

**VIỆN CHÍNH SÁCH VÀ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP  
NÔNG THÔN**

**DỰ ÁN CHUYỂN ĐỔI NÔNG NGHIỆP BỀN VỮNG – VNSAT**

**BÁO CÁO**

**HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG NGÀNH HÀNG CÀ PHÊ**

Hà Nội, 2018

# MỤC LỤC

<b>1. Giới thiệu chung .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Thị trường Đức .....</b>	<b>6</b>
2.1. Thông tin cơ bản.....	6
2.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	7
2.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	7
2.4. Tiềm năng của thị trường .....	10
<b>3. Thị trường Hoa Kỳ.....</b>	<b>12</b>
3.1. Thông tin cơ bản.....	12
3.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	13
3.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	14
3.4. Tiềm năng của thị trường .....	17
<b>4. Thị trường Italia.....</b>	<b>19</b>
4.1. Thông tin cơ bản.....	19
4.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	19
4.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	21
4.4. Tiềm năng của thị trường .....	22
<b>5. Thị trường Tây Ban Nha.....</b>	<b>23</b>
5.1. Thông tin cơ bản.....	23
5.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	23
5.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	25
5.4. Tiềm năng của thị trường .....	26
<b>6. Thị trường Nhật Bản.....</b>	<b>27</b>
6.1. Thông tin cơ bản.....	27
6.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	27
6.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	29
6.4. Tiềm năng của thị trường .....	31
<b>7. Thị trường Bỉ .....</b>	<b>34</b>
7.1. Thông tin cơ bản.....	34
7.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	35

7.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	37
7.4. Tiềm năng của thị trường .....	37
<b>8. Thị trường Nga .....</b>	<b>39</b>
8.1. Thông tin cơ bản.....	39
8.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	40
8.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	42
8.4. Tiềm năng của thị trường .....	43
<b>9. Thị trường Angieri .....</b>	<b>44</b>
9.1. Thông tin cơ bản.....	44
9.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	44
9.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	46
4.4. Tiềm năng của thị trường .....	46
<b>10. Thị trường Hàn Quốc.....</b>	<b>48</b>
10.1. Thông tin cơ bản.....	48
10.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	48
10.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	49
10.4. Tiềm năng của thị trường .....	53
<b>11. Thị trường Ấn Độ .....</b>	<b>58</b>
11.1. Thông tin cơ bản.....	58
11.2. Tổng quan về nền kinh tế .....	58
11.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam.....	61
11.4. Tiềm năng của thị trường .....	63

## MỤC LỤC HÌNH

Hình 1: Khối lượng và giá trị cà phê xuất khẩu của Việt Nam kỳ 2009 – 2017 .....	5
Hình 2: Các thị trường xuất khẩu cà phê chính của Việt Nam, 2017.....	5

## MỤC LỤC BẢNG

Bảng 1: Một số chỉ tiêu kinh tế vĩ mô của Đức, 2015 – 2017 .....	7
Bảng 2: Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào Đức.....	8
Bảng 3: Các mặt hàng nhập khẩu chính từ Đức vào Việt Nam .....	9
Bảng 4: Một số chỉ tiêu kinh tế vĩ mô của Hoa Kỳ, 2013 – 2017.....	13
Bảng 5: 10 đối tác thương mại lớn của Hoa Kỳ năm 2017.....	13
Bảng 6: Các thị trường xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa chính của Hoa Kỳ .....	14
Bảng 7: Một số chỉ tiêu kinh tế cơ bản .....	19
Bảng 8: 10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Italy năm 2017.....	20
Bảng 9: Một số chỉ tiêu kinh tế .....	24
Bảng 10: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Tây Ban Nha .....	25
Bảng 11: Một số mặt hàng Tây Ban Nha xuất khẩu sang Việt Nam .....	25
Bảng 12: Một số mặt hàng Tây Ban Nha Nhập khẩu từ Việt Nam .....	25
Bảng 13: Một số chỉ tiêu cơ bản về kinh tế.....	28
Bảng 14: Xuất nhập khẩu Nhật Bản, 2015 – 5.2018.....	28
Bảng 15: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản .....	30
Bảng 16: Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Nhật Bản .....	31
Bảng 17: Một số chỉ tiêu kinh tế của Bỉ, 2016 – 2017, dự báo tới 2020 .....	35
Bảng 18: Kim ngạch thương mại của Bỉ, 2015 – 2017.....	37
Bảng 19: Một số chỉ tiêu cơ bản về kinh tế của Nga, 2015 – 2017 .....	40
Bảng 20: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Nga, 2013 – 5.2018.....	42
Bảng 21: Một số thông tin cơ bản về kinh tế Hàn Quốc.....	49
Bảng 22: Kim ngạch thương mại Việt Nam-Hàn Quốc (2015-2017).....	50
Bảng 23: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Hàn Quốc .....	51

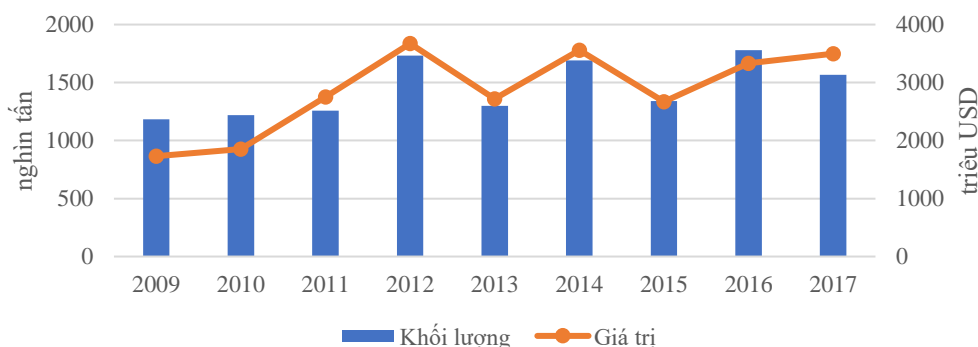
Bảng 24: Kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam vào Hàn Quốc đối với các mặt hàng Hàn Quốc cam kết cắt giảm thuế .....	52
Bảng 25: Các mặt hàng chủ yếu Việt Nam nhập khẩu từ Hàn Quốc.....	52
Bảng 26: Qui mô, tốc độ tăng trưởng GDP và tỷ lệ lạm phát của Ấn Độ, 2015 – 2018	59
Bảng 27: Tổng kim ngạch xuất – nhập khẩu.....	59
Bảng 28: 10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Ấn Độ .....	60
Bảng 29: 10 mặt hàng nhập khẩu lớn nhất của Ấn Độ .....	60
Bảng 30: 10 đối tác thương mại lớn của Ấn Độ .....	60
Bảng 31: Thông tin về đầu tư (FDI) của Ấn Độ .....	61
Bảng 32: 10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Ấn Độ vào Việt Nam.....	61
Bảng 33: 10 mặt hàng nhập khẩu lớn nhất từ Việt Nam vào Ấn Độ .....	62

## 1. Giới thiệu chung

Trong kỳ 2009 – 2017, xuất khẩu cà phê của Việt Nam đã tăng trưởng với tốc độ 3,6%/năm về khối lượng và 9,2%/năm về giá trị. Tuy nhiên trong khoảng 5 năm trở lại đây, tăng trưởng về khối lượng và giá trị diễn ra không ổn định theo chu kỳ tăng giảm liên tục hai năm một.

Trong năm 2017, Việt Nam đã xuất khẩu được gần 1,6 triệu tấn cà phê, trị giá 3,5 triệu USD, giảm 12% về khối lượng nhưng tăng 5% về giá trị so với năm trước đó. Nguyên nhân chính là do giá xuất khẩu trong năm 2017 đã tăng so với 19,3% so với năm 2016 từ 1872 USD/tấn lên 2235 USD. Đây là tín hiệu tích cực sau khoảng 2 năm liên tục giảm giá nhẹ.

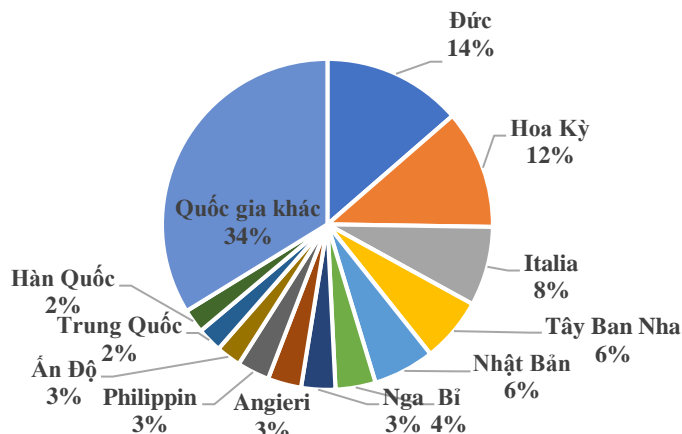
**Hình 1: Khối lượng và giá trị cà phê xuất khẩu của Việt Nam kỳ 2009 – 2017**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Các nước thị trường xuất khẩu cà phê chính của Việt Nam gồm: Đức, Hoa Kỳ, Italia, Tây Ban Nha, Nhật Bản, Bỉ, Nga, Angieri, Phillippin, Ấn Độ, Trung Quốc và Hàn Quốc. Trong đó, Đức là quốc gia chiếm thị phần xuất khẩu cà phê Việt Nam nhiều nhất với 14%, tiếp theo là Hoa Kỳ với 12% và Italia xếp thứ ba với 8%.

**Hình 2: Các thị trường xuất khẩu cà phê chính của Việt Nam, 2017**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

## **2. Thị trường Đức**

### **2.1. Thông tin cơ bản**

Tên nước: Cộng hòa Liên bang Đức

Thủ đô: Berlin

Quốc khánh: 03 tháng 10 (ngày thống nhất nước Đức)

Diện tích: 357.022 km<sup>2</sup>

Dân số: 80,854,408 (tính đến 7/2015)

Khí hậu Đức có khí hậu ôn đới, hơi biển, lạnh, ẩm cả vào mùa đông và mùa hè, thỉnh thoảng có gió nồm ẩm vùng An-phơ. Cộng hòa Liên bang Đức nằm ở trung tâm châu Âu, có biên giới với Đan Mạch ở phía Bắc; Pháp, Hà Lan, Bỉ và Luxemburg ở phía Tây; Thụy Sĩ và Áo ở phía Nam; Séc, Slovakia và Ba Lan ở phía Đông. Đức nằm ở vị trí bản lề giữa Đông và Tây Âu, giữa bán đảo Skandinavia và Địa Trung Hải.

Ngôn ngữ: Tiếng Đức

Tôn giáo: Đạo tin lành 34%, Thiên chúa giáo La Mã 34%, Hồi giáo 3.7%, khác và không tôn giáo 28.3%

Đơn vị tiền tệ: Euro/ 1 USD = 0.88 EUR (5/2016)

Múi giờ: GMT +1

Thể chế: CHLB Đức là nhà nước liên bang. Liên bang cũng như 16 Bang đều có các thẩm quyền riêng. Cấp liên bang có thẩm quyền về các lĩnh vực chính sách đối ngoại, chính sách Châu Âu, quốc phòng, tư pháp, lao động, xã hội, thuế và y tế. Thẩm quyền về các lĩnh vực trật tự an toàn xã hội, giáo dục phổ thông, đại học cũng như hành chính và cấp địa phương nằm trong tay các Bang. Các thẩm quyền của Liên Bang được giới hạn chủ yếu trong công tác lập pháp và các Bang tham gia vào công tác đó thông qua đại diện của mình ở Hội đồng Liên Bang (Thượng nghị Viện). Bộ máy hành chính các Bang không chỉ có trách nhiệm thực thi các đạo luật của Bang mà của cả Liên Bang. Nguyên nhân của việc phân chia này nằm là do nhà nước quốc gia Đức được thành lập năm 1871 từ một liên minh của nhiều nước riêng rẽ. Như vậy không cần phải xây dựng một bộ máy hành chính nhà nước trung ương lớn hơn nữa. Trong 16 Bang có 3 Bang - thành phố. Lãnh thổ của 3 Bang này đồng thời là diện tích của 3 thành phố lớn Berlin, Bremen/Bremhaven và Hamburg, trong khi các Bang khác có xen kẽ nhiều thành phố, thị trấn và làng xã nông thôn.

## 2.2. Tổng quan về nền kinh tế

**Bảng 1: Một số chỉ tiêu kinh tế vĩ mô của Đức, 2015 – 2017**

	2015	2016	2017
GDP (tỷ euro)	3.043	3.144	3.263
Tăng trưởng GDP (%)	1,7	1,9	2,2
GDP theo đầu người (EUR)	41.323	42.161	43.034
GDP theo ngành (%)	Nông nghiệp: 0,6 - Công nghiệp: 25,7 Dịch vụ: 68,9 - Xây dựng: 4,8		
Lực lượng lao động (triệu người)	44,929	45,284	45,6
Tỉ lệ thất nghiệp (%)	6,4	6,1	5,7
Tỉ lệ lạm phát (%)	0,28	0,46	1,76
Kim ngạch xuất khẩu (tỷ euro)	1.193	1.1207	1.279
Mặt hàng chính:	Ô tô và phụ tùng ô tô, máy móc thiết bị, hóa chất, dược phẩm, đồ điện tử, thực phẩm chế biến		
Kim ngạch nhập khẩu (tỷ euro)	949	945	1.034
Mặt hàng chính	Máy móc thiết bị, xăng dầu, hóa chất, thiết bị bán thành phẩm		

*Nguồn: World Bank*

Đức là nền kinh tế lớn thứ năm trên thế giới và lớn nhất Châu Âu về sức mua tương đương (PPP). Trong những năm gần đây, Đức liên tục giữ mức tăng trưởng ổn định, khoảng 1,7% – 2,2%. Năm 2017, GDP của Đức đạt 3.263 tỷ Euro. Đức là nước có trình độ khoa học công nghệ phát triển rất cao, có thế mạnh về xuất khẩu máy móc, hóa chất, thiết bị và các dụng cụ gia đình. Phần lớn lực lượng lao động Đức được đào tạo bài bản, tay nghề cao.

Kinh tế của Đức được dự báo sẽ tiếp tục đà tăng trưởng cao trong năm 2018 và 2019, tuy nhiên chỉ còn ở mức 2,1% so với dự kiến 2,4%. Nguyên nhân một phần nằm ở xu hướng bảo hộ thương mại đang nổi lên khá mạnh trong thời gian gần đây, đặc biệt là tác động tiêu cực từ các chính sách thương mại của Mỹ, tiến trình Brexit, sẽ ảnh hưởng đến sự tăng trưởng của kinh tế Đức.

## 2.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam

Là nền kinh tế hàng đầu Châu Âu, Đức có quan hệ kinh tế thương mại với nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó các đối tác thương mại hàng đầu của Đức là EU, Mỹ, Trung Quốc. Tại khu vực Châu Á, Thái Bình Dương, Việt Nam cũng là một trong những đối tác thương mại tiềm năng của Đức, hiện Việt Nam là thị trường có tốc độ phát triển nhanh đứng thứ ba ở khu vực sau Trung Quốc, Ấn Độ. Các FTAs mà Đức tham gia hiện nay đều trong khuôn khổ chung của EU trong đó đã ký kết và có hiệu lực là các FTAs với một số nước Châu Âu ngoài EU và một



số quốc gia khác, đáng chú ý có FTA ký giữa EU và Canada (CETA – hiện đang được áp dụng một phần) và FTA EU-Hàn Quốc. Mới đây nhất, ngày 17/7/2018, FTA EU – Nhật Bản đã được chính thức ký kết. Là thành viên của EU, do vậy các biện pháp phòng vệ thương mại cũng như các rào cản kỹ thuật thường sử dụng cũng thống nhất trong khuôn khổ EU.

Đức là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam ở Châu Âu, chiếm 19% xuất khẩu của ta sang EU (bằng cả Anh và Pháp cộng lại); và cũng là cửa ngõ trung chuyển quan trọng của hàng hoá Việt Nam sang các thị trường khác ở Châu Âu. Với sự phục hồi nhanh của kinh tế Đức, trao đổi thương mại song phương từ năm 2011 đến nay tăng đều bất chấp tác động tiêu cực của khủng hoảng nợ Châu Âu.

Một trong nhiều chính sách kinh tế quan trọng của Đức là tăng cường quan hệ kinh tế – thương mại và đầu tư với các nước Châu Á- Thái Bình Dương, trong đó có Việt Nam. Đức coi Việt Nam là đối tác quan trọng trong khu vực, coi trọng quan hệ với Việt Nam, quốc gia có nền kinh tế phát triển năng động và có vị thế ngày càng cao trên trường quốc tế, đặc biệt có vai trò quan trọng trong quá trình xây dựng Cộng đồng ASEAN. Trong nhiều năm liền, Đức là đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam trong EU.

Đầu tư của Đức vào Việt Nam gần đây vẫn tăng trưởng tốt. Kim ngạch xuất khẩu hai chiều giữa Đức và Việt Nam vẫn duy trì ở mức tăng trưởng 2 con số. Kim ngạch thương mại hai chiều năm 2017 đạt gần 10 tỷ USD (số liệu của Việt Nam) còn theo số liệu thống kê chính thức của Đức, năm 2016 kim ngạch thương mại hai chiều giữa Đức và Việt Nam đã đạt 12,6 tỷ USD. Khoảng 250 doanh nghiệp, trong đó có nhiều tập đoàn kinh tế hàng đầu của Đức như Siemens, Mercedes Benz, Bosch, Bilfinger, Adidas, B. Braun, Allianz... đang kinh doanh hiệu quả tại Việt Nam. Việt Nam là thị trường có tiềm năng phát triển nhanh của Đức ở Châu Á.

**Bảng 2: Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào Đức**

*Đơn vị: Triệu USD*

TT	Mặt hàng	2014	2015	2016	2017	2018 (4T)
1	Dệt may	764,4	698,5	726,2	737	217
2	Giày dép	600,3	705,5	764,7	992	279
3	Thủy sản	237,7	188,8	176,3	183	61
4	Cà phê	502,8	358,8	493,8	476	176
5	Điện thoại	1355,1	1763,1	1743,4	1672	685

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Chỉ trong 5 năm, từ 2011 đến 2016, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Đức đã tăng 120%. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, Đức hiện đứng thứ 2 ở EU, sau Hà Lan và thứ 7 các nước nhập khẩu nhiều nhất từ Việt Nam.

Việt Nam được Đức xếp hạng đối tác thương mại thứ 24/144 nước xuất khẩu hàng hoá vào Đức, hạng 78/144 nước nhập khẩu hàng hoá từ Đức. Bên cạnh đó, thái độ và chính sách của Đức đối với cộng đồng doanh nhân người Việt tại Đức tương đối thuận lợi. Mặc dù kim ngạch xuất nhập khẩu với Việt Nam chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng giá trị kim ngạch ngoại thương của Đức, nhưng Đức vẫn coi Việt Nam là một thị trường tiềm năng và là bạn hàng quan trọng trong tương lai gần.

Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã tham gia thường kỳ các triển lãm, hội chợ quốc tế tại Đức như Anuga Köln, Tendence, Koblenz, Resale Frankfurt, EXPO Hannover. Thông qua các hội chợ, triển lãm này các doanh nghiệp Việt Nam đã thiết lập được nhiều quan hệ bạn hàng, ký được nhiều hợp đồng với các nhà nhập khẩu Đức cũng như với các công ty nước ngoài khác. Đứng đầu các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường Đức ngoài các sản phẩm điện tử như điện thoại thông minh (Samsung), hàng dệt may, giấy dép, cà phê, hàng thủ công mỹ nghệ, thủy sản, máy vi tính và linh kiện... Việt Nam là nước cung cấp số một cho thị trường cà phê ở Đức.

Ngược lại, Đức cũng là nguồn cung cấp nhiều máy móc, thiết bị, công nghệ tiên tiến cho chương trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá của Việt Nam. Ngoài ra, Việt Nam còn nhập khẩu nhiều tân dược, chất dẻo và nguyên liệu công nghiệp từ Đức. Mặc dù nhập khẩu từ Đức nhiều, Việt Nam vẫn liên tục xuất siêu, năm sau cao hơn năm trước.

**Bảng 3: Các mặt hàng nhập khẩu chính từ Đức vào Việt Nam**

Đơn vị : Triệu USD

TT	Mặt hàng	2014	2015	2016	2017	2018 (4T)
1	Máy móc thiết bị phụ tùng	1.181	1.207,5	1.337,8	1.339	514
2	Dược phẩm	189,1	200,7	225,5	315	89
3	Oto và phụ tùng, linh kiện oto	156,1	185	254	255	52,5
4	Phương tiện vận tải và phụ tùng	125,3	168,9	227	300	64
5	Hóa chất và sản phẩm hóa chất	190,6	185,6	197,3	230	77

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

## 2.4. Tiềm năng của thị trường

Các thuận lợi của thị trường:

Đối với các doanh nghiệp Việt Nam, Đức là nước có thị trường lớn và tương đối ổn định, sức mua của người tiêu dùng rất lớn và đa dạng. Hiện nay một số sản phẩm Việt Nam như giày dép, thời trang, máy tính..., đã thâm nhập tốt và khẳng định được vị trí trên thị trường Đức, góp phần bước đầu xây dựng uy tín của hàng hoá “Made in Việt Nam”. Bên cạnh đó, doanh nghiệp Đức có tập quán kinh doanh nghiêm túc, làm ăn chắc chắn, có tính chiến lược và có kế hoạch dài hạn. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã thiết lập được quan hệ bạn hàng lâu dài, vững chắc với các doanh nghiệp Đức. Ngoài ra, cộng đồng người Việt với khoảng hơn 170.000 người đang sinh sống làm ăn tại Đức cũng góp phần không nhỏ vào việc kết nối thị trường hai nước. Không chỉ vậy, mạng lưới 240 văn phòng đại diện và chi nhánh thương nhân từ 9/16 bang của Đức hoạt động rất tích cực tại Việt Nam cũng giúp kết nối rất nhiều các hợp tác kinh tế thương mại giữa hai bên.

Một số khó khăn chính của thị trường:

– Mức độ cạnh tranh trên thị trường Đức nói riêng và EU nói chung ngày càng gay gắt và có chiều hướng bất lợi cho một số hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam, nhất là sau khi Trung Quốc gia nhập WTO và mới đây 10 nước Đông Âu gia nhập EU.

– Nhiều doanh nghiệp Việt Nam còn yếu về khả năng cạnh tranh và tính chuyên nghiệp trong thương mại quốc tế.

Một số lĩnh vực các doanh nghiệp Việt Nam cần quan tâm gồm: Điện thoại các loại và linh kiện; Dệt may và giày dép; Cà phê và Thủy sản. Trong đó, thông tin cụ thể về cà phê và thủy sản như sau:

Cà phê:

Cà phê luôn là mặt hàng quan trọng nhất trong nhóm hàng nông sản xuất khẩu sang Đức. Thời gian qua, kim ngạch xuất khẩu cà phê sang thị trường này luôn ổn định ở mức gần 500 triệu USD/năm. Hầu như toàn bộ cà phê xuất khẩu của Việt Nam là cà phê chưa rang, trong đó cà phê chưa rang chưa khử cafein chiếm trên 90%. Muốn gia tăng giá trị của cà phê xuất khẩu Việt Nam trong chuỗi cung ứng và tiêu thụ cà phê thành phẩm tại thị trường Đức và Châu Âu thì Việt Nam cần xem xét lại phương thức sản xuất, tiếp thị và cung ứng và phối hợp tạo thương hiệu riêng cho cà phê Việt Nam (cho đến nay cà phê Việt Nam được tiêu thụ ở Đức dưới các nhãn hàng của Đức).

Thủy sản:

Thủy sản là nhóm hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam sang Đức trong những năm gần đây. Tuy có sự sụt giảm trong hai năm 2016-2017, chủ yếu ở xuất khẩu cá tra do sức mua

loại cá này tại Đức không tăng và có đà giảm (thị trường Đức càng ngày càng chú ý đến những mặt hàng thủy sản cao cấp), và chịu sự cạnh tranh từ các loại thủy sản khác. Bên cạnh đó, ảnh hưởng của truyền thống tiêu cực từ EU về cá tra của Việt Nam, đã làm xuất khẩu cá tra sang thị trường Đức tiếp tục giảm.

