác lớn của Việt Nam với tỷ trọng trên 10% bao gồm Bỉ, Đức, Hà Lan và Anh (Bảng 04). Theo đánh giá từ các chuyên gia kinh tế thì nhu cầu mặt hàng này tại EU còn rất lớn, vẫn còn nhiều thị trường trong khu vực mà sản phẩm giày dép của Việt Nam chưa tiếp cận được đến tay người tiêu dùng. Đây là vấn đề cấp bách và các doanh nghiệp xuất khẩu cần nghiên cứu ngay để có những chiến lược phù hợp, giải pháp cụ thể nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh trước các đối thủ cũng như gia tăng thị phần cho giày dép Việt Nam tại EU.

Như vậy, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang EU đã đạt được một số kết quả đáng ghi nhận đặc biệt từ khi EVFTA có hiệu lực. Hàng hóa Việt Nam đã và đang tập trung xuất khẩu với tỷ trọng lớn tại một số quốc gia như Hà Lan, Đức, Anh, Ý,...; các quốc gia khác trong EU cũng có quan hệ thương mại với Việt Nam song tỷ trọng xuất khẩu còn rất nhỏ so với tiềm năng hiện có.

3.3. Đánh giá tác động của EVFTA đến xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

Những tác động tích cực:

- Về kim ngạch xuất khẩu: EVFTA với các cam kết về ưu đãi thuế quan (EVFTA sẽ xóa bỏ gần 99% các dòng thuế và rào cản thương mại giữa Việt Nam và EU trong thời gian 10 năm kể từ khi hiệp định chính thức có hiệu lực) có tác động làm tăng kim

Bảng 04: Tình hình xuất khẩu hàng giày dép của Việt Nam sang các nước EU

TT	Quốc gia	T10/2019- T2/2020		T10/2019- T2/2020		T8/2020- T12/2020		T1/2021- T5/2021	
		KNXX (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXX (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXX (Tr.\$)	Cơ cấu (%)	KNXX (Tr.\$)	Cơ cấu (%)
1	Anh	253,22	11,87	193,96	11,16	212,73	11,46	263,388	12,05
2	Áo	7,15	0,34	9,86	0,57	5,92	0,32	6,421	0,29
3	Balan	22,62	1,06	15,73	0,90	14,43	0,78	23,231	1,06
4	Bỉ	488,34	22,90	403,46	23,21	434,48	23,41	528,345	24,16
5	Bồ Đào Nha	2,25	0,11	1,39	0,08	0,87	0,05	1,388	0,06
6	Đan Mạch	10,55	0,49	3,05	0,18	4,54	0,24	5,444	0,25
7	Đức	445,19	20,88	360,82	20,76	387,13	20,86	449,785	20,57
8	Hà Lan	322,19	15,11	263,81	15,18	313,19	16,88	348,99	15,96
9	Hy Lạp	11,41	0,54	10,35	0,60	10,68	0,58	9,882	0,45
10	Hungary	1,31	0,06	0,87	0,05	0,51	0,03	1,108	0,05
11	Lucxambua	10,86	0,51	10,57	0,61	13,36	0,72	19,788	0,91
12	Phần Lan	8,93	0,42	7,03	0,40	10,52	0,57	9,696	0,44
13	Pháp	199,83	9,37	162,03	9,32	178,33	9,61	217,296	9,94
14	Séc	39,61	1,86	28,86	1,66	40,82	2,20	40,689	1,86
15	Slô-va-ki-a	43,57	2,04	56,91	3,27	25,38	1,37	2,31	0,11
16	Tây Ban Nha	94,88	4,45	68,75	3,96	80,94	4,36	93,375	4,27
17	Thụy Điển	29,99	1,41	35,92	2,07	27,86	1,50	38,675	1,77
18	Ý	140,72	6,60	104,57	6,02	93,94	5,06	126,646	5,79
19	Tổng (27 quốc gia)	2132,60	100,00	1737,94	100,00	1855,61	100,00	2186,457	100,00

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan, 2021.

ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tại EU. Sau 10 tháng EVFTA được ký kết, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt 36,5 tỷ \$ tăng 11,3% so với 10 tháng trước đó. Những ngành hàng được hưởng lợi ngay từ việc ưu đãi thuế suất là thủy sản, hàng giày dép, nông sản,... và một số ngành hàng sẽ được lợi trong dài hạn từ việc ưu đãi thuế suất là hàng may mặc, cà phê chế biến,... Theo báo cáo của Bộ kế hoạch Đầu tư, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU tăng thêm khoảng 42,7% vào năm 2025 và 44,37% vào năm 2030 so với không có Hiệp định.

- Về khả năng cạnh tranh của sản phẩm: EVFTA có tác động tích cực đối với việc nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam. Hiện hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang EU được hưởng thuế quan theo Quy định về chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập GSP (thấp hơn thuế MFN là 3,5%; đối với thuế tuyệt đối là 30%), tuy vậy mức thuế này còn rất cao.

Việc thực hiện các cam kết của EVFTA không chỉ giúp hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam có sức cạnh tranh lớn so với hàng hóa cùng chủng loại từ các nước đối thủ như Trung Quốc và một số nước ASEAN (do chênh lệch thuế nhập khẩu từ 10-15%) mà còn có thể cạnh tranh bình đẳng về giá với những nước hiện EU không áp dụng thuế quan và hạn ngạch như Campuchia, Myanmar, Bangladesh... Những mặt hàng xuất khẩu được kỳ vọng của Việt Nam sang thị trường EU trong thời gian tới bao gồm: hàng dệt may, giày dép các loại, các sản phẩm nông nghiệp,...

- Về xác định mặt hàng xuất khẩu: EVFTA giúp xác định rõ ràng các mặt hàng chiến lược trong xuất khẩu. Hiện tại, hàng hóa được xuất khẩu vào EU chủ yếu là dựa vào lợi thế từ việc sản xuất mặt hàng đó ở trong nước. Tuy nhiên, theo xu hướng kinh doanh hiện đại thì phải xuất phát từ nhu cầu của người tiêu

dùng để xác định các mặt hàng chiến lược trên cơ sở phát huy các thế mạnh trong nước nhằm tạo ra giá trị gia tăng lớn cho sản phẩm. Thực tế cho thấy, thị trường châu Âu luôn ưa chuộng các sản phẩm chế biến sâu, cho nên muốn gia tăng lượng hàng hóa cũng như kim ngạch xuất khẩu thì Việt Nam cần tập trung sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng có hàm lượng chế biến cao đặc biệt là các sản phẩm của ngành nông nghiệp và thủy sản.

- Về ứng dụng công nghệ: Khi xã hội ngày một phát triển thì yếu tố công nghệ càng trở nên quan trọng trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Hàng hóa Việt Nam muốn xây dựng được vị thế tại thị trường EU thì cần đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ vào sản xuất. EU được đánh giá là khu vực có số lượng quốc gia phát triển chiếm tỷ lệ cao, bởi vậy khi EVFTA có hiệu lực đồng nghĩa với các doanh nghiệp Việt Nam có nhiều cơ hội để tiếp cận với những công nghệ lõi, công nghệ phát triển tại các quốc gia đó.

Những thách thức đặt ra:

- Về quy tắc xuất xứ của hàng hóa: 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). Mặc dù một số hàng hóa xuất khẩu đã đảm bảo được yêu cầu về xuất xứ như nông sản, thủy sản,... song vẫn còn nhiều hàng hóa khác cần đảm bảo yêu cầu này trước khi muốn thâm nhập vào thị trường EU.

- Về các rào cản TBT, SPS: EU là một thị trường khó tính và các yêu cầu bắt buộc về vệ sinh an toàn thực phẩm, dán nhãn, môi trường,... rất khắt khe. Đây cũng là thị trường mà quyền lợi của người tiêu dùng được bảo vệ rất cao. Theo số liệu của UNCTAD, với hơn 1000 rào cản bao gồm cả TBT và SPS mà EU đang áp dụng với đối tác cho thấy đây là thách thức rất lớn với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. 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.