Ngoài cá tra thì xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Đức còn bao gồm các sản phẩm đông lạnh khác như cá ngừ, tôm, các loài nhuyễn thể như nghêu, trai, sò, mực, bạch tuộc... Nhưng những mặt hàng này hiện cũng đang chịu cạnh tranh quyết liệt từ Trung Quốc và Ấn Độ.

Để duy trì thị trường cho mặt hàng này, các doanh nghiệp Việt Nam cần điều chỉnh căn bản chiến lược kinh doanh và đấu tranh quyết liệt với mọi hình thức gian lận thương mại và vệ sinh an toàn thực phẩm, như yêu cầu của cơ quan hải quan và chống gian lận thương mại Châu Âu, như Tổ chức OLAF, Hải quan Đức.

### **3. Thị trường Hoa Kỳ**

#### **3.1. Thông tin cơ bản**

Tên nước: Hợp Chúng Quốc Hoa Kỳ (United States of America)

Thủ đô: Washington D.C

Quốc khánh: 4/7 (giành độc lập từ Vương quốc Anh năm 1776)

Diện tích: 9.826.630 km<sup>2</sup>

Dân số: 318.892.103 (dự kiến 7/2014), trong đó da đen 12,85%, da trắng 79,96%, gốc châu Á 4,43%, thổ dân da đỏ và Alaska 0,97%, thổ dân Hawaii và các hòn đảo ở Thái Bình Dương thuộc Hoa Kỳ 0,18%, các nhóm khác 1,61%.

Khu vực hành chính: 50 tiểu bang và đặc khu Colombia (tức thủ đô Washington)

Các thành phố lớn: Washington D.C; New York; Los Angeles; San Francisco; Chicago; Boston; Philadelphia; Houston; Seattle; Miami

Khí hậu: Hầu hết khí hậu ôn hòa nhưng ở Hawaii và Florida thì khí hậu nhiệt đới và giá rét ở Alaska

Ngôn ngữ: tiếng Anh 82,1%, Tây Ban Nha 10,7 %, hệ ngôn ngữ Ấn Âu 3,8%, Châu Á và các đảo trên Thái Bình Dương 2,7%, ngôn ngữ khác 0,7%

Tôn giáo: Công giáo 23,9%, Tin lành 51,3%, đạo cơ đốc khác 1,6%, đạo phật 0,7%, hồi giáo 0,6%

Đơn vị tiền tệ: Đôla Mỹ (1 USD = 22.500 VNĐ, 9/2015)

Múi giờ GMT – 5 (bờ Đông); GMT – 8 (bờ Tây)

Thể chế: Hoa Kỳ là một nước Cộng hoà Liên bang. Nhà nước Hoa Kỳ được tổ chức theo cơ chế tam quyền phân lập: quyền lập pháp thuộc về Quốc hội, quyền hành pháp thuộc về Tổng thống và quyền tư pháp thuộc về Tòa án tối cao. Ba cơ quan nhà nước liên bang của Hoa Kỳ hoạt động trên nguyên tắc ‘kiểm soát và cân bằng’ lẫn nhau. Các bang của Hoa Kỳ có Hiến pháp và pháp luật riêng, nhưng không trái với Hiến pháp Liên bang. Quốc hội Hoa Kỳ bao gồm Thượng viện và Hạ viện. Thượng viện có 100 Thượng nghị sĩ, phân bổ đều cho 50 bang (mỗi bang 2 Thượng nghị sĩ), nhiệm kỳ 6 năm. Phó Tổng thống giữ chức danh Chủ tịch Thượng viện, và chỉ có quyền bỏ phiếu quyết định trong tình huống bất phân thắng bại (50/50). Hạ viện có 435 Hạ nghị sĩ, mỗi bang có ít nhất một Hạ nghị sĩ, số còn lại được phân bổ căn cứ số dân của từng bang. Các Hạ nghị sĩ có nhiệm kỳ 2 năm. Vào các năm chẵn, ngày Thứ Ba đầu tiên của tháng 11 sẽ tiến hành bầu cử Quốc hội, bầu lại toàn bộ Hạ viện và 1/3 Thượng viện. Kết quả bầu cử lưỡng viện Mỹ ngày 2/11/2010 như sau: Thượng viện: 51 Thượng nghị sĩ đảng Dân chủ, 47 Thượng nghị sĩ đảng Cộng hòa và 02 thượng nghị sĩ độc lập. Hạ viện: đảng Dân chủ chiếm 192 ghế và đảng Cộng hòa chiếm 243 ghế.

### 3.2. Tổng quan về nền kinh tế

Hoa Kỳ là nền kinh tế lớn nhất thế giới. Theo số liệu ước tính của CIA Factbook, nền kinh tế Hoa Kỳ tăng trưởng liên tục qua các năm. Năm 2017, kinh tế Hoa Kỳ tiếp tục tăng trưởng với thu nhập cá nhân và chi tiêu gia đình duy trì ở mức cao.

**Bảng 4: Một số chỉ tiêu kinh tế vĩ mô của Hoa Kỳ, 2013 – 2017**

	2013	2014	2015	2016	2017
Lạm phát (%)	1,62	1,79	1,282	1,28	
GDP (tỷ USD)	16.691,517	17.393,103	18.120,714	18.624,475	19.360,604
GDP bình quân (nghìn USD)	52.787	54.599	56.469	57.638	59.531
Kim ngạch xuất nhập khẩu (tỷ USD)	3.908,653	4.033,079	3.817,874	3.705,958	3.889,637

*Nguồn: Bộ Ngoại giao*

**Bảng 5: 10 đối tác thương mại lớn của Hoa Kỳ năm 2017**

Đơn vị: tỷ USD

STT	Quốc gia	Kim ngạch xuất khẩu	Kim ngạch nhập khẩu	Tổng kim ngạch XNK	Tỷ trọng (%)
1	Trung Quốc	134,4	505,6	636	16,35
2	Canada	282,4	300	582,4	15
3	Mexico	243	314	557	14,9
4	Nhật Bản	67,7	136,5	204,2	5,25
5	Đức	53,5	117,7	171,2	4,4
6	Hàn Quốc	48,3	71,2	119,5	3,1
7	Vương Quốc Anh	56,3	53,1	109,4	2,8
8	Pháp	33,6	48,9	82,5	2,1
9	Ấn Độ	25,7	48,6	74,3	1,9
10	Đài Loan	25,8	42,5	68,3	1,8
	<b>Tổng Cộng</b>	<b>966,7</b>	<b>1.638,1</b>	<b>2.604,8</b>	<b>67</b>

*Nguồn: Ủy ban Thương mại Quốc tế Hoa Kỳ*

Với các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô khả quan, kinh tế Hoa Kỳ được đánh giá sẽ tăng trưởng và phát triển hơn trong thời gian tới, nhất là khi nền kinh tế Hoa Kỳ đã cho thấy những dấu hiệu khởi sắc trong năm 2017 khi GDP năm 2017 đạt 19.360 tỷ USD. Năm 2017, Hoa Kỳ tiếp tục dẫn đầu về thương mại hàng hóa và dịch vụ. Kim ngạch xuất khẩu năm 2017 của Hoa Kỳ đạt 1.546,732 tỷ USD, tăng 6,6% so với năm 2016; kim ngạch nhập khẩu đạt 2.342,905 tỷ USD,

tăng 7,1% so với năm 2016. Tuy nhiên, đồng USD tăng mạnh gây trở ngại cho hoạt động xuất khẩu.

**Bảng 6: Các thị trường xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa chính của Hoa Kỳ**

STT	Thị trường	Tỷ trọng (%)	Nhập khẩu	Tỷ trọng (%)
1	EU	18,7	Trung Quốc	21,4
2	Canada	18,3	EU	18,9
3	Mexico	15,9	Mexico	13,2
4	Trung Quốc	8	Canada	12,6
5	Nhật Bản	4,4	Nhật Bản	6
6	Khác	34,8	Khác	27,9

*Nguồn: wto.org*

Nhóm 10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Hoa Kỳ (năm 2017): Máy móc bao gồm cả máy tính: 201,7 tỷ USD (13% tổng xuất khẩu); Máy móc thiết bị điện tử: 174,2 tỷ USD (11,3%); Nhiên liệu thiên nhiên bao gồm dầu lửa: 138 tỷ USD (8,9%); Máy bay, các máy móc hàng không: 131,2 tỷ USD (8,5%); Xe cơ giới: 130,1 tỷ USD (8,4%); Dụng cụ quang học thiết bị y tế: 83,6 tỷ USD (5,4%); Đồ nhựa: 61,5 tỷ USD (4%); Đá quý, kim loại quý: 60,4 tỷ USD (3,9%); Dược phẩm: 45 tỷ USD (2,9%); Hóa chất hữu cơ: 36,2 tỷ USD (2,3%).

Nhóm 10 mặt hàng nhập khẩu lớn nhất của Hoa Kỳ (năm 2017): Máy móc, thiết bị điện tử: 356,8 tỷ USD (chiếm 14,8% tổng NK); Máy móc bao gồm máy tính: 349,1 tỷ USD (14,5%); Xe cơ giới: 294,6 tỷ USD (12,2%); Nhiên liệu thiên nhiên bao gồm dầu khí: 204,2 tỷ USD (8,5%); Dược phẩm: 96,4 tỷ USD (4%); Dụng cụ quang học, kỹ thuật trong y tế: 86 tỷ USD (3,6%); Đồ nội thất: 67,2 tỷ USD (2,8%); Đá quý, kim loại quý: 60 tỷ USD (2,5%); Sản phẩm nhựa 54,9 tỷ USD (2,3%); Hóa chất hữu cơ: 46,1 tỷ USD (1,9%).

### **3.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam**

#### ***Thương mại***

Kể từ khi Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA) có hiệu lực, thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Hoa Kỳ liên tục tăng trưởng cao, tăng tới 47 lần, từ 220 triệu USD năm 1994 (năm Hoa Kỳ bỏ cấm vận kinh tế đối với Việt Nam) lên 1,4 tỷ USD năm 2001 (năm trước khi BTA có hiệu lực) và đạt khoảng 50,8 tỷ USD vào cuối năm 2017. Việt Nam hiện là đối tác xếp thứ 12 về xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ, xếp thứ 27 về nhập khẩu hàng hóa và là đối tác thương mại lớn thứ 16 của Hoa Kỳ. Việt Nam hiện có mức thặng dư cao trong trao đổi thương mại với Hoa Kỳ, đạt trên 32,4 tỷ USD trong năm 2017.

Tốc độ tăng xuất khẩu trong giai đoạn từ năm 2000 đến 2017 bình quân đạt 28,1%/năm, từ 732 triệu USD năm 2000 đến 41,61 tỷ USD năm 2017. Tốc độ tăng của hàng hóa nhập khẩu

từ Hoa Kỳ cũng đạt mức bình quân 22,2%, từ 352 triệu USD năm 2000 lên đến 9,2 tỷ USD năm 2017.

Năm 2017, Hoa Kỳ vẫn là thị trường xuất khẩu chủ lực và tăng trưởng tích cực của Việt Nam, mặc dù việc Tổng thống Donald Trump lên nhận chức đã khiến xuất hiện những e ngại rằng việc xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ của Việt Nam sẽ chững lại trong năm 2017 do các chính sách mới của Hoa Kỳ, đặc biệt là việc Hoa Kỳ rút khỏi TPP.

Năm 2017, Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ chiếm tới 19,44% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ sang Việt Nam đạt 9,2 tỷ USD, tăng 9,54% so với cùng kỳ năm 2016, chiếm 4,36% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước.

Năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam – Hoa Kỳ (50,81 tỷ USD) chiếm 11,95% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam.

### ***Cơ cấu trao đổi thương mại giữa Việt Nam – Hoa Kỳ***

#### ***Về xuất khẩu***

Kim ngạch xuất khẩu của 10 nhóm hàng lớn nhất sang Hoa Kỳ trong cả năm đạt xấp xỉ 35,37 tỷ USD, chiếm 85% trong tổng kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ. Trong đó, dẫn đầu tiếp tục là hàng dệt may, tiếp theo là giày dép, điện thoại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, gỗ và các sản phẩm gỗ...

(i) Xuất khẩu hàng dệt may năm 2017 đạt 26,04 tỷ USD, tăng 9,3% so với năm 2016, trong đó xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt 12,28 tỷ USD, tăng 7,3 so với năm trước.

(ii) Giày dép chiếm tỷ trọng 12,28% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Năm 2017, xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt 5,11 tỷ USD, tăng 14,08% so với năm 2016.

(iii) Điện thoại và linh kiện chiếm tỷ trọng 8,89% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Xuất khẩu sản phẩm này của năm 2017 đạt 3,7 tỷ USD, giảm 13,94% so với năm 2016.

(iv) Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chiếm tỷ trọng 8,26% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Năm 2017, xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt 3,438 tỷ USD, tăng 18,7% so với năm 2016.

(v) Gỗ và sản phẩm gỗ chiếm tỷ trọng 7,85% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Năm 2017, xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt 3,267 tỷ USD, tăng 15,64% so với năm 2016.

#### ***Nhập khẩu***

Kim ngạch nhập khẩu 10 nhóm hàng lớn nhất sang Hoa Kỳ trong cả năm 2017 đạt hơn 6,88 tỷ USD, chiếm 74,76% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ. Trong đó, lớn nhất là nhóm hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; đứng thứ hai là bông; tiếp



theo là máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác; nguyên phụ liệu ngành da giày; thức ăn gia súc và nguyên liệu...

Các mặt hàng nhập khẩu từ Hoa Kỳ chủ yếu dùng để phục vụ sản xuất và tiêu dùng trong nước, một phần sẽ chuyển hóa thành các thành phẩm khác để tái xuất khẩu.

(i) Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chiếm tỷ trọng 30,24% tổng nhập khẩu từ Hoa Kỳ. Năm 2017, kim ngạch nhập khẩu đạt 2,783 tỷ USD, tăng 24,24% so với năm 2016 (cả năm 2016 đạt 2,240 tỷ USD).

(ii) Bông chiếm tỷ trọng 12,8% tổng nhập khẩu từ Hoa Kỳ. Năm 2017, nhập khẩu bông từ Hoa Kỳ đạt 1,178 tỷ USD, tăng 45,43% so với năm 2016.

(iii) Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác chiếm tỷ trọng 10,83% tổng nhập khẩu từ Hoa Kỳ. Năm 2017, nhập khẩu đạt 997,2 triệu USD, giảm 4,0% so với năm 2016.

### ***Nhận xét, đánh giá***

– Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) đóng góp rất lớn vào kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ

– Đối với thị trường Hoa Kỳ, kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp FDI tập trung nhiều vào một số mặt hàng có hàm lượng công nghệ cao như điện thoại và linh kiện; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị và phụ tùng khác,... Đây cũng là nhóm các mặt hàng đã đạt kim ngạch xuất khẩu trên 2 tỷ USD trong năm 2017 của khối doanh nghiệp FDI. Tính chung 3 mặt hàng này, tổng trị giá xuất khẩu đã lên tới gần 9 tỷ USD, chiếm khoảng gần 30% tổng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường này.

– Các mặt hàng xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với các rào cản thương mại và phòng vệ thương mại của Hoa Kỳ

– Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của các doanh nghiệp Việt Nam như dệt may, giày dép, cá tra, tôm, hạt điều, hồ tiêu, cà phê... chủ yếu là hàng đặt gia công, xuất khẩu, hoặc hàng hóa chưa chế biến sâu. Xuất khẩu các mặt hàng này vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng tốt trong những năm qua nhưng thường xuyên phải đối mặt với nguy cơ bị khởi kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp và các rào cản thương mại như chương trình thanh tra cá da trơn, các quy định mới của đạo luật hiện đại hóa an toàn thực phẩm,...

### ***Đầu tư***

Theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch Đầu tư), tính lũy kế đến hết tháng 12 năm 2017, tổng số vốn đăng ký đầu tư từ Mỹ vào Việt Nam đạt gần 10 tỷ USD, xếp thứ 9 trong tổng 125 các quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam. Hiện nay, các nhà đầu tư Hoa Kỳ đã đầu tư vào 17/18 ngành trong hệ thống phân ngành kinh tế quốc dân của Việt Nam. Trong đó, lĩnh vực dịch vụ lưu trú (khách sạn, resort) và ăn uống 16 dự án, chiếm 42,8% tổng

vốn đầu tư của Hoa Kỳ tại Việt Nam; lĩnh vực công nghiệp chế biến chế tạo có 315 dự án, chiếm 20% tổng vốn đầu tư của Hoa Kỳ tại Việt Nam; lĩnh vực kinh doanh bất động sản có 13 dự án, chiếm 18% tổng vốn đầu tư của Hoa Kỳ tại Việt Nam. Còn lại là các lĩnh vực khác chiếm 19,2%.

Các nhà đầu tư Hoa Kỳ đa số lựa chọn hình thức 100% vốn nước ngoài với 578 dự án, chiếm 81% tổng số dự án và 74% tổng vốn đăng ký của Hoa Kỳ tại Việt Nam. Hình thức liên doanh có 109 dự án chiếm 15% tổng số dự án và 23% tổng vốn đăng ký của Hoa Kỳ tại Việt Nam. Còn lại là hai hình thức công ty cổ phần và hợp đồng hợp tác kinh doanh.

Đến nay, các nhà đầu tư Hoa Kỳ đã có mặt tại 41/63 địa phương của cả nước, nhưng chủ yếu tập trung tại các thành phố lớn, nơi có điều kiện cơ sở hạ tầng thuận lợi và khu vực phát triển kinh tế năng động nhất của cả nước như Bà Rịa – Vũng Tàu, Tp. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Hà Nội, Hải Phòng. Đứng đầu trong thu hút FDI từ Hoa Kỳ là Bà Rịa – Vũng Tàu với 18 dự án, chiếm 48% tổng vốn đăng ký của Hoa Kỳ tại Việt Nam; đứng thứ hai là Hải Phòng với 13 dự án, chiếm 11,2% tổng vốn đăng ký; đứng thứ ba là Bình Dương với 96 dự án, chiếm 7,1% tổng vốn đăng ký.

Xét về số lượng dự án, thành phố Hồ Chí Minh thu hút được nhiều dự án của Hoa Kỳ nhất nhưng đa phần là các dự án quy mô vốn nhỏ (298 dự án với 771 triệu USD tổng vốn đầu tư; chiếm 41,8% tổng số dự án và 6,5% tổng vốn đầu tư của Hoa Kỳ tại Việt Nam). Quy mô trung bình dự án FDI Hoa Kỳ tại Tp. Hồ Chí Minh là 2,3 triệu USD; nhỏ hơn nhiều so với quy mô trung bình dự án FDI của Hoa Kỳ trên cả nước.

Nếu so sánh với các nước có nguồn vốn đầu tư vào Việt Nam như Hàn Quốc (57,6 tỷ USD), Nhật Bản (50 tỷ USD), Singapore (42 tỷ USD), Đài Loan (31 tỷ USD)... thì số vốn đầu tư từ Mỹ vào Việt Nam còn khá khiêm tốn. Tuy nhiên đầu tư của Mỹ vào Việt Nam còn thông qua nước thứ ba. Bên cạnh vị trí địa lý và sự không tương đồng về văn hóa, có ý kiến cho rằng Hoa Kỳ chưa đầu tư nhiều vào Việt Nam vì môi trường đầu tư vẫn thiếu sự minh bạch, chính sách hay thay đổi. Trong đó, vấn đề quan ngại lớn nhất của các nhà đầu tư Hoa Kỳ khi đầu tư vào Việt Nam là tham nhũng chưa được giải quyết triệt để

### **3.4. Tiềm năng của thị trường**

#### ***Nông sản***

Trong các thị trường xuất khẩu trọng điểm của nhóm hàng nông sản Việt Nam, thị trường rộng lớn Hoa Kỳ tiếp tục được coi là trọng điểm cho năm 2018 bên cạnh hai thị trường lớn khác là Trung Quốc và EU. Nhu cầu của thị trường Mỹ vẫn được dự báo là tương đối ổn định đối với hàng hóa của Việt Nam; là thị trường khó tính và yêu cầu cao về an toàn thực phẩm và chất lượng nhưng Việt Nam hoàn toàn có thể đáp ứng. Mỹ thường là thị trường dẫn đầu về nhập khẩu các mặt hàng nông sản khác của Việt Nam (hạt điều, hạt tiêu, cà phê) và sản phẩm thủ công mỹ nghệ (mây, tre, cối chằm). Tuy nhiên, sự hấp dẫn của thị trường Mỹ cũng đồng nghĩa

với sự cạnh tranh xuất khẩu vào thị trường này rất quyết liệt, đặc biệt những đối thủ cạnh tranh lớn của Việt Nam là Trung Quốc, Thái Lan và Indonesia – là những nước tương đồng với Việt Nam về các mặt hàng xuất khẩu. Tuy các mặt hàng nông sản Việt Nam xuất khẩu nhiều nhưng phần lớn vẫn theo dạng nguyên liệu thô, chưa gây dựng được tên tuổi, và điều này rõ ràng là không mang lại giá trị cao khi xuất khẩu.

Đối với nhóm hàng hoa quả tươi, sau khi trái vú sữa được Cục Kiểm dịch động thực vật thuộc Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ công bố cho phép nhập khẩu thì Việt Nam hiện đang có 5 loại trái cây được phép xuất khẩu sang Mỹ là vải, nhãn, chôm chôm, thanh long và vú sữa. Hiện nay quy trình cấp phép cho trái xoài tươi, loại trái cây thứ sáu xuất khẩu sang Hoa Kỳ của Việt Nam cũng đang ở những bước xét duyệt và kiểm tra cuối cùng.

### ***Thủy sản***

Một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Mỹ trong nhiều năm qua là thủy sản. Trước đó, bên cạnh việc thủy sản xuất khẩu được dự báo vẫn sẽ tiếp tục chuỗi tăng trưởng như năm 2016, cũng đã có những cảnh báo về nhiều khó khăn và thách thức với ngành thủy hải sản. Và thực tế, năm 2017 thủy sản xuất khẩu Việt Nam đã phải đối diện với các khó khăn tại thị trường Mỹ và kim ngạch đã sụt giảm nhiều. Theo số liệu của Ủy ban Thương mại quốc tế Mỹ, năm 2017, Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ số lượng thủy sản (mã HTS 03) chỉ đạt mức 888 triệu đô la, trong khi giá trị của năm 2016 là 951 triệu, suy giảm là 6,6%.

Một trong số những khó khăn đó là giá thành sản xuất nguyên liệu của nước ta còn cao. Ngành nuôi tôm và một số sản phẩm chủ lực của Việt Nam trong so sánh với các ngành tương tự tại Ấn Độ, Thái Lan cho thấy giá thành sản xuất còn cao hơn những nước này từ 10-30%. Những yếu tố tạo giá thành sản phẩm cao được VASEP liệt kê như con giống, thức ăn, các vật tư đầu vào, tổn thất sau thu hoạch, điện-nước, các chi phí hành chính... Bên cạnh đó còn là thách thức đến từ tự nhiên khi tình hình hạn hán, xâm nhập mặn được dự báo sẽ tiếp tục có những ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất thủy sản, nhất là các loại cá nước ngọt. Do đó, ảnh hưởng không nhỏ đến diện tích, sản lượng thủy sản nói chung. Thêm vào đó là khó khăn do thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp hay các quy định kiểm tra hóa chất, kháng sinh hay chương trình thanh tra riêng biệt như chương trình thanh tra cá da trơn của Mỹ. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp thủy sản Việt Nam đang chuyển hướng xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường khác như Nhật Bản, Trung Quốc do e ngại sự khó khăn và các rào cản của Mỹ. Việc chuyển hướng thị trường này trước mắt có thể đem lại nguồn lợi cho doanh nghiệp, song về lâu dài sẽ là một sự bất lợi lớn khi doanh nghiệp đã bỏ ngỏ thị trường Mỹ với nguyên nhân gặp khó trong các quy định chặt chẽ về tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, sẽ tự làm suy yếu mình, và sau này rất khó để có thể quay lại thị trường tiềm năng này.

## 4. Thị trường Italita

### 4.1. Thông tin cơ bản

Tên nước: Cộng hòa Italia (Italian Republic)

Thủ đô: Roma (Rome)

Quốc khánh: 2/6

Diện tích: 301.340 km<sup>2</sup>

Dân số: 62,137,802 (7/ 2017 est.)

Khí hậu: Khí hậu Địa trung hải là chủ yếu, Alpine ở phía bắc; khô, nóng ở phía Nam.

Ngôn ngữ: Tiếng Italia (chính thống) ngoài ra còn sử dụng tiếng Đức, Pháp, Slovene.

Tôn giáo: Đạo Thiên chúa giáo La Mã: khoảng 90%, Khác: 10%

Đơn vị tiền tệ: Đồng Euro (EUR) – Tỷ giá 1 EUR = 1.4 USD (2014)

Múi giờ: GMT + 2

Thể chế: Chế độ Cộng hoà đại nghị, tách rời Thiên chúa giáo. Tổng thống là nguyên thủ quốc gia, do hội nghị hai viện bầu ra, nhiệm kỳ 7 năm. Quốc hội là cơ quan lập hiến tối cao, gồm hai viện có quyền ngang nhau: Thượng viện 315 ghế, Hạ viện 630 ghế do nhân dân trực tiếp bầu, nhiệm kỳ 5 năm. Chính phủ là cơ quan hành pháp cao nhất, đứng đầu là Thủ tướng (tên chính thức là Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng) do Tổng thống chỉ định. Thủ tướng đứng ra lập Nội các và đề nghị danh sách các bộ trưởng.

### 4.2. Tổng quan về nền kinh tế

#### *Một số ngành kinh tế trọng điểm*

Năm 2017 cơ cấu nền kinh tế Italy gồm: khu vực nông nghiệp chiếm tỷ trọng 2,2%; công nghiệp 23,9% và dịch vụ là 73,8%.

Các ngành kinh tế chính của Italy là: (i) Du lịch; (ii) Chế tạo máy; (iii) Sắt thép; (iv) Hóa chất; (v) Thực phẩm chế biến; (vi) Dệt; (vii) Ô tô xe máy; (viii) May mặc thời trang; (ix) Giày dép; (x) Gốm sứ.

**Bảng 7: Một số chỉ tiêu kinh tế cơ bản**

Chỉ số	2016	2017	2018 (dự kiến)	2019 (dự kiến)
Mức tăng GDP (% so với năm trước)	0,9	1,5	1,3	1,1
Lạm phát (% so với năm trước)	-0,1	1,3	1,4	1,6

*Nguồn: Bộ Ngoại giao*

### **Thông tin về xuất khẩu, đầu tư**

10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Italy năm 2017 chiếm 58,1% tổng giá trị xuất khẩu của Italy bao gồm:

**Bảng 8: 10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Italy năm 2017**

<b>Mặt hàng</b>	<b>Trị giá (tỷ USD)</b>	<b>Tỷ trọng (%)</b>
Máy móc thiết bị gồm máy tính	99,6	19,7
Ô tô	43,7	8,6
Máy móc thiết bị điện	30,1	6,0
Dược phẩm	25,8	5,1
Nhựa, sản phẩm nhựa	20,9	4,1
Sản phẩm sắt thép	17,5	3,5
Nhiên liệu hóa thạch (gồm dầu lửa)	17,1	3,4
Đồ gỗ, nội thất, chiếu sáng, nhà tiền chế	13,7	2,7
Sắt, thép	13,2	2,6
Quần áo và phụ kiện (không bao gồm hàng dệt kim, đan)	12,6	2,5

*Nguồn: Bộ Ngoại giao*

Các thị trường chính nhập khẩu hàng hóa từ Italy gồm: Đức (trên 58,33 tỉ USD), Pháp (48,6 tỉ USD), Hoa Kỳ (gần 41 tỉ USD), Anh (gần 25 tỉ USD), Tây Ban Nha (23,2 tỉ USD), Thụy sỹ (21,1 tỉ USD), Bỉ (15 tỉ USD), Ba Lan (12,43 tỉ USD), Trung Quốc (12,26 tỉ USD), Hà Lan (10,76 tỉ USD)

Các thị trường chính xuất khẩu hàng hóa sang Italy gồm: Đức (65,79 tỉ USD), Pháp (36,02 tỉ USD), Trung Quốc (30,19 tỉ USD), Hà Lan (22,31 tỉ USD), Tây Ban Nha (21,62 tỉ USD), Bỉ (19,7 tỉ USD), Hoa Kỳ (15,40 tỉ USD), Anh (12,17 tỉ USD), Nga (11,75 tỉ USD), Thụy Sĩ (11,73 tỉ USD).

### **Một số nét chính về chính sách kinh tế, thương mại đầu tư**

#### ***Định hướng lớn trong chính sách thương mại đầu tư***

Italy hiện là nền kinh tế đứng thứ 9 trên thế giới. Nền kinh tế Italy đa dạng với nhiều ngành công nghiệp, tuy nhiên ngành công nghiệp Italy phải nhập đến 75% nguyên liệu từ nước ngoài. Italy có mô hình phát triển kinh tế khá gần gũi với Việt Nam, với hệ thống các doanh nghiệp vừa và nhỏ rất năng động và hiệu quả, đóng góp tới gần 2/3 GDP.

Chính phủ mới lên nắm quyền vào tháng 6/2018 có xu hướng dân túy và cổ súy bảo hộ, tôn chỉ tạo công ăn việc làm trong nước (để lấy lòng cử tri). Xuất khẩu của Italy đã đạt mức khá

bảo hòa và xu hướng là khai thác, gia công ở nước ngoài để xuất khẩu đi các nước và đem hàng hóa sản xuất ở nước ngoài về tiêu thụ trong nước bằng các nhãn mác thương hiệu của Italy.

#### *Các biện pháp phòng vệ thương mại và hàng rào kỹ thuật thường sử dụng*

Hoạt động của các cơ quan và chính sách liên quan đến phòng vệ thương mại của Italy tuân thủ theo các cơ chế của EU. Italy là nước G7 có ngành công nghiệp phát triển và cũng là nước có nền nông nghiệp phát triển trong các nước EU nên thường xuyên có những ảnh hưởng và hoạt động liên quan lĩnh vực này.

Tình hình chính trị của Italy trong thời gian gần đây khá phức tạp và nổi lên các nhóm, phong trào dân túy, đặt quyền lợi của Italy, người Italy lên trên hết. Để tranh giành phiếu bầu nên các đảng phái, phong trào luôn hứa hẹn tạo công ăn việc làm và bảo vệ công ăn việc làm. Chính phủ mới thành lập ngày 01/6/2018 do Đảng Liên đoàn Phương Bắc và Phong trào M5S đã thể hiện rõ các lập trường và chính sách trên.

Trước đây, Italy là một trong các nước EU đã thúc đẩy áp dụng thuế chống phá giá với sản phẩm giày da của Việt Nam. Ngoài ra, năm 2016, Italy gửi hồ sơ kiện lên Ủy ban EU đòi áp dụng các biện pháp tự vệ với gạo nhập khẩu từ hai nước kém phát triển là Campuchia và Myanmar.

### **4.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam**

#### ***Thương mại***

Tính đến hết tháng 2/2018, tổng trị giá thương mại hai chiều Việt Nam – Italy đạt khoảng 580 triệu USD.

Xuất khẩu của Việt Nam vào Italy trong 2 tháng đầu năm 2018 đạt trên 313,87 triệu USD, giảm 46,1% so với cùng kỳ năm 2017. Các mặt hàng giảm mạnh là hạt tiêu, cà phê, hóa chất, gỗ và sản phẩm gỗ, sắt thép. Đặc biệt, mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện giảm đến 99,8%; tiếp đến là mặt hàng vi tính, sản phẩm điện tử giảm 71,7%.

Các mặt hàng chính của Việt Nam xuất khẩu vào Italy gồm: Cà phê (46,92 triệu USD), giày dép (45,51 triệu USD), dệt may (31,78 triệu USD), phương tiện vận tải và phụ tùng (29,98 triệu USD), hàng thủy sản (17,16 triệu USD), sắt thép các loại (13,09 triệu USD), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (12,42 triệu USD), hạt điều (12,10 triệu USD), túi xách, va li, mũ (8,97 triệu USD), gỗ và sản phẩm gỗ (5,72 triệu USD)>

Nhập khẩu của Việt Nam từ Italy trong 2 tháng đầu năm 2018 đạt trên 265,6 triệu USD, tăng 23,9% so với cùng kỳ năm 2017. Các mặt hàng chính Việt Nam nhập khẩu từ Italy gồm: Máy móc, thiết bị phụ tùng (trị giá 109,39 triệu USD), nguyên phụ liệu dệt may, da giày (bao gồm vải các loại có tổng trị giá 43,43 triệu USD), dược phẩm (106,34 triệu USD), thức ăn gia súc và nguyên liệu (7,87 triệu USD), sản phẩm hóa chất (7,40 triệu USD), sản phẩm từ sắt thép (5,69 triệu USD), máy vi tính và sản phẩm điện tử (3,82 triệu USD), sản phẩm từ chất dẻo (2,87 triệu USD), hóa chất (2,61 triệu USD)

### ***Đầu tư***

Tính đến tháng 03/2018, Italy đứng thứ 31 trong tổng số 126 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư tại Việt Nam với 89 dự án, tổng vốn đăng ký là 388,805 triệu USD.

Các nhà đầu tư Italy đầu tư chủ yếu vào hai hình thức : 100% vốn nước ngoài và liên doanh. Trong đó, hình thức 100% vốn nước ngoài thu hút được nhiều dự án cũng như vốn đầu tư nhất; tiếp đến là hình thức đầu tư liên doanh. Ngoài ra còn có hình thức hợp đồng hợp tác kinh doanh.

#### **4.4. Tiềm năng của thị trường**

Du lịch: Khách du lịch Italy tới Việt Nam còn ít so với các nước khác (khoảng 53.000 lượt vào Việt Nam năm 2017) trong tổng dân số 60,6 triệu người. Do đó, thu hút khách du lịch Italy vào Việt Nam có thể trở thành một hướng chính của du lịch Việt Nam trong thời gian tới.

Thực phẩm chế biến: Việt Nam đẩy mạnh xuất hàng nông lâm thủy sản, đặc biệt hàng chế biến vào thị trường này. Ta có thể nhập dây chuyền công nghệ chế biến cao cấp của Italy vào Việt Nam để nâng cao chất lượng sản phẩm.

Tập quán kinh doanh: Nói chung, người Italia luôn mặc các trang phục lịch sự trang nhã, nhưng các bộ trang phục trang trọng được khuyến khích mặc trong các cuộc họp kinh doanh; Kinh doanh trong tháng bảy và tháng tám là hoàn toàn không nên vì thời điểm đó, nước Italia là mùa hè và hầu hết người dân và các công ty đều nghỉ vào thời điểm này; Giá cả ở Italia rất cạnh tranh, vì vậy nên chuẩn bị càng nhiều càng tốt trước khi thăm Italia và cung cấp càng nhiều thông tin chi tiết về công ty trước càng tốt; các nhà nhập khẩu Italia thường yêu cầu một số lượng lớn nguyên vật liệu và các hàng hóa mẫu; Trả lời và hồi đáp nhanh là lợi thế rất lớn đối với việc ký hợp đồng với các công ty Mỹ nhưng đối với công ty Italia có thể ngược lại; Các điều khoản tín dụng dành cho thanh toán dài hạn nhìn chung (từ 60 đến 90 ngày, 120 cho các cửa hàng bách hóa, các tập đoàn lớn và các tổ chức khu vực công cộng); Giá nên được viết bằng đồng Euro, chi phí, bảo hiểm và vận chuyển hàng hóa (CIF) ở cảng của Italia, hoặc bên ngoài ra đô la Mỹ.

Các phong tục tập quán, văn hoá khác cần lưu ý: Nên nhìn đối tác trong khi nói chuyện. Đây là một dấu hiệu thiện cảm, trung thực và chân thành trong kinh doanh đối với người Italia; Nên bắt tay với tất cả mọi người khi được giới thiệu trong buổi gặp gỡ với đối đối tác kinh doanh hay trong các buổi gặp xã hội. Tuy nhiên, người ta nên chờ cho phụ nữ đưa tay của họ ra trước; Nên gõ cửa trước khi vào văn phòng và đóng cửa sau khi vào; Không nên xuất hiện trước đồng nghiệp người Italia trong tình trạng vội vã và nóng vội trong cuộc đàm phán kinh doanh. Theo người Italia đó là dấu hiệu thể hiện sự yếu kém; Không nên tặng một món quà nếu bạn chưa nhận được một món quà đó trước. Ngoài ra, khi tặng quà không nên quên gắn kèm biểu tượng của công ty; Không nên quá ngạc nhiên nếu trong quá trình họp bàn kinh doanh các bạn đồng nghiệp người Italia cắt ngang lời người khác. Đó là cách giao tiếp phổ biến của người Italia.

## **5. Thị trường Tây Ban Nha**

### **5.1. Thông tin cơ bản**

Tên nước: Vương Quốc Tây Ban Nha (Kingdoms of Spain)

Thủ đô: Madrid

Quốc khánh: 12/10

Diện tích: 505,370 km<sup>2</sup>

Dân số 48,958,159 (7/2017)

Khí hậu: Do có nhiều đồi núi, khí hậu Tây Ban Nha phân hóa rất phức tạp. 3 khu vực khí hậu chính. Khí hậu lục địa: ở những vùng đất ở sâu trong nội địa, trong đó có thủ đô Madrid. Khí hậu Địa Trung Hải: trải dài từ đồng bằng Andalusia đến phía nam và vùng bờ biển phía đông chạy lên gần dãy núi Pyrenees, những phía núi chạy theo đường bờ biển, trong đó có thành phố Barcelona. Khí hậu Hải dương: ở Galicia, những dải đồng bằng ven vịnh Biscay. Khu vực có khí hậu hải dương còn được gọi là Tây Ban Nha Xanh.

Ngôn ngữ: Tiếng Tây Ban Nha là ngôn ngữ chính của 74% dân số; 17% nói tiếng Catalan, 7% nói tiếng Galician và 2% dân số nói tiếng Basque.

Tôn giáo: 94% dân số Tây Ban Nha theo đạo Thiên chúa giáo, 6% theo các tôn giáo khác.

Đơn vị tiền tệ: Đồng Euro (EUR) – Tỷ giá 1 EUR = 1.4 USD (2011)

Múi giờ: GMT + 1

Thế chế: Tây Ban Nha là quốc gia quân chủ lập hiến. Vua là Nguyên thủ quốc gia. Quyền lập pháp thuộc các nghị sĩ Quốc hội, gồm Thượng nghị viện (Senado) và Hạ nghị viện (Congreso de los Diputados). Quyền hành pháp thuộc Hội đồng Bộ Trưởng. Tư pháp bao gồm Tòa án tối cao, Tòa án công luận.

### **5.2. Tổng quan về nền kinh tế**

2015-2017 là giai đoạn nền kinh tế Tây Ban Nha phục hồi mạnh mẽ sau khủng hoảng kinh tế từ năm 2009. Đến hết Quý III/2017, quy mô kinh tế Tây Ban Nha chính thức đạt trở lại mức tương đương như trước khủng hoảng kinh tế.

Những yếu tố chính đóng góp vào tăng trưởng GDP là: (i) ưu tiên công ăn việc làm; (ii) nới lỏng chính sách tiền tệ; (iii) phát huy thế mạnh ngành du lịch; (iv) tăng xuất khẩu; (v) giá dầu và nguyên liệu vẫn ở mức thấp; (vi) phục hồi đầu tư của doanh nghiệp; và (vii) chú trọng tiêu dùng.

Trong hai năm qua, Chính phủ Tây Ban Nha tiếp tục thúc đẩy chương trình cải cách để phục hồi kinh tế và hoàn thành các cam kết của Tây Ban Nha với Liên minh châu Âu. Những cải cách này nhằm đảm bảo tăng trưởng kinh tế và tạo công ăn việc làm một cách hài hòa và bền vững cả trong trung và dài hạn.



**Bảng 9: Một số chỉ tiêu kinh tế**

Năm	GDP (tỷ USD)	Tăng trưởng GDP (%)	Tỷ lệ thất nghiệp (%)	Thâm hụt ngân sách (%)	Nợ công (%GDP)	Tỷ lệ lạm phát (%)
<b>2015</b>	1.198,4	3,4	22,1	5,28	99,4	0,02
<b>2016</b>	1.237,8	3,3	19,6	4,51	99,0	1,57
<b>2017</b>	1.314,0	3,1	17,2	3,11	98,3	1,11
<b>2018 (dự kiến)</b>	1.506,4	2,7	15,5	2,2	95,5	1,9
<b>2019 (dự kiến)</b>	1.583,9	2,4	13,8	1,3	92,6	2,3

Một số ngành kinh tế trọng điểm: Hạ tầng (đường sắt, đường bộ); Công nghiệp xe hơi; Công nghiệp hóa chất; Năng lượng tái tạo (gió, mặt trời); Du lịch kết hợp văn hóa, ẩm thực.

### ***Thông tin về xuất nhập khẩu, đầu tư***

#### *Thị trường xuất – nhập khẩu chính của Tây Ban Nha năm 2017*

Thị trường Tây Ban Nha xuất khẩu gồm: Pháp (41,6 tỷ euro), Đức (30,9 tỷ euro), Italy (22,2 tỷ euro), Bồ Đào Nha (19,8 tỷ euro), Anh (19 tỷ euro), Hoa Kỳ (12,5 tỷ euro), Hà Lan (9,5 tỷ euro), Bỉ (8,3 tỷ euro), Maroc (8 tỷ euro), Trung Quốc (6,3 tỷ euro), Thổ Nhĩ Kỳ (5,7 tỷ euro), Ba Lan (5,5 tỷ euro), Mexico (4,6 tỷ euro), Thụy sỹ (4,1 tỷ euro), Algérie (2,7 tỷ euro).

Thị trường Tây Ban Nha nhập khẩu gồm: Đức (38,9 tỷ euro), Pháp (33,3 tỷ euro), Trung Quốc (25,7 tỷ euro), Italy (20,2 tỷ euro), Mỹ (13,8 tỷ euro), Hà Lan (12,5 tỷ euro), Anh (11,4 tỷ euro), Bồ Đào Nha (11 tỷ euro), Bỉ (7,8 tỷ euro), Maroc (6,3 tỷ euro), Thổ Nhĩ Kỳ (6,1 tỷ euro), Ba Lan (5,2 tỷ euro), Algeria (4,6 tỷ euro), Nigeria (4,4 tỷ euro), Séc (4,2 tỷ euro).

#### *Về đầu tư*

Tính đến tháng 3/2018, tổng vốn FDI vào Tây Ban Nha là 394,1 tỷ euro, và vốn Tây Ban Nha đầu tư tại các nước là 744,8 tỷ euro. Trong đó:

(i) Các nước có vốn đầu tư lớn vào Tây Ban Nha lần lượt là: Hà Lan (84,3 tỷ euro), Anh (63,2 tỷ euro), Luxemburg (62,7 tỷ euro), Pháp (33,5 tỷ euro), Đức (31 tỷ euro), Italy (26,3 tỷ euro), Mỹ (13,7 tỷ euro), Bồ Đào Nha (11,9 tỷ euro), Thụy Sĩ (10,9 tỷ euro), Các Tiểu vương quốc Ả rập (7,8 tỷ euro), Mexico (5,7 tỷ euro), Bỉ (4,2 tỷ euro), Thụy Điển (3,8 tỷ euro), Hồng Kông (2,9 tỷ euro), Nhật Bản (2,8 tỷ euro).

(ii) Các nước Tây Ban Nha có vốn đầu tư lớn nhất là: Anh (139,4 tỷ euro), Hà Lan (73,7 tỷ euro), Mỹ (69,4 tỷ euro), Brasil (64,1 tỷ euro), Mexico (42,5 tỷ euro), Argentina (36,8 tỷ euro), Pháp (32,2 tỷ euro), Đức (27,5 tỷ euro), Bồ Đào Nha (26,8 tỷ euro), Chilê (25,7 tỷ euro), Italy (22,3 tỷ euro), Ai-len (17,9 tỷ euro), Canada (14,2 tỷ euro), Hungary (13,4 tỷ euro), Peru (11,4 tỷ euro).

### 5.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam

#### Thương mại

**Bảng 10: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Tây Ban Nha**

Đơn vị tính: triệu USD

Kim ngạch	2013	2014	2015	2016	2017
Xuất khẩu	312,5	353,6	406,6	448,0	503,8
Nhập khẩu	2.113,1	2.565,	2.327,5	2.293,8	2.517,7
Xuất nhập khẩu	2.425,5	2.919,1	2.734,1	2.741,8	3.021,5

Nguồn: Hải quan Việt Nam

**Bảng 11: Một số mặt hàng Tây Ban Nha xuất khẩu sang Việt Nam**

Đơn vị tính: triệu USD

TT	Mặt hàng	2015	2016	2017
1	Máy móc thiết bị dụng cụ phụ tùng khác	52,7	67,7	98,6
2	Dược phẩm	54,1	67,9	73,5
3	Sản phẩm hóa chất	53,3	53,7	59,1
4	Hóa chất	14,4	15,9	23,5
5	Chất dẻo nguyên liệu	20,3	22,9	18,2
6	Nguyên phụ liệu dược phẩm	8,9	11,9	13,2
7	Nguyên phụ liệu dệt may da giày	14,7	13,6	11,1
8	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	38,9	33,6	11,0
9	Sữa và sản phẩm sữa	10,7	6,5	10,0
10	Sản phẩm từ sắt thép	12,6	6,6	8,8

Nguồn: Hải quan Việt Nam

**Bảng 12: Một số mặt hàng Tây Ban Nha Nhập khẩu từ Việt Nam**

Đơn vị tính: triệu USD

TT	Mặt hàng	2015	2016	2017
1	Điện thoại các loại và linh kiện	734,4	784,0	883,7
2	Hàng dệt, may	521,7	441,9	449,6
3	Giày dép các loại	282,7	266,8	258,2
4	Cà phê	230,6	211,4	220,9
5	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	154,7	152,8	192,0
6	Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	34,4	62,7	91,1
7	Hàng thủy sản	91,6	85,3	61,2
8	Sắt thép các loại	3,3	1,4	49,3
9	Hạt điều	18,7	19,8	29,4
10	Gỗ và sản phẩm gỗ	22,3	23,0	28,0

Nguồn: Hải quan Việt Nam

## ***Đầu tư***

Đầu tư của Tây Ban Nha tại Việt Nam còn ở mức rất thấp so với các nước châu Âu khác. Đến hết năm 2017, Tây Ban Nha có 63 dự án đầu tư tại Việt Nam với tổng vốn đăng ký 90,8 triệu USD, đứng thứ 48 trong tổng số 126 nước và vùng lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam. Các dự án đầu tư của Tây Ban Nha nhìn chung đều có quy mô nhỏ.

Thời gian qua, các doanh nghiệp Tây Ban Nha rất quan tâm đến việc tham gia vào thị trường đấu thầu xây dựng cơ sở hạ tầng tại Việt Nam, kể cả theo hình thức PPP. Tuy nhiên cho đến giờ vẫn không có nhiều kết quả khả quan do thiếu kinh nghiệm kinh doanh tại thị trường Việt Nam cũng như sự thận trọng, mức độ chịu rủi ro không cao của các doanh nghiệp Tây Ban Nha. Mặt khác nhiều doanh nghiệp lớn hy vọng tham gia vào dự án xây dựng đường tàu điện ngầm số 5 tại TP Hồ Chí Minh sử dụng vốn ODA của TBN từ nhiều năm nay nhưng Quốc hội Việt Nam vẫn chưa thông qua dự án.