- Về các biện pháp phòng vệ thương mại: Khi rào cản thuế quan không còn là công cụ hữu hiệu để bảo vệ hàng hóa và sản xuất trong nước nữa, thị trường nhập khẩu có xu hướng sử dụng nhiều hơn các biện pháp phòng vệ như chống bán phá giá, chống trợ cấp hay tự vệ. Vì thế mà các biện pháp phòng vệ thương mại của khu vực EU nói chung và của từng nước nói riêng sẽ được áp dụng nhiều hơn và đây

chính là thách thức lớn mà các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần vượt qua.

- Về sức ép với các doanh nghiệp: EVFTA được ký kết mang lại nhiều cơ hội song sức ép về cạnh tranh với các doanh nghiệp cũng sẽ nặng hơn. Các doanh nghiệp Việt Nam đứng trước thách thức cần điều chỉnh, thay đổi phương thức sản xuất nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. Để hàng hóa cạnh tranh được với các đối thủ đang và sẽ có tại EU, các phương thức sản xuất cũ sẽ không còn phù hợp và vấn đề sở hữu trí tuệ là yêu cầu trước tiên mà các doanh nghiệp cần quan tâm khi tham gia thị trường này.

4. Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang EU trong thời gian tới

Về phía Nhà nước

Tiếp tục hoàn thiện thể chế, hành lang pháp lý, cải thiện môi trường kinh doanh nhằm đáp ứng những cam kết và thể hiện quyết tâm của Việt Nam khi chấp nhận các “luật chơi” quốc tế, nhất là thị trường các nước phát triển như EU.

Xác định các ngành xuất khẩu mũi nhọn và quy hoạch phát triển các ngành, nông nghiệp, công nghiệp phụ trợ. Cần có các chính sách đầu tư và khuyến khích đầu tư để phát triển công nghiệp phụ trợ nhằm đảm bảo thỏa mãn các yêu cầu về xuất xứ của hàng hóa.

Có chiến lược để chủ động tiếp cận, nắm bắt kịp thời xu thế phát triển của thời đại như: công nghệ AI, công nghệ 5G... vì đối tác thương mại tại EU đa phần là các quốc gia phát triển.

Về phía doanh nghiệp

Thứ nhất, cần chủ động tìm hiểu kỹ các thông tin về EVFTA để nắm vững cam kết của Việt Nam và cam kết của EU, đặc biệt là các thông tin về các ưu đãi thuế quan theo Hiệp định này đối với những mặt hàng chúng ta đang có thế mạnh hoặc có nhiều tiềm năng xuất khẩu trong thời gian tới. Đã có một số mặt hàng nhận được ngay ưu đãi thuế quan từ EVFTA song cũng có nhiều mặt hàng sẽ được hưởng lợi trong dài hạn như cà phê chế biến hay hàng dệt may,... Việc nắm rõ về lộ trình cắt giảm thuế quan cho từng mặt hàng giúp doanh nghiệp xuất khẩu chủ động tận dụng tối lợi thế này khi đưa sản phẩm vào EU.

Thứ hai, tiến hành nghiên cứu toàn diện từ thuận lợi, khó khăn của thị trường EU đến các giải pháp như nâng cao chất lượng, cải tiến mẫu mã sản phẩm; phát huy lợi thế cạnh tranh, tăng năng suất lao động, ... đặc biệt là việc đáp ứng yêu cầu về quy tắc xuất xứ và tiêu chuẩn kỹ thuật của EU. Việt Nam có ưu

thể trong xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp, giày dép, hàng may mặc,... do tận dụng được các lợi thế về tự nhiên và lao động trong nước. Tuy nhiên, EU là thị trường khó tính và bảo vệ người tiêu dùng rất cao nên hàng hóa của Việt Nam muốn thâm nhập và có vị thế vững chắc tại thị trường này thì đặc biệt chú ý đến các vấn đề về xuất xứ, các rào cản kỹ thuật cũng như chất lượng sản phẩm.

Thứ ba, cần thay đổi tư duy kinh doanh trong bối cảnh mới, lấy sức ép về cạnh tranh là động lực để đổi mới và phát triển. Tham gia EVFTA các doanh nghiệp Việt Nam cần xác định cạnh tranh là vấn đề tất yếu phải đối mặt. Vì vậy, việc chủ động đầu tư cho con người, máy móc và công nghệ mới có thể coi là yêu cầu bắt buộc vì doanh nghiệp Việt Nam chỉ hưởng lợi thực sự từ EVFTA khi họ được chủ động tham gia vào các công đoạn tạo ra giá trị gia tăng của sản phẩm.