Một thế mạnh khác của Tây Ban Nha là công nghệ năng lượng tái tạo và năng lượng sạch. Hiện nay chính phủ Tây Ban Nha và các doanh nghiệp bạn rất mong muốn thúc đẩy hợp tác trong lĩnh vực nói trên. Các sản phẩm của TBN đạt chuẩn châu Âu nhưng giá cả rất cạnh tranh.

Theo số liệu thống kê của Bộ Kinh tế và Cạnh tranh Tây Ban Nha, tính đến tháng 12/2017 tổng vốn đầu tư của Việt Nam tại Tây Ban Nha là 606,6 nghìn USD, đứng thứ 149/200 nước có đầu tư vào Tây Ban Nha. Riêng năm 2017, vốn đầu tư của Việt Nam vào Tây Ban Nha tăng thêm 573 nghìn USD, tập trung vào hai lĩnh vực là dịch vụ logistics và đại lý du lịch.

### **5.4. Tiềm năng của thị trường**

Các Hiệp định đã ký giữa hai nước

- Hiệp định khung về Hợp tác.
- Hiệp định Hợp tác Du lịch giữa Tổng cục Du lịch VN và Bộ Du lịch Tây Ban Nha
- Hiệp định tránh đánh thuế hai lần
- Hiệp định Hợp tác Văn hóa, Giáo dục và Khoa học kỹ thuật.
- Hiệp định Khuyến khích và Bảo hộ Đầu tư
- Chương trình hành động chung giữa Chính phủ Việt Nam và Chính phủ Tây Ban Nha, trong đó xác định khuôn khổ quan hệ song phương là «Đôi tác chiến lược hướng tới tương lai»;
- Bản ghi nhớ về cấp vốn xây tàu điện ngầm tại Thành phố Hồ Chí Minh;
- Bản ghi nhớ về danh mục dự án ưu tiên trong Chương trình Tài chính giai đoạn 4;
- Bản ghi nhớ về hợp tác Khoa học – Công nghệ;
- Bản ghi nhớ về hợp tác lao động và bảo hiểm xã hội;
- Biên bản ghi nhớ về hợp tác trong lĩnh vực Hạ tầng giao thông.
- Biên bản ghi nhớ về hợp tác Quốc phòng.
- Hiệp định Vận chuyển hàng không giữa Chính phủ Việt Nam và Chính phủ Tây Ban Nha.

– Hiệp định tài chính lần thứ 5.

– Bản ghi nhớ về việc thành lập Ủy ban liên Chính phủ về kinh tế, thương mại và đầu tư.

Tiềm năng nông nghiệp, nông sản

Tây Ban Nha có ngành nông nghiệp phát triển cao. Các doanh nghiệp Tây Ban Nha có thể hợp tác về khoa học nông nghiệp, chế biến nông sản...

## **6. Thị trường Nhật Bản**

### **6.1. Thông tin cơ bản**

Tên nước: Nhật Bản

Thủ đô: Tokyo

Diện tích: 377.972,75 km<sup>2</sup>

Dân số: 126.740.000 người

Khí hậu: Do có nhiều đồi núi, khí hậu Tây Ban Nha phân hóa rất phức tạp. 3 khu vực khí hậu chính. Khí hậu lục địa: ở những vùng đất ở sâu trong nội địa, trong đó có thủ đô Madrid. Khí hậu Địa Trung Hải: trải dài từ đồng bằng Andalusia đến phía nam và vùng bờ biển phía đông chạy lên gần dãy núi Pyrenees, những phía núi chạy theo đường bờ biển, trong đó có thành phố Barcelona. Khí hậu Hải dương: ở Galicia, những dải đồng bằng ven vịnh Biscay. Khu vực có khí hậu hải dương còn được gọi là Tây Ban Nha Xanh.

Ngôn ngữ: Tiếng Nhật

Tôn giáo: 51.82% Thần đạo; 34.9% Phật giáo; 4% Các giáo phái Shinto; 2.3% Ki tô giáo; 6.98% không tôn giáo hoặc tôn giáo khác.

Đơn vị tiền tệ: Đồng Yên Nhật (JPY)

Múi giờ: GMT + 9

Thể chế: Nhật Bản là một nước theo hệ thống quân chủ lập hiến, quyền lực của Thiên hoàng vì vậy rất hạn chế. Theo hiến pháp, Thiên hoàng được quy định là một "biểu tượng của Quốc gia và của sự hòa hợp dân tộc" mang tính hình thức lễ nghi. Quyền điều hành đất nước chủ yếu được trao cho Thủ tướng và những nghị sĩ do dân bầu ra.

### **6.2. Tổng quan về nền kinh tế**

Nhật Bản có một nền kinh tế phát triển, hiện đứng thứ 4 thế giới về GDP theo sức mua (PPP) sau Trung Quốc, Mỹ, và Ấn Độ. Sau 3 thập kỷ tăng trưởng mạnh, nền kinh tế Nhật Bản giảm tốc từ những năm 1990, duy trì mức tăng trưởng trung bình trong những năm 2000, nhưng lại liên tục rơi vào suy thoái kể từ năm 2008. Với những nỗ lực của chính quyền Thủ tướng Shinzo Abe trong nới lỏng tiền tệ, chính sách tài khóa linh hoạt, và tái cấu trúc nền kinh tế, Nhật Bản dần phục hồi trong những năm gần đây, dù tiếp tục phải đối mặt với nhiều thách thức trong dài hạn do tình trạng nợ công cao, dân số già và tỷ lệ sinh thấp. (Theo CIA World Factbook).

**Bảng 13: Một số chỉ tiêu cơ bản về kinh tế**

Chỉ tiêu	2015	2016	2017	2018 (dự báo)
<b>GDP (tỷ USD)</b>	4.395	4.949,3	4.872,1	-
<b>Tăng trưởng GDP (%)</b>	1,35	0,94	1,71	1,3
<b>Lạm phát (%)</b>	0,79	-0,12	0,47	-

(Theo JETRO: <https://www.jetro.go.jp/world/japan/stats/stat01/>)

Một số ngành kinh tế trọng điểm: Ngành dịch vụ (dịch vụ thương mại, tài chính...); Ngành công nghiệp (chế tạo tàu biển, xe hơi, xe gắn máy...); Ngành nông nghiệp (đánh bắt, nuôi trồng, chế biến thủy hải sản...).

Thông tin về xuất nhập khẩu, đầu tư

**Bảng 14: Xuất nhập khẩu Nhật Bản, 2015 – 5.2018**

*Đơn vị: tỷ Yên*

	2015	2016	2017	T5/2018
<b>Xuất khẩu</b>	6.337,8	6.678,9	7.303,9	6.323,6
<b>Nhập khẩu</b>	6.198,9	6.043,0	6.947,7	6.904,0
<b>Cán cân thương mại</b>	138,9	635,9	356,2	-580,4
<b>Xuất nhập khẩu</b>	12.536,7	12.721,9	14.251,6	19.551,2

\* Các nhóm hàng xuất khẩu chính (năm 2017): phương tiện vận tải (chiếm khoảng 22,3%); máy móc (20,7%); thiết bị điện (18%); ô tô (15,3%); sắt thép các loại (11,2%); hóa chất 10,5%.

\* Các nhóm hàng nhập khẩu chính: Nhật Bản phát triển đa dạng các ngành nghề và với mức sống cao, do đó nhu cầu nhập khẩu các sản phẩm cũng đa dạng phong phú với nhiều chủng loại hàng hóa. Ngoài nhiên liệu khoáng sản thì thiết bị điện, máy móc, thực phẩm, hóa chất, hàng thủy sản, ngũ cốc, gỗ và các sản phẩm nguyên liệu ... là các mặt hàng nhập khẩu chính của Nhật Bản. Năm 2017, các nhóm nhập khẩu chính gồm có: nhiên liệu khoáng sản (24%); thiết bị điện (16,6%); dầu thô (11,1%); hóa chất (9,3%); máy móc (9,1%); thực phẩm (8,9%); sắt thép các loại (8,5%).

\* Các đối tác thương mại chính:

– Trung Quốc: các sản phẩm của Trung Quốc xuất khẩu sang Nhật Bản gồm: các sản phẩm về may mặc, đồ gia dụng, hàng hóa dành cho sản xuất, tiêu dùng sinh hoạt hàng ngày... Các sản phẩm của Nhật Bản xuất khẩu sang Trung Quốc gồm: nguyên phụ liệu sản xuất chất

đeo, nhựa; chất bán dẫn, máy móc thiết bị và phụ tùng; nguyên, phụ tùng... Tổng kim ngạch thương mại Nhật Bản-Trung Quốc năm 2016 đạt 271,7 tỷ USD (chiếm 21,5% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Nhật Bản), trong đó Nhật Bản xuất khẩu sang Trung Quốc 116,7 tỷ USD và nhập khẩu từ Trung Quốc 155 tỷ USD; năm 2017 ước đạt 303 tỷ USD tăng 11,5% (chiếm 21,7% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Nhật Bản), trong đó Nhật Bản xuất khẩu sang Trung Quốc 135,4 tỷ USD tăng 20,5%, và nhập khẩu từ Trung Quốc 167,7 tỷ USD tăng 8,4%;

– Mỹ: Nhật Bản xuất khẩu sang Mỹ các sản phẩm thể mạnh như: ô tô, máy móc cơ khí, các sản phẩm điện tử,... Ngược lại Nhật Bản cũng nhập khẩu các sản phẩm của Mỹ như nông sản, hải sản,... Năm 2016, tổng kim ngạch thương mại hai chiều Nhật Bản-Mỹ đạt 196,4 tỷ USD (chiếm 15,5% Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Nhật Bản), trong đó Nhật Bản xuất khẩu 128,4 tỷ USD và nhập khẩu từ Mỹ 68,1 tỷ USD. Năm 2017, tổng kim ngạch thương mại hai chiều Nhật Bản-Mỹ đạt 210,8 tỷ USD tăng 7,3% (chiếm 15,1% Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Nhật Bản), trong đó Nhật Bản xuất khẩu 137,4 tỷ USD tăng 6,8% và nhập khẩu từ Mỹ 73,4 tỷ USD tăng 10,3%.

– EU: các sản phẩm của Nhật Bản xuất sang các nước EU như: máy móc, thiết bị cơ khí, điện tử, ô tô, máy móc công nghiệp, .... Năm 2016, tổng kim ngạch thương mại hai chiều Nhật Bản-EU đạt 146,3 tỷ USD, trong đó Nhật Bản xuất khẩu sang EU 72,5 tỷ USD và nhập khẩu từ EU 73,8 tỷ USD. Năm 2017, tổng kim ngạch thương mại hai chiều Nhật Bản-EU đạt 158,3 tỷ USD tăng 8,2%, trong đó Nhật Bản xuất khẩu sang EU 78,7 tỷ USD tăng 8,5% và nhập khẩu từ EU 79,6 tỷ USD tăng 7,4%.

### **6.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam**

#### ***Về thương mại***

Thống kê mới nhất cho thấy, tính đến hết tháng 6/2018, tổng giá trị kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Nhật Bản đạt khoảng 17,764 tỷ USD. Trong đó, trị giá kim ngạch gần như được chia đều cho mỗi nước khi Việt Nam xuất khẩu sang Nhật Bản đạt xấp xỉ 8,886 tỷ USD tăng 10,6% so với cùng kỳ năm 2017, nhập khẩu từ Nhật Bản khoảng 8,878 tỷ USD tăng 12,6% so với cùng kỳ năm 2017.

Đến hết tháng 6/2018, cả nước có 10 nhóm hàng xuất khẩu sang Nhật Bản đạt trị giá kim ngạch từ 100 triệu USD trở lên. Lớn nhất là dệt may đạt 1,7 tỷ USD. Kế đến là: Phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 1,16 tỷ USD; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác 882 triệu; thủy sản đạt 615 triệu USD, gỗ và sản phẩm gỗ đạt 528 triệu USD... Trong các mặt hàng lớn xuất khẩu sang Nhật Bản, dệt may được xem là nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng cao nhất, đạt gần 23,9%.

Đối với mặt hàng có thể mạnh của Việt Nam từ nhiều năm nay là mặt hàng thủy sản thì từ đầu năm 2018 đến nay, do Nhật Bản tăng mua mặt hàng tôm- mặt hàng chủ lực trong lĩnh vực thủy sản, nên tốc độ tăng trưởng xuất khẩu tôm nói riêng và thủy sản nói chung sang Nhật Bản tăng cao hơn so với Hoa Kỳ (thị trường lớn nhất của mặt hàng thủy sản xuất khẩu).

**Bảng 15: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản**

Mặt hàng	2016 (triệu USD)	2017 (triệu USD)	Tăng/giảm (%)	
			T12/17 so với T11/17	12T/17 so với 12T/16
<b>Tổng</b>	<b>14.671,488</b>	<b>16.841,463</b>	<b>1,3</b>	<b>14,8</b>
Hàng thủy sản	1.098,337	1.302,911	-5,7	18,6
Hàng rau quả	75,138	127,206	-15,1	69,3
Hạt điều	26,219	28,305	86,4	8,0
Cà phê	202,958	209,768	-18,5	3,4
Hạt tiêu	28,303	19,659	28,1	-30,5
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	38,375	42,012	-26,8	9,5
Than đá	63,123	118,315	-60,4	87,4
Dầu thô	171,351	337,307	-	96,9
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	356,226	354,409	10,6	-0,5
Sản phẩm mây, tre, cỏ và thảm	42,918	51,902	-11,5	20,9
Gỗ và sản phẩm gỗ	979,924	1.022,702	18,5	4,4
Hàng dệt, may	2.899,254	3.110,438	6,5	7,3
Sản phẩm gốm, sứ	69,613	73,301	2,9	5,3
Điện thoại các loại và linh kiện	416,222	791,2553	56,1	90,1
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	1.563,413	1.718,337	1,0	9,9
Dây điện và dây cáp điện	222,976	307,543	-45,5	37,9

Trong khi đó, cùng thời điểm trên, có 12 nhóm hàng nước ta nhập khẩu từ Nhật Bản đạt trị giá từ 100 triệu USD trở lên. Đứng đầu là máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng đạt 2,1 tỷ USD. Tiếp đến là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 1,773 tỷ USD; sắt thép các loại 780 triệu USD; sản phẩm từ chất dẻo 332 triệu USD...

Đáng chú ý, trị giá kim ngạch xuất nhập khẩu giữa 2 nước 5 tháng đầu năm 2018 duy trì được sự cân bằng, trong khi những năm trước điều này thường không diễn ra. Cụ thể, 5 năm gần đây (từ năm 2012 đến 2016), Việt Nam duy trì mức xuất siêu sang Nhật Bản trong 3 năm đầu (2012, 2013, 2014), nhưng 2 năm sau đó mức thặng dư thương mại đảo chiều sang nước

bạn. Trong đó, năm 2012 Việt Nam xuất siêu được 1,462 tỷ USD; năm 2013 xuất siêu 2,016 tỷ USD; năm 2014 xuất siêu 1,767 tỷ USD. Bước sang năm 2015, Việt Nam nhập siêu từ Nhật Bản 218 triệu USD; năm 2016 nhập siêu 393 triệu USD.

**Bảng 16: Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Nhật Bản**

Mặt hàng	2016 (triệu USD)	2017 (triệu USD)	So sánh tăng/giảm (%)	
			T12/17 so với T11/17	12T/17 so với 12T/16
<b>Tổng</b>	<b>15.064,045</b>	<b>16.592,325</b>	<b>6,2</b>	<b>10,1</b>
Hóa chất	309,357	384,255	-5,1	24,2
Sản phẩm hóa chất	320,818	430,886	9,7	34,3
Phân bón các loại	22,621	33,992	1,8	50,3
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	36,902	37,295	67,4	1,1
Sản phẩm từ cao su	125,235	137,7	9,5	10,0
Giấy các loại	154,173	185,460	7,9	20,3
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	230,034	250,299	0,8	8,8
Phê liệu sắt thép	446,463	443,743	-32,7	-0,6
Sắt thép các loại	1.185,250	1.389,637	-19,0	17,2
Sản phẩm từ sắt thép	462,818	506,02	1,9	9,3
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	2.805,727	3.181,533	6,8	13,4
Hàng điện gia dụng và linh kiện	14,725	18,669	0,6	26,8
Điện thoại các loại và linh kiện	42,096	206,991	23,0	391,7
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	4.172,267	4.263,303	24,4	2,2
Ô tô nguyên chiếc các loại	279,2	120,558	400,7	-56,8
Linh kiện, phụ tùng ô tô	792,338	650,074	-1,8	-18,0
Phương tiện vận tải khác và phụ tùng	208,394	230,267	-52,2	10,5

#### **Về đầu tư**

Nhật Bản đã đầu tư vào hầu hết các tỉnh, thành phố và lĩnh vực kinh tế trọng yếu của Việt Nam. Trong đó, đầu tư vào Thanh hóa nhiều nhất với 15 dự án với số vốn đầu tư 12,5 tỷ USD. Thứ hai là Hà nội với 978 dự án và tổng vốn đầu tư 5,2 tỷ USD. Tiếp theo là các địa phương Bình Dương, TP Hồ Chí Minh, Hải phòng, Đồng Nai, Vĩnh Phúc... Doanh nghiệp Nhật Bản chính là kênh đối ngoại, giao lưu kinh tế thiết thực nhất, góp phần thúc đẩy quan hệ hợp tác song phương với nhiều đóng góp vào phát triển kinh tế- xã hội, chuyển đổi cơ cấu kinh tế...

#### **6.4. Tiềm năng của thị trường**

Các hiệp định, thỏa thuận đã ký kết

- Hiệp định Đối tác toàn diện (AJCEP)



- Hiệp định Đối tác Kinh tế (VJEPA)
- Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)
- Hiệp định vay ODA cho dự án phát triển cơ sở hạ tầng khu công nghệ cao Hòa Lạc (giai đoạn 2);

- Bản ghi nhớ hợp tác thể thao giữa Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam và Bộ Giáo dục, Văn hóa, Thể thao, Khoa học và Công nghệ Nhật Bản;

- Thỏa thuận hợp tác nhằm tăng cường hơn nữa quan hệ hợp tác trong lĩnh vực kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và Nhật Bản giữa Bộ Công Thương Việt Nam và Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO); Bộ Công Thương Việt Nam và Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản;

- Bản ghi nhớ hợp tác trong lĩnh vực công nghiệp, năng lượng và thương mại giữa Bộ Công Thương Việt Nam và Cục Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Kansai (METI Kansai); giữa thành phố Hồ Chí Minh và Cục Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Kansai (METI Kansai); giữa tỉnh Đồng Nai và Cục Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Kansai (METI Kansai).

- Các bản ghi nhớ và thỏa thuận hợp tác về kinh tế và đầu tư giữa các địa phương của Việt Nam và địa phương của Nhật Bản.

Quan hệ giữa Việt Nam và Nhật Bản ngày càng phát triển thực chất và toàn diện trên các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa giáo dục, khóa học công nghệ... Mặc dù Nhật Bản có sự thay đổi, điều chỉnh vài lần trong nội các và đảng cầm quyền, song các chính sách của Nhật Bản đối với Việt Nam không thay đổi. Nhật Bản hiện là đối tác thương mại lớn thứ 3 của Việt Nam, sau Mỹ, Trung Quốc; và là nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài cũng như viện trợ ODA hàng đầu của Việt Nam. Trong hai năm 2016 – 2017, mặc dù tình hình kinh tế thế giới, khu vực có nhiều diễn biến không thuận, song quan hệ thương mại giữa 2 nước vẫn được duy trì và thúc đẩy mạnh mẽ.

Năm 2017, kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam – Nhật Bản đạt mức tăng trưởng cao nhất từ trước tới nay. Sang năm 2018 và những năm tiếp theo, thương mại giữa Việt Nam và Nhật Bản dự báo vẫn tiếp tục tăng trưởng khả quan nhờ lợi thế được hưởng về thuế suất ưu đãi từ các FTA, các Hiệp định song phương ký kết giữa hai nước và đặc biệt là triển vọng của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)... Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu và nhập khẩu giữa Việt Nam và Nhật Bản lại mang tính chất bổ trợ lẫn nhau. Hiện nay các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Nhật Bản gồm có: hàng dệt may (tăng trưởng xuất khẩu hàng năm khoảng 20%); hàng thủy sản (gồm: tôm, mực, bạch tuộc đông lạnh, cá ngừ đại dương,...); hàng đồ gỗ tăng trưởng xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản nhanh, chiếm

tỷ trọng tương đối khoảng 8% chỉ sau Trung Quốc (gồm: đồ nội thất, gỗ ván sàn, hòm tủ, khung tranh, gỗ mỹ nghệ,...); hàng dây điện và cáp điện.

Các mặt hàng Việt Nam có lợi thế để gia tăng xuất khẩu vào Nhật Bản và cũng là những lĩnh vực Việt Nam có thể khai thác tại thị trường Nhật Bản gồm các sản phẩm nông, lâm, thủy sản; hàng dệt may, giày da; máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác; sắt thép các loại; linh kiện điện tử... đều là những mặt hàng Việt Nam đang đạt mức tăng trưởng cao trong nhiều năm qua. Trong khi đó, Việt Nam nhập khẩu từ Nhật Bản các mặt hàng chủ yếu như máy móc, thiết bị và nguyên liệu cho sản xuất. Thị trường Công nghệ thông tin của Nhật Bản được đánh giá là thị trường có tiềm năng vô cùng lớn. Dự kiến đến năm 2020, xuất khẩu phần mềm Việt Nam từ mức 300 triệu USD có thể đạt doanh thu 1 tỷ USD; số lập trình viên làm việc cho thị trường Nhật Bản trong thời gian tới có thể tăng từ 10.000 lên đến 300.000 lập trình viên.

Để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Nhật Bản thời gian tới, cần chú trọng phát triển ngành công nghiệp chế biến, công nghiệp phụ trợ, chú trọng các sản phẩm nông sản và hải sản, đảm bảo đáp ứng được các đơn đặt hàng của các doanh nghiệp Nhật Bản, nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm và tuân thủ các điều kiện nhập khẩu của Nhật Bản...

Theo nội dung FTA Việt Nam – Nhật Bản, thuế suất bình quân đối với hàng Việt Nam xuất khẩu vào Nhật Bản sẽ giảm dần xuống 2,8% vào năm 2018. Khi Hiệp định có hiệu lực, ít nhất 86% hàng nông – lâm – thủy sản và 97% hàng công nghiệp Việt Nam xuất sang Nhật Bản được hưởng ưu đãi thuế. Đổi lại, thuế suất bình quân đối với hàng nhập khẩu từ Nhật Bản vào Việt Nam sẽ giảm dần, xuống còn 7% vào năm 2018. Các mặt hàng thủy sản, nông sản, dệt may, sắt thép, hóa chất, linh kiện điện tử có mức cam kết tự do hóa mạnh mẽ nhất. Trong vòng 10 năm, theo thỏa thuận, Việt Nam và Nhật Bản cơ bản hoàn tất lộ trình giảm thuế để xây dựng một khu vực thương mại tự do song phương hoàn chỉnh. Theo đó, 94,53% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và 87,6% kim ngạch xuất khẩu của Nhật Bản sẽ được miễn thuế nhập khẩu. Khi cần tham khảo quy định về xuất nhập khẩu, chính sách thuế và thuế suất khi tiếp cận, thâm nhập thị trường Nhật Bản, doanh nghiệp có thể tìm trên website chính thức của Hải quan Nhật Bản như sau: <http://www.customs.go.jp/english/index.htm>

Theo khảo sát mới đây của Tổ chức Xúc tiến Mậu dịch Nhật Bản (JETRO), Việt Nam đã vươn lên vị trí thứ 2 sau Trung Quốc trong số các quốc gia mà doanh nghiệp Nhật Bản quan tâm đầu tư trong thời gian tới. Giới doanh nghiệp Nhật Bản đánh giá Việt Nam là một thị trường hấp dẫn nhờ lợi thế dân số gần 100 triệu người, sự gia tăng thu nhập trung bình, thay đổi thói quen tiêu dùng, cơ cấu dân số trẻ và sự phát triển kinh tế tốc độ cao.

## **7. Thị trường Bỉ**

### **7.1. Thông tin cơ bản**

Tên nước: Vương quốc Bỉ

Thủ đô: Bruxelles (có trụ sở NATO, Nghị viện Châu Âu, Ủy ban Châu Âu)

Quốc khánh: 15-11 (Lễ nhà vua - Fête de la Dynastie - Fête du Roi)

Diện tích: 30.528 km<sup>2</sup>

Dân số :11.409.077 (07/2016)

Khí hậu mùa hè trung bình: 16°C, mùa đông trung bình 3°C

Ngôn ngữ: Có 3 cộng đồng ngôn ngữ: Tiếng Pháp (4 triệu người), tiếng Hà Lan - Flamant (6,5 triệu người) và tiếng Đức (6,5 vạn người). Bỉ không có ngôn ngữ riêng.

Tôn giáo: 90% theo Thiên chúa giáo

Đơn vị tiền tệ: đồng EURO (từ 01/01/2002)

Múi giờ: GMT +1

Thể chế: Bỉ là một quốc gia thống nhất, theo chế độ quân chủ đại nghị, có Vua và Quốc hội. Quyền lập pháp thuộc về Vua và Quốc hội. Quyền hành pháp thuộc về Vua và Chính phủ. Quyền tư pháp thuộc về các tòa án. Những lần sửa đổi Hiến pháp kế tiếp nhau từ năm 1970 đến nay đã dần hình thành ở Vương quốc Bỉ một Nhà nước theo mô hình liên bang đặc thù với việc phân chia thẩm quyền giữa chính quyền Liên bang và chính quyền địa phương (gồm 3 Cộng đồng ngôn ngữ: Pháp, Hà Lan, Đức và 3 Vùng: Wallonie, Flanders, Bruxelles – Thủ đô).

Vua là nguyên thủ quốc gia có thẩm quyền phê chuẩn và ban hành các đạo luật, giải tán Quốc hội hoặc một trong hai viện của Quốc hội, triệu tập các kỳ họp bất thường của Quốc hội, bổ nhiệm và bãi nhiệm các Bộ trưởng, ân xá. Quốc hội gồm Thượng viện và Hạ viện, đều có nhiệm kỳ 4 năm. Thượng viện có 71 ghế, gồm 25 ghế do cử tri đoàn cộng đồng tiếng Flamand bầu, 15 ghế do cử tri đoàn cộng đồng tiếng Pháp bầu, 10 ghế do Hội đồng cộng đồng tiếng Flamand chỉ định, 10 ghế do Hội đồng cộng đồng tiếng Pháp chỉ định, 01 ghế do Hội đồng tiếng Đức chỉ định, các ghế còn lại được chỉ định theo quy định của Hiến pháp (Hội đồng là Cơ quan lập pháp của các Cộng đồng ngôn ngữ). Hạ viện gồm 150 ghế được bầu theo hình thức phổ thông đầu phiếu.

Nhà nước liên bang với chính quyền và cơ quan lập pháp có thẩm quyền chung về quốc phòng, an ninh, đối ngoại, định hướng phát triển tổng thể. Các Vùng và Cộng đồng ngôn ngữ đều có chính quyền và cơ quan lập pháp độc lập, với thẩm quyền riêng biệt. Các cộng đồng ngôn ngữ và các Vùng của Vương quốc Bỉ được trao các thẩm quyền chuyên biệt và độc lập với phạm vi rộng. Mỗi Cộng đồng ngôn ngữ và mỗi Vùng có một Nghị viện riêng, một Chính

phủ riêng và một hệ thống hành chính riêng; có quyền chủ động phát triển quan hệ quốc tế trong các lĩnh vực quản lý thuộc thẩm quyền nội bộ của mình.

Các Cộng đồng ngôn ngữ và các Vùng là chủ thể của pháp luật quốc tế, có tư cách pháp lý để ký kết điều ước và hiệp định quốc tế. Chính quyền Vùng có thẩm quyền chuyên biệt liên quan đến quy hoạch lãnh thổ và phát triển kinh tế.

Chính quyền Cộng đồng có thẩm quyền chuyên biệt liên quan đến con người (văn hoá, y tế, giáo dục, đào tạo).

## 7.2. Tổng quan về nền kinh tế

Theo Báo cáo của Ngân hàng TW Bỉ công bố tháng 6/2018, mức tăng trưởng kinh tế của Bỉ đạt 1,7% năm 2017 – cao hơn 0,2% so với năm 2016. Tuy nhiên, con số này được dự báo sẽ giữ ở mức 1,5% trong cuối năm 2018 và giảm xuống còn 1,4% năm 2020. Mức tăng trưởng kinh tế gần như giữ nguyên ở mức thấp là do chu kì đầu tư của doanh nghiệp giảm và tăng trưởng xuất khẩu chững lại. Chính phủ duy trì thâm hụt ngân sách dự báo ở mức 1% GDP năm 2018, tuy nhiên dự báo sẽ tăng lên 1,8% vào năm 2019.

**Bảng 17: Một số chỉ tiêu kinh tế của Bỉ, 2016 – 2017, dự báo tới 2020**

Đơn vị tính: %

Chỉ số	2016	2017	2018 (Dự báo)	2019 (Dự báo)	2020 (Dự báo)
Tăng trưởng GDP	1,5	1,7	1,5	1,5	1,4
Thất nghiệp	8,4	7,1	6,7	6,7	6,8
Lạm phát	1,8	2,2	1,6	1,7	2,0
Nợ công (% GDP)	105,7	103,4	102,3	101,8	101,1
Thâm hụt ngân sách	2,5%	2,5%	1%	1,8%	

Nguồn: Statbel

Báo cáo của Ủy ban Châu Âu tháng 3/2018 cho thấy Bỉ có tỉ lệ lạm phát 1,8% năm 2016 so với mức trung bình 0,2% của các nước trong khu vực đồng euro và đạt đỉnh 2,2% năm 2017 trước khi được dự báo sẽ giảm xuống 1,6% trong năm 2018. Giá năng lượng giảm là lý do lạm phát sẽ giữ ở mức 2% trong 2019.

Nợ công giảm đáng kể từ năm 2016 và dự báo xuống còn 102,3% GDP năm 2018. Tỷ lệ thất nghiệp giảm đều qua từng năm, dự báo sẽ xuống 6,8% năm 2020. Môi trường kinh doanh của Bỉ trong năm 2015 và 2016 không thuận lợi cho các nhà đầu tư bởi có đến 807 doanh nghiệp

phá sản vào tháng 12/2017 so với 678 doanh nghiệp cùng kì năm 2016. Riêng trong tháng 12/2017, tỷ lệ doanh nghiệp phá sản trong lĩnh vực vận tải hậu cần, thương mại và xây dựng lần lượt là 29,4%, 27,15% và 20%.

Chỉ số giá tiêu dùng tăng 0,1% trong tháng 6/2018 và hiện đang ở mức 107,02 điểm.

### ***Một số ngành kinh tế trọng điểm***

Ngành hóa chất: Năm 2016, doanh thu ngành này đạt 65 tỷ Euro và đem lại cơ hội việc làm cho 90.000 lao động trên thị trường Bỉ. 80% sản phẩm hóa chất được xuất khẩu, chủ yếu sang thị trường Đức, Pháp và Hà Lan. Năm 2016, ngành này chi khoảng 4 tỷ Euro vào việc đầu tư và nghiên cứu và hơn 60% được sử dụng để phát triển các nhà máy sản xuất. Hiện công nghiệp hóa chất chú trọng vào việc phát triển hóa học bền vững.

Sản xuất thực phẩm: Đây là ngành đóng vai trò then chốt của Bỉ. Những nhóm sản phẩm chính là thịt, sữa, sôcôla, đường và đồ uống. Một số thương hiệu lớn hoạt động trong ngành này bao gồm: Barry Callebaut Belgium, InBev, Coca-Cola, Unilever Belgium, Kraft Foods Belgium, Vandemoortele, Danone, Campina, Materne, Ferrero and Nestlé. Ngành chế biến thực phẩm phát triển mạnh đem lại nhiều cơ hội cho các nhà xuất khẩu nông nghiệp.

Dược phẩm: Bỉ là quốc gia hàng đầu trong ngành dược phẩm. Hiện nay có gần 30.000 công nhân làm việc trong ngành này và con số này đang ngày càng tăng lên. Dược phẩm chiếm hơn 10% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Mỗi năm hơn 1,5 tỉ Euro được đầu tư vào nghiên cứu và phát triển thực phẩm. Con số này chiếm 40% của tổng đầu tư tư nhân trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển, gấp đôi con số trung bình ở châu Âu.

Sản xuất kim loại: Bỉ là nhà xuất khẩu thép lớn thứ 6 trên thế giới với kim ngạch xuất khẩu đạt 18,1 triệu MT năm 2017. Ba thị trường xuất khẩu lớn của Bỉ là Đức, Pháp và Hà Lan. Các công ty lớn trong lĩnh vực này bao gồm ArcelorMittal, NLKM và Aperam.

Vận tải và giao nhận: Bỉ xếp vị trí thứ 6 thế giới và đứng thứ 3 trong EU về dịch vụ logistics, chỉ sau Đức và Hà Lan. Báo cáo của Ngân hàng Quốc gia Bỉ năm 2015 cho thấy ngành logistics chiếm tỷ trọng 4,6% trong GDP, tương ứng với 18,8 tỉ Euro, tăng 0,3% so với năm 2010. Ngành logistics đem cơ hội việc làm cho hơn 465.000 lao động, chiếm 9,9% lực lượng lao động nội địa. Tuy nhiên, do môi trường cạnh tranh dữ dội, trong giai đoạn 2010-2015, số lượng doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics tại Bỉ giảm đáng kể, từ 9.330 xuống khoảng còn 8.800 doanh nghiệp trong năm 2015.

### ***Thông tin về xuất nhập khẩu, đầu tư***

Theo Ngân hàng TW Bỉ, trong năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Bỉ đạt hơn 741,4 tỉ Euro, tăng 5,61% so với năm 2016. Trong đó, Bỉ đã xuất khẩu ra thị trường thế giới lượng hàng hóa có giá trị khoảng 381 tỉ Euro, tăng xấp xỉ 6% so với năm 2016 và nhập khẩu

hàng hóa có trị giá khoảng 360,3 tỉ Euro. Thặng dư thương mại năm 2017 đạt hơn 20,7 tỉ Euro. Nhìn chung, hoạt động xuất nhập khẩu của Bỉ trong năm vừa qua tăng khá so với mức tăng năm 2016.

**Bảng 18: Kim ngạch thương mại của Bỉ, 2015 – 2017**

(Đơn vị: triệu Euro)

	2015	2016	Tăng trưởng (%)	2017	Tăng trưởng (%)
<i>Xuất khẩu</i>	357.753,30	359.547,40	0,05	381.095,20	5,99
<i>Nhập khẩu</i>	338.570,70	342.478,60	1,15	360.339,50	5,22
<i>Tổng kim ngạch XNK</i>	696.324,00	702.026,00	0,82	741.434,70	5,61

Nguồn: NBB

Các mặt hàng xuất khẩu của Bỉ chủ yếu là hóa chất, chiếm 22,7% tổng giá trị xuất khẩu năm 2017, tiếp đến là thiết bị giao thông (chiếm 11,9%), máy móc (chiếm 10,4%), nhựa, kim loại và sản phẩm kim loại, dệt may và thực phẩm. Các thị trường xuất khẩu chính là Đức, Pháp, Hà Lan, Anh, Mỹ, và Ý. Về nhập khẩu, các đối tác quan trọng của Bỉ là Hà Lan, Đức, Pháp, Anh, Ireland và Ý với những sản phẩm chủ lực gồm hóa chất (chiếm 20,8% kim ngạch nhập khẩu tương đương với 74,1 tỉ Euro), thiết bị giao thông (13,2%), và các sản phẩm khoáng vật (13,1%).

### **7.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam**

#### ***Về thương mại***

Xuất khẩu của Việt Nam sang Bỉ đang tăng nhanh về cả kim ngạch lẫn tốc độ phát triển. Mức xuất siêu của Việt Nam với Bỉ tăng liên tục trong những năm gần đây.

– Các mặt hàng giày da, may mặc, cà phê vẫn chiếm tỉ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Bỉ. Nhưng sự tăng lên nhanh chóng của mặt hàng máy móc và các linh kiện gia công đang là những bước tiến mới của Việt Nam. Trong khi đó, xuất khẩu thủy sản đang trên đà giảm mạnh.

– So sánh về giá trị kim ngạch xuất khẩu của các nước ASEAN sang Bỉ, Việt Nam vẫn duy trì được thứ hạng 2 trong khu vực chỉ sau Singapore.

#### ***Về đầu tư***

Bỉ có đầu tư trực tiếp tại Việt Nam nhưng Việt Nam chưa có đầu tư trực tiếp tại Bỉ.

### **7.4. Tiềm năng của thị trường**

Các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam đã chiếm lĩnh được thị phần đáng kể tại Bỉ và có khả năng tiếp tục tăng trưởng gồm giày dép, dệt may, đồ gỗ gia dụng, cà phê, hạt điều, thủy

sản. Đây là những sản phẩm Việt Nam có lợi thế cạnh tranh so với các nước xuất khẩu khác trong khi Bỉ không còn hoặc còn rất ít cơ sở sản xuất nội địa các loại sản phẩm này.

Ngoài các sản phẩm nêu trên, Doanh nghiệp Việt Nam có thể nghiên cứu mở rộng canh tác cây ca cao tại các địa phương có khí hậu và thổ nhưỡng phù hợp (Bến Tre, Đồng Nai) để cung cấp hạt ca cao cho ngành sản xuất sô – cô – la của Bỉ vốn nổi tiếng trên thế giới.

### ***Lưu ý khi tiếp cận thị trường***

Chính sách thuế, thuế suất

Nhiều sản phẩm của Việt Nam còn được hưởng thuế suất ưu đãi GSP của EU dành cho các nước đang phát triển.

Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm dịch

Quy định về MRLs (mức dư lượng tối đa cho phép trong nông sản)

Tham khảo tại: [https://ec.europa.eu/info/departments/health-and-food-safety\\_en](https://ec.europa.eu/info/departments/health-and-food-safety_en)

Quy định về nhập khẩu sản phẩm có nguồn gốc động vật vào EU:

Tham khảo tại: [https://ec.europa.eu/info/departments/health-and-food-safety\\_en](https://ec.europa.eu/info/departments/health-and-food-safety_en)

Quyền sở hữu trí tuệ

Tham khảo tại trang web của Cơ quan sở hữu trí tuệ châu Âu (European Union Intellectual Property Office) <https://euipo.europa.eu/ohimportal/vi>

Tập quán kinh doanh

Người Bỉ rất trang trọng trong các cuộc đàm phán kinh doanh. Họ mong đợi đối tác làm ăn ứng xử lịch thiệp và nhã nhặn. Lưu ý, nên dùng các chức danh (President, Director, Manager, Dr., ...) trong thư tín và trong gặp gỡ trực tiếp.

Thông thường trong giao tiếp kinh doanh không nên tùy tiện hô tên của các đối tác, trừ khi đã thiết lập mối quan hệ lâu dài.

Cần tôn trọng thời gian và lịch gặp mặt.

Người Bỉ có thói quen bắt tay và chào hỏi khi gặp gỡ tiếp xúc, khi tiến vào và rời khỏi phòng họp.

Không nên thu xếp gặp mặt đối tác vào tháng 7 và tháng 8 (dịp nghỉ hè), từ ngày 20 tháng 12 tới ngày 6 tháng 1; tránh tuần trước và sau lễ Phục sinh hoặc trong các ngày làm việc gần sát ngày nghỉ lễ. Thông thường cần sắp xếp cuộc hẹn trước 01 đến 02 tuần tùy mức độ quan hệ.

Trang phục công sở lịch sự, trang trọng khi tới văn phòng. Complet và Caravatte đối với nam và trang phục công sở thanh lịch đối với nữ.

## 8. Thị trường Nga

### 8.1. Thông tin cơ bản

<b>Tên nước</b>	Liên bang Nga (Russian Federation)
<b>Thủ đô</b>	Mát-xơ-va (Moscow)
<b>Các thành phố chính</b>	Mát-xơ-va: 10,5 triệu dân; Saint Petersburg 4,5 triệu; Novosibirsk 1,3 triệu; Yekaterinburg 1,3 triệu; Nizhniy Novgorod 1,2 triệu.
<b>Quốc khánh</b>	12/6
<b>Diện tích</b>	17.098.242 km <sup>2</sup>
<b>Dân số</b>	142,470,272 người (dự tính đến tháng 7/2014), người Nga chiếm 79,8%, Tác -ta 3,8%, Ucraina 2%, Bashkir 1,2%, Chuvash 1,1%, khác 12,1%.
<b>Tài nguyên</b>	Nga là một trong những nước trên thế giới có nguồn tài nguyên khoáng sản phong phú bao gồm một trữ lượng lớn dầu khí, gas, than, gỗ và nhiều loại khoáng sản quý khác.
<b>Khí hậu</b>	Khí hậu thay đổi theo các vùng lãnh thổ. Khí hậu lục địa ẩm bao trùm vùng thảo nguyên nằm trên phần lãnh thổ Châu Âu của nước Nga, từ cận cực bắc của sa mạc Seberia ở phía Nam tới vùng lãnh nguyên ở cực Bắc. Vào mùa đông khí hậu mát mẻ ở vùng biển Đen và giá lạnh ở vùng sa mạc Seberia. Mùa hè, khí hậu thay đổi từ ẩm áp ở vùng thảo nguyên tới mát mẻ ở vùng ven biển Bắc Băng Dương.
<b>Ngôn ngữ</b>	Tiếng Nga được coi là ngôn ngữ chính thức, chiếm phần lớn; còn lại sử dụng tiếng dân tộc thiểu số.
<b>Tôn giáo</b>	Chính thống Nga 15-20%, Hồi giáo 10-15%, Thiên chúa giáo khác 2%
<b>Đơn vị tiền tệ</b>	Đồng rúp (RUB) – Tỷ giá 1 USD = 62.9 (2014)
<b>Múi giờ</b>	Tại Mát-xơ-va: GMT + 4 (nước Nga trải dài trên 9 múi giờ)
<b>Thể chế</b>	Liên bang. Quyền lập pháp thuộc về Quốc hội và Tổng thống. Quyền hành pháp thuộc về Tổng thống và Chính phủ. Tổng thống do dân bầu qua phổ thông đầu phiếu có nhiệm kỳ 4 năm. Quốc hội Liên bang lưỡng viện bao gồm Hội đồng Liên bang (178 ghế, nhiệm kỳ 4 năm) - Viện Duma (450 ghế, nhiệm kỳ 4 năm)



## 8.2. Tổng quan về nền kinh tế

**Bảng 19: Một số chỉ tiêu cơ bản về kinh tế của Nga, 2015 – 2017**

Chỉ tiêu	2015	2016	2017
GDP (tỷ USD)	1.360	1.280	1.290
Mức tăng GDP (%)	-3,7	-0,2	1,5
Lạm phát (%)	12,9	5,4	2,52

Quý tiền tệ quốc tế dự báo tăng trưởng GDP của Nga trong năm 2018 và 2019 lần lượt là 1,7% và 1,5%. Theo Bộ trưởng Bộ Phát triển Kinh tế Nga Maksim Oreshkin, tăng trưởng GDP của Nga trong năm 2018 có thể sẽ thấp hơn mức dự báo 2,1% trước đây; đồng thời tăng mức dự báo lạm phát từ 2,8% lên mức 3%. Trong khi đó, Ngân hàng Trung ương Nga đưa ra mức dự báo tăng trưởng GDP năm 2018 của Nga là 1,5 – 2%, lạm phát trong khoảng 3 – 4%.

### **Một số ngành kinh tế trọng điểm**

Theo Bộ Phát triển Kinh tế Nga, các ngành kinh tế trọng điểm của Nga từ nay đến năm 2030 là: dầu khí, nguyên liệu, giao thông, bán buôn và bán lẻ, nông nghiệp, công nghiệp rừng, gỗ. Ngoài ra, Nga tập trung phát triển công nghiệp sản xuất máy móc, ô tô, máy bay, cơ sở hạ tầng và tăng cường phát triển kinh tế địa phương.

Theo Bộ Phát triển kinh tế Nga, GDP của LB Nga quý 1 năm 2018 tăng khoảng 1,1% so với cùng kỳ năm 2017 (tháng 1 tăng 1,4%, tháng 2 tăng 1,3%, tháng 3 tăng 0,7%). Tăng trưởng GDP trong tháng 3 giảm chủ yếu do ngành xây dựng tăng trưởng âm 9,7% so với tháng 3/2017, sau khi hầu như không có tăng trưởng trong 2 tháng đầu năm.

Bên cạnh đó, tổng giá trị bán buôn trong tháng 3 giảm 0,2% cũng góp phần làm tốc độ tăng trưởng GDP trong tháng 3 giảm sút, làm ảnh hưởng tới mức tăng trong quý 1/2018. Tổng doanh thu bán lẻ tiếp tục xu hướng tăng ổn định và tăng khoảng 2% so với quý 1/2017.

Trong quý 1/2018, so với cùng kỳ năm 2017, giá trị sản xuất công nghiệp tăng khoảng 1,8%, nông nghiệp tăng 2,6%, vận chuyển hàng hóa tăng 3,2%, cung cấp điện- khí-hơi tăng 2,5%.

Công nghiệp chế biến, chế tạo tăng trưởng khoảng 2,1% so với cùng kỳ (chế biến thực phẩm +0,3%, công nghiệp nhẹ +6,8%, chế biến gỗ +5,1%, sản xuất than cốc và sản phẩm dầu mỏ +1,1%, hóa chất +3,8%, luyện kim +5,1%).

Trong khi đó, khai thác khoáng sản tăng 0,9% trong quý 1/2018 (khai thác than +0,8%, khai thác dầu thô và khí gas tự nhiên -0,2%, quặng kim loại +3%, các loại khoáng sản khác +7,5%).

Thị trường ô tô trong tháng 1-2/2018 tiếp tục tăng ổn định với số lượng bán ra tương ứng đạt 148,1 ngàn chiếc trong tháng 1 (+31,3% so với cùng kỳ) và 150,8 ngàn chiếc trong tháng 2 (+24,7%). Sự tăng trưởng này một phần là do số lượng bán thấp của đầu năm 2017 và được hỗ trợ bởi sự tăng trưởng tín dụng ô tô tiêu dùng (trong cả năm 2017 tăng 14,9%).

Theo Bộ Phát triển kinh tế Nga, GDP của LB Nga quý 1 năm 2018 tăng khoảng 1,1% so với cùng kỳ năm 2017 (tháng 1 tăng 1,4%, tháng 2 tăng 1,3%, tháng 3 tăng 0,7%). Tăng trưởng GDP trong tháng 3 giảm chủ yếu do ngành xây dựng tăng trưởng âm 9,7% so với tháng 3/2017, sau khi hầu như không có tăng trưởng trong 2 tháng đầu năm.

Bên cạnh đó, tổng giá trị bán buôn trong tháng 3 giảm 0,2% cũng góp phần làm tốc độ tăng trưởng GDP trong tháng 3 giảm sút, làm ảnh hưởng tới mức tăng trong quý 1/2018. Tổng doanh thu bán lẻ tiếp tục xu hướng tăng ổn định và tăng khoảng 2% so với quý 1/2017.

Trong quý 1/2018, so với cùng kỳ năm 2017, giá trị sản xuất công nghiệp tăng khoảng 1,8%, nông nghiệp tăng 2,6%, vận chuyển hàng hóa tăng 3,2%, cung cấp điện- khí-hơi tăng 2,5%.

Công nghiệp chế biến, chế tạo tăng trưởng khoảng 2,1% so với cùng kỳ (chế biến thực phẩm +0,3%, công nghiệp nhẹ +6,8%, chế biến gỗ +5,1%, sản xuất than cốc và sản phẩm dầu mỏ +1,1%, hóa chất +3,8%, luyện kim +5,1%).