Thứ tư, bản thân các doanh nghiệp phải nỗ lực vận động, nâng cao trình độ quản trị theo tiêu chuẩn quốc tế, hướng tới sản xuất minh bạch, đổi mới công nghệ để đảm bảo chất lượng sản phẩm đồng đều, ổn định. EU là khu vực có nhiều nền kinh tế phát triển cao nên yêu cầu về sản phẩm cũng rất cao vì thế hàng hóa Việt Nam muốn phát triển bền vững ở thị trường này thì các doanh nghiệp phải luôn có sự vận động, thường xuyên cập nhật nâng cao trình độ về mọi mặt từ quá trình sản xuất đến việc tiêu thụ sản phẩm. Bên cạnh đó việc nâng cao trình độ, nhận thức của người lao động cũng là vấn đề cần được quan tâm trong hợp tác và cạnh tranh quốc tế.

5. Kết luận

Xuất khẩu hàng hóa sang EU đã và đang chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Khi EVFTA có hiệu lực, nhiều cơ hội rõ ràng được mở ra song những thách thức cho việc thâm nhập thị trường cũng như vấn đề cạnh tranh về sản phẩm vẫn còn rất lớn với các doanh nghiệp Việt Nam. Trong thời gian tới, cần có sự chung tay giữa Nhà nước và doanh nghiệp trong phát triển các sản phẩm có lợi thế với năng suất, chất lượng cao đáp ứng được các TBT, SPS nhằm xây dựng chỗ đứng vững chắc cho hàng hóa Việt Nam tại EU. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Hadjinikolov, Dimitar and Zhelev, Paskal (2018), *Expected Impact of EU-Vietnam Free Trade Agreement on Bulgaria's Exports*, Economic Alternatives, No. 4 (December 2018), pp. 467-479.

2. Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (2021), *Văn kiện Hiệp định thương mại giữa Liên minh châu Âu và Việt Nam (EVFTA)*, website: <http://evfta.moit.gov.vn/>, truy cập ngày 2/7/2021.

3. Nguyễn Quỳnh (2021), *Hiệp định thương mại tự do tác động tích cực cho phục hồi kinh tế Việt Nam*, website: <https://vov.vn/kinh-te/hiiep-dinh-thuong-mai-tu-do-tac-dong-tich-cuc-cho-phuc-hoi-kinh-te-viet-nam-827947.vov>, truy cập ngày 10/7/2021.

4. Công Tâm (2021), *Đánh giá tác động của Hiệp định EVFTA trong hoạt động đầu tư, thương mại*, website: https://danang.gov.vn/chinh-quyen/chitiet?id=43191&_c=3, truy cập ngày 20/7/2021.

5. Đồng Tiến (2020), *Nhóm ngành nào sẽ hưởng lợi dài hạn từ EVFTA?*, website: <https://viettimes.vn/nhom-nganh-nao-se-huong-loi-dai-han-tu-evfta-post140272.html>, truy cập ngày 15/8/2021

6. Tổng cục Hải quan (2021), *Số liệu thống kê*, website: <https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/SoLieuDinhKy.aspx?Group=S%u1ed1+li%u1ec7u+th%u1ed1ng+k%u00ea>, truy cập ngày 15/7/2021.

7. World Bank, (2021), *World Bank Integrated Trade Solution (WITS)*, website: <http://wits.worldbank.org/WITS/>, ngày truy cập: 15/7/2021.

Summary

Over the past few years, the European Union (EU), a major trading partner, is the second-largest market in terms of purchasing power and Vietnam's key export market. The results illustrate that the general export turnover of goods and several advantageous products have experienced a significant increase after 10 months since the EVFTA took effect. Except for the opportunities of preferential tariffs, Vietnamese exporters are also facing many challenges in terms of the origin of goods and non-tariff barriers. Some solutions of the State and businesses such as accelerating in building a legal corridor, determining the strategies of export, investing in science and technology proactively, developing the labor qualifications,..... are recommended so that Vietnamese goods prevail and dominate the European market next time.