Trong khi đó, khai thác khoáng sản tăng 0,9% trong quý 1/2018 (khai thác than +0,8%, khai thác dầu thô và khí gas tự nhiên -0,2%, quặng kim loại +3%, các loại khoáng sản khác +7,5%).

Thị trường ô tô trong tháng 1-2/2018 tiếp tục tăng ổn định với số lượng bán ra tương ứng đạt 148,1 ngàn chiếc trong tháng 1 (+31,3% so với cùng kỳ) và 150,8 ngàn chiếc trong tháng 2 (+24,7%). Sự tăng trưởng này một phần là do số lượng bán thấp của đầu năm 2017 và được hỗ trợ bởi sự tăng trưởng tín dụng ô tô tiêu dùng (trong cả năm 2017 tăng 14,9%).

### ***Thông tin về xuất nhập khẩu, đầu tư***

Theo số liệu của Tổng Cục Hải quan Nga, kim ngạch thương mại của Nga trong năm 2015 giảm 33,2% so với năm 2014, đạt 526,2 tỷ USD, trong đó xuất khẩu là 343,5 tỷ USD, nhập khẩu là 182,7 tỷ USD; kim ngạch thương mại năm 2016 giảm 11,2% so với năm 2015 và đạt 458,5 tỷ USD, trong đó xuất khẩu là 278,3 tỷ USD và nhập khẩu là 180,2 tỷ USD; năm 2017 tăng 25% so với năm 2016, đạt 578,1 tỷ USD, trong đó xuất khẩu là 356,9 tỷ USD và nhập khẩu là 221,2 tỷ USD, kim ngạch thương mại của Nga trong 5 tháng đầu năm 2018 đạt 212,4 tỷ USD, trong đó xuất khẩu là 138,4 tỷ USD, nhập khẩu là 74 tỷ USD.

Các đối tác thương mại chính là các nước EU (chiếm 42%, đặc biệt là Đức, Ý, Pháp, Tây Ban Nha), các nước APEC (chiếm 31%, đặc biệt là Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Việt

Nam), các nước SNG (chiếm 12%, đặc biệt các nước Liên minh Kinh tế Á-Âu), Mỹ (4%), Thổ Nhĩ Kỳ (4%), Iran, Ai Cập, Nam Phi, Venezuela, Ecuador... Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là dầu khí, gas, ô tô, máy móc, kim loại (thép, sắt, nhôm), sản phẩm hóa chất như phân bón, thuốc y dược, mặt hàng nông nghiệp như lúa mì v.v.... Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là máy và phương tiện vận tải, sản phẩm hóa chất, thực phẩm, hàng dệt may và giày, gỗ và sản phẩm từ gỗ v.v....

Theo số liệu của Ngân hàng TW Nga, đầu tư trực tiếp vào Nga trong năm 2015 giảm 78% so với năm 2014, năm 2016 tăng 62% so với năm 2015 và đạt 19 tỷ USD, trong năm 2017 tăng 46% đạt 27,9 tỷ USD.

### **8.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam**

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu sang Nga là: dệt may, giày dép, cà phê, chè, gia vị, hạt điều, thủy sản, rau quả, hàng công nghiệp hóa chất, cao su, đồ gỗ...

Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Nga là: máy móc, thiết bị, phân bón, khoáng sản, kim loại, phương tiện vận tải mặt đất, ngũ cốc, sản phẩm thịt, đồ uống cồn và không cồn, giấy bìa carton...

#### ***Thương mại***

**Bảng 20: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Nga, 2013 – 5.2018**

*Đơn vị: tỷ USD*

<b>Kim ngạch</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>5 tháng 2018</b>
Xuất khẩu	2,6	2,03	2,05	2,46	3,19	1,07
Nhập khẩu	1,37	1,45	1,84	1,37	1,03	0,439
Tổng XNK	3,97	3,75	3,9	3,83	5,12	1,51

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu sang Nga là: dệt may, giày dép, cà phê, chè, gia vị, hạt điều, thủy sản, rau quả, hàng công nghiệp hóa chất, cao su, đồ gỗ...

Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Nga là: máy móc, thiết bị, phân bón, khoáng sản, kim loại, phương tiện vận tải mặt đất, ngũ cốc, sản phẩm thịt, đồ uống cồn và không cồn, giấy bìa carton...

#### ***Đầu tư***

Theo số liệu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư VN, từ 01/01 – 20/03/2018, tổng vốn đầu tư trực tiếp của LB Nga tại Việt Nam đạt 0,87 triệu USD, đứng thứ 39 trong số 76 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư vào Việt Nam trong giai đoạn này với tổng vốn đầu tư 5,8 tỷ USD. Tính đến hết ngày 20/03/2018, LB Nga có 115 dự án đầu tư trực tiếp tại Việt Nam còn hiệu lực với tổng

số vốn đăng ký đạt 982,75 triệu USD, xếp thứ 22 trong tổng số 126 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư tại Việt Nam.

Các Hiệp định, thỏa thuận song phương

+ Hiệp ước về những nguyên tắc cơ bản của quan hệ giữa Liên bang Nga và Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (1994)

+ Tuyên bố giữa hai Chính phủ về thúc đẩy phát triển hợp tác kinh tế – thương mại, khoa học kỹ thuật (1997)

+ Hiệp định về thanh toán giữa hai ngân hàng Nga và Việt Nam (1998)

+ Hiệp định giữa Chính phủ Việt Nam và Liên bang Nga đối với các khoản tín dụng đã cung cấp trước đây (2000)

+ Hiệp định liên Chính phủ về hợp tác xây dựng nhà máy điện hạt nhân trên lãnh thổ Việt Nam (2010).

+ Hiệp định Thương mại tự do giữa Liên minh kinh tế Á-Âu và Việt Nam (2015)

+ Bản ghi nhớ giữa Bộ Công Thương Việt Nam và Bộ Phát triển Kinh tế Nga về hợp tác thúc đẩy thương mại song phương đến năm 2020 (2016)

+ Thỏa thuận giữa Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Cơ quan liên bang về giám sát tài chính LB Nga trong lĩnh vực chống rửa tiền có được bằng hình thức phạm tội và chống tài trợ khủng bố (năm 2017)

+ Bản ghi nhớ giữa Kho bạc Việt Nam và Kho bạc LB Nga (2017)

+ Quy quy định của nhóm công tác cao cấp Nga-Việt về các dự án đầu tư ưu tiên (2017)

+ Biên bản ghi nhớ giữa Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam và Bộ Phát triển Kinh tế LB Nga về hợp tác xúc tiến đầu tư và kết nối doanh nghiệp(2017)

#### **8.4. Tiềm năng của thị trường**

LB Nga là một thị trường tiềm năng với số dân 146,8 triệu người (tính đến 1/2018), quy mô nền kinh tế và GDP bình quân đầu người lớn hơn Việt Nam nhiều (8.664 USD/người năm 2017), có tập quán chi tiêu tương đối rộng rãi so với một số nước Châu Âu, Châu Mỹ. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể hợp tác cùng các doanh nghiệp Nga trong lĩnh vực cụ thể như: (1) khai thác dầu khí; (2) xuất khẩu các mặt hàng thực phẩm, hàng nông sản rau củ quả hạt; (3) thủy hải sản; (4) đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ; (5) nhập khẩu từ Nga lúa mỳ làm thức ăn chăn nuôi, dầu hướng dương.

Thị trường Nga là một thị trường rộng lớn, thời gian vừa qua, hầu hết hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Nga mới chỉ tới được thành phố lớn, thêm vào đó, thị trường Nga lại có nhu cầu tiêu thụ cao đối với những mặt hàng mà Việt Nam hoàn toàn có khả năng xuất khẩu. Mặt khác, LB Nga cũng là một thị trường khá dễ tính, không đòi hỏi hàng hoá phải đảm bảo chất lượng cao như các thị trường Mỹ, EU, Nhật Bản... , hàng hoá của Việt Nam dễ xâm nhập hơn. Tuy nhiên, hàng Việt Nam cũng cần phải được nâng cao về chất lượng, đáp ứng các yêu cầu về xuất xứ hàng hóa, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm... thì mới có thể cạnh tranh được với hàng hoá của các nước khác trên thị Nga.

## **9. Thị trường Algieri**

### **9.1. Thông tin cơ bản**

Tên nước: Cộng hòa dân chủ nhân dân Algeria (People's Democratic Republic of Algeria)

Thủ đô: Alger

Quốc khánh: 1/11

Diện tích: 2,381,741 km<sup>2</sup>

Dân số: 40,969,443 người (tháng 7/2017)

Khí hậu: Từ khô đến bán khô vừa; nhẹ, ướt, khô hơn mùa đông với mùa hè khô nóng dọc theo bờ biển; với mùa đông lạnh và mùa hè nóng trên cao nguyên cao;

Ngôn ngữ: Tiếng Ả Rập (chính thức), tiếng Pháp, thổ ngữ Berber

Tôn giáo: Hồi giáo dòng Sunni (nhà nước tôn giáo) 99%, Thiên chúa giáo và Do Thái 1%

Đơn vị tiền tệ: Đồng Di-na Algeria (DZD) – 1 USD = 79.6 DZD

Múi giờ: GMT + 1.00

Thế chế: Algeria theo chế độ Cộng hòa. Đảng mặt trận giải phóng dân tộc (FLN) là đảng duy nhất cầm quyền ở Algeria cho đến tháng 10/1988. Cương lĩnh của FLN là xây dựng một nước Algeria xã hội chủ nghĩa Hồi giáo. FLN đã thiết lập quan hệ với một số đảng cộng sản khác trên thế giới (trong đó có Đảng cộng sản Việt Nam) và các đảng công nhân khác, đồng thời có quan hệ rộng rãi với tất cả các đảng vô sản theo khuynh hướng cải lương, dân tộc và xã hội thuộc các nước tư bản phát triển và dân tộc chủ nghĩa.

### **9.2. Tổng quan về nền kinh tế**

#### ***Tình hình phát triển kinh tế những năm gần đây***

GDP năm 2016 đạt 4,2% và năm 2017 giảm xuống còn 1,4%. GDP bình quân đầu người vào khoảng 4.200 USD. Tỷ lệ lạm phát năm 2016 là 6,4% và năm 2017 giảm xuống còn 4,8%. Dự kiến trong thời gian tới, lạm phát của Algeria sẽ tăng do chính sách thắt chặt nhập khẩu dẫn đến khan hiếm hàng.

Một số ngành kinh tế trọng điểm của Algeria là sản xuất dầu lửa, đầu tư trong lĩnh vực xây dựng, cơ sở hạ tầng và sản xuất nông nghiệp.

Về ngoại thương, năm 2016 kim ngạch xuất khẩu đạt 28,88 tỷ USD, nhập khẩu đạt 46,72 tỷ USD. Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu đạt 34,76 USD và nhập khẩu 45,95 tỷ USD.

Các mặt hàng xuất khẩu chính gồm: dầu khí, chiếm đến 95% tổng kim ngạch và các sản phẩm ngoài dầu lửa (bán thành phẩm, thực phẩm, trang thiết bị công nghiệp, sản phẩm thô, hàng tiêu dùng).

Các mặt hàng nhập khẩu gồm năng lượng và dầu nhờn, trang thiết bị nông nghiệp, trang thiết bị công nghiệp, thực phẩm và hàng tiêu dùng.

Các đối tác thương mại chính của Algeria gồm Trung Quốc, Italia, Pháp, Tây Ban Nha, Đức, Hoa Kỳ và Braxin.

Một số nét chính về chính sách kinh tế, thương mại đầu tư

Về thương mại, trước tình trạng giảm nguồn dự trữ ngoại tệ do giảm giá dầu xuất khẩu từ cuối năm 2014, Algeria đã ban hành nhiều biện pháp để hạn chế nhập khẩu. Năm 2016, Algeria ban hành danh sách các mặt hàng chịu giấy phép nhập khẩu gồm xe hơi, xi măng và sắt tròn.

Năm 2018, Algeria áp dụng lệnh cấm nhập khẩu đối với 877 mặt hàng trong đó có điện thoại, gốm sứ, đá xây dựng, đồ gỗ... Chính phủ Algeria chỉ khuyến khích doanh nghiệp nước ngoài vào liên doanh, liên kết sản xuất hàng hóa tại Algeria.

Về đầu tư, tháng 7/2016, Thượng viện Algeria đã thông qua Bộ luật đầu tư mới sau khi đã được Hạ nghị viện nhất trí vào tháng 6. Luật mới chủ yếu liên quan đến các quy định về xúc tiến đầu tư chứ không loại bỏ điều khoản 51/49% theo đó yêu cầu doanh nghiệp trong nước phải nắm phần đa số trong các dự án đầu tư có người nước ngoài tham gia. Bộ luật mới nêu rõ sẽ miễn thuế quan và thuế VAT đối với hàng hóa và dịch vụ “trực tiếp phục vụ việc thực hiện đầu tư”.

Bộ luật cũng quy định những biện pháp miễn thuế (thuế lợi nhuận doanh nghiệp và thuế hoạt động nghề nghiệp) trong thời gian 3 năm đối với các hoạt động mới cũng như miễn thuế đất thời hạn 10 năm đối với các bất động sản nằm trong khuôn khổ đầu tư. Bộ luật cũng nêu rõ những ưu đãi bổ sung đối với các hoạt động ưu tiên (công nghiệp, nông nghiệp và du lịch), đặc biệt là kéo dài thời hạn miễn thuế cho các nhà đầu tư.

Các FTA mà Algeria đang tham gia

FTA khu vực Đại Á rập và FTA liên châu Phi;

FTA song phương với Gioóc-đa-ni, Tuy-ni-di;

Hiệp định liên kết với EU.

Các biện pháp phòng vệ thương mại và hàng rào kỹ thuật thường sử dụng

Algeria nằm trong số ít các quốc gia chưa phải là thành viên của WTO. Vì vậy, nước này thường xuyên ban hành các lệnh cấm nhập khẩu, áp đặt hạn ngạch, giấy phép nhập khẩu hoặc tăng thuế đối với hàng hóa các nước khi thấy cần thiết.

Nhằm giảm thâm hụt thương mại và thay thế hàng nhập khẩu bằng các sản phẩm trong nước, Bộ Thương mại Algeria đã đưa ra danh sách 45 nhóm thành phẩm liên quan đến 877 sản phẩm phải tạm ngừng nhập khẩu kể từ tháng 1/2018.

Ngoài ra, để được nhập khẩu hàng vào Algeria, cần có một văn bản chính thức (Certificate of Free Sale – CFS) do cơ quan có thẩm quyền của nước xuất xứ và/hoặc nước gửi hàng chứng nhận sản phẩm nhập khẩu được thương mại tự do trên lãnh thổ đó.

Dự kiến, Algeria còn đưa ra loại thuế phòng vệ bổ sung từ 30-200% đối với hàng nhập khẩu kể từ tháng 7/2018.

### **9.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam**

#### ***Về thương mại***

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, năm 2016, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Algeria đạt 271 triệu USD, tăng 16% so với năm 2015. Năm 2017, tăng trưởng xuất khẩu của nước ta sang thị trường này đã chậm lại, đạt 280,86 triệu USD, chỉ tăng 3,5% so với năm 2016.

Các mặt hàng xuất khẩu chính gồm cà phê, điện thoại và linh kiện, gạo, máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng, sản phẩm sắt thép, giày dép các loại, hạt tiêu, hải sản, nhôm...

Về nhập khẩu của Việt Nam từ Algeria, kim ngạch không đáng kể, đạt 4,9 triệu USD, tăng 88% so với năm 2016 chủ yếu bao gồm giấy và giấy phế liệu trị giá 3 triệu USD và một số mặt hàng khác.

Với chính sách hạn chế nhập khẩu của Algeria áp dụng từ năm 2018, dự báo xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này sẽ tiếp tục gặp khó khăn không chỉ đối với điện thoại mà còn liên quan đến những mặt hàng khác như bánh kẹo, sản phẩm từ ngũ cốc, hàng rau quả, sản phẩm chất dẻo, sản phẩm sắt thép, gốm sứ, đá xây dựng...

#### ***Về đầu tư***

Liên doanh dầu khí của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (PVN) với Algeria và Thái Lan tại Algeria đi vào khai thác thương mại từ năm 2015 với sản lượng 18.000-20.000 thùng/ngày và dự kiến sẽ tăng lên 40.000 thùng ngày sau khi hoàn thành giai đoạn 2 (2019-2020).

#### ***Các thỏa thuận đã ký kết***

Hiệp định hợp tác kinh tế, khoa học kỹ thuật, Hiệp định thương mại, Thỏa thuận về hợp tác nông nghiệp, Thỏa thuận hợp tác giữa hai Phòng Thương mại và Công nghiệp, Bản ghi nhớ về hợp tác giữa Bộ Xí nghiệp vừa và nhỏ và Thủ công nghiệp Algeria với Liên minh các hợp tác xã Việt Nam, Biên bản thỏa thuận hợp tác trong lĩnh vực xúc tiến thương mại giữa Cục Xúc tiến Thương mại Việt Nam (Bộ Công Thương) và Cục Xúc tiến Thương mại Algeria.

### **4.4. Tiềm năng của thị trường**

Do năng lực sản xuất trong nước còn hạn chế, nên Algeria phải nhập khẩu phần lớn hàng hóa tiêu dùng, trong đó có nhiều mặt hàng nông sản như cà phê, trà, hạt tiêu, gạo, chuối, tôm, cá... Đây là những mặt hàng Việt Nam có thế mạnh xuất khẩu và đã có chỗ đứng trên thị trường này, tới đây ta vẫn có khả năng tiếp tục tăng xuất khẩu.

Bên cạnh các nông sản truyền thống nói trên, một số mặt hàng khác có khả năng tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu là máy móc thiết bị, giày dép, dệt may, đồ gỗ, đồ gốm sứ...

Ngoài thương mại, các doanh nghiệp Việt Nam có tiềm lực nên quan tâm nghiên cứu khả năng liên doanh hợp tác sản xuất hàng xuất khẩu (tận dụng ưu đãi thương mại mà Algeria được hưởng từ EU và các đối tác khác), nuôi trồng thủy hải sản, các dự án xây dựng tại Algeria. Đây là điều mà Chính phủ Algeria luôn khuyến khích và kêu gọi doanh nghiệp Việt Nam tham gia.

## ***Một số vấn đề cần lưu ý khi tiếp cận, thâm nhập thị trường***

### ***Các quy định về xuất nhập khẩu***

Theo quy định mới, tất cả các hoạt động nhập khẩu hàng hóa để bán lại nguyên trạng tại Algeria phải đăng ký nơi thanh toán tại ngân hàng trước khi hàng rời cảng xuất sang Algeria. Ngoài ra, trong bộ hồ sơ XNK thông thường, cần bổ sung thêm Giấy chứng nhận lưu hành tự do CFS (<https://www.commerce.gov.dz/reglementation>).

### ***Thuế hải quan của Algeria***

Mức thuế quan nhập khẩu trung bình là 30%, VAT là 19%. (xem chi tiết trên đường link sau: <http://www.douane.gov.dz/Consulter%20le%20tarif%20douanier.html>)

### ***Quy định về bao bì, nhãn mác***

Bao bì, nhãn mác phải viết bằng 02 ngôn ngữ, tiếng Ả rập và 01 ngoại ngữ khác (tiếng Anh hoặc tiếng Pháp). Xin xem chi tiết trên đường link sau : <https://www.commerce.gov.dz/questions-frequentes/themes/etiquetage-des-produits>

### ***Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm dịch***

Giấy tờ cần thiết xuất trình lúc đăng ký tại ngân hàng trong khi làm thủ tục nhập khẩu là chứng nhận kiểm dịch động thực vật do các cơ quan có thẩm quyền của Bộ Nông nghiệp, Phát triển Nông thôn và Đánh bắt cá Algeria cấp nếu liên quan đến nhập khẩu chuối, lúa mì, thịt bò, cá (trừ cá xác đìn), đại mạch và tỏi. Nếu nhập khẩu mỹ phẩm và sản phẩm vệ sinh thân thể, sản phẩm độc hại hoặc có nguy cơ đặc biệt, cần phải có giấy phép về kỹ thuật do các cơ quan của Bộ Thương mại cấp trước đó (Chi tiết xin xem đường link sau: <http://www.douane.gov.dz/VEGETAUX%20PRODUITS%20VEGETAUX%20ET%20MATERIEL%20VEGETAL.html>)

### ***Quyền sở hữu trí tuệ***

Algeria là một thành viên của Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp và thành viên của Hiệp định Madrid về đăng ký nhãn hiệu quốc tế. Để biết thêm chi tiết, xin tham khảo đường link: <http://www.wipo.int/wipolex/fr/profile.jsp?code=DZ>

### ***Tập quán kinh doanh***

Mọi hoạt động xuất nhập khẩu đều phải thực hiện thông qua ngân hàng.

Về mặt ngôn ngữ, tiếng Pháp là ngôn ngữ chính thức trong chính quyền và giới kinh doanh, được sử dụng phổ biến do có quan hệ nhiều với Pháp, Bỉ, Canada...

Đối với các công ty Algeria mà doanh nghiệp Việt Nam mới làm quen lần đầu, nên gửi thư giới thiệu bằng fax. Nếu gửi thư qua email thì nên viết dưới dạng văn bản, có đóng dấu và scan.



## **10. Thị trường Hàn Quốc**

### **10.1. Thông tin cơ bản**

Tên nước: Đại Hàn Dân Quốc

Thủ đô: Seoul

Quốc khánh: 3/10

Diện tích: 99.720 km<sup>2</sup> Trong đó diện tích đất liền: 96.920 km<sup>2</sup>; diện tích mặt nước: 2.800 km<sup>2</sup>

Dân số: 49 triệu người (tính đến tháng 6/2014)

Khí hậu: Khí hậu ôn đới, có 4 mùa rõ rệt. Mùa xuân và mùa thu khá ngắn, mùa hè nóng và ẩm ướt, mùa đông thì lạnh, khô và tuyết rơi nhiều.

Ngôn ngữ: Tiếng Hàn

Tôn giáo: đạo Cơ đốc (31,6%), đạo Phật (24,2%)

Đơn vị tiền tệ: Đồng Won, Tỷ giá 1 USD = 1.084 KRW (Won) (năm 2015)

Múi giờ: GMT + 2

Thế chế: Người đứng đầu Đại Hàn Dân quốc là Tổng thống do dân trực tiếp bầu ra mỗi năm một lần và không được phép tái ứng cử. Tổng thống là đại diện cao nhất của quốc gia và có quyền chỉ huy quân đội (tương đương chức: Tổng Tư lệnh). Thủ tướng do Tổng thống chỉ định và lãnh đạo chính phủ. Chính phủ có tối thiểu 15 và tối đa là 30 thành viên. Thành viên chính phủ do thủ tướng chỉ định. Chức vụ thủ tướng cũng như bộ trưởng phải được sự thông qua của quốc hội. Quốc hội Hàn Quốc chỉ có một viện. Đại biểu quốc hội được bầu mỗi bốn năm một lần. Quốc hội có tất cả 299 đại biểu. Cơ quan quan trọng thứ ba trong hệ thống chính trị Hàn Quốc là Tòa án tối cao. Cơ quan này theo dõi hoạt động của chính phủ và ra các phán quyết cuối cùng. Tòa án gồm có chín thẩm phán tối cao. Tổng thống trực tiếp chỉ định ba người trong số này, ba người được quốc hội bầu ra, tuy nhiên phải được sự chấp thuận của tổng thống. Chánh án tòa án tối cao là người chỉ định ba thẩm phán còn lại.

### **10.2. Tổng quan về nền kinh tế**

Bất chấp các ảnh hưởng nặng nề từ cuộc khủng hoảng kinh tế châu Á 1997, Hàn Quốc đã khôi phục kinh tế rất nhanh chóng và vững chắc. Người ta thường nhắc đến sự phát triển thần kỳ về kinh tế của Hàn quốc như là "Huyền thoại sông Hán", đến nay huyền thoại này vẫn tiếp tục. Kinh tế Hàn Quốc lớn thứ 4 châu Á sau Trung Quốc, Nhật, Ấn Độ và đứng thứ 13 thế giới với GDP năm 2013 là hơn 1.666 tỷ USD (so với gần 2.164 tỷ của 10 nước ASEAN cộng lại). Tăng trưởng kinh tế Hàn Quốc năm 2013 là 2,8%. Năm 2014, GDP Hàn Quốc đạt 1.801 tỷ USD, năm 2015 đạt 1.849 tỷ USD đứng thứ 14 thế giới, tỷ lệ tăng trưởng GDP đạt 2,7%, xếp thứ 112 thế giới.

**Bảng 21: Một số thông tin cơ bản về kinh tế Hàn Quốc**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
GDP đầu người (USD)	27.096	27.608	29.745
GDP (Tỷ USD)	1.382	1.415	1.531
Tăng trưởng đầu tư (%)	5,1	5,6	8,6
Tỷ lệ lạm phát (%)	0,7	1,0	1,9
Xuất khẩu (Tỷ USD)	527	495	574
Nhập khẩu (Tỷ USD)	436	406	478

Hiện Hàn Quốc là nước xuất khẩu lớn thứ 6 thế giới (535,6 tỷ USD năm 2015), nhập khẩu đạt 430,8 tỷ USD (2015) đứng thứ 12. Dự trữ ngoại tệ và vàng đạt 364,8 tỷ USD (tính đến tháng 12/2014). Năm 2015, GDP bình quân đầu người của Hàn Quốc đạt 36.700USD/ năm. Từ năm 2012, Hàn Quốc đã gia nhập Câu lạc bộ 7 nước có dân số 50 triệu dân và GDP đầu người trên 20.000 USD.

Thế mạnh của công nghệ/công nghiệp Hàn Quốc là các ngành: điện tử, ô tô, hoá chất, đóng tàu (lớn nhất thế giới với các công ty đa quốc gia như Hyundai và Samsung Heavy Industries), thép (với POSCO là nhà sản xuất thép lớn thứ 3 thế giới), sợi, quần áo, da giày, chế biến thức ăn. Hiện nay Hàn Quốc đang đẩy mạnh phát triển các ngành công nghệ cao (hạt nhân, điện tử, tin học, sinh học, vật liệu mới, năng lượng mới, công nghệ xanh - sạch...) và đi đầu thực hiện mô hình mới về tăng trưởng qua chiến lược phát triển xanh.

Về kinh nghiệm phát triển: Hàn Quốc là một trong 4 “con hổ châu Á”<sup>1</sup> đã hoàn thành công nghiệp hóa trong hơn 30 năm (1960 - 1996 khi trở thành nước OECD). GDP đầu người tăng từ 87 USD (1962) lên 13.000 USD (1996) và lần đầu tiên vượt 20.000 USD vào năm 2007 (với 21.590 USD), năm 2012 đạt 22.705 USD<sup>3</sup> (tăng 1,3% so với 2011). Từ nước nhận ODA, kể từ 2008 Hàn Quốc trở thành nước cung cấp ODA cho các nước đang phát triển. Để có được cơ sở vật chất và hạ tầng kinh tế cùng mức GDP đầu người như hiện nay, các nước tư bản chủ nghĩa phương Tây mất hơn 300 năm, Hàn Quốc chỉ mất hơn 30 năm - do đó được gọi là “Kỳ tích sông Hàn”. Đòn bẩy và bí quyết chính là phát triển khoa học công nghệ.

### **10.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam**

#### ***Thương mại***

Với Hiệp định FTA Việt Nam – Hàn Quốc (VKFTA) có hiệu lực từ ngày 20/12/2015, quan hệ thương mại song phương giữa hai nước ngày càng phát triển mạnh mẽ. Tăng trưởng thương mại giai đoạn 2015 – 2017 đạt bình quân 29,2%/ năm. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, riêng năm đầu tiên thực hiện VKFTA, xuất khẩu của Việt Nam sang

Hàn Quốc đã tăng mạnh gần 30% so với năm 2015, trong khi xuất khẩu của Hàn Quốc sang Việt Nam tăng 15% so với cùng kỳ. Năm 2017, kim ngạch song phương giữa hai nước đạt 61,5 tỷ USD, tăng 41,3% so với 2016. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu đạt 14,8 tỷ USD, tăng 30%, kim ngạch nhập khẩu đạt 46,7 tỷ USD, tăng 45,3%. Với kết quả trên, Việt Nam đã trở thành đối tác thương mại lớn thứ 4 của Hàn Quốc sau Trung Quốc, Hoa Kỳ và Nhật Bản. Hàn Quốc lần đầu tiên vượt Hoa Kỳ và Nhật Bản trở thành đối tác thương mại lớn thứ 2 của Việt Nam (sau Trung Quốc) và cũng lần đầu tiên vượt qua Trung Quốc trở thành thị trường nhập siêu lớn nhất của Việt Nam.

Hàng hóa của Việt Nam đang dần cải thiện vị thế tại thị trường Hàn Quốc. Hầu hết các sản phẩm nông thủy sản của Việt Nam đều có lợi thế cạnh tranh hơn do được hưởng lợi từ Hiệp định VKFTA so với một số quốc gia được coi là đối thủ tại Hàn Quốc như Thái Lan, Indonesia, Ấn Độ,... Ngoài ra, trong thời gian gần đây các doanh nghiệp Hàn Quốc đang tiếp tục xu hướng dịch chuyển khỏi Trung Quốc. Bên cạnh việc dịch chuyển hạ tầng sản xuất, doanh nghiệp Hàn Quốc còn tăng cường dịch chuyển nguồn cung hay gia công sang các thị trường khác mà điểm đến chủ yếu là Việt Nam. Đây là cơ hội rất tốt để doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị phần tại thị trường Hàn Quốc.

**Bảng 22: Kim ngạch thương mại Việt Nam-Hàn Quốc (2015-2017)**

Đơn vị: triệu USD

Kim ngạch	2015	2016	2017
Xuất khẩu	8.932	11.406	14.822
Nhập khẩu	27.614	32.162	46.732
Cán cân thương mại	-18.682	-20.756	-31.912
Xuất nhập khẩu	36.571	43.596	61.557

*Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam*

#### Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu

Giai đoạn 2015 – 2017, cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc đã chuyển từ nhóm các mặt hàng nông lâm thủy sản, dệt may và công nghiệp nhẹ có giá trị gia tăng thấp sang nhóm các sản phẩm cơ khí chế tạo, điện tử viễn thông và công nghiệp nặng, thực phẩm chế biến cao cấp, hàng thời trang, nông thủy sản chế biến và tươi sống với hàm lượng giá trị gia tăng cao... Các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam đã và đang dần xây dựng được thương hiệu tại thị trường Hàn Quốc, đồng thời hợp tác giữa các doanh nghiệp trong nước với các đối tác Hàn Quốc đã và đang đóng vai trò chủ đạo trong tổng xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Hàn Quốc. Tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn 2015 – 2017 đạt bình quân 27,6%/ năm.

Theo số liệu từ Hiệp hội Thương mại Hàn Quốc (KITA), xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc tăng trưởng nhanh, nhất là giai đoạn sau 2007 đến nay. Từ vị trí là nước xuất khẩu đứng thứ 44 vào năm 1998, Việt Nam vươn lên là đối tác có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 8 vào Hàn Quốc. Tuy vậy, xuất khẩu của Việt Nam mới chiếm tỷ trọng 3,4% trong tổng nhập khẩu của Hàn Quốc từ các nước trên thế giới năm 2017.

**Bảng 23: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Hàn Quốc**

TT	Mặt hàng	2015		2016		2017	
		Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng (%)
	<b>Tổng kim ngạch xuất khẩu</b>	<b>8.921</b>		<b>11.406</b>		<b>14.822</b>	
1	Điện thoại các loại và linh kiện	1.461	16,4	2.729	23,9	3.971	26,8
2	Hàng dệt, may	2.128	23,9	2.282	20,0	2.643	17,8
3	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	776	8,7	1.253	11,0	1.829	12,3
4	Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	476	5,3	756	6,6	967	6,5
5	Hàng thủy sản	571	6,4	607	5,3	778	5,3
6	Gỗ và sản phẩm gỗ	498	5,6	574	5,0	665	4,5
7	Giày dép các loại	302	3,4	344	3,0	402	2,7
8	Xơ, sợi dệt các loại	195	2,2	265	2,3	319	2,2
9	Phương tiện vận tải và phụ tùng	263	3,0	253	2,2	256	1,7
10	Kim loại thường khác và sản phẩm	109	1,2	92	0,8	172	1,2

*Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam*

Bên cạnh đó, Hiệp định VKFTA chính thức đi vào hiệu lực vào tháng 12/2015, với lộ trình giảm thuế cho các nhóm hàng có thế mạnh của Việt Nam, đã tác động tích cực rõ nét đối với thương mại song phương Việt Nam-Hàn Quốc, đặc biệt thể hiện trong kim ngạch xuất khẩu năm 2017 với mức tăng trưởng 29,9% so với năm 2016. Các mặt hàng Hàn Quốc cam kết cắt giảm thuế quan đều có tốc độ tăng trưởng tốt, cụ thể:

**Bảng 24: Kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam vào Hàn Quốc đối với các mặt hàng Hàn Quốc cam kết cắt giảm thuế**

TT	Mặt hàng	2016 (triệu USD)	2017 (triệu USD)	Tăng/Giảm (%)
1	Hàng dệt, may	2.282	2.643	15,8
2	Hàng thủy sản	607	778	28,1
3	Gỗ và sản phẩm gỗ	574	665	15,8
4	Giày dép các loại	344	402	16,7
5	Xơ, sợi dệt các loại	265	319	20,4
6	Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	78	92	18,4
7	Hàng rau quả	82	85	3,6
8	Cao su	53	79	47,3
9	Sản phẩm từ cao su	39	50	25,7
10	Sắt và các sản phẩm từ sắt	23	21	-10,4
	<b>Tổng</b>	<b>11.406</b>	<b>14.822</b>	<b>29,96</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam*

**Bảng 25: Các mặt hàng chủ yếu Việt Nam nhập khẩu từ Hàn Quốc**

TT	Mặt hàng	2015		2016		2017	
		Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng (%)
	<b>Tổng kim ngạch nhập khẩu</b>	<b>27.631</b>		<b>32.162</b>		<b>46.734</b>	
1	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	6.732	24,4	8.674	27,0	15.330	32,8
2	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	5.115	18,5	5.885	18,3	8.627	18,5
3	Điện thoại các loại và linh kiện	3.023	10,9	3.578	11,1	6.175	13,2
4	Vải các loại	1.856	6,7	1.957	6,1	2.040	4,4
5	Xăng dầu các loại	178	0,6	988	3,1	1.907	4,1
6	Sản phẩm từ chất dẻo	1.066	3,9	1.304	4,1	1.619	3,5
7	Kim loại thường khác	1.035	3,7	1.071	3,3	1.445	3,1
8	Chất dẻo nguyên liệu	1.147	4,2	1.198	3,7	1.429	3,1
9	Sắt thép các loại	1.044	3,8	1.009	3,1	1.217	2,6
10	Linh kiện, phụ tùng ô tô	578	2,1	859	2,7	767	1,6

*Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam*

Những mặt hàng nhập khẩu tăng mạnh từ Hàn Quốc chủ yếu là nhóm nguyên liệu, linh kiện, phụ kiện, máy móc, thiết bị phục vụ cho sản xuất, kinh doanh. Điển hình như máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 15,3 tỷ USD chiếm 32,8% tổng kim ngạch nhập khẩu từ Hàn Quốc năm 2017); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng (đạt 8,6 tỷ USD chiếm 18,5%); điện thoại các loại và linh kiện (đạt 6,1 tỷ USD chiếm 13,2%).

## ***Đầu tư***

Hàn Quốc là nhà đầu tư lớn nhất trong tổng số 110 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam với tổng vốn đầu tư đạt hơn 5.744,9 tỷ USD và 6.230 dự án (tính lũy kế đến tháng 12/2017). Với thị trường quy mô gần 100 triệu dân và ngày càng được mở rộng thông qua các hiệp định FTA thế hệ mới, vị trí địa lý thuận lợi, an ninh chính trị ổn định, lực lượng nhân công giá rẻ và dồi dào, cùng với nhiều ưu đãi của Chính phủ, Việt Nam đã nổi lên như một đối tác chiến lược cho các công ty Hàn Quốc và là điểm đến quan trọng cho đầu tư của Hàn Quốc. Đã có khoảng 5.000 công ty Hàn Quốc đầu tư vào Việt Nam, tập trung vào các lĩnh vực chế tạo, điện tử, hàng tiêu dùng, dệt may, dịch vụ, bán lẻ..., tạo việc làm cho hàng trăm nghìn lao động địa phương với các cơ sở sản xuất quy mô lớn chủ yếu tại các tỉnh/thành phố như Bắc Ninh, Đồng Nai, Hải Phòng, Hà Nội, Hải Dương...

### **10.4. Tiềm năng của thị trường**

Các thỏa thuận thương mại đã ký kết với Việt Nam

Trong khuôn khổ ASEAN + 1, Hàn Quốc và Việt Nam cùng tham gia Hiệp định Thương mại tự do ASEAN-Hàn Quốc có hiệu lực vào tháng 6/2007, Hiệp định về dịch vụ có hiệu lực tháng 5/2009, và Hiệp định về đầu tư có hiệu lực vào tháng 9/2009.

Tháng 5/2015, Hàn Quốc và Việt Nam chính thức ký kết Hiệp định Thương mại tự do (VKFTA) nhằm hình thành khuôn khổ pháp lý cụ thể, chi tiết và trực tiếp hơn cho các giao dịch thương mại song phương. VKFTA thể hiện cam kết cao hơn của hai nước so với Hiệp định Thương mại tự do ASEAN-Hàn Quốc, thông qua loại bỏ hơn 90% dòng thuế nhập khẩu. VKFTA chính thức có hiệu lực từ ngày 20/12/2015.

Các mặt hàng tiềm năng với thị trường này:

Hàng thủy sản

Năm 2017, Việt Nam là quốc gia xuất khẩu thủy sản lớn thứ 3 vào thị trường Hàn Quốc (chỉ xếp sau Trung Quốc và Nga) với kim ngạch đạt 739,5 triệu USD, tăng 20,3% so với 2016, chiếm 14,8% thị phần thủy sản nhập khẩu của Hàn Quốc. Các mặt hàng thủy sản xuất khẩu chính sang thị trường Hàn Quốc là động vật giáp xác (HS:0306, 240,9 triệu USD), động vật thân mềm (HS: 0307; 208,4 triệu USD), động vật giáp xác, động vật thân mềm đã được chế biến hoặc bảo quản (HS:1605; 121,6 triệu USD), phi-lê cá và các loại thịt các khác (HS: 0304; 91 triệu USD), cá được chế biến hay bảo quản (HS: 1604; 58,2 triệu USD)...

Gỗ, sản phẩm gỗ

Gỗ xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc có nhóm chính là gỗ dùng làm nguyên liệu giấy (57,6 triệu USD), gỗ viên nén dùng làm nhiên liệu (216,7 triệu USD) và gỗ ván ép (211 triệu USD). Đối với gỗ dùng làm nguyên liệu giấy, Việt Nam chiếm thị phần 90%, phần còn lại

là thị phần của Chi Lê và Ma-lai-xi-a. Đối với gỗ viên nén, Việt Nam cũng chiếm đến 52,5% thị phần, trong khi các đối thủ cạnh tranh lớn khác như Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a, Trung Quốc, Ca-na-đa chiếm từ 4% đến 12% thị phần. Đối với gỗ ván ép, Việt Nam mới chiếm khoảng gần 9,7% thị phần. Các đối thủ cạnh tranh lớn của Việt Nam là Trung Quốc (thị phần 16,9%), In-đô-nê-xi-a (thị phần 14,4%) và Ma-lai-xi-a (thị phần 10,4%).

Năm 2017, xuất khẩu gỗ của Việt Nam sang Hàn Quốc có dấu hiệu khởi sắc hơn do kinh tế Hàn Quốc phục hồi và tăng trưởng trở lại. Tuy nhiên, hàng xuất khẩu của Việt Nam liên tục chịu sức ép cạnh tranh đến từ những nước như In-đô-nê-xi-a, Ma-lai-xi-a, Trung Quốc hay một số thị trường mới như Nga, Ca-na-da và Thái Lan. Trong ba mặt hàng nêu trên, mặt hàng nhiên liệu đốt và ván ép, ván ghép tiếp tục tăng trưởng tốt lần lượt chiếm vị thế thứ nhất và thứ tư trong tổng nhập khẩu của Hàn Quốc. Riêng mặt hàng nguyên liệu giấy, do nhu cầu toàn thị trường giảm (giảm 17,2% so với 2016) nên sản phẩm này của Việt Nam cũng giảm theo ở mức 22%. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn giữ vị thế dẫn đầu với tỷ trọng 89,4% tổng dung lượng thị trường.

Xuất khẩu các sản phẩm gỗ của Việt Nam sang Hàn Quốc năm 2017 đạt 276 triệu USD tăng 11,3% so với năm 2016 và chiếm 12,1% thị phần. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu các dụng cụ bằng gỗ, đồ thủ công mỹ nghệ, khung cửa, sàn gỗ,... đạt khoảng 15,3 triệu USD, chiếm gần 10% thị phần; xuất khẩu đồ nội thất bằng gỗ đạt 260,7 triệu USD, chiếm 12,4% thị phần.

Trong nhóm mặt hàng các sản phẩm gỗ vào Hàn Quốc, thị trường cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam là Trung Quốc (thường chiếm từ 50% đến 70% thị phần của mỗi mặt hàng cụ thể trong nhóm này trong khi thị phần của Việt Nam chỉ chiếm từ 5% đến 20% mặc dù là nước xuất khẩu lớn thứ hai vào Hàn Quốc).

Tiềm năng xuất khẩu của nhóm sản phẩm gỗ còn lớn xét thị phần hiện tại của Việt Nam. Để khai thác được tiềm năng xuất khẩu của nhóm mặt hàng này, các cơ quan và doanh nghiệp cần tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, đặc biệt là các hội chợ chuyên ngành về đồ gỗ tại Hàn Quốc. Đồng thời, có thể cân nhắc việc thu hút các doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ của Hàn Quốc đầu tư tại Việt Nam để tận dụng kênh phân phối nhập khẩu sản phẩm đồ gỗ vào Việt Nam.

#### Hàng rau quả

Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng rau quả (trừ sắn) của Việt Nam sang Hàn Quốc năm 2017 đạt 17,9 triệu USD, tăng 27,4% so với năm 2016 và xếp thứ 2, chiếm 2,8% tổng nhập khẩu của Hàn Quốc. Rau quả xuất khẩu của Việt Nam tập trung vào một số mặt hàng như rau các loại (HS:0710) với kim ngạch 13,6 triệu USD; cà rốt và các loại củ (HS: 0706) với kim ngạch 1,8 triệu USD; cải bắp, hoa lơ, xu hào và các loại củ khác (HS:0704) đạt kim ngạch 1,3

triệu USD. Trung Quốc hiện là nước xuất khẩu rau quả lớn nhất vào Hàn Quốc với kim ngạch xuất khẩu 525 triệu USD năm 2017, chiếm khoảng 82% thị phần. Nguyên nhân là do điều kiện khí hậu của một số khu vực tại Trung Quốc phù hợp với những loại rau mà người tiêu dùng Hàn Quốc sử dụng, kết hợp với sản xuất quy mô lớn, cơ sở bảo quản tốt và chi phí vận chuyển thấp nên Trung Quốc có lợi thế đáng kể so với các đối thủ cạnh tranh khác.

Về các loại quả, hiện tại có năm loại quả tươi được xuất khẩu vào Hàn Quốc là dưa, dứa, chuối, thanh long và xoài. Trên thực tế các doanh nghiệp Hàn Quốc nhập khẩu khá đều ba loại quả tươi từ Việt Nam là xoài (737 nghìn USD), dưa (1 triệu USD) và thanh long (khoảng 1,8 triệu USD). Đáng chú ý, chuối của Việt Nam đã bắt đầu thâm nhập thành công vào Hàn Quốc từ năm 2015, đến 2017 kim ngạch đạt 2,7 triệu USD, tăng 372% so với năm 2016. Phi-líp-pin, Ê-cu-a-đo, Pê-ru, Mê-xi-cô là các thị trường cạnh tranh của Việt Nam. Hầu hết thanh long tiêu thụ tại Hàn Quốc là từ Việt Nam, dưa chiếm khoảng 60% thị phần, xoài chiếm khoảng 1% thị phần (các nước xuất khẩu xoài lớn sang Hàn Quốc là Thái Lan, Phi-líp-pin và Đài Loan). Dứa xuất sang Hàn Quốc có kim ngạch dưới 30 nghìn USD do chưa cạnh tranh được với Phi-líp-pin cũng như nhu cầu quả này tại Hàn Quốc không cao.

Xuất khẩu các loại quả, quả hạch ăn được (HS: từ 0801 đến 0814) của Việt Nam sang Hàn Quốc đạt 31 triệu USD, chiếm 1,8% thị phần nhập khẩu mặt hàng này của Hàn Quốc. Các nước có thị phần lớn là Hoa Kỳ (46,2%), Chi Lê (9,1%), Pê-ru (4,2%)... Các thị trường cạnh tranh trực tiếp của Việt Nam trong nhóm hàng này có thể kể đến gồm Thái Lan (2,3%), Trung Quốc (2,2%), Ê-cu-a-đo (2%)...

Xét về tổng thể, nhóm hàng rau quả vẫn còn có tiềm năng tăng trưởng cao do Hàn Quốc có nhu cầu nhập khẩu lớn trong khi hàng nhập khẩu từ Việt Nam vẫn chưa có thị phần đáng kể. Trong nhóm hàng rau, mặc dù Trung Quốc vẫn đang chiếm lĩnh thị trường nhưng do chi phí lao động cao, nhu cầu nội địa lớn cộng thêm những lo ngại về vấn đề ô nhiễm môi trường và một số yếu tố khác nên khả năng các doanh nghiệp Hàn Quốc sẽ dần chuyển dịch tìm kiếm các nguồn cung khác nếu giá cả hợp lý và đáp ứng được chất lượng. Hiệp định VKFTA có một số cam kết mở cửa thị trường cho nhóm hàng rau quả đã tạo thêm lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp xuất khẩu rau của Việt Nam. Một số vùng của Việt Nam có điều kiện khí hậu phù hợp để trồng các loại rau mà thị trường Hàn Quốc tiêu thụ. Tuy nhiên, cần tổ chức tốt khâu sản xuất và sơ chế/chế biến để đáp ứng được yêu cầu của thị trường.

#### Hàng thực phẩm chế biến

Hàn Quốc dựa phần lớn vào việc nhập khẩu hàng hoá nông nghiệp thô sơ, chưa tinh chế và các sản phẩm tiêu dùng chế biến sẵn. Nhà cung cấp địa phương không đủ khả năng đáp ứng nhu cầu tăng lên đối với chất lượng, giá trị và sự đa dạng. Các dữ liệu công nghiệp dự báo hơn



70% các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm được tiêu thụ trên thị trường là hàng hoá nhập khẩu hoặc sử dụng những nguyên liệu nhập khẩu.

Sự tăng trưởng của các doanh nghiệp bán lẻ với quy mô lớn và hình thức tân tiến cùng với sự phát triển về thị hiếu của người tiêu dùng Hàn Quốc đã làm tăng cơ hội đối cho sản phẩm nhập khẩu chế biến sẵn trong lĩnh vực bán lẻ Hàn Quốc. Các cửa hàng bán lẻ quy mô lớn như cửa hàng tạp phẩm và siêu thị tạp hóa đã trở thành kênh bán lẻ chính đối với các sản phẩm nhập khẩu chế biến sẵn bởi chúng cung cấp môi trường mua sắm thuận lợi. Các cửa hàng mặt dịch thường giữ vị trí kênh bán lẻ hàng đầu với các sản phẩm chất lượng cao và đắt giá nhất. Các doanh nghiệp bán lẻ trực tuyến được đánh giá đóng vai trò lớn trong việc phân phối các sản phẩm nhập khẩu chế biến sẵn. Đặc biệt, bán lẻ trực tuyến nên trở thành kênh phân phối hữu hiệu đối với các sản phẩm nhập khẩu có giới hạn nhưng có lượng nhu cầu đa dạng.

#### Các quy định về xuất nhập khẩu

Luật Ngoại thương là văn bản pháp lý cơ bản điều chỉnh các hoạt động xuất nhập khẩu giữa Hàn Quốc với các nước khác. Bên cạnh Luật Ngoại thương, hiện có 51 văn bản pháp lý khác quy định các yêu cầu về phê duyệt hoặc ủy quyền đối với một số hàng hóa nhất định. Những hàng hóa đó được phép nhập khẩu sau khi có được sự chứng nhận, cho phép, hoặc phê duyệt kiểu dáng của cơ quan có thẩm quyền.

Các yêu cầu về nhập khẩu của Hàn Quốc điều chỉnh các nhóm hàng gồm: dầu mỏ, khí dầu mỏ hóa lỏng, phân bón nông nghiệp, giống cây trồng, động vật và các sản phẩm động vật, nguyên liệu hạt nhân, thuốc gây nghiện, thực phẩm và phụ gia thực phẩm, ấn phẩm nước ngoài, vũ khí và vật liệu nổ. Trong số các mặt hàng này, việc cấp phép nhập khẩu không gắn với các quy định hạn chế số lượng, ngoại trừ nhập khẩu gạo.

Hệ thống cấp phép nhập khẩu tại Hàn Quốc được thực thi theo Luật Ngoại thương, Nghị định hướng dẫn thực hiện Luật Ngoại thương, Quy định về Quản lý Ngoại thương và Thông báo Xuất khẩu-Nhập khẩu. Các mặt hàng cần cấp phép được quy định trong 51 luật chuyên ngành có liên quan và các điều kiện cấp phép cụ thể được quy định trong các nghị định hoặc quy định hướng dẫn thực hiện các luật này.

Về cơ bản, các yêu cầu về chứng nhận, cho phép, hoặc phê duyệt kiểu dáng của các cơ quan có thẩm quyền của Hàn Quốc đối với hàng hóa nhập khẩu không đơn thuần là hoạt động cấp phép nhập khẩu. Các yêu cầu này còn liên quan đến vấn đề vệ sinh kiểm dịch, tiêu chuẩn kỹ thuật, hạn ngạch nhập khẩu,...

#### Chính sách thuế và thuế suất

Theo các cam kết tiếp cận thị trường trong khuôn khổ đa phương, Hàn Quốc áp dụng hạn ngạch thuế quan đối với 187 dòng thuế hàng nông sản theo mã HS 10 số vào năm 2011, trong

đó có các mặt hàng như gia súc, gia cầm sống, sản phẩm sữa, mật ong, một số loại cây ăn quả và cây công nghiệp (lê, táo, đào, cam, dâu tằm), khoai tây, hành, tỏi, hạt tiêu, ớt, đậu, sắn lát và tinh bột sắn, khoai lang, khoai tây, đậu nành, lạc, sâm, lúa mì, lúa mạch, tơ sống. Mức thuế ngoài hạn ngạch tương đối cao, thậm chí có mặt hàng như sắn lên đến 887,4%. Bên cạnh đó, thuế suất ngoài hạn ngạch của nhiều mặt hàng còn áp dụng kết hợp giữa thuế suất phần trăm và thuế suất tuyệt đối tùy theo mức nào lớn hơn.

Theo Ban Thư ký WTO, tỷ lệ sử dụng hạn ngạch thuế quan đối với các mặt hàng nông sản nhập khẩu vào Hàn Quốc đạt mức trung bình là 68,3% vào năm 2006, giảm xuống 62,7% vào năm 2010 và tăng lên 66,2% vào năm 2015. Một số nhóm mặt hàng có tỷ lệ sử dụng hạn ngạch thấp, thậm chí không có kim ngạch nhập khẩu. Tình trạng tỷ lệ sử dụng hạn ngạch thuế quan không cao đối với một số nhóm mặt hàng diễn ra trong nhiều năm mặc dù mức thuế suất trong hạn ngạch tương đối thấp cho thấy có thể cơ chế điều hành và phân bổ hạn ngạch thuế quan đối với các mặt hàng này đang gây cản trở đối với thương mại. Tuy vậy, các cơ quan chức năng của Hàn Quốc vẫn cho rằng tỷ lệ sử dụng hạn ngạch thuế quan thấp là do các nguyên nhân khách quan như nhu cầu nội địa thấp, giá nhập khẩu tăng hoặc do nước xuất khẩu không đáp ứng được các yêu cầu về kiểm dịch.

Tùy theo từng mặt hàng, cơ chế phân bổ hạn ngạch có thể là đấu giá hạn ngạch, phân bổ cho các tổ chức được chỉ định, phân bổ theo nhu cầu thực tế hoặc kết hợp cả ba cơ chế trên. Tính đến năm 2016, trong số các mặt hàng là đối tượng áp dụng hạn ngạch thuế quan, ba mặt hàng (gạo, tỏi và vừng) do nhà nước trực tiếp mua, 8 mặt hàng (cam, chanh, sâm, sữa cô đặc, bột sữa nguyên kem, hạt dẻ, táo ta, hạt thông) được phân bổ hạn ngạch theo hình thức đấu giá, 41 mặt hàng (ngô, đại mạch, khoai tây, táo ta và hạt thông) được phân bổ hạn ngạch trên cơ sở nhu cầu thực tế và 11 mặt hàng (gừng, hành, vừng, hạt tiêu,...) được phân bổ theo cơ chế kết hợp.

## **11. Thị trường Ấn Độ**

### **11.1. Thông tin cơ bản**

Tên nước: Cộng hoà Ấn Độ

Thủ đô: New Delhi

Quốc khánh: 26/1/1950

Diện tích: 3.287.590 km<sup>2</sup> (lớn thứ 7 trên thế giới)

Dân số: 1,25 tỷ người (ước tính đến 7/2015); độ tuổi trung bình 25.1

Khí hậu: Khí hậu Ấn Độ rất đa dạng do bị ảnh hưởng từ dãy Himalaya và sa mạc Thar (gió mùa nhiệt đới ở phía Nam, khí hậu ôn hòa ở phía Bắc). Ấn Độ có 4 mùa: mùa đông (tháng giêng đến tháng 2); mùa hè (tháng 3-5), mùa mưa Tây Nam (tháng 6-7) và mùa mưa Đông Bắc (tháng 10-12)

Ngôn ngữ: Tiếng Hindi và tiếng Anh. Tiếng Anh là ngôn ngữ kinh doanh.

Tôn giáo: Ấn Độ không có quốc đạo. Hiến pháp Ấn Độ quy định tự do tín ngưỡng, bình đẳng giữa các tôn giáo. Có sáu tôn giáo chính: trên 80% dân số theo Ấn Độ giáo, 13% theo Hồi giáo, 2% theo Thiên chúa giáo, 1,9% theo Đạo Sikh; khoảng 1% theo đạo Thiên (Jainism); 0,75 % theo Phật giáo

Đơn vị tiền tệ: Đồng Rupi Ấn Độ, tỷ giá 1 USD = 58,84 Rs

Múi giờ: GMT + 5:30 (giờ Việt Nam trừ đi 1h30)

Thế chế Nhà nước: Ấn Độ được tổ chức theo hình thức liên bang và theo chế độ dân chủ đại nghị. Ấn Độ có ba nhánh chính phủ: Lập pháp, Hành pháp và Tư pháp ở các cấp độ bang và quốc gia. Chính phủ liên bang gồm có: Tổng thống, Phó Tổng thống và Hội đồng Bộ trưởng. Đứng đầu hội đồng Bộ trưởng là Thủ tướng. Tổng thống và Phó Tổng thống do cử tri đoàn bầu ra, nhiệm kỳ 5 năm. Phó Tổng thống cũng đồng thời giữ chức Chủ tịch Thượng viện và thay thế Tổng thống khi Tổng thống vắng mặt. Thủ tướng đứng đầu Hội đồng Bộ trưởng, do Tổng thống bổ nhiệm trên cơ sở kết quả bầu cử Hạ viện trong toàn quốc, nhiệm kỳ 5 năm. Người được bổ nhiệm Thủ tướng là người đứng đầu đảng chính trị hoặc liên minh đảng chính trị giành được đa số trong Hạ viện.

### **11.2. Tổng quan về nền kinh tế**

#### ***Tổng quan tình hình kinh tế***

Ấn Độ là nền kinh tế có tốc độ phát triển cao nhất thế giới (7%-8%), có lợi thế về lao động, đặc biệt là lao động trẻ và lực lượng lao động chuyên môn hùng hậu, nhất là trong lĩnh vực IT. Với diện tích rộng lớn, 29 bang và 07 lãnh thổ liên bang, nền kinh tế Ấn Độ khá đa dạng, nhiều ngành kinh tế chủ chốt có tiềm năng lớn và đang phát triển mạnh mẽ với trình độ

công nghệ tiên tiến, nhất là công nghiệp chế tạo, IT và viễn thông, dệt may, dược phẩm, hóa chất, năng lượng, nông nghiệp và chăn nuôi.

Những năm gần đây, Ấn Độ quyết liệt thực hiện tự do hóa nền kinh tế, cải cách môi trường kinh doanh, tăng cường vị thế quốc tế ở khu vực và trên thế giới, do vậy Ấn Độ đang thu hút mạnh mẽ đầu tư nước ngoài, nhất là vào hạ tầng giao thông, công nghiệp chế tác, IT, thương mại và thương mại điện tử, và năng lượng mới.

**Bảng 26: Qui mô, tốc độ tăng trưởng GDP và tỷ lệ lạm phát của Ấn Độ, 2015 – 2018**

Năm	Qui mô GDP (Tỷ USD)	Tốc độ tăng GDP	Lạm phát
2015	2.102	8,15%	4,9%
2016	2.273	7,11%	4,5%
2017	2.611	6,74%	3,6%
2018 (Dự báo)	2.800	7,36%	4,9%

**Bảng 27: Tổng kim ngạch xuất – nhập khẩu**

(Đơn vị: tỷ USD)

Năm	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tổng kim ngạch
2015	428,6	491,8	923,4
2016	430,4	472,0	902,4
2017*	478,1	565,3	1.043,4
* Năm tài chính 2017-18			

*Một số ngành kinh tế trọng điểm:*

Dịch vụ tài chính, bất động sản và chuyên gia (21,0% GDP) và dịch vụ thông tin liên lạc, truyền thông, giao thông, và thương mại (18,4% GDP). Khu vực dịch vụ đóng góp đến 53,6% GDP, thế mạnh là công nghệ thông tin và viễn thông; Công nghiệp chế tạo (16,5% GDP) đang là ưu tiên phát triển để chuyển đổi nền kinh tế trong những năm tới, trong đó công nghiệp quốc phòng đang được chú trọng xây dựng thành một trọng điểm; Sản xuất máy móc, thiết bị, phương tiện vận tải, sắt thép và dệt may, đồ da (12% GDP); Trồng trọt (gạo, các loại đậu hạt và ngũ cốc) (13% GDP); Chăn nuôi (3,4% GDP), phục vụ nhu cầu thiết yếu và đóng góp đáng kể cho xuất khẩu.

**Bảng 28: 10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Ấn Độ**

STT	Mặt hàng	Kim ngạch ( Tỷ USD)
1	Đá quý, châu báu, kim loại quý và nữ trang	42,6
2	Dầu mỏ và nhiên liệu mỏ và sản phẩm dầu mỏ	35,9
3	Máy móc, máy tính, lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi công nghiệp.	16,7
4	Ô tô các loại và phụ tùng	16,2
5	Hoá chất hữu cơ	13,6
6	Dược phẩm	12,9
7	Sắt, thép	11,7
8	Vải và quần áo không dệt kim	09,0
9	Máy điện và thiết bị điện	08,8
10	Vải và quần áo dệt kim	08,3

**Bảng 29: 10 mặt hàng nhập khẩu lớn nhất của Ấn Độ**

STT	Mặt hàng	Kim ngạch ( Tỷ USD)
1	Nhiên liệu mỏ gồm cả dầu thô	123,6
2	Đá quý, châu báu, kim loại quý	74,4
3	Máy điện và thiết bị điện	46,9
4	Máy móc, máy tính	36,1
5	Hoá chất hữu cơ	18,1
6	Nhựa và sản phẩm nhựa	13,0
7	Mỡ động vật, dầu thực vật, sáp	11,9
8	Sắt, thép	10,0
9	Dụng cụ và thiết bị quang học, y tế, kỹ thuật	8,4
10	Quặng, xỉ	5,9

**Bảng 30: 10 đối tác thương mại lớn của Ấn Độ**

STT	Quốc gia	Kim ngạch (Tỷ USD)
1	Trung Quốc	70,7
2	Mỹ	62,1
3	UAE	49,7
4	Saudi Arabia	26,7
5	Đức	20,3
6	Thụy Sĩ	20,2
7	Hong Kong	19,1
8	Indonesia	19,0
9	Hàn Quốc	18,1
10	Malaysia	16,9

**Bảng 31: Thông tin về đầu tư (FDI) của Ấn Độ**

Năm	FDI vào Ấn Độ (tỷ USD)	FDI từ Ấn Độ ra nước ngoài (tỷ USD)
2013-14	22,4	52,5
2014-15	34,9	34,9
2015-16	55,5	32,7
2016-17	60,8	41,1
2017-18	61,9	20,5*

*\*Số liệu đang trong quá trình cập nhật*

– Các quốc gia dẫn đầu FDI tại Ấn Độ (2016-2017): Mauritius: 15,73 tỷ USD; Singapore: 8,71 tỷ USD; Nhật Bản: 4,71 tỷ USD; Hà Lan: 3,37 tỷ USD; Mỹ: 2,38 tỷ USD; Vương quốc Anh: 1,48 tỷ USD...

– FDI tại Ấn Độ chủ yếu trong các lĩnh vực: Dịch vụ: 8,68 tỷ USD; Viễn thông: 5,56 tỷ USD; Máy tính điện tử (cả phần cứng và phần mềm): 3,65 tỷ USD; Thương mại: 2,34 tỷ USD; Công nghiệp ô tô: 1,61 tỷ USD...

### 11.3. Quan hệ kinh tế với Việt Nam

#### *Về thương mại*

Ấn Độ là bạn hàng thương mại lớn thứ 10 của Việt Nam và Việt Nam là đối tác thứ 24 của Ấn Độ. Trong 10 năm (2007-2017), kim ngạch thương mại giữa hai nước đã tăng từ 1,53 tỷ lên USD 7,7 tỷ USD. Trong thời gian này, xuất khẩu từ Việt Nam đã tăng 21 lần, từ 180 triệu USD lên 3,76 tỷ USD.

So với năm 2016, kim ngạch thương mại giữa hai nước năm 2017 tăng 41,72%, trong đó, xuất khẩu từ Việt Nam vào Ấn Độ và nhập khẩu từ Ấn Độ vào Việt Nam cũng có tốc độ tăng gần tương đương, lần lượt là 39,86% và 43,53%.

**Bảng 32: 10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Ấn Độ vào Việt Nam**

Đơn vị: triệu USD

STT	Mặt hàng	2013	2014	2015	2016	2017
1	Sắt thép các loại	353,1	200,9	65,0	124,1	810,6
2	Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng	193,8	272,6	325,9	445,0	511,9
3	Thủy sản	168,9	320,8	299,4	276,3	357,3
4	Dược phẩm	247,8	240,9	234,5	276,0	283,2
5	Bông các loại	188,6	237,2	189,1	155,7	277,9
6	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	338,4	121,3	102,1	81,9	144,5
7	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	12,6	30,6	48,2	96,8	131,3
8	Hóa chất	69,8	75,8	76,1	87,7	121,9
9	Nguyên phụ liệu dệt may, da, giày	89,7	109,8	105,4	104,1	105,3
10	Chất dẻo nguyên liệu	133,8	108,7	70,6	84,9	93,9

**Bảng 33: 10 mặt hàng nhập khẩu lớn nhất từ Việt Nam vào Ấn Độ**

Đơn vị: triệu USD

STT	Mặt hàng	2013	2014	2015	2016	2017
1	Điện thoại các loại và linh kiện	926,0	829,2	610,0	397,1	545,9
2	Máy vi tính và linh kiện	230,9	142,0	195,8	354,1	491,1
3	Kim loại thường khác và sản phẩm	34,4	67,9	110,9	238,9	468,0
4	Máy móc thiết bị, dụng cụ và phụ tùng	242,3	212,8	171,6	237,0	322,5
5	Hoá chất	61,0	91,6	136,6	199,2	252,3
6	Phương tiện vận tải và phụ tùng	40,0	57,6	65,2	73,6	133,0
7	Sắt thép các loại	13,5	20,7	10,5	13,3	127,1
8	Xơ, sợi dệt các loại	56,7	68,4	76,1	92,2	121,7
9	Cao su	210,0	142,4	111,2	116,6	90,5
10	Cà phê	60,5	77,3	45,0	79,4	85,3

**Về đầu tư:**

Đến tháng 4/2018, Ấn Độ có 182 dự án còn hiệu lực đang đầu tư ở Việt Nam với số vốn đăng ký là 816 triệu USD, xếp thứ 28/127 quốc gia và lãnh thổ có FDI lớn vào Việt Nam tính theo vốn đăng ký.

Các dự án của Ấn Độ tập trung nhiều nhất vào lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo với 52 dự án, 478,81 triệu USD vốn đầu tư, chiếm 28,9% về số dự án và 58,7% về vốn đầu tư. Thứ hai là lĩnh vực sản xuất, phân phối điện, khí, nước, với tổng vốn là 179,04 triệu USD, và thứ ba là lĩnh vực khai khoáng với 96,5 triệu USD.

Về địa bàn: FDI của Ấn Độ đã có mặt tại 26 địa phương trong cả nước, và tập trung nhiều nhất tại tỉnh Phú Yên với tổng số vốn đầu tư là 189,6 triệu USD, Ninh Thuận là 137,8 triệu USD, và Bình Dương là 111,36 triệu USD.

Ấn Độ chủ yếu đầu tư theo hình thức 100% vốn nước ngoài (144 dự án với 577,8 triệu USD tổng vốn đầu tư, chiếm 80% tổng số dự án và 70,8% về tổng vốn đầu tư). Số còn lại thuộc hình thức hợp đồng hợp tác kinh doanh và liên doanh.

Hai năm gần đây ghi nhận tăng trưởng đáng kể về số dự án và vốn FDI của Ấn Độ vào Việt Nam so với những năm trước, tuy nhiên vẫn còn rất khiêm tốn so với thực tế khả năng đầu tư ra nước ngoài của Ấn Độ (40-50 tỷ USD) và so với tổng số FDI vào Việt Nam (0,25% của 323 tỷ USD). Từ phía Việt Nam, đến nay chưa có một đầu tư nào vào Ấn Độ, ngoài một số công ty gần đây đang có ý định như Sơn Hà, Mobistar, Viettel.

Các hiệp định và cơ chế hợp tác kinh tế quan trọng hai bên đã xây dựng:

- Hiệp định thương mại và hợp tác kinh tế giữa Việt Nam và Ấn Độ (1997);
- Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư giữa Việt Nam và Ấn Độ (1997);
- Hiệp định tránh đánh thuế hai lần (1995) và sửa đổi bổ sung 2016;
- FTA ASEAN-India (2010);

- Cơ chế Ủy ban Hỗn hợp Việt Nam-Ấn Độ về hợp tác kinh tế và khoa học công nghệ;
- Tiểu ban Thương mại hỗn hợp Việt Nam-Ấn Độ;

Ngoài ra, còn có các hiệp định hợp tác khác về khoa học công nghệ, năng lượng nguyên tử, hải quan, vận tải biển, phát triển công nghệ thông tin ... và Ấn Độ công nhận Việt Nam là kinh tế thị trường.

#### **11.4. Tiềm năng của thị trường**

Ấn Độ là thị trường có tiềm năng lớn cho doanh nghiệp Việt Nam trong các lĩnh vực:

- Thương mại: qui mô lớn của nền kinh tế, sự đa dạng các ngành kinh tế và sức tiêu dùng lớn, có thể hấp thụ được đa dạng các mặt hàng từ tiêu dùng đến phục vụ sản xuất, ở các mức độ gia công, công nghệ khác nhau, đồng thời tạo ra lợi thế so sánh cho sản phẩm và cơ hội cho phát triển thương mại.

Do khu vực khai thác và sản xuất nguyên liệu và bán nguyên liệu khá phổ biến và có sản lượng khá lớn trong thị trường nội địa, các hàng hóa đặc thù, sản phẩm chế tạo, nông sản chế biến sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn, như hoa quả đặc sản (thanh long, măng cụt, bưởi, vải, nhãn, chôm chôm, cam ...), thiết bị điện tử dân dụng, đồ gia dụng, đồ gỗ, đồ gốm sứ, đồ nhựa ... Bên cạnh đó, nhu cầu về các sản phẩm tiêu thụ hàng ngày vẫn rất lớn mà các doanh nghiệp Việt Nam có thể cung cấp như hạt điều nguyên liệu và chế biến, cà phê, hạt tiêu, các loại gia vị cay, trầm hương, ...

- Hợp tác đầu tư trong những lĩnh vực như xây dựng và quản lý các cơ sở hạ tầng, đường cao tốc, đường sắt, khách sạn, sân bay, ... vì Ấn Độ có nhiều công ty tầm cỡ quốc tế, có kinh nghiệm, công nghệ và đã trúng thầu nhiều dự án mega về hạ tầng trong nước và trên thế giới như các tập đoàn L&T, Tata, Reliance, Adani, Shapoorji Palonji, ...

- Hợp tác trong sản xuất công nghiệp và chuyển giao công nghệ : Là nước có truyền thống phát triển khoa học kỹ thuật, có trình độ khoa học công nghệ tiên tiến trên cơ sở công nghệ được chuyển giao trên tiêu chuẩn châu Âu, đồng thời có quan hệ tin cậy trong quan hệ đối tác toàn diện với Việt Nam, Ấn Độ có tiềm năng trong chuyển giao công nghệ trong hợp tác với Việt Nam nhất là viễn thông, IT, chế tạo máy, năng lượng, sinh hóa, sản xuất nông nghiệp, ... với chất lượng tốt và giá cả hợp lý.

- IT và viễn thông: là những thế mạnh của Ấn Độ và là cơ hội để bước vào nền kinh tế kỹ thuật số. Đây cũng là cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam hợp tác để phát triển các dịch vụ trên cơ sở IT và viễn thông, nhất là hiện nay Chính phủ Ấn Độ đang triển khai gói \$US 1 tỷ cho kết nối số giữa Ấn Độ với các nước ASEAN.

- Hợp tác về phát triển nhân lực: Ấn Độ có nhiều cơ sở giáo dục, đào tạo có chất lượng tốt, lực lượng chuyên môn về IT, tài chính, quản trị của Ấn Độ có uy tín trên thế giới, đây cũng



là lĩnh vực tiềm năng cho hoạt động phát triển nhân lực đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong đào tạo và cung cấp nhân lực có trình độ, hoặc tay nghề cao.

– Hợp tác phát triển du lịch: với địa điểm thuận lợi của Việt Nam, tiềm năng lớn của du lịch Ấn Độ, doanh nghiệp Việt Nam có thể thúc đẩy hợp tác du lịch với Ấn Độ để phát triển các tuyến du lịch tiềm năng giữa các nước ở Đông Bắc Á-Việt Nam-Ấn Độ và ngược lại.

– Hợp tác phát triển công nghiệp truyền thông và giải trí: đây là một thế mạnh nổi trội của Ấn Độ trên cơ sở phát triển của công nghệ viễn thông và điện ảnh Ấn Độ, cũng đồng thời là một thị trường có sức tiêu dùng rất lớn và là cơ hội cho ngành giải trí và điện ảnh Việt Nam tăng cường hợp tác